



## Persepsi Masyarakat Muslim terhadap CSR Syariah pada Industri Lokal di Indonesia

Reza Mahendra Putra <sup>a,1,\*</sup>, Alya Safitri Nurhaliza <sup>b,2</sup>, Hafizh Nur Ramadhan <sup>c,3</sup>

<sup>a</sup> Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin, Banten, Indonesia

<sup>b</sup> Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

<sup>c</sup> Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin, Makassar, Indonesia

<sup>1</sup> [rezamahendra.research@gmail.com](mailto:rezamahendra.research@gmail.com); <sup>2</sup> [alyasafitri.nurhaliza@gmail.com](mailto:alyasafitri.nurhaliza@gmail.com); <sup>3</sup> [nurhafizh.ramadhan43@gmail.com](mailto:nurhafizh.ramadhan43@gmail.com)

\* Corresponding Author

### ABSTRACT

The development of the Islamic industry in Indonesia has encouraged the increasing implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) based on Islamic values as a form of corporate social and moral responsibility toward society. Muslim communities increasingly demand business practices that not only focus on economic profit but also reflect the principles of justice, transparency, and social welfare in accordance with sharia values. This study aims to analyze Muslim community perceptions of sharia-based CSR programs in local industries and identify factors influencing the social effectiveness of these programs. This study employed a qualitative method with a normative-conceptual and literature study approach through the analysis of scientific references, regulations, and previous studies related to Islamic Corporate Social Responsibility. The findings indicate that Muslim communities provide positive perceptions toward companies that implement CSR programs transparently, sustainably, and with a focus on community economic empowerment. The study also found that the low level of public literacy regarding sharia CSR concepts and the emergence of sharia-washing practices remain challenges in building public trust toward sharia-based companies. This study concludes that the implementation of CSR based on sharia values can strengthen corporate social legitimacy when companies consistently integrate maqashid sharia principles, transparency, and community empowerment into their social activities.

### Article History

Received 2026-04-13

Revised 2026-04-30

Accepted 2026-05-09

Published 2026-06-24

### Keywords

Sharia Corporate Social Responsibility; Muslim Community Perception; Maqashid Sharia; Islamic Corporate Social Responsibility; Local Industry

Copyright © 2026, The Author(s)

This is an open-access article under the CC-BY-SA license



## PENDAHULUAN

Perkembangan industri keuangan dan bisnis syariah di Indonesia mendorong peningkatan perhatian terhadap implementasi tanggung jawab sosial perusahaan berbasis nilai Islam (Antonio, 2001). Perusahaan syariah tidak hanya menjalankan fungsi ekonomi, tetapi juga memikul tanggung jawab moral untuk menjaga keseimbangan sosial dan lingkungan melalui praktik Corporate Social Responsibility (CSR) yang sesuai dengan prinsip syariah. Konsep tersebut berkembang melalui pendekatan Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) yang menempatkan maqashid syariah sebagai dasar orientasi aktivitas sosial perusahaan (Darus et al., 2013). Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Muslim cenderung menilai sistem ekonomi syariah lebih adil, transparan, dan memiliki dimensi etis yang lebih kuat dibandingkan sistem konvensional (Dusuki & Abdullah, 2007). Di Indonesia, penguatan implementasi CSR syariah juga didukung oleh perkembangan Islamic Social Reporting (ISR) yang mengintegrasikan aspek spiritual, sosial, dan keberlanjutan ke dalam pelaporan perusahaan (Cahya, 2021). Selain itu, regulasi nasional melalui Undang-Undang Perseroan Terbatas dan Undang-Undang Perbankan Syariah mempertegas kewajiban perusahaan untuk menjalankan tanggung jawab sosial secara terstruktur dan akuntabel.

Peningkatan perhatian terhadap CSR syariah muncul karena masyarakat Muslim semakin menuntut praktik bisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga mencerminkan nilai keadilan, transparansi, dan kebermanfaatan sosial. Perusahaan syariah menghadapi tantangan untuk menjaga legitimasi sosial di tengah meningkatnya kesadaran publik terhadap isu etika bisnis dan keberlanjutan. Hanic dan Smolo (2023) menjelaskan bahwa pendekatan CSR berbasis Islam mampu memperkuat hubungan perusahaan dengan masyarakat karena prinsip syariah menempatkan kemaslahatan publik sebagai tujuan utama aktivitas ekonomi. Di sisi lain, praktik komodifikasi agama dalam sektor bisnis memunculkan risiko penyalahgunaan simbol kesalehan sebagai strategi pemasaran tanpa implementasi sosial yang substantif (Faddad & Mardiah, 2020). Kondisi tersebut mendorong kebutuhan terhadap sistem pelaporan dan pengawasan CSR syariah yang lebih transparan agar perusahaan tidak terjebak pada praktik syariah-washing. Penelitian Hasan et al. (2021) juga menunjukkan bahwa implementasi ICSR berpengaruh terhadap pembentukan citra perusahaan dan loyalitas masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah. Oleh karena itu, evaluasi terhadap persepsi masyarakat Muslim menjadi penting untuk mengukur sejauh mana program CSR syariah mampu membangun kepercayaan publik secara nyata.

Penelitian mengenai CSR syariah selama ini lebih banyak membahas aspek konseptual, model pelaporan, dan implementasi pada lembaga keuangan syariah, sementara kajian mengenai persepsi masyarakat Muslim terhadap program CSR berbasis syariah di industri lokal masih terbatas. Darus et al. (2014) menitikberatkan pembahasan pada praktik CSR lembaga keuangan Islam di Malaysia, sedangkan Khurshid et al. (2014) berfokus pada pengembangan model ICSR secara normatif. Penelitian lain juga lebih banyak mengulas pelaporan ISR, maqashid syariah, dan hubungan CSR dengan reputasi perusahaan (Syurmita & Fircarina, 2020; Putri & Sari, 2023). Kajian yang menghubungkan persepsi masyarakat dengan implementasi nyata program sosial berbasis syariah pada sektor industri lokal belum berkembang secara memadai, khususnya dalam konteks keberlanjutan sosial dan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Selain itu, sebagian penelitian masih menempatkan CSR syariah sebatas instrumen filantropi perusahaan, padahal konsep syariah menuntut integrasi antara tanggung jawab spiritual, sosial, dan ekologis secara bersamaan (Triuwono, 2012). Keterbatasan kajian empiris tersebut menyebabkan pemahaman mengenai efektivitas program CSR syariah dalam membangun legitimasi sosial masyarakat Muslim masih belum komprehensif.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini memiliki relevansi akademik dan praktis untuk memperluas kajian mengenai hubungan antara implementasi CSR berbasis syariah dan persepsi masyarakat Muslim terhadap industri lokal. Penelitian ini juga memberikan kontribusi terhadap penguatan literatur Islamic Corporate Social Responsibility melalui pendekatan maqashid syariah dan Shariah Enterprise Theory sebagai dasar analisis sosial perusahaan (Triuwono, 2000). Selain itu, penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi perusahaan syariah dalam merancang program sosial yang lebih partisipatif, transparan, dan berorientasi pada pemberdayaan masyarakat. Hasil penelitian diharapkan mampu membantu korporasi memahami faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan publik terhadap program CSR berbasis nilai syariah. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi masyarakat Muslim terhadap program CSR berbasis nilai syariah yang dijalankan oleh industri lokal serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas sosial program tersebut.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan desain deskriptif-analitis untuk mengkaji persepsi masyarakat Muslim terhadap program Corporate Social Responsibility (CSR) berbasis nilai syariah pada industri lokal. Penelitian kualitatif dipilih karena penelitian ini berupaya memahami makna, persepsi, dan interpretasi sosial masyarakat terhadap implementasi tanggung jawab sosial perusahaan dalam perspektif syariah. Desain deskriptif digunakan untuk menggambarkan fenomena sosial secara sistematis berdasarkan data konseptual dan empiris yang diperoleh dari berbagai sumber ilmiah. Penelitian ini juga menempatkan realitas sosial sebagai bagian yang dipengaruhi oleh nilai agama, etika bisnis, dan praktik kelembagaan yang berkembang dalam industri syariah. Pendekatan tersebut memungkinkan penelitian menjelaskan hubungan antara implementasi program CSR syariah, tingkat literasi masyarakat, serta legitimasi sosial perusahaan di lingkungan Muslim.

Penelitian ini menerapkan pendekatan normatif-konseptual yang dipadukan dengan pendekatan studi literatur. Pendekatan normatif digunakan untuk menganalisis prinsip-prinsip syariah yang melandasi praktik Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR), terutama konsep maqashid syariah, masalah, dan Shariah Enterprise Theory yang berkembang dalam literatur akuntansi syariah (Triyuwono, 2000; Dusuki & Abdullah, 2007). Sementara itu, pendekatan studi literatur digunakan untuk mengidentifikasi temuan empiris terkait persepsi masyarakat Muslim terhadap implementasi program CSR syariah di sektor industri dan lembaga keuangan syariah. Penelitian memanfaatkan pendekatan tersebut karena isu CSR syariah tidak hanya berkaitan dengan aspek ekonomi, tetapi juga mencakup dimensi sosial, spiritual, dan moral yang membutuhkan analisis interpretatif secara mendalam. Selain itu, pendekatan literatur memungkinkan penelitian menghubungkan teori, regulasi, dan fenomena empiris secara lebih sistematis sehingga menghasilkan pemahaman yang komprehensif mengenai efektivitas CSR berbasis syariah.

Objek penelitian ini mencakup implementasi program CSR berbasis nilai syariah pada industri lokal serta persepsi masyarakat Muslim terhadap pelaksanaan program tersebut. Penelitian menggunakan sumber data sekunder yang berasal dari buku ilmiah, artikel jurnal nasional dan internasional, regulasi pemerintah, serta laporan akademik yang relevan dengan tema Islamic Corporate Social Responsibility. Penelitian memanfaatkan berbagai literatur yang membahas Islamic Social Reporting, maqashid syariah, tata kelola syariah, dan pengaruh CSR terhadap reputasi perusahaan (Darus et al., 2013; Hasan et al., 2021). Selain itu, penelitian juga menggunakan data konseptual mengenai praktik komodifikasi agama dan fenomena shariah-washing dalam industri syariah sebagai bagian dari analisis kritis terhadap implementasi CSR berbasis nilai Islam (Faddad & Mardiah, 2020; Purwanti, 2025). Pemilihan sumber data dilakukan secara purposive dengan mempertimbangkan relevansi substansi, kredibilitas akademik, dan keterkaitan langsung dengan fokus penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dan telaah literatur secara sistematis terhadap referensi yang berkaitan dengan CSR syariah dan persepsi masyarakat Muslim. Penelitian mengumpulkan data dengan membaca, mengidentifikasi, mengelompokkan, dan membandingkan berbagai konsep serta hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian. Proses pengumpulan data juga mencakup penelaahan terhadap regulasi nasional yang mengatur kewajiban CSR perusahaan dan pelaksanaan tanggung jawab sosial pada industri syariah di Indonesia. Penelitian kemudian melakukan seleksi sumber untuk memastikan bahwa seluruh data yang digunakan memiliki keterkaitan langsung dengan isu Islamic Corporate Social Responsibility, Islamic Social Reporting, dan maqashid syariah. Teknik dokumentasi dipilih

karena penelitian berfokus pada pengkajian konsep, regulasi, dan temuan empiris yang telah dipublikasikan dalam sumber akademik terpercaya.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara interpretatif. Penelitian terlebih dahulu mengelompokkan data berdasarkan tema utama, seperti konsep ICSR, persepsi masyarakat Muslim, literasi keuangan syariah, serta tantangan implementasi CSR berbasis syariah. Selanjutnya, penelitian menafsirkan hubungan antara teori maqashid syariah, Shariah Enterprise Theory, dan praktik sosial perusahaan dalam konteks industri lokal (Triuwono, 2012; Khurshid et al., 2014). Penelitian juga membandingkan berbagai hasil penelitian terdahulu untuk menemukan pola kesamaan maupun perbedaan dalam implementasi CSR syariah di masyarakat Muslim. Tahap akhir analisis dilakukan dengan menyusun interpretasi kritis mengenai efektivitas program CSR berbasis syariah dalam membangun legitimasi sosial, meningkatkan kepercayaan publik, dan memperkuat pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Implementasi CSR Syariah sebagai Instrumen Legitimasi Sosial**

Hasil kajian menunjukkan bahwa perusahaan berbasis syariah memanfaatkan program Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai instrumen untuk membangun legitimasi sosial di tengah masyarakat Muslim. Perusahaan tidak hanya menyalurkan bantuan sosial dalam bentuk filantropi, tetapi juga mengintegrasikan nilai maqashid syariah ke dalam aktivitas sosial dan ekonomi perusahaan. Implementasi tersebut terlihat melalui program pemberdayaan usaha mikro, bantuan pendidikan, penyediaan fasilitas kesehatan, dan pembinaan sertifikasi halal bagi pelaku usaha lokal. Pendekatan tersebut memperlihatkan bahwa CSR syariah memiliki orientasi yang lebih luas dibandingkan CSR konvensional karena perusahaan menempatkan kemaslahatan publik sebagai tujuan utama aktivitas sosialnya (Dusuki & Abdullah, 2007). Perusahaan syariah juga memanfaatkan prinsip keadilan distribusi dan tanggung jawab sosial sebagai bagian dari upaya menjaga hubungan harmonis antara korporasi dan masyarakat sekitar (Darus et al., 2013).

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa masyarakat Muslim memberikan respons positif terhadap perusahaan yang menjalankan program sosial secara konsisten dan sesuai dengan prinsip syariah. Masyarakat menilai bahwa perusahaan yang menerapkan CSR berbasis syariah memiliki tingkat kepedulian sosial yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan yang hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi. Persepsi tersebut muncul karena masyarakat melihat adanya kesesuaian antara nilai agama dan praktik bisnis yang dijalankan perusahaan. Hasan et al. (2021) menjelaskan bahwa implementasi Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) mampu membangun citra positif perusahaan dan meningkatkan loyalitas masyarakat terhadap lembaga bisnis syariah. Kondisi tersebut memperkuat pandangan bahwa legitimasi sosial perusahaan tidak hanya dibangun melalui profitabilitas, tetapi juga melalui kontribusi nyata terhadap kesejahteraan masyarakat.

Analisis penelitian juga menunjukkan bahwa legitimasi sosial perusahaan syariah dipengaruhi oleh kualitas implementasi program CSR di lapangan. Masyarakat tidak hanya menilai besarnya dana sosial yang disalurkan, tetapi juga memperhatikan keberlanjutan program dan dampaknya terhadap kehidupan ekonomi lokal. Program CSR yang bersifat pemberdayaan dinilai lebih efektif dibandingkan program bantuan sesaat yang hanya berorientasi pada kegiatan seremonial. Khurshid et al. (2014) menyatakan bahwa model ICSR yang efektif harus mampu menciptakan keseimbangan antara tujuan ekonomi, sosial, dan spiritual perusahaan. Oleh sebab

itu, perusahaan syariah perlu mengarahkan program CSR pada penguatan kapasitas masyarakat agar kontribusi sosial perusahaan menghasilkan dampak jangka panjang.

### **Maqashid Syariah sebagai Dasar Orientasi Program CSR**

Penelitian menemukan bahwa konsep maqashid syariah menjadi fondasi utama dalam pembentukan orientasi CSR berbasis nilai Islam. Perusahaan syariah tidak hanya menjalankan aktivitas sosial sebagai kewajiban hukum perusahaan, tetapi juga sebagai bentuk tanggung jawab moral dan spiritual terhadap masyarakat. Implementasi maqashid syariah terlihat melalui perlindungan terhadap aspek agama, jiwa, akal, harta, dan kesejahteraan sosial masyarakat. Perusahaan menerjemahkan prinsip tersebut ke dalam berbagai program seperti bantuan pendidikan, pemberdayaan ekonomi masyarakat, fasilitas kesehatan, dan pembinaan usaha halal. Konsep tersebut sejalan dengan pandangan Darus et al. (2013) yang menyatakan bahwa ICSR harus diarahkan untuk menciptakan kemaslahatan publik melalui perlindungan kebutuhan dasar manusia.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Muslim lebih mudah menerima program CSR yang memiliki keterkaitan langsung dengan kebutuhan sosial mereka. Program pemberdayaan ekonomi berbasis syariah memperoleh respons positif karena masyarakat menilai program tersebut mampu meningkatkan kesejahteraan secara nyata. Perusahaan yang menyediakan pelatihan usaha, bantuan modal berbasis syariah, dan sertifikasi halal dianggap lebih berkontribusi terhadap penguatan ekonomi masyarakat lokal. Hanic dan Smolo (2023) menjelaskan bahwa pendekatan CSR berbasis Islam menempatkan kesejahteraan masyarakat sebagai bagian integral dari aktivitas bisnis perusahaan. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa masyarakat tidak hanya mengharapkan bantuan material, tetapi juga menginginkan keberlanjutan ekonomi yang mampu meningkatkan kualitas hidup mereka.

Analisis penelitian juga menemukan bahwa penerapan maqashid syariah dalam CSR memperkuat hubungan emosional antara masyarakat dan perusahaan. Masyarakat melihat perusahaan syariah sebagai institusi yang tidak sekadar menjalankan fungsi bisnis, tetapi juga menjalankan tanggung jawab sosial berdasarkan nilai agama. Persepsi tersebut meningkatkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan dan memperkuat legitimasi sosial korporasi di lingkungan Muslim. Triyuwono (2012) menegaskan bahwa akuntansi dan tanggung jawab sosial syariah harus menempatkan nilai ketuhanan sebagai pusat orientasi aktivitas ekonomi. Dengan demikian, perusahaan syariah perlu mempertahankan integrasi antara tujuan bisnis dan tujuan sosial agar praktik CSR tetap relevan dengan kebutuhan masyarakat Muslim.

### **Persepsi Masyarakat terhadap Transparansi dan Akuntabilitas CSR Syariah**

Penelitian menunjukkan bahwa transparansi dan akuntabilitas menjadi faktor penting yang memengaruhi persepsi masyarakat terhadap implementasi CSR syariah. Masyarakat cenderung memberikan kepercayaan lebih besar kepada perusahaan yang menyampaikan laporan sosial secara terbuka dan konsisten. Transparansi tersebut mencakup informasi mengenai sumber dana sosial, bentuk program yang dijalankan, sasaran penerima manfaat, dan dampak program terhadap masyarakat. Perusahaan yang tidak memberikan informasi secara jelas cenderung menghadapi keraguan publik terhadap komitmen sosial mereka. Cahya (2021) menjelaskan bahwa Islamic Social Reporting (ISR) berfungsi sebagai instrumen untuk memperkuat keterbukaan informasi sosial perusahaan dalam perspektif syariah.

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa masyarakat Muslim semakin kritis terhadap praktik tanggung jawab sosial perusahaan. Masyarakat tidak lagi menerima klaim sosial perusahaan secara sepihak, tetapi mulai menilai konsistensi antara laporan CSR dan

implementasi nyata di lapangan. Kondisi tersebut muncul karena meningkatnya kesadaran publik terhadap praktik syariah-washing yang menggunakan simbol keislaman sebagai strategi pencitraan bisnis. Purwanti (2025) menyatakan bahwa praktik pelaporan sosial syariah masih menghadapi kritik karena sebagian perusahaan belum menjalankan implementasi sosial secara substantif. Oleh sebab itu, perusahaan syariah perlu memperkuat sistem pengawasan internal dan pelaporan sosial agar kepercayaan masyarakat tetap terjaga.

Analisis penelitian menunjukkan bahwa transparansi juga berkaitan dengan kualitas tata kelola perusahaan syariah. Perusahaan yang melibatkan Dewan Pengawas Syariah dalam pengawasan program CSR memperoleh tingkat legitimasi yang lebih tinggi di mata masyarakat. Kehadiran pengawasan syariah dianggap mampu memastikan bahwa dana sosial digunakan sesuai dengan prinsip Islam dan kebutuhan masyarakat. Triyuwono (2000) menjelaskan bahwa Shariah Enterprise Theory menempatkan akuntabilitas kepada Tuhan, manusia, dan lingkungan sebagai dasar utama tanggung jawab perusahaan. Dengan demikian, perusahaan syariah perlu mengembangkan sistem pelaporan sosial yang tidak hanya memenuhi regulasi formal, tetapi juga mampu memperlihatkan integritas moral perusahaan kepada publik.

### **Rendahnya Literasi Masyarakat terhadap Konsep CSR Syariah**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rendahnya tingkat literasi masyarakat terhadap konsep keuangan dan CSR syariah masih menjadi hambatan utama dalam efektivitas program sosial perusahaan. Sebagian masyarakat belum memahami perbedaan mendasar antara sistem syariah dan sistem konvensional, terutama dalam aspek akad, mekanisme distribusi dana sosial, dan prinsip tanggung jawab sosial berbasis Islam. Kondisi tersebut menyebabkan masyarakat sering menilai program CSR syariah hanya sebagai bentuk bantuan sosial biasa tanpa memahami orientasi maqashid syariah di balik program tersebut. Putri dan Sari (2023) menjelaskan bahwa persepsi masyarakat terhadap lembaga syariah dipengaruhi oleh tingkat pemahaman mereka terhadap konsep Islamic Corporate Social Responsibility. Rendahnya literasi tersebut juga meningkatkan potensi munculnya kesalahpahaman terhadap implementasi program sosial perusahaan.

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa masyarakat masih mengalami kebingungan terhadap akad sosial seperti Qard al-Hasan. Sebagian penerima manfaat menganggap bantuan modal berbasis Qard al-Hasan sebagai hibah penuh yang tidak perlu dikembalikan kepada perusahaan. Persepsi tersebut bertentangan dengan konsep dasar akad Qard al-Hasan yang menempatkan pinjaman sebagai dana sosial bergulir yang wajib dikembalikan agar dapat dimanfaatkan oleh kelompok masyarakat lain. Kondisi ini menyebabkan perusahaan menghadapi kendala dalam menjaga keberlanjutan dana sosial yang disalurkan kepada masyarakat. Salimudin dan Jubaedah (2024) menegaskan bahwa implementasi ICSR membutuhkan edukasi masyarakat agar program sosial syariah dapat berjalan sesuai prinsip syariah dan tujuan kemaslahatan publik.

Analisis penelitian menunjukkan bahwa perusahaan syariah perlu meningkatkan strategi edukasi publik sebagai bagian dari pelaksanaan CSR. Perusahaan tidak cukup hanya menyalurkan bantuan sosial, tetapi juga perlu memberikan pemahaman mengenai prinsip-prinsip syariah yang mendasari program tersebut. Edukasi tersebut dapat dilakukan melalui sosialisasi akad syariah, pelatihan literasi keuangan Islam, dan pendampingan masyarakat penerima manfaat. Hendar et al. (2021) menjelaskan bahwa implementasi tanggung jawab sosial syariah harus memperhatikan aspek pemahaman masyarakat agar tujuan maqashid syariah dapat tercapai secara optimal. Oleh karena itu, keberhasilan CSR syariah sangat bergantung pada kemampuan perusahaan membangun komunikasi yang efektif dengan masyarakat.

---

## **Komodifikasi Agama dan Risiko Syariah-Washing**

Penelitian menemukan bahwa meningkatnya penggunaan simbol keislaman dalam praktik bisnis juga memunculkan risiko komodifikasi agama dalam implementasi CSR syariah. Perusahaan memanfaatkan identitas syariah sebagai strategi untuk membangun citra religius di tengah meningkatnya pasar Muslim perkotaan. Kondisi tersebut mendorong sebagian perusahaan menggunakan program sosial berbasis Islam sebagai alat promosi tanpa diikuti implementasi sosial yang substantif. Faddad dan Mardiah (2020) menjelaskan bahwa komodifikasi agama terjadi ketika nilai-nilai keislaman diubah menjadi instrumen komersial demi kepentingan pasar. Fenomena tersebut menyebabkan sebagian masyarakat mulai mempertanyakan keaslian komitmen sosial perusahaan syariah.

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa masyarakat Muslim memiliki sensitivitas tinggi terhadap ketidaksesuaian antara simbol agama dan praktik sosial perusahaan. Masyarakat cenderung memberikan penilaian negatif terhadap perusahaan yang hanya menampilkan identitas syariah secara simbolik tanpa kontribusi nyata terhadap masyarakat. Praktik tersebut memunculkan fenomena syariah-washing yang mirip dengan praktik greenwashing dalam isu lingkungan. Purwanti (2025) menjelaskan bahwa sebagian perusahaan masih menggunakan pelaporan sosial syariah sebagai alat pencitraan tanpa memperkuat implementasi sosial secara konkret. Kondisi tersebut dapat menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap industri syariah secara keseluruhan.

Analisis penelitian menunjukkan bahwa perusahaan syariah perlu memperkuat integritas tata kelola untuk mencegah praktik komodifikasi agama. Perusahaan harus memastikan bahwa seluruh program CSR benar-benar memberikan manfaat sosial yang dapat dirasakan masyarakat secara langsung. Penguatan sistem audit syariah dan keterlibatan Dewan Pengawas Syariah menjadi penting untuk memastikan kesesuaian antara pelaporan sosial dan implementasi program di lapangan. Arsad et al. (2022) menegaskan bahwa pengungkapan CSR berbasis maqashid syariah harus mencerminkan nilai kemaslahatan dan keadilan sosial secara substantif. Dengan demikian, perusahaan syariah perlu membangun praktik CSR yang berbasis integritas agar masyarakat tetap mempercayai institusi bisnis syariah.

## **Dampak Strategis CSR Syariah terhadap Pemberdayaan Industri Lokal**

Penelitian menunjukkan bahwa program CSR berbasis syariah memiliki dampak signifikan terhadap penguatan ekonomi masyarakat dan industri lokal. Perusahaan yang mengarahkan dana CSR pada program pemberdayaan usaha mikro mampu membantu masyarakat meningkatkan kapasitas produksi dan memperluas akses pasar. Program pendampingan sertifikasi halal, pelatihan usaha, dan bantuan modal syariah memberikan manfaat langsung bagi pelaku usaha lokal dalam meningkatkan daya saing produk mereka. Oktaviana et al. (2024) menjelaskan bahwa Islamic Social Reporting berperan penting dalam meningkatkan integritas dan keberlanjutan usaha kecil dan menengah berbasis syariah di Indonesia. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa CSR syariah tidak hanya berfungsi sebagai instrumen sosial, tetapi juga sebagai strategi pembangunan ekonomi lokal.

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa masyarakat lebih menghargai program CSR yang memberikan dampak ekonomi jangka panjang dibandingkan bantuan konsumtif jangka pendek. Program pemberdayaan dinilai mampu menciptakan kemandirian ekonomi dan memperkuat ketahanan sosial masyarakat lokal. Perusahaan yang membantu proses sertifikasi halal dan legalitas usaha memperoleh apresiasi lebih besar karena masyarakat melihat adanya kontribusi nyata terhadap peningkatan kualitas usaha mereka. Syurmita dan Fircarina (2020)

menjelaskan bahwa implementasi ICSR berpengaruh terhadap reputasi perusahaan karena masyarakat menilai perusahaan memiliki kepedulian sosial yang konkret. Oleh sebab itu, perusahaan syariah perlu mengarahkan strategi CSR pada pengembangan kapasitas ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

Analisis penelitian juga menunjukkan bahwa integrasi nilai syariah dalam program pemberdayaan lokal mampu memperkuat hubungan sosial antara perusahaan dan masyarakat. Masyarakat melihat perusahaan sebagai mitra sosial yang membantu meningkatkan kesejahteraan ekonomi tanpa meninggalkan prinsip keadilan dan keberlanjutan. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa CSR syariah memiliki potensi besar untuk memperkuat pembangunan ekonomi berbasis komunitas Muslim. Kartini (2020) menjelaskan bahwa transformasi konsep CSR modern menuntut perusahaan untuk mengintegrasikan aspek keberlanjutan sosial dan ekonomi ke dalam strategi bisnis perusahaan. Dengan demikian, implementasi CSR syariah yang berbasis pemberdayaan lokal dapat menjadi model pembangunan sosial yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat Muslim memberikan persepsi positif terhadap program Corporate Social Responsibility (CSR) berbasis nilai syariah ketika perusahaan mampu menjalankan tanggung jawab sosial secara konsisten, transparan, dan sesuai dengan prinsip maqashid syariah. Masyarakat menilai bahwa implementasi CSR syariah tidak hanya berkaitan dengan aktivitas filantropi, tetapi juga mencerminkan komitmen moral perusahaan terhadap kesejahteraan sosial, keadilan ekonomi, dan keberlanjutan lingkungan (Sari & Murwaningsari, 2023). Program pemberdayaan ekonomi lokal, pendampingan usaha halal, dan bantuan sosial berbasis syariah meningkatkan legitimasi sosial perusahaan di lingkungan masyarakat Muslim. Penelitian ini juga menemukan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat dipengaruhi oleh kualitas akuntabilitas sosial perusahaan serta kemampuan perusahaan mengintegrasikan nilai agama ke dalam praktik bisnis secara substantif. Di sisi lain, rendahnya literasi masyarakat mengenai konsep keuangan dan tanggung jawab sosial syariah masih menjadi hambatan dalam optimalisasi implementasi CSR berbasis nilai Islam.

Secara teoritis, penelitian ini memperkuat konsep Islamic Corporate Social Responsibility yang berlandaskan maqashid syariah dan Shariah Enterprise Theory sebagai kerangka akuntabilitas sosial perusahaan syariah. Penelitian ini memperlihatkan bahwa perusahaan syariah tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham, tetapi juga kepada masyarakat, lingkungan, dan nilai ketuhanan yang menjadi dasar aktivitas ekonomi Islam. Secara praktis, hasil penelitian memberikan gambaran bahwa perusahaan perlu mengarahkan program CSR pada pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan agar manfaat sosial dapat dirasakan secara nyata. Perusahaan juga perlu memperkuat sistem transparansi dan pelaporan sosial berbasis Islamic Social Reporting untuk menjaga kepercayaan masyarakat terhadap institusi bisnis syariah. Selain itu, perusahaan syariah perlu mengembangkan program edukasi publik mengenai akad dan konsep sosial syariah agar masyarakat memiliki pemahaman yang lebih baik terhadap implementasi CSR berbasis nilai Islam.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada penggunaan pendekatan studi literatur dan data sekunder sehingga penelitian belum menggambarkan persepsi masyarakat secara langsung melalui observasi lapangan atau wawancara mendalam. Penelitian juga lebih banyak memfokuskan pembahasan pada aspek konseptual dan analisis teoritis mengenai implementasi CSR syariah di industri lokal. Kondisi tersebut menyebabkan variasi persepsi masyarakat dari

berbagai kelompok sosial, wilayah, dan tingkat pendidikan belum tergambarkan secara komprehensif. Selain itu, penelitian belum membandingkan implementasi CSR syariah antara sektor industri yang berbeda sehingga hasil penelitian masih bersifat umum dalam konteks industri lokal berbasis syariah. Keterbatasan tersebut membuka peluang bagi penelitian lanjutan untuk menghasilkan analisis empiris yang lebih mendalam mengenai efektivitas program CSR syariah dalam masyarakat Muslim.

Penelitian selanjutnya perlu menggunakan pendekatan empiris melalui survei, wawancara, atau studi kasus lapangan agar dapat menggambarkan persepsi masyarakat Muslim secara lebih spesifik dan terukur. Penelitian berikutnya juga perlu membandingkan implementasi CSR syariah pada berbagai sektor industri untuk mengetahui model program sosial yang paling efektif dalam meningkatkan legitimasi sosial perusahaan. Lembaga keuangan syariah dan industri lokal perlu memperkuat edukasi publik mengenai prinsip akad sosial syariah agar masyarakat memahami mekanisme dan tujuan program CSR secara tepat. Regulator dan lembaga pengawas syariah juga perlu menyusun standar pelaporan CSR syariah yang lebih terintegrasi untuk mencegah praktik syariah-washing dan meningkatkan kualitas akuntabilitas sosial perusahaan. Dengan penguatan regulasi, edukasi, dan tata kelola sosial yang lebih baik, implementasi CSR berbasis nilai syariah berpotensi memperkuat pembangunan ekonomi masyarakat Muslim secara inklusif dan berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, M. S. (2001). *Bank syariah dari teori ke praktik*. Gema Insani.
- Arsad, S., Said, R., Yusoff, H., & Ahmad, R. (2022). Islamic corporate social responsibility disclosure index: The application of maqasid shari'ah and maslahah. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(7), 988–1006. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v12-i7/14331>
- Cahya, B. T. (2021). *Islamic social reporting: Transformasi konsep tanggung jawab sosial perusahaan berbasis syariah*. Kencana.
- Darus, F., Amran, A., Nejati, M., & Yusoff, H. (2014). Corporate social responsibility towards the community: Evidence from Islamic financial institutions in Malaysia. *International Journal of Green Economics*, 8(3–4), 273–287. <https://doi.org/10.1504/IJGE.2014.067729>
- Darus, F., Yusoff, H., Abang Naim, D. M., Zain, M. M., Amran, A., Fauzi, H., & Purwanto, Y. (2013). Islamic corporate social responsibility (I-CSR) framework from the perspective of maqasid al-shari'ah and maslahah. *Issues in Social and Environmental Accounting*, 7(2), 102–112. <https://doi.org/10.22164/isea.v7i2.77>
- Dusuki, A. W., & Abdullah, N. I. (2007). Maqasid al-shari'ah, maslahah, and corporate social responsibility. *American Journal of Islam and Society*, 24(1), 25–45. <https://doi.org/10.35632/ajis.v24i1.415>
- Faddad, Z., & Mardiah, A. (2020). Komodifikasi agama dalam gerakan Majelis Tafsir Al-Qur'an (MTA) di Surakarta. *Religió: Jurnal Studi Agama-Agama*, 10(1), 118–139. <https://doi.org/10.15642/religio>
- Hanic, A., & Smolo, E. (2023). Islamic approach to corporate social responsibility: An international model for Islamic banks. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 16(1), 175–191. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-07-2021-0284>

- 
- Hasan, I., Farida, L., & Kholilah, K. (2021). The role of Islamic corporate social responsibility in building corporate image to increase customer loyalty. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 17(2), 83–94. <https://doi.org/10.21067/jem.v17i2.5334>
- Hendar, J., Chotidjah, N., & Rohman, A. (2021). Implementasi tanggung jawab sosial perusahaan pada perbankan syariah ditinjau dari maqashid syariah. *Anterior Jurnal*, 20(3), 70–79.
- Kartini, D. (2020). *Corporate social responsibility: Transformasi konsep sustainability management dan implementasi di Indonesia*. Refika Aditama.
- 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>
- Oktaviana, U. K., Jaya, T. J., & Miranti, T. (2024). The role of Islamic social reporting (ISR) in enhancing corporate integrity for small and medium enterprises (SMEs) in Indonesia. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 13(2), 747–770.
- Purwanti, A. (2025). Bibliometric mapping of research on Islamic environmental social responsibility reporting. *The ES Accounting and Finance*, 4(1), 152–167.
- Putri, A., & Sari, R. (2023). Pengaruh pelaporan Islamic corporate social responsibility (ICSR) berbasis maqashid syariah terhadap persepsi masyarakat terhadap bank syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 11(1), 22–35.
- Salimudin, M., & Jubaedah, D. (2024). Islamic corporate social responsibility (ICSR): Kerangka konseptual dan pelaporan berdasarkan maqashid syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(3), 2448–2458. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i3.14087>
- Sari, B. O., & Murwaningsari, E. (2023). The effect of ESG disclosure and environmental investment on corporate performance with green initiatives as a moderation variable. *Trisakti Economic Journal*, 3125–3134.
- Syurmita, R., & Fircarina, M. (2020). Pengaruh Islamic corporate social responsibility (ICSR) dan zakat terhadap reputasi perusahaan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 245–256.
- Triyuwono, I. (2000). *Organisasi dan akuntansi syari'ah*. LKiS.
- Triyuwono, I. (2012). *Akuntansi syariah: Perspektif, metodologi, dan teori* (2nd ed.). Rajagrafindo Persada.