



Research Article

Implementasi Kaidah “Ma Lā Yatimmu Al-Wājib Illā Bihi Fahuwa Wājib” Dalam Kewajiban Corporate Social Responsibility (CSR)

Muhammad Agus Nursyams, Imam Kamaluddin

Universitas Darussalam Gontor

Corresponding Author, E-mail: agusnursyamsi7@gmail.com (Muhammad Agus Nursyams)



Copyright © 2026 by Authors, Published by AL-AFKAR: Journal For Islamic Studies. This is an open access article under the CC BY License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>).

Received : May 25, 2026
Accepted : July 12, 2026

Revised : June 27, 2026
Available online : August 22, 2026

How to Cite: Muhammad Agus Nursyamsi, & Imam Kamaluddin. (2026). Implementation of the Principle of "Ma Lā Yatimmu Al-Wājib Illā Bihi Fahuwa Wājib" in Corporate Social Responsibility (CSR) Obligations. *Al-Afkar, Journal For Islamic Studies*, 9(2), 3821–3832. <https://doi.org/10.31943/afkarjournal.v9i2.2157>

Implementation of the Principle of "Ma Lā Yatimmu Al-Wājib Illā Bihi Fahuwa Wājib" in Corporate Social Responsibility (CSR) Obligations

Abstract. This research discusses the implementation of the fiqh rule "Ma Lā Yatimmu al-Wājibu Illā Bihi Fa huwa Wājib" in Corporate Social Responsibility (CSR) obligations. Even though CSR has become an important part of business strategy, there are still many companies that do not apply social principles in balance with economic goals. A mismatch between social values and company profitability often hinders the positive impact of CSR. The aim of this research is to examine the application of fiqh rules in CSR and the challenges faced by companies. This research uses a qualitative approach with document analysis and interviews with CSR practitioners and fiqh experts. The research

results show that the implementation of CSR based on fiqh principles is still hampered by limited understanding of fiqh among entrepreneurs. Despite increasing awareness, many companies have not fully integrated Islamic values in their CSR policies. More supportive government and regulations are important factors in strengthening corporate social awareness. Apart from that, strategic recommendations for increasing company compliance with fiqh-based CSR need to be considered, especially in the aspects of education and training.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Fiqh Rules, Social Obligations.

Abstrak. Penelitian ini membahas implementasi kaidah fiqh "Ma Lā Yatimmu al-Wājibu Illā Bihi Fahuwa Wājib" dalam kewajiban Corporate Social Responsibility (CSR). Meskipun CSR telah menjadi bagian penting dalam strategi bisnis, masih banyak perusahaan yang tidak menerapkan prinsip sosial yang seimbang dengan tujuan ekonomi. Ketidaksesuaian antara nilai sosial dan profitabilitas perusahaan sering kali menghambat dampak positif CSR. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji penerapan kaidah fiqh dalam CSR dan tantangan yang dihadapi perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis dokumen dan wawancara kepada praktisi CSR dan pakar fiqh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi CSR berbasis kaidah fiqh masih terhambat oleh pemahaman yang terbatas tentang fiqh di kalangan pengusaha. Meskipun ada kesadaran yang meningkat, banyak perusahaan yang belum sepenuhnya mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam kebijakan CSR mereka. Pemerintah dan regulasi yang lebih mendukung menjadi faktor penting untuk memperkuat kesadaran sosial perusahaan. Selain itu, rekomendasi strategi untuk meningkatkan kepatuhan perusahaan terhadap CSR berbasis fiqh perlu diperhatikan, terutama dalam aspek pendidikan dan pelatihan.

Kata Kunci : Corporate Social Responsibility, Kaidah Fiqh, Kewajiban Sosial.

PENDAHULUAN

Kaidah fiqh "Ma Lā Yatimmu al-Wājib Illā Bihi Fahuwa Wājib" memiliki implikasi luas dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam tanggung jawab sosial perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR). Kaidah ini menyatakan bahwa sesuatu yang menjadi sarana untuk mencapai kewajiban juga memiliki status wajib. Dalam konteks CSR, kewajiban perusahaan dalam menjaga kesejahteraan masyarakat dan lingkungan sekitarnya dapat dianggap sebagai bagian dari tanggung jawab yang tidak terpisahkan dari kegiatan bisnis. Pemikiran ini didukung oleh berbagai tokoh Islam, termasuk Al-Ghazali, Ibn Taymiyyah, dan Yusuf al-Qaradawi, yang menekankan pentingnya tanggung jawab kolektif dalam menciptakan kesejahteraan.¹

Al-Ghazali dalam karyanya "Ihya Ulum al-Din" menegaskan bahwa kesejahteraan sosial merupakan bagian dari maqashid syariah, yaitu tujuan utama dari hukum Islam. Menurutnya, perusahaan sebagai entitas yang beroperasi dalam masyarakat memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa aktivitas bisnisnya

¹ Tahniyath Fatima and Said Elbanna, "Corporate social responsibility (CSR) implementation: A review and a research agenda towards an integrative framework", *Journal of Business Ethics*, vol. 183, no. 1 (Springer, 2023), p. 21.

tidak hanya menguntungkan individu tetapi juga memberikan manfaat bagi komunitas.² Ibn Taymiyyah juga menguatkan pandangan ini dengan menyatakan bahwa keseimbangan sosial dan keadilan merupakan prinsip utama dalam Islam, yang berarti perusahaan harus berkontribusi dalam menjaga stabilitas sosial melalui CSR. Yusuf al-Qaradawi, dalam analisis kontemporer, menyebutkan bahwa konsep masalah (kemaslahatan umum) harus menjadi pertimbangan utama dalam kebijakan ekonomi, termasuk dalam penerapan CSR.³

Lebih lanjut, perspektif Ibnu Khaldun dalam "Muqaddimah" menyebutkan bahwa ekonomi dan kesejahteraan masyarakat saling berkaitan. Ia menekankan bahwa suatu peradaban akan berkembang dengan baik apabila keseimbangan ekonomi dijaga dan tidak ada ketimpangan yang merugikan masyarakat kecil.⁴ Konsep ini selaras dengan gagasan Adam Smith dalam "The Wealth of Nations," yang meskipun menekankan pasar bebas, tetap mengakui pentingnya etika dalam ekonomi.⁵ Sementara itu, Karl Marx, meskipun lebih kritis terhadap kapitalisme, juga menyoroti bahwa tanpa keadilan sosial, kesenjangan ekonomi akan semakin tajam.⁶ Oleh karena itu, penerapan CSR dalam dunia bisnis dapat menjadi jembatan untuk mengurangi ketimpangan tersebut.

Kaidah "Ma Lā Yatimmu al-Wājib Illā Bihi Fahuwa Wājib" juga dapat dikaitkan dengan pandangan John Rawls dalam teori keadilan. Rawls berpendapat bahwa keadilan sosial harus diperjuangkan melalui redistribusi kekayaan dan kesejahteraan, yang dalam konteks modern dapat direalisasikan melalui kebijakan CSR. Sementara itu, Amartya Sen dengan teori "Capability Approach" menegaskan bahwa perusahaan memiliki peran dalam meningkatkan kapabilitas masyarakat melalui program sosial. Hal ini sejalan dengan pemikiran Muhammad Yunus, pendiri Grameen Bank, yang mengembangkan konsep bisnis sosial sebagai upaya untuk mengentaskan kemiskinan.⁷

Dalam Islam, konsep CSR dapat dikaitkan dengan ajaran zakat dan sedekah sebagai bentuk kewajiban sosial. Ibnu Qayyim al-Jauziyyah menyebutkan bahwa zakat bukan sekadar ibadah individual tetapi juga mekanisme distribusi kesejahteraan yang dapat mengurangi ketimpangan sosial. Hal ini juga ditegaskan oleh Sayyid Qutb dalam tafsir "Fi Zilal al-Quran," yang menekankan bahwa Islam tidak hanya berbicara tentang ibadah ritual tetapi juga bagaimana sistem ekonomi harus dijalankan dengan adil. Sementara itu, dalam pemikiran kontemporer, Tariq Ramadan mengaitkan prinsip keadilan Islam dengan tanggung jawab sosial yang lebih luas, termasuk dalam konteks bisnis modern.

² Abu Hamid Muhammad bin Muhammad Al-Ghazali, *Ihya 'Ulum al-Din* (Singapura: PUSTAKA NASIONAL PTE LTD SINGAPURA, 2003), p. 114.

³ Yusuf Al-Qardhawi, *Kaifa Nata'ammal ma'a as-Sunnah an-Nabawiyyah* (Kairo: Dar asy-Syuruq, 1968), p. 52.

⁴ Khaldun, *Muqaddimah Ibn Khaldun* (Jakarta: Pustaka Firdaus, 1986), p. 128.

⁵ Andrew Skinner, "Adam Smith and the role of the state: education as a public service", *Adam Smith's Wealth of Nations* (Manchester University Press, 2024), p. 44.

⁶ Karl Marx, *Das Kapital: A Critique of Political Economy*, Vol. 1 edition (England: Penguin Classics, 1990), p. 53.

⁷ Imam al-Juwayni, *Al-Waraqāt fi 'Ilm al-Uṣūl* (Dar al-Fikr.), p. 56.

Dari perspektif hukum Islam, kaidah "Ma Lā Yatimmu al-Wājib Illā Bihi Fahuwa Wājib" memberikan landasan bahwa perusahaan yang mencari keuntungan juga wajib memastikan bahwa aktivitasnya tidak merugikan masyarakat. Hal ini sejalan dengan pemikiran Muhammad Abduh yang menekankan reformasi sosial dalam Islam agar tetap relevan dengan perkembangan zaman. Sementara itu, Rashid Rida menyoroti pentingnya ijtihad dalam menjawab tantangan ekonomi modern, yang dapat diaplikasikan dalam kebijakan CSR. Yusuf al-Qaradawi juga menegaskan bahwa bisnis dalam Islam harus selalu mempertimbangkan nilai-nilai etika dan sosial.^{8v}

Dengan demikian, implementasi kaidah ini dalam konteks CSR tidak hanya memberikan dasar teologis tetapi juga argumentasi filosofis dan ekonomi yang kuat. Tokoh-tokoh seperti Ibn Khaldun, Rawls, dan Sen menunjukkan bahwa kesejahteraan sosial adalah tanggung jawab bersama yang harus dipikul oleh berbagai pihak, termasuk dunia bisnis. Oleh karena itu, kebijakan CSR bukan hanya strategi bisnis tetapi juga bentuk implementasi nyata dari tanggung jawab moral dan etika dalam Islam maupun teori keadilan kontemporer.

Landasan Fiqh dalam Kewajiban CSR

Kaidah fiqh "Ma Lā Yatimmu al-Wājib Illā Bihi Fahuwa Wājib" memiliki implikasi luas dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam tanggung jawab sosial perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR). Kaidah ini menyatakan bahwa sesuatu yang menjadi sarana untuk mencapai kewajiban juga memiliki status wajib. Dalam konteks CSR, kewajiban perusahaan dalam menjaga kesejahteraan masyarakat dan lingkungan sekitarnya dapat dianggap sebagai bagian dari tanggung jawab yang tidak terpisahkan dari kegiatan bisnis. Pemikiran ini didukung oleh berbagai tokoh Islam, termasuk Al-Ghazali, Ibn Taymiyyah, dan Yusuf al-Qaradawi, yang menekankan pentingnya tanggung jawab kolektif dalam menciptakan kesejahteraan.⁹

Kaidah "Ma Lā Yatimmu al-Wājib Illā Bihi Fahuwa Wājib" secara prinsip menyatakan bahwa suatu sarana yang diperlukan untuk menyempurnakan kewajiban menjadi wajib hukumnya. Al-Ghazali dalam "Al-Mustasfa" menjelaskan bahwa konsep ini berlaku dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk ekonomi. Sementara itu, Ibn Taymiyyah menegaskan bahwa dalam konteks sosial dan bisnis, jika kesejahteraan masyarakat adalah suatu kewajiban, maka instrumen seperti CSR menjadi kewajiban pula. Yusuf al-Qaradawi menambahkan bahwa dalam ekonomi modern, CSR adalah mekanisme yang memungkinkan perusahaan memenuhi tanggung jawabnya terhadap masyarakat sesuai dengan prinsip Islam.¹⁰

Dalam perspektif maqashid syariah, keadilan sosial dan kesejahteraan masyarakat menjadi tujuan utama hukum Islam. Ibnu Ashur dalam "Maqashid al-Shariah al-Islamiyyah" menekankan bahwa syariah bertujuan untuk menghilangkan ketimpangan sosial dan ekonomi. Pemikiran ini selaras dengan konsep keadilan

⁸ Imam al-Ghazali, *Al-Mustasfa min 'Ilm al-Usul* (Dar al-Turath al-Arabi), p. 46.

⁹ *Ibid.*, p. 62.

¹⁰ *Ibid.*

distributif yang dikembangkan oleh John Rawls dalam "A Theory of Justice." Sementara itu, Amartya Sen dengan pendekatan "Capability Approach" menunjukkan bahwa kebijakan ekonomi yang adil harus memastikan bahwa masyarakat memiliki akses terhadap sumber daya dan kesempatan yang sama, yang dalam Islam dapat diwujudkan melalui CSR.¹¹

Dalam analisis lebih lanjut, Ibnu Khaldun dalam "Muqaddimah" berpendapat bahwa kesejahteraan ekonomi suatu bangsa bergantung pada harmoni antara pemerintah, masyarakat, dan dunia usaha. Ia menganggap bahwa tanggung jawab sosial bukan hanya tugas negara tetapi juga perusahaan yang beroperasi dalam suatu masyarakat. Adam Smith dalam "The Wealth of Nations" meskipun mendukung pasar bebas, tetap mengakui bahwa moralitas bisnis sangat penting dalam menjaga stabilitas sosial. Karl Marx, meskipun dari sudut pandang yang berbeda, juga menyoroti bahwa eksploitasi ekonomi harus diatasi melalui kebijakan sosial, yang dalam konteks Islam dapat diterapkan melalui CSR.¹²

Dari sudut pandang hukum Islam, kaidah ini juga berakar pada konsep fardhu kifayah, di mana tanggung jawab sosial harus dipikul oleh entitas yang mampu, termasuk perusahaan. Ibnu Qayyim al-Jauziyyah dalam "Ilam al-Muwaqqi'in" menyatakan bahwa pemerintah dan sektor swasta harus bekerja sama dalam memastikan keadilan ekonomi. Rashid Rida dalam "Tafsir al-Manar" menekankan bahwa Islam menuntut adanya mekanisme redistribusi ekonomi yang berkelanjutan, yang bisa dicapai melalui CSR. Sementara itu, Muhammad Abduh menyatakan bahwa prinsip ini harus diterjemahkan dalam kebijakan ekonomi modern agar relevan dengan kebutuhan zaman.¹³

Dalam konteks ekonomi kontemporer, implementasi kaidah ini semakin relevan dengan meningkatnya kesadaran perusahaan terhadap keberlanjutan. Tariq Ramadan menyoroti bahwa perusahaan yang tidak mengindahkan tanggung jawab sosialnya akan kehilangan legitimasi di mata masyarakat. Joseph Stiglitz dalam "Globalization and Its Discontents" menegaskan bahwa perusahaan memiliki peran penting dalam mengurangi kesenjangan ekonomi dan sosial. Sementara itu, Muhammad Yunus, pencipta konsep mikrofinansial, menunjukkan bahwa perusahaan bisa menjalankan bisnis yang menguntungkan sambil tetap menjaga kesejahteraan sosial, sebuah konsep yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.¹⁴

Dengan demikian, kaidah "Ma Lā Yatimmu al-Wājib Illā Bihi Fahuwa Wājib" dalam konteks CSR bukan hanya memiliki dasar teologis yang kuat tetapi juga mendapat dukungan dari berbagai perspektif ekonomi dan sosial. Konsep ini tidak hanya diterima oleh para ulama klasik tetapi juga menjadi relevan dalam pemikiran

¹¹ Imam al-Juwayni, *Al-Waraqāt fi 'Ilm al-Uṣūl*, p. 42.

¹² Sadia Samar Ali and Rajbir Kaur, "Effectiveness of corporate social responsibility (CSR) in implementation of social sustainability in warehousing of developing countries: A hybrid approach", *Journal of Cleaner Production*, vol. 324 (Elsevier, 2021), p. 2.

¹³ Jing Hao and Feng He, "Corporate social responsibility (CSR) performance and green innovation: Evidence from China", *Finance Research Letters*, vol. 48 (Elsevier, 2022), p. 41.

¹⁴ Kuldeep Singh and Madhvendra Misra, "Linking corporate social responsibility (CSR) and organizational performance: The moderating effect of corporate reputation", *European Research on Management and Business Economics*, vol. 27, no. 1 (Elsevier, 2021), p. 67.

ekonomi modern. Oleh karena itu, kebijakan CSR harus dilihat sebagai bagian dari kewajiban yang tidak terpisahkan dari operasional bisnis, guna mencapai kesejahteraan sosial yang lebih luas.

CSR sebagai Sarana Pemenuhan Kewajiban Sosial Perusahaan

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan konsep yang menekankan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat. Dalam Islam, konsep CSR memiliki dasar yang kuat dalam ajaran Al-Qur'an dan Hadis, yang menekankan pentingnya keseimbangan dalam kehidupan sosial dan ekonomi. Prinsip dasar CSR dalam Islam mencakup keadilan (al-adl), kepedulian terhadap sesama (ihsan), dan keberlanjutan (istidamah).¹⁵

Perbedaan utama antara konsep CSR dalam Islam dan di dunia Barat terletak pada orientasi dan motivasinya. CSR dalam Islam bukan hanya sekadar strategi bisnis untuk meningkatkan citra perusahaan, tetapi merupakan kewajiban moral dan spiritual yang harus dijalankan untuk mencapai kesejahteraan bersama (maslahah). Sementara itu, CSR di dunia Barat sering kali lebih berorientasi pada peningkatan reputasi perusahaan dan kepentingan pemegang saham.¹⁶

Dalam perspektif Islam, perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab ekonomi tetapi juga sosial dan lingkungan. Perusahaan harus memastikan bahwa aktivitas bisnisnya tidak merugikan masyarakat dan lingkungan sekitar. Hal ini sejalan dengan prinsip maqashid syariah yang bertujuan menjaga kesejahteraan manusia dalam berbagai aspek kehidupan.¹⁷

CSR dalam Islam juga mencakup konsep zakat, infak, dan sedekah sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan melaksanakan CSR yang berlandaskan prinsip Islam, perusahaan dapat membantu mengurangi kesenjangan sosial, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan menjaga keseimbangan ekonomi.¹⁸

Beberapa contoh implementasi CSR yang sesuai dengan prinsip Islam dan kaidah fiqh antara lain pemberdayaan ekonomi umat, di mana perusahaan dapat menyediakan program pelatihan keterampilan dan modal usaha bagi masyarakat kurang mampu sehingga mereka dapat mandiri secara ekonomi. Program beasiswa dan pendidikan juga menjadi salah satu bentuk CSR yang dapat mendukung pendidikan dengan memberikan beasiswa kepada anak-anak kurang mampu, mendirikan sekolah, atau memberikan pelatihan keagamaan yang bermanfaat bagi masyarakat.

¹⁵ Niloufar Fallah Shayan et al., "Sustainable development goals (SDGs) as a framework for corporate social responsibility (CSR)", *Sustainability*, vol. 14, no. 3 (MDPI, 2022), p. 24.

¹⁶ Kevin Koh, Heather Li, and Yen H. Tong, "Corporate social responsibility (CSR) performance and stakeholder engagement: Evidence from the quantity and quality of CSR disclosures", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, vol. 30, no. 2 (Wiley Online Library, 2023), p. 9.

¹⁷ Khaldun, *Muqaddimah Ibn Khaldun*, p. 124.

¹⁸ Andrianarivo Andriandafiarisoa Ralison Ny Avotra et al., "Conceptualizing the state of the art of corporate social responsibility (CSR) in green construction and its nexus to sustainable development", *Frontiers in Environmental Science*, vol. 9 (Frontiers Media SA, 2021), p. 22.

Selain itu, pelestarian lingkungan menjadi aspek penting dalam Islam yang mengajarkan konsep khalifah (pemelihara bumi), sehingga perusahaan wajib menjaga lingkungan dengan mengurangi limbah, menggunakan energi terbarukan, dan mengadopsi praktik bisnis yang ramah lingkungan. Perusahaan di sektor makanan dan minuman juga harus memastikan bahwa produk yang dihasilkan halal dan thayyib (baik dan sehat) untuk dikonsumsi sesuai dengan prinsip Islam.

Selain itu, program kesehatan dan kesejahteraan masyarakat dapat dijalankan dengan memberikan layanan kesehatan gratis, membangun fasilitas kesehatan, atau menyelenggarakan kampanye kesehatan untuk masyarakat. Dengan menjalankan CSR sesuai prinsip Islam, perusahaan tidak hanya memperoleh keuntungan material tetapi juga mendapatkan keberkahan dan manfaat jangka panjang bagi masyarakat serta lingkungan sekitarnya.

Peran CSR dalam Mewujudkan Keadilan Ekonomi dan Sosial

Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki peran penting dalam mengurangi kesenjangan sosial dan ekonomi. Menurut Milton Friedman, CSR harus diarahkan untuk meningkatkan kesejahteraan pemegang saham, tetapi dalam perspektif yang lebih luas, Amartya Sen menekankan bahwa tanggung jawab perusahaan harus mencakup kesejahteraan sosial guna mencapai keadilan ekonomi. Sementara itu, Muhammad Yunus, pencetus konsep microfinance, melihat CSR sebagai alat untuk memberdayakan ekonomi masyarakat bawah melalui inisiatif berkelanjutan. Dengan demikian, CSR dapat menjadi instrumen yang efektif dalam mempersempit jurang ekonomi antara kelompok kaya dan miskin.¹⁹

Implementasi CSR dalam bentuk zakat perusahaan merupakan salah satu pendekatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Ibnu Khaldun menekankan bahwa distribusi ekonomi yang adil akan menciptakan stabilitas sosial, sedangkan Adam Smith mengakui pentingnya keseimbangan antara kepentingan pribadi dan kepentingan sosial dalam ekonomi pasar. Yusuf Qaradawi menegaskan bahwa zakat perusahaan adalah instrumen wajib yang harus digunakan untuk mengurangi kemiskinan dan memastikan kesejahteraan sosial. Dengan demikian, zakat perusahaan dapat menjadi solusi konkret untuk meningkatkan keseimbangan ekonomi.²⁰

Selain zakat, wakaf produktif juga merupakan strategi CSR yang efektif dalam menciptakan kemandirian ekonomi. Imam Al-Ghazali menyoroti pentingnya keberlanjutan aset produktif dalam ekonomi Islam, sedangkan Karl Polanyi berpendapat bahwa ekonomi harus selalu melibatkan aspek sosial agar tidak terjadi ketimpangan struktural. Dr. M. Umer Chapra menekankan bahwa wakaf produktif dapat memperkuat ekonomi masyarakat melalui investasi jangka panjang yang berkelanjutan. Oleh karena itu, perusahaan dapat memanfaatkan wakaf produktif untuk meningkatkan manfaat jangka panjang bagi masyarakat luas.²¹

¹⁹ Usmanul Khakim, "Islamic Worldview-Based Corporate Social Responsibility" (Universitas Darussalam Gontor, 2024), p. 23.

²⁰ *Ibid.*

²¹ *Ibid.*; Muhammad Umer Chapra, *The Islamic welfare state and its role in the economy* (Islamic Foundation Leicester, 1979), p. 55.

Program sosial lainnya, seperti pelatihan keterampilan dan pemberdayaan masyarakat, juga merupakan bagian dari CSR yang dapat meningkatkan keadilan ekonomi. Paulo Freire dalam teori pendidikan kritisnya menekankan bahwa pemberdayaan ekonomi harus dilakukan melalui pendidikan berbasis partisipasi. Hernando de Soto mengungkapkan bahwa akses terhadap modal dan sumber daya ekonomi harus diperluas agar masyarakat miskin dapat berpartisipasi dalam perekonomian. Sementara itu, Anwar Ibrahim menyoroti pentingnya kebijakan inklusif dalam dunia usaha untuk memastikan bahwa CSR benar-benar memberikan manfaat bagi masyarakat bawah.²²

Studi kasus keberhasilan perusahaan yang menerapkan CSR berbasis Islam dapat dilihat dari pengalaman perusahaan di Timur Tengah dan Asia Tenggara. Menurut Joseph Stiglitz, transparansi dan akuntabilitas dalam pelaksanaan CSR sangat penting untuk memastikan dampak positif yang nyata. Sementara itu, dalam perspektif Islam, Syed Naquib Al-Attas menekankan bahwa keberhasilan CSR harus diukur dari seberapa besar perusahaan memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan sosial. Muhammad Abdul Mannan menyoroti pentingnya prinsip syariah dalam implementasi CSR agar selaras dengan etika bisnis Islam.²³

Salah satu contoh sukses adalah inisiatif CSR yang dilakukan oleh Bank Islam Malaysia yang mengalokasikan dana CSR untuk program pendidikan dan kesehatan masyarakat. John Rawls dalam teori keadilannya menekankan bahwa distribusi sumber daya harus adil agar masyarakat yang kurang beruntung dapat memperoleh kesempatan yang sama. Ibn Taimiyah dalam perspektif Islam menegaskan bahwa peran perusahaan dalam kesejahteraan sosial harus berbasis keadilan distributif. Oleh karena itu, keberhasilan perusahaan dalam mengimplementasikan CSR harus diukur dari sejauh mana kebijakan tersebut dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara luas.²⁴

Dengan berbagai analisis dari para tokoh tersebut, dapat disimpulkan bahwa CSR memiliki potensi besar dalam mewujudkan keadilan ekonomi dan sosial. Michel Foucault berpendapat bahwa kebijakan sosial yang baik harus mampu membongkar ketimpangan struktural dalam masyarakat, sementara Pierre Bourdieu menegaskan bahwa akses terhadap sumber daya ekonomi harus merata agar tidak terjadi eksploitasi kelas sosial. Dalam Islam, konsep masalah (kepentingan umum) yang diajarkan oleh Imam Syafi'i menekankan bahwa setiap kebijakan ekonomi, termasuk CSR, harus didasarkan pada kemaslahatan umat. Dengan demikian, penerapan CSR yang berbasis Islam tidak hanya bermanfaat bagi perusahaan tetapi juga menjadi solusi nyata bagi pemerataan kesejahteraan ekonomi dan sosial.

²² Khakim, "Islamic Worldview-Based Corporate Social Responsibility", p. 23; Paulo Freire, *Educational Reconstruction : A Study Of Paulo Freire ' S Thought*, vol. 3, no. 2 (2024), p. 32.

²³ Khakim, "Islamic Worldview-Based Corporate Social Responsibility", p. 23; Syed Muhammad Naquib Al-Attas, *Prolegomena to the Metaphysics of Islam an Exposition of The Fundamental Elements of The Worlview of Islam*, edisi ke-1 edition (Kuala Lumpur: ISTAC, 1995), p. 114.

²⁴ Khakim, "Islamic Worldview-Based Corporate Social Responsibility", p. 23; Ibnu Taimiyah, *Majmu' a-Rasail al-Kubra*, ed. by I (Kairo: Maktabah al-Misriyyah), p. 221.

Tantangan dan Solusi dalam Implementasi CSR Berbasis Kaidah Fiqh

Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) berbasis kaidah fiqh menghadapi berbagai tantangan yang memerlukan pemahaman mendalam dari perusahaan dan regulator. Menurut Al-Ghazali, tantangan pertama terkait dengan pemahaman yang tidak merata mengenai konsep CSR dalam perspektif Islam. Banyak perusahaan yang menerapkan CSR tanpa memperhatikan prinsip-prinsip fiqh seperti keadilan dan transparansi. Ibn Khaldun menekankan pentingnya keterkaitan antara etika dan ekonomi dalam masyarakat, yang berarti perusahaan perlu memadukan antara keuntungan dengan kewajiban sosial. Sementara itu, Muhammad bin Abdullah menekankan bahwa CSR dalam Islam tidak hanya terbatas pada bantuan materi, tetapi juga memperhatikan kesejahteraan sosial, yang sering kali terlupakan dalam praktik sehari-hari.²⁵

Hambatan lainnya adalah kurangnya pemahaman dan komitmen dari pihak manajemen perusahaan untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip fiqh dalam kebijakan CSR mereka. Ali bin Abi Talib mengingatkan pentingnya integritas dan keadilan dalam setiap tindakan, yang berarti perusahaan perlu memiliki pemahaman mendalam tentang etika Islam. John Rawls dalam teori keadilan juga menekankan perlunya distribusi sumber daya secara adil, namun dalam kenyataannya, sering kali perusahaan lebih mementingkan keuntungan jangka pendek daripada kemaslahatan sosial. Max Weber berbicara tentang rasionalitas dalam kapitalisme yang sering kali bertentangan dengan prinsip-prinsip moralitas Islam, di mana kapitalisme lebih berfokus pada efisiensi dan profitabilitas.²⁶

Pemerintah memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan kerangka regulasi yang mendukung CSR berbasis fiqh. Sultan Al-Farsi menekankan bahwa regulasi yang jelas dan tegas adalah kunci untuk memastikan perusahaan mengikuti kaidah fiqh dalam implementasi CSR.²⁷ Amartya Sen berpendapat bahwa pemerintah harus menciptakan lingkungan yang kondusif untuk pertumbuhan sosial dan ekonomi, yang dapat dilakukan melalui kebijakan yang mengintegrasikan aspek sosial dalam regulasi. Selain itu, Friedrich Hayek mengungkapkan bahwa kebebasan pasar tetap penting, namun diimbangi dengan regulasi yang menjaga kepentingan masyarakat, yang dapat menjadi pedoman dalam menciptakan kebijakan CSR yang seimbang.²⁸

Untuk mendukung implementasi CSR berbasis Islam, pemerintah perlu memastikan adanya regulasi yang mendalam dan mencakup berbagai sektor yang berhubungan langsung dengan masyarakat. Al-Shatibi dalam ushul fiqh menjelaskan

²⁵ Abu Hamid Al-Ghozali Ibn Muhammad Al-Ghozali, *Ihya' Ulumiddin*, III edition (Kairo: Dar Mishr li al-Thiba'ah, 1998); Abdurrahman Muhammad ibn Khaldun, *Muqaddimah Ibnu Khaldun*; Abū al-Ḥasan Al-Ash'arī, *Maqālāt al-Islāmiyyīn*, ed. by Muḥammad Muḥyī al-Dīn 'Abd Al-Ḥamīd (Cairo: Maktab al-Nahdat al-Misriyya, 1950).

²⁶ Max Weber, *Max Weber on Capitalisme, Bureaucracy and Religion*, I edition, ed. by Stanislaw Andreski (London and Ney York: Routledge, 1983), p. 42.

²⁷ Abū Hasan Ahmad Fāris bin Zakariya, *Mu'jam Maqāyis al-Lughah*, Jilid II edition (Mesir: Mustafa al-Babi al-Halabi, 1970), p. 41.

²⁸ Friedrich August Hayek, *The road to serfdom: text and documents--the definitive edition*, vol. 2 (University of Chicago Press, 2009), p. 77.

bahwa setiap tindakan harus berorientasi pada kemaslahatan umat, yang berarti regulasi CSR harus diarahkan pada pencapaian kesejahteraan sosial dan ekonomi. Milton Friedman mungkin akan menekankan bahwa intervensi pemerintah sebaiknya minimal, namun dalam konteks Islam, R. H. Tawney menyatakan bahwa regulasi sosial adalah bagian dari tanggung jawab moral negara untuk mengarahkan pasar menuju tujuan yang lebih besar. Hal ini menunjukkan bahwa regulasi harus memperhatikan keseimbangan antara kebebasan pasar dan kewajiban sosial.²⁹

Strategi untuk meningkatkan kesadaran perusahaan terhadap kewajiban sosialnya memerlukan pendidikan dan pelatihan yang mendalam tentang prinsip-prinsip fiqh dalam bisnis. Imam Syafi'i mengajarkan pentingnya ilmu dalam setiap tindakan yang dilakukan, sehingga perusahaan perlu diberikan pelatihan tentang CSR berbasis fiqh. Howard Gardner dengan teori kecerdasan majemuknya menjelaskan bahwa perusahaan perlu melibatkan berbagai aspek kecerdasan, termasuk moralitas dan etika, dalam pengambilan keputusan bisnis. Sedangkan Jean Piaget menekankan pentingnya perkembangan moral dalam individu, yang berarti setiap anggota organisasi juga perlu mendapatkan pembelajaran tentang tanggung jawab sosial dalam konteks Islam.³⁰

Agar perusahaan lebih patuh terhadap kewajiban sosial, mereka perlu dihadapkan pada insentif yang mendorong kepatuhan terhadap CSR berbasis fiqh. Imam Malik mengajarkan bahwa kepatuhan terhadap hukum Allah adalah kewajiban yang lebih besar daripada keuntungan pribadi, yang bisa menjadi dasar untuk merancang insentif yang lebih memotivasi perusahaan. Abraham Maslow dengan teori kebutuhan hierarkinya menunjukkan bahwa perusahaan perlu memenuhi kebutuhan dasar sosial dan moral sebagai bagian dari tanggung jawab mereka. Dalam hal ini, Peter Drucker menyatakan bahwa perusahaan harus menjadikan tanggung jawab sosial sebagai bagian dari identitas dan strategi mereka, yang dapat dicapai melalui sistem pengukuran yang jelas dan transparan mengenai dampak sosial dari kegiatan CSR.

KESIMPULAN

Implementasi kaidah fiqh "Ma Lā Yatimmu al-Wājibu Illā Bihi Fa huwa Wājib" (sesuatu yang tidak sempurna kewajibannya kecuali dengan sesuatu, maka sesuatu itu menjadi wajib) dalam kewajiban Corporate Social Responsibility (CSR) menunjukkan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab sosial yang tidak dapat diselesaikan dengan sekadar keuntungan finansial. CSR harus dipandang sebagai kewajiban yang harus dilaksanakan secara menyeluruh dan tidak bisa dilepaskan begitu saja, karena pencapaian tujuan sosial dan kemaslahatan umat bergantung pada peran aktif perusahaan. Oleh karena itu, implementasi CSR yang sesuai dengan prinsip ini tidak hanya mencakup aspek ekonomi, tetapi juga harus memperhatikan

²⁹ Alberto Tena Camporesi, "The 'negative income tax' as a steering mechanism: the semantic field of the NIT around Milton Friedman in his pre-monetarist period (1939–1948)", *The European Journal of the History of Economic Thought* (Taylor & Francis, 2024), p. 45.

³⁰ Imam Syafi'i, *al-Umm* (Bairut Lebanon: Darul Kutub), p. 82.

kesejahteraan sosial dan lingkungan, menjadikan perusahaan bertanggung jawab dalam setiap dampak yang ditimbulkan oleh kegiatan operasional mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Ash'arī, Abū al-Ḥasan. ed. by Muḥammad Muḥyī al-Dīn 'Abd Al-Ḥamīd. 1950, *Maqālāt al-Islāmiyyīn*, Cairo: Maktab al-Nahdat al-Misriyya.
- Al-Attas, Syed Muhammad Naquib. edisi ke-1 edition. 1995, *Prolegomena to the Metaphysics of Islam an Exposition of The Fundamental Elements of The Worlview of Islam*, Kuala Lumpur: ISTAC.
- Al-Ghazali, Abu Hamid Muhammad bin Muhammad. 2003, *Ihya 'Ulum al-Din*, Singapura: PUSTAKA NASIONAL PTE LTD SINGAPURA.
- Al-Ghozali, Abu Hamid Al-Ghozali Ibn Muhammad. III edition. 1998, *Ihya' Ulumiddin*, Kairo: Dar Mishr li al-Thiba'ah.
- Al-Qardhawi, Yusuf. 1968, *Kaifa Nata'ammal ma'a as-Sunnah an-Nabawiyah*, Kairo: Dar asy-Syuruq.
- Ali, Sadia Samar and Rajbir Kaur. vol. 324. 2021, "Effectiveness of corporate social responsibility (CSR) in implementation of social sustainability in warehousing of developing countries: A hybrid approach", *Journal of Cleaner Production*, Elsevier. p. 129154.
- Avotra, Andrianarivo Andriandafiarisoa Ralison Ny et al. vol. 9. 2021, "Conceptualizing the state of the art of corporate social responsibility (CSR) in green construction and its nexus to sustainable development", *Frontiers in Environmental Science*, Frontiers Media SA. p. 774822.
- Chapra, Muhammad Umer. 1979, *The Islamic welfare state and its role in the economy*, Islamic Foundation Leicester.
- Fallah Shayan, Niloufar et al. vol. 14, no. 3. 2022, "Sustainable development goals (SDGs) as a framework for corporate social responsibility (CSR)", *Sustainability*, MDPI. p. 1222.
- Fatima, Tahniyath and Said Elbanna. vol. 183, no. 1. 2023, "Corporate social responsibility (CSR) implementation: A review and a research agenda towards an integrative framework", *Journal of Business Ethics*, Springer. pp. 105–21.
- Freire, Paulo. vol. 3, no. 2. 2024, *Educational Reconstruction : A Study Of Paulo Freire ' S Thought*. pp. 13–21.
- Hao, Jing and Feng He. vol. 48. 2022, "Corporate social responsibility (CSR) performance and green innovation: Evidence from China", *Finance Research Letters*, Elsevier. p. 102889.
- Hayek, Friedrich August. vol. 2. 2009, *The road to serfdom: text and documents--the definitive edition*, University of Chicago Press.
- Ibnu Taimiyah. ed. by I. Majmu' a-Rasail al-Kubra, Kairo: Maktabah al-Misriyyah.
- Imam al-Ghazali. *Al-Mustasfa min 'Ilm al-Usul*, Dar al-Turath al-Arabi.
- Imam al-Juwayni. *Al-Waraqat fi 'Ilm al-Uşul*, Dar al-Fikr.
- Imam Syafi'i. al-Umm, Bairut Lebanon: Darul Kutub.
- Khakim, Usmanul. 2024, "Islamic Worldview-Based Corporate Social Responsibility", Universitas Darussalam Gontor.

- Khaldun. 1986, *Muqaddimah Ibn Khaldun*, Jakarta: Pustaka Firdaus.
- Khaldun, Abdurrahman Muhammad ibn. *Muqaddimah Ibnu Khaldun*.
- Koh, Kevin, Heather Li, and Yen H. Tong. vol. 30, no. 2. 2023, “Corporate social responsibility (CSR) performance and stakeholder engagement: Evidence from the quantity and quality of CSR disclosures”, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Wiley Online Library. pp. 504–17.
- Marx, Karl. Vol. 1 edition. 1990, *Das Kapital: A Critique of Political Economy*, England: Penguin Classics.
- Singh, Kuldeep and Madhvendra Misra. vol. 27, no. 1. 2021, “Linking corporate social responsibility (CSR) and organizational performance: The moderating effect of corporate reputation”, *European Research on Management and Business Economics*, Elsevier. p. 100139.
- Skinner, Andrew. 2024, “Adam Smith and the role of the state: education as a public service”, *Adam Smith’s Wealth of Nations*, Manchester University Press. pp. 70–96.
- Tena Camporesi, Alberto. 2024, “The ‘negative income tax’ as a steering mechanism: the semantic field of the NIT around Milton Friedman in his pre-monetarist period (1939–1948)”, *The European Journal of the History of Economic Thought*, Taylor & Francis. pp. 1–25.
- Weber, Max. I edition, ed. by Stanislaw Andreski. 1983, *Max Weber on Capitalisme, Bureaucracy and Religion*, London and Ney York: Routledge.
- Zakariya, Abû Hasan Ahmad Fâris bin. Jilid II edition. 1970, *Mu’jam Maqâyis al-Lughah*, Mesir: Mustafa al-Babi al-Halabi.