

BAB V

PEMBAHASAN

A. Bentuk Implementasi Etika Bisnis dan CSR Model Triple Bottom Line dalam Upaya Meningkatkan Citra Perusahaan

1. Etika Bisnis

Etika merupakan suatu sikap, tindakan, perilaku, yang melekat dan menjadi ciri khas sebagai pedoman hidup dalam kehidupan bermasyarakat. Sedangkan etika bisnis merupakan serangkaian sifat, sikap dan perilaku pelaku bisnis dan perusahaan dalam menjalankan usahanya baik secara positif maupun negatif berkaitan dengan lingkup masyarakat, pelanggan maupun pelaku bisnis serta lingkungan bisnis.¹

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Mayangkara Group Blitar, bahwasanya Mayangkara Group tidak hanya menjalankan bisnis atas dasar profesionalisme berbasis *profit oriented* namun Mayangkara Group membangun bisnisnya didasarkan pada pelayanan yang optimal bagi pelanggan dan kenyamanan pelanggan adalah yang utama serta penerapan etika nilai – nilai bisnis yang religius dan berorientasi ibadah juga diterapkan di Mayangkara Group. Adapun bentuk implementasi atau penerapan etika bisnis tersebut diterapkan diseluruh unit kerja Mayangkara Group.

Pada dasarnya Mayangkara Group telah menerapkan bentuk etika bisnis yang disesuaikan dengan prinsip – prinsip etika bisnis diantaranya:

a. Prinsip otonomi,

Otonomi diartikan sebagai suatu tindakan manusia dalam meletakkan suatu keputusan yang didasarkan pada kesadaran dirinya dalam menentukan sikap yang dianggapnya sesuai. Dalam hal ini Mayangkara Group menerapkan etika bisnis kepada seluruh karyawan untuk menjadikan bekerja sebagai suatu ibadah. Untuk mencapai hal tersebut Mayangkara Group memiliki strategi khusus yaitu

¹ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Prespektif Islam Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm.35

membangun mental ,konsistensi dan *punishment* serta pengawasan terhadap seluruh karyawan sehingga budaya bisnis yang bernilai religius akan terbentuk karena setiap karyawan sudah memiliki mentalitas religius dalam bekerja.

b. Prinsip kejujuran

Dalam menjalankan suatu bisnis sangatlah penting memiliki kejujuran, bisnis bukan lagi kegiatan yang bersifat menipu untuk mencapai keuntungan yang diinginkan melainkan bisnis suatu ajang untuk membuktikan bahwa produk yang dimiliki mempunyai kualitas dan kuantitas yang bagus. Bagi Mayangkara Group kejujuran menjadi hal yang utama, hal ini bisa dibuktikan pada pelayanan SPBU yang ada di Mayangkara Group bahwasanya kejujuran takaran, transparansi dan ijab qobul jual beli yang jelas dan nyata telah diterapkan dalam pelayanan SPBU. Keramahan dan kenyamanan pelanggan juga menjadi yang utama.

c. Prinsip saling menguntungkan

Mencapai keuntungan adalah tujuan utama dalam berbisnis, sehingga dalam berbisnis harusnya tidak ada salah satu pihak yang dirugikan. Mayangkara Group dalam menjalankan bisnisnya menekankan prinsip "*What I can do for you*" yang pada hakikatnya saling memberikan manfaat pada orang lain bukan apa yang kita dapatkan dari orang lain. Jadi, dapat terlihat jelas bahwa saling memberikan manfaat kepada orang lain adalah salah satu prinsip yang dimiliki Mayangkara Group dan dari kedua pihak baik penjual maupun pembeli tidak ada yang dirugikan.

d. Prinsip integritas moral

Dalam menjalankan bisnisnya, Mayangkara Group memiliki integritas moral dengan menjadikan bekerja sebagai ibadah dan memasukkan nilai – nilai religius dalam segala aspek bisnis dan kehidupan sosial. Hal tersebut sesuai dengan visi dan misi yang dimiliki Mayangkara Group yakni menjadi perusahaan kelas dunia,yang sehat menyehatkan, sejahtera mensejahterakan serta memberikan manfaat di dunia dan

bermakna di akhirat. Sehingga perusahaan mengajak seluruh karyawan tidak hanya bekerja dan bahagia untuk kepentingan dunia namun untuk kepentingan akhirat kelak.

2. CSR Model *Triple Bottom Line*

Corporate sosial responsibility (CSR) merupakan suatu bentuk komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi dalam upaya pengembangan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat yang dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dan masyarakat serta berdampak pada masa yang akan datang. Mayangkara Group memiliki program CSR yang sudah berkembang dan terstruktur dengan baik dan bahkan telah berjalan sebelum pemerintah mewajibkan seluruh perusahaan yang ada di Indonesia untuk melakukan kegiatan CSR untuk warga masyarakat. Untuk menjalankan program CSR tersebut, Mayangkara Group memiliki satu unit usaha non profit yang diberi nama *Hariyanto Islamic Centre* (HIC). Selain sebagai lembaga CSR, disini juga sebagai tempat pentasyarufan zakat, infaq dan shadaqah Mayangkara Group.

Mengenai program CSR, Mayangkara Group memiliki prespektif berbeda dibandingkan dengan perusahaan lain. Di Mayangkara Group aspek religiusitas menjadi hal utama yang harus diterapkan dalam segala hal. Jadi, tidak hanya sekedar memberikan tanggung jawab kepada masyarakat sekitar namun diniatkan sebagai pentasyarufan zakat, Infaq dan Shadaqah. Selain itu dalam pelaksanaan CSR terdapat badan pengawas yang mengawasi berjalannya program CSR sehingga CSR dapat tepat sasaran. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti pada saat observasi di Mayangkara Group, berikut adalah bentuk – bentuk program CSR yang ada di Mayangkara Group yang dijalankan melalui *Hariyanto Islamic Centre* (HIC) sebagai berikut :

Tabel 5.1 Program CSR Mayangkara Group 2020

| No | PROGRAM | JUMLAH YANG DIBANTU | | TOTAL | KETERANGAN |
|----|-----------------|---------------------|-------------|-------|------------|
| | | BLITAR | TULUNGAGUNG | | |
| 1 | Dakwah Dan Nada | | | | Off |
| 2 | LBB | | | | Off |

| | | | | | |
|----|---|------|-----|------|---|
| 3 | MESM | | | | Off |
| 4 | TPQ | | | | Off |
| 5 | Beasiswa Putra – Putri Karyawan Tahun 2020 | | | 414 | Putra – Putri Karyawan Seluruh Unit Usaha |
| 6 | Mobil Ambulance Dan Jenazah | | | | |
| 7 | Pasien Lansia/Dhuafa/Tetangga | 266 | 66 | 332 | Jumlah Sasaran HIC Lansia, Yatim, Dhuafa, Mantan Karyawan = 415 |
| 8 | Pasien Yatim/Piatu/Yatim Piatu | 55 | 16 | 71 | |
| 9 | Pasien Mantan Karyawan | 11 | 1 | 12 | |
| 10 | Bantuan Beras Panti/Ponpes | 3600 | 100 | 3700 | |
| 11 | Pengajuan Proposal Bantuan Masjid/Musholla | | | | |
| 12 | Umroh Karyawan 2020 | | | 23 | |
| 13 | Dawet Berkah | | | | Seluruh Unit Usaha |
| 14 | Pasien MESM Anak | 2 | | 2 | |
| 15 | Qurban | 6 | 1 | 7 | |
| 16 | Santunan Anak Yatim Dan Lansia (Bulan Ramadhan) | | | | Tahun 2020 Santunan Diberikan Ke Sejumlah Lansia Di Blitar |
| 17 | Sembako Hari Raya | | | | Lingkungan Sekitar Seluruh Unit Usaha |

Sumber : Data dari HIC Mayangkara Group tahun 2020

Keterangan : Tanda “off” merah, kegiatan CSR masih dihentikan karena adanya pandemi Covid - 19

Adapun kaitannya dengan CSR model *triple bottom line*, dalam menjalankan program CSR, suatu perusahaan tidak hanya menfokuskan tanggung jawab sosialnya dalam hal profit saja, dalam hal ini perusahaan tidak boleh mengabaikan tiga prinsip yaitu sosial (*social line*), ekonomi (*economic line*) dan lingkungan (*enviromental line*) atau yang dikenal

dengan istilah *triple bottom line*. Ditinjau dari ketiga prinsip tersebut, program CSR Mayangkara Group sudah ditata sedemikian rupa, hal ini bisa dilihat dari segi :

a. *Economic line* (Ekonomi)

Economic line merupakan kerangka *triple bottom line* yang mengacu pada kemampuan ekonomi sebagai salah satu subsistem keberlanjutan untuk bertahan hidup dan berkembang ke masa depan untuk mendukung generasi masa depan.² Berkaitan dengan hal ini, pada dasarnya Mayangkara Group tidak membuat anggaran khusus dalam menjalankan CSR, dan jika ditaksir dengan nilai ekonomi, CSR yang diberikan oleh Mayangkara Group sudah melebihi kewajiban CSR dari pemerintah. Namun Mayangkara Group memberikan CSR dilandaskan dengan niat ibadah serta dilandasi nilai keikhlasan semata – mata karena Allah SWT. Adapun jika dilihat dari *economic line*, program LBB, TPQ, MESM serta bantuan beasiswa bagi putra putri karyawan Mayangkara Group melalui program ini telah membuat masyarakat lokal ditingkatkan pengetahuannya baik secara intelektual, emosional maupun spiritual sehingga suatu saat dapat menciptakan sumber daya manusia yang cerdas baik secara rohani maupun spiritual yang nantinya juga akan berguna bagi peningkatan SDM Mayangkara Group pada generasi yang akan datang.

b. *Social line* (Sosial)

Menyadari bahwa masyarakat merupakan *stakeholder* penting bagi perusahaan, karena dukungan merekalah sangat diperlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan. Maka dari itu perusahaan perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat sebesar – besarnya kepada mereka. Sejalan dengan hal tersebut, Mayangkara Group memiliki program CSR yang mayoritas bergerak di bidang sosial dan dari berbagai

² Ricky Michael dkk, *Proram CSR Yayasan Unilever Indonesia Berdasarkan Teori Triple Bottom Line*, Jurnal Pekerjaan Sosial, Vol.2 No.1, Juli 2019, hlm 27

program sosial ini telah mampu memberikan manfaat yang besar untuk masyarakat. Hal ini dapat dilihat melalui program bantuan mobil ambulance dan mobil ambulance jenazah gratis, bantuan sosial untuk perawatan pasien lansia dan dhuafa, bantuan sosial untuk yatim dan yatim piatu, bantuan beras untuk panti dan pondok pesantren, bantuan dana pendirian masjid dan musholla, dawet berkah, pasien MESM anak, qurban dan sembako hari raya, santunan anak yatim serta dakwah dan nada. Dari semua program tersebut merupakan wujud komitmen kepedulian dan tanggung jawab sosial Mayangkara Group dengan masyarakat.

c. *Enviromental line* (Lingkungan)

Enviromental line (lingkungan) merupakan hal yang kaitannya dengan mengoptimalkan usaha perusahaan. Dapat diketahui bahwa dalam menjalankan usaha korporat perlu memperhatikan masyarakat sekitar yang secara tidak langsung memberikan perhatian dengan adanya keberadaan perusahaan. sehingga perusahaan juga perlu memperhatikan keberadaan masyarakat sekitar, melalui interaksi perusahaan dapat mengetahui dan mengenali masyarakat sekitarnya.³ Wujud dari prinsip *enviromental line* (lingkungan) ini dapat dilihat dari keberadaan Masjid Ar- Rahman milik Mayangkara Group ditengah lingkungan masyarakat. Keberadaan masjid ini menjadi wujud kepedulian Mayangkara Group terhadap lingkungan sekitar melalui penyediaan sarana ibadah yang dilengkapi fasilitas dan pelayanan yang ramah dan nyaman sehingga masyarakat yang hendak beribadah lebih nyaman dan *khusyu'* beribadah. Dari hal tersebut membuktikan bahwa Mayangkara Group memperhatikan masyarakat sekitar yang secara tidak langsung masyarakat juga memberikan perhatian dengan adanya keberadaan perusahaan.

Implementasi program CSR model *triple bottom line* sebagai wujud nyata Mayangkara Group untuk menunjukkan rasa kepeduliannya

³ Ricky Michael dkk, *Proram CSR Yayasan Unilever Indonesia Berdasarkan Teori Triple Bottom Line*, Jurnal Pekerjaan Sosial, Vol.2 No.1, Juli 2019, hlm 26

terhadap masyarakat sekitar dan sebagai tanggung jawab sosial dari perusahaan untuk memberikan bantuan terhadap masyarakat. Berikut adalah dokumentasi program – program CSR Mayangkara Group yang didapatkan peneliti pada saat observasi di Mayangkara Group.

1. Program bantuan mobil ambulance dan ambulance jenazah gratis

Program bantuan mobil ambulance dan mobil jenazah ini diberikan kepada masyarakat untuk melayani penjemputan maupun pengantaran pasien ataupun jenazah secara gratis beserta fasilitas sopir gratis dari Mayangkara Group.



Gambar 5.1 Bantuan mobil ambulance gratis

(Sumber: Data dari SDM Mayangkara Group)

2. Program sembako rutin per bulan untuk yatim/piatu

Program sembako rutin per bulan untuk yatim/piatu yang ada di wilayah unit kerja Mayangkara Group yang ada di Blitar dan Tulungagung.



Gambar 5.2 Program sembako rutin per bulan untuk yatim/piatu
(Sumber: Data dari SDM Mayangkara Group)

3. Program perawatan pasien lansia miskin

Program perawatan pasien lansia miskin diberikan kepada lansia yang membutuhkan bantuan, bantuan yang diberikan berupa kebutuhan pokok dan juga kebutuhan dasar yang dibutuhkan lansia.



Gambar 5.3 Program perawatan pasien lansia miskin
(Sumber: Data dari SDM Mayangkara Group)

4. Program santunan anak yatim dan lansia

Program santunan anak yatim dan lansia diberikan oleh Mayangkara Group rutin setiap bulan ramadhan sebagai wujud kepedulian Mayangkara Group terhadap anak yatim dan dhuafa serta lansia.



Gambar 5.4 Santunan anak yatim dan lansia
(Sumber: Data dari SDM Mayangkara Group)

5. Program lembaga bimbingan belajar gratis

Program lembaga bimbingan belajar gratis kepada siswa dan siswi mulai dari jenjang SMP – SMA, adapun LBB ini pada dasarnya diperuntukkan bagi yang tidak mampu dan juga bagi anak – anak karyawan Mayangkara Group. Namun tidak menutup kemungkinan untuk semua kalangan yang ingin mengikuti LBB gratis di Mayangkara Group.



Gambar 5.5 Lembaga bimbingan belajar gratis
(Sumber: Data dari SDM Mayangkara Group)

6. Program MESM dewasa dan remaja

Program manajemen emosional dan spiritual mayangkara (MESM) diadakan setiap satu bulan sekali dan diikuti orang dewasa maupun remaja secara gratis.



Gambar 5.6 MESM dewasa dan remaja

(Sumber: Data dari SDM Mayangkara Group)

7. Program bantuan sarana ibadah

Program bantuan sarana ibadah diberikan Mayangkara Group untuk membantu pendirian masjid/mushola milik masyarakat sekitar.



Gambar 5.7 Program bantuan sarana ibadah

(Sumber: Data dari SDM Mayangkara Group)

8. Program dakwah dan nada

Dakwah dan nada diberikan Mayangkara Group secara gratis untuk masyarakat yang hendak mengundang untuk mengisi acara tertentu. Masyarakat menyediakan pendakwah dan juga grub sholawat gratis untuk masyarakat.



Gambar 5.8 Program dakwah dan nada

(Sumber: Data dari SDM Mayangkara Group)

9. Program qurban

Setiap tahunnya Mayangkara Group menyerahkan bantuan hewan qurban pada hari raya Idul Adha.



Gambar 5.9 Program Qurban Mayangkara Group

(Sumber: Data dari SDM Mayangkara Group)

10. Program beasiswa putra putri anak karyawan

Program beasiswa atau bantuan pendidikan ini diperuntukkan putra dan putri anak – anak karyawan Mayangkara Group yang masih menempuh jenjang pendidikan SD,SMP maupun SMA.



Gambar 5.10 Program beasiswa putra putri anak karyawan

(Sumber: Data dari SDM Mayangkara Group)

11. Program umrah karyawan

Program umrah ini diberikan gratis kepada karyawan yang aktif mengikuti program *qiyamul lail* yang diselenggarakan oleh Mayangkara Group.



Gambar 5.11 Program umrah karyawan

(Sumber: Data dari SDM Mayangkara Group)

12. Program TPQ

Program TPQ diberikan gratis oleh Mayangkara Group dan diperuntukkan untuk karyawan dan masyarakat sekitar yang ada disekitar unit usaha Mayangkara Group.



Gambar 5.12 Program TPQ

(Sumber: Data dari SDM Mayangkara Group)

13. Program Dawet berkah

Program dawet berkah merupakan penyediaan dawet gratis yang diperuntukkan untuk masyarakat dan juga pelanggan SPBU Mayangkara Group.



Gambar 5.13 Program dawet berkah

(Sumber: Data dari SDM Mayangkara Group)

B. Keterkaitan Implementasi Etika Bisnis dan CSR Model Triple Bottom Line dengan Upaya Peningkatkan Citra Perusahaan

Keberadaan perusahaan di tengah masyarakat memunculkan penilaian masyarakat yang dikenal citra perusahaan. citra merupakan aset perusahaan yang tidak mudah ditiru, karena citra merupakan dampak persepsi atas komunikasi dan kondisi yang ada dalam sebuah

perusahaan. Sejalan dengan hal tersebut, Mayangkara Group telah mampu membuktikan ke- eksisannya dengan segala penerapan etika bisnis yang bernilai religius dan penerapan program tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat. Dari berbagai usaha yang telah dilakukan Mayangkara Group nyatanya telah memberikan citra yang positif dalam masyarakat sekitar perusahaan. Hal ini dapat dibuktikan dengan *feedback* masyarakat yang merespon positif dengan keberadaan Mayangkara Group ditengah masyarakat.

Berbagai program dan pelayanan yang diberikan Mayangkara Group yang mempunyai ciri khas religiusitas membuat masyarakat menaruh kepercayaan dan memberikan perhatian lebih terhadap Mayangkara Group sehingga dengan sendirinya dapat membentuk citra positif di masyarakat sekitar. Tidak hanya itu, berbagai penghargaan juga telah didapatkan Mayangkara Group pada program CSR. Berikut merupakan penghargaan yang diberikan Pemerintah Kabupaten Blitar yang telah diterima Mayangkara Group diantaranya :

1. Penghargaan CSR Awards tahun 2015



Gambar 5.14 CSR Awards tahun 2015

(Sumber: Data dari HIC Mayangkara Group)

2. Penghargaan CSR Awards tahun 2017



Gambar 5.15 CSR Awards tahun 2017

(Sumber: Data dari HIC Mayangkara Group)

3. Penghargaan CSR Awards tahun 2018



Gambar 5.16 CSR Awards tahun 2018

(Sumber : Data dari HIC Mayangkara Group)

4. Penghargaan CSR Awards tahun 2019



Gambar 5.17 Piagam CSR Awards 2019

(Sumber: Data dari HIC Mayangkara Group)

Pada dasarnya setiap perusahaan dalam menjalankan setiap kegiatan operasionalnya memiliki tujuannya masing – masing, salah satunya adalah memperoleh keuntungan, meningkatkan citra perusahaan

dan lain sebagainya. Namun, di Mayangkara Group memiliki persepsi berbeda yaitu bisnis yang diniatkan ibadah. Sedangkan citra perusahaan merupakan nilai tambah bagi perusahaan karena telah mampu menerapkan program dan budaya etika bisnis yang baik bagi masyarakat sehingga citra perusahaan akan terbentuk dengan sendirinya. Dari semua penghargaan yang telah diterima bukanlah tujuan utama yang ingin dicapai Mayangkara Group. Namun, bagi Mayangkara Group apapun yang dilakukan diniatkan ibadah dan dilandasi keikhlasan demi kepentingan di akhirat kelak.

C. Kendala dalam Implementasi Etika Bisnis dan CSR Model *Triple Bottom Line* dalam Upaya Meningkatkan Citra Perusahaan

Dalam melaksanakan dan melakukan suatu program tentu ada faktor yang menghambat pencapaian tujuan yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan. Namun, terdapat strategi khusus yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk meminimalisir hambatan tersebut. Berkaitan dengan hal tersebut, dalam pengimplementasian etika bisnis maupun CSR di Mayangkara Group terdapat hambatan yang di hadapi diantaranya adalah sebagai berikut :

a. Kendala dalam etika bisnis

Dalam menerapkan etika bisnis yang berbasis nilai – nilai religius terdapat kendala baik secara intern (faktor dari dalam perusahaan) maupun secara extern (faktor dari luar perusahaan).

1. Faktor internal perusahaan yaitu ada sejumlah karyawan baru yang belum memahami etika dan budaya perusahaan sehingga belum bisa menyesuaikan dengan etika yang telah dibentuk.
2. Faktor external perusahaan yaitu adanya ejekan dari masyarakat yang menganggap etika yang diterapkan terlalu berlebihan karena berbeda dengan perusahaan pada umumnya.

Namun dari berbagai kendala tersebut, semua kendala dapat diminimalisir dengan tindakan tegas dan konsisten dalam hal ini menindak tegas karyawan yang tidak sesuai dengan budaya perusahaan. Hal ini dilakukan untuk mempertahankan bisnis yang religius di Mayangkara Group. Sedangkan faktor external dapat

diminimalisir dengan tetap menjaga kualitas pelayanan dengan baik sehingga ejekan masyarakat dapat sirna dengan sendirinya.

b. Kendala pada program CSR

Selain kendala yang ada pada etika bisnis, dalam CSR juga terdapat kendala – kendala. Karena memang tidak dapat dipungkiri bahwa setiap kegiatan pasti ada hambatan yang menghalangi untuk mencapai tujuan perusahaan. Terdapat beberapa kendala yang dihadapi Mayangkara Group pada penerapan CSR diantaranya :

1. Kondisi pandemi Covid -19 yang sedang melanda Indonesia membuat beberapa program CSR yang melibatkan orang banyak dihentikan sementara sampai kondisi normal kembali.
2. Kendala internal yaitu SDM yang error atau kadang melakukan kesalahan.
3. Banyak oknum masyarakat yang memanfaatkan program gratis yang diberikan Mayangkara Group kemudian memanfaatkannya memungut biaya dari kegiatan tersebut.
4. Kekurangan SDM untuk mendistribusikan CSR untuk lokasi yang jauh.

Namun dari berbagai kendala tersebut, Mayangkara Group telah berupaya meminimalisirnya, untuk kendala pandemi covid 19, Mayangkara Group memiliki keyakinan bahwasanya pada dasarnya setiap musibah yang diberikan berasal dari Allah SWT dan Allah SWT yang akan menghilangkannya dengan sendirinya. Kendala kedua dapat diminimalisir dengan pengawasan ketat dari badan pengawas yang dibentuk oleh Mayangkara Group untuk mengawasi jalannya kegiatan CSR agar tepat sasaran. Kemudian kendala ketiga tetap memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat sehingga masyarakat yang memanfaatkan situasi ini akan ketahuan dengan sendirinya. Kemudian kendala terakhir untuk sementara diminimalisir dengan cara mentransfer bantuan yang jaraknya jauh. Jadi. Dapat disimpulkan bahwasanya segala kendala yang ada telah diminimalisir dengan baik dan diharapkan kendala yang ada dapat berkurang.

D. Kesesuaian Implementasi Etika Bisnis dan CSR Model *Triple Bottom Line* dalam Upaya Meningkatkan Citra Perusahaan Ditinjau dari Prespektif Ekonomi Syariah

Dalam prespektif ekonomi syariah, etika bisnis dan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) merupakan realisasi dari konsep ajaran ihsan sebagai bentuk puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. Ihsan merupakan melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain demi mendapatkan ridho Allah SWT. Dalam hal ini menjalankan bisnis yang tidak hanya untuk kepentingan dunia namun untuk kepentingan akhirat. Secara umum, etika bisnis dan program CSR sudah sesuai dengan prinsip islam. Hal ini dapat dilihat dari penerapan etika bisnis yang religius dan menjadikan bekerja sebagai ibadah yang merupakan suatu perwujudan dari nilai prinsip – prinsip islam dalam berbisnis.

Sedangkan dari aspek CSR juga sudah sesuai dengan syariah, hal ini karena Mayangkara Group tidak hanya menjalankan CSR karena untuk memenuhi kewajiban saja, namun pada penerapannya sudah tepat guna dan tepat sasaran untuk mewujudkan kesejahteraan ekonomi, keadilan, dan distribusi pendapatan yang adil, serta tujuan utamanya adalah ridho dan berkah dari Allah SWT. Tapi lebih dari itu, di dalam CSR Mayangkara Group terdapat pentasyarufan zakat, infaq dan shadaqah serta dilandasi nilai – nilai keikhlasan tidak hanya untuk kepentingan pribadi namun untuk kepentingan semua orang, serta tidak hanya semata – mata untuk kepentingan dunia namun juga mengutamakan kepentingan akhirat kelak.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwasanya penerapan etika bisnis dan CSR yang diterapkan oleh Mayangkara Group pada dasarnya sudah sesuai dengan ketentuan ekonomi syariah, hal ini dapat terlihat dengan penerapan ajaran ihsan dengan melandasi kegiatan dengan nilai – nilai religius dan menjadikan bekerja sebagai ibadah serta tidak hanya mengejar tujuan dunia semata namun menjadikan tujuan akhirat untuk mendapat keridhaan dari Allah SWT.