

**Relevansi *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai-Nilai Ekonomi Islam
Perspektif Mazhab Mainstream**

Bustanul Arifin, Zainal Fanani, M. Muflikhul Khitam

Sekolah Tinggi Agama Islam At-Tahdzib Jombang

Email:

arifelbustany@gmail.com, zainal_fn@yahoo.com, muflichul92@gmail.com.

ABSTRACT

Corporate social responsibility is a program dedicated to the interests of humanity and the environment and is intended to promote human beings, especially those around Environmental sustainability, especially where the company is operated. Corporate Social Responsibility is a concept relevant to the economic values of Islam in the point of view of the Mainstream sect. Researchers divide it into 3 principles, as follows: 1) Corporate Social Responsibility is faced with the principle of compound ownership (Multitype ownership) is relevant to the value of ownership (ownership) and the value of balance (equilibrium). Ownership values include private property and collective ownership. The balance value in terms of balance between right and obligation should be in care. Both of these values are derived from the value of Unity of God. 2) Corporate Social Responsibility if connected with the principle of freedom of action/endeavor (freedom to act) is to the company with the community that belongs to the concept of Khalifat That implies unity and brotherhood. Such freedom is in the context of economic freedom that corresponds to Sharia. 3) Corporate Social Responsibility Judging by the social Justice principles (social Justice) is demonstrated through its identity as part of the company's business ethics in which it applies the principle of fairness. Because in its implications, CSR emphasizes the concept of 3 P (profit, people, and planet) interrelated.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility, Islamic Economy Values, Mainstream Mazhabs.*

A. PENDAHULUAN

*Corporate Social Responsibility*¹ atau dikenal dengan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan merupakan sebuah program yang memang didedikasikan untuk kepentingan kemanusiaan dan lingkungan serta dimaksudkan untuk memartabatkan manusia terutama yang berada di sekitar perusahaan dan untuk *sustainability* lingkungan khususnya dimana perusahaan dioperasikan. Alhasil, manusia dan lingkungan yang ada di sekitar perusahaan dipandang sebagai bagian yang integral dengan perusahaan.²

Corporate Social Responsibility merupakan konsep yang terus berkembang meskipun ia belum memiliki sebuah definisi standar maupun seperangkat kriteria spesifik yang diakui secara penuh oleh pihak-pihak yang terlibat di dalamnya. Secara konseptual, *Corporate Social Responsibility* juga bersinggungan dan bahkan sering dipertukarkan dengan frasa lain, seperti *corporate responsibility*, *corporate sustainability*, *corporate accountability*, *corporate citizenship*, dan *corporate stewardship*. Pengertian *Corporate Social Responsibility* yang relatif lebih mudah dipahami dan dioperasionalkan adalah dengan mengembangkan konsep *Tripple Bottom Lines* (*profit*, *planet* dan *people*) yang digagas Elkington (1998). Dalam bukunya *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business* (1998), Elkington menegaskan bahwa perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*profit*). Melainkan pula, memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*).³

Corporate Social Responsibility tampaknya menjadi menarik untuk dibahas ketika mengetahui sebuah survey yang menyatakan bahwa mayoritas responden (60%) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* seperti etika bisnis, praktik sehat terhadap karyawan,

¹ Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam sejarah modern dikenal sejak Howard R. Bowen menerbitkan bukunya berjudul *Social Responsibilities of The Businessman* pada era 1950-1960 di Amerika Serikat. Pengakuan publik terhadap prinsip-prinsip tanggung jawab sosial yang beliau kemukakan membuat dirinya dinobatkan secara aklamasi sebagai Bapak CSR. Bahkan dalam dekade 1960-an, pemikiran Howard terus dikembangkan oleh berbagai ahli sosiologi bisnis lainnya seperti Keith Davis yang memperkenalkan konsep *Iron Law of Social Responsibility*. Sedangkan Kotler dan Nancy Lee mendefinisikan CSR sebagai “komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui praktek bisnis yang baik dan berkontribusi sebagian sumber daya perusahaan”, lihat Philip Kotler dan Nancy Lee, *Corporate Social Responsibility*, (New Jersey: John Wiley and Sons, Inc, 2005) h.3, lihat juga Hendrik Budi Untung, *Corporate Social Responsibility*, (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2008) h. 37

² Lihat kata sambutan Prof. Dr. Ibnu Hamad, M.Si (Guru Besar FISIP UI) dalam Edi Suharto, *CSR & COMDEV: Investasi Kreatif Perusahaan di Era Globalisasi*, (Bandung: Alfabeta CV, 2010)

³ Lihat Edi Suharto, *CSR & COMDEV: Investasi Kreatif Perusahaan di Era Globalisasi*, (Bandung: Alfabeta CV, 2010) hal.3. Selanjutnya berkaitan dengan konsep ini Edi menambahkannya dengan satu *line* tambahan, yaitu *procedure* Dengan demikian, CSR adalah "Kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*procedure*) yang tepat dan profesional.

dampak terhadap lingkungan, merupakan unsur utama mereka dalam menilai baik atau tidaknya suatu perusahaan. Sedangkan faktor fundamental bisnis, seperti kinerja keuangan, ukuran perusahaan, strategi perusahaan atau manajemen, hanya dipilih oleh 30% responden. Sebanyak 40% responden bahkan mengancam akan "menghukum" perusahaan yang tidak melakukan *Corporate Social Responsibility*. Separo responden berjanji tidak akan mau membeli produk perusahaan yang mengabaikan *Corporate Social Responsibility*. Lebih jauh, mereka akan merekomendasikan hal ini kepada konsumen lain.⁴ Dari sini terlihat betapa pentingnya *Corporate Social Responsibility* untuk meningkatkan kepercayaan konsumen pada perusahaan sehingga keberadaan perusahaan menjadi bagian masyarakat.

Namun, pentingnya *Corporate Social Responsibility* masih diragukan oleh sebagian kalangan industri. Aspek kemanusiaan dari industri menurut sebagian kalangan secara otomatis telah melekat dalam kegiatan bisnisnya. Maka tidak mengherankan jika dalam beberapa dekade terakhir ini, debat yang cukup panas terjadi berkenaan dengan peran dan dampak dunia industri, khususnya bagi perusahaan multinasional (*Multinational Corporation/MNC*) dan investasi langsung dari luar negeri (*Foreign Direct Investment/FDI*) di negara-negara berkembang. Jika dipetakan, sebagian pendapat menyatakan bahwa dunia industri memiliki kontribusi nyata terhadap pembangunan ekonomi dan sosial melalui investasi, lapangan kerja, pajak, dan alih teknologi, pengetahuan dan keahlian. Namun, sebagian lain berpendapat bahwa dunia industri telah menciptakan model pembangunan yang terlalu memuja pertumbuhan (*Trickle Down-Effect Strategy*), menguras sumber daya alam, kurang ramah lingkungan, serta relasi Utara-Selatan yang tidak seimbang. Bahkan cenderung memicu *clash of industrialization* antara Barat dan Timur, antara negara maju dan berkembang, antara sektor manufaktur dan pertanian. Akibatnya banyak negara berkembang, penduduk dan lingkungannya berada pada situasi yang tidak menguntungkan.⁵

Berkaitan dengan CSR, terdapat perdebatan yang cukup panjang diantara para pakar ekonomi. Pandangan cukup ekstrem datang dari salah satu ekonom besar Amerika Serikat, Milton Friedman⁶, ia sudah merumuskan pandangannya tentang tanggung jawab sosial perusahaan dalam bukunya, *Capitalism and Freedom* (1962), tetapi yang menjadi masyhur

⁴ Lihat Edi Suharto, *Corporate Social Responsibility: What Is And Benefits For Corporate* dalam <http://www.policy.hu/suharto/Naskah%20PDF/CSRIntipesanJkt.pdf> diakses pada 25/11/ 2015

⁵ Edi Suharto, *CSR & COMDEV*, (Bandung: Alfabeta CV, 2010) h. 6

⁶ Milton Friedman adalah professor emeritus dari Universitas Chicago dan pemenang nobel bagian ekonomi pada tahun 1976. Ia adalah pelopor utama dari Neoliberalisme, aliran dalam ekonomi yang sedapat mungkin menerapkan pemikiran liberalisme klasik (Adam Smith) pada abad ke- 20

dalam konteks ini adalah tulisan kecilnya yang dimuat dalam *New York Times Magazine*, 13 September 1970, dengan judul *The social responsibility of business is to increase its profits*. Friedman menyimpulkan bahwa doktrin tanggung jawab sosial dari bisnis merusak sistem ekonomi pasar bebas. Lebih jauh lagi dia mengemukakan, “terdapat satu dan hanya satu tanggung jawab sosial untuk bisnis, yakni memanfaatkan sumber dayanya dan melibatkan diri dalam kegiatan-kegiatan yang bertujuan meningkatkan keuntungannya, selama hal itu sebatas aturan-aturan main, artinya melibatkan diri dalam kompetisi yang terbuka dan bebas tanpa penipuan atau kecurangan.”⁷ Bahkan David Henderson dalam bukunya *Misguided Virtue “False Notions of Corporate Social Responsibility”*, melabel CSR sebagai kebaikan yang salah alamat.⁸

Kritik terhadap pernyataan Friedman datang dari Kess Bertens. Baginya tanggung jawab sosial perusahaan adalah kegiatan-kegiatan yang dilakukan demi suatu tujuan sosial yang tidak memperhitungkan untung atau rugi ekonomis, yang mana dalam hal ini berbeda dengan tanggung jawab ekonomi. Ungkapan Bertens mengenai masalah ini menarik untuk dikutip.

“Friedman hanya memperhatikan *the stockholders benefit*. Padahal disamping *stockholders* masih ada banyak *stakeholders* lain yang semuanya berhak diperhatikan dalam pengelolaan bisnis. Jika Friedman menyebut peningkatan keuntungan perusahaan sebagai tanggung jawab sosialnya, sebetulnya ia berbicara tentang tanggung jawab ekonomis saja, bukan tanggung jawab sosial. Jika kita berbicara tentang tanggung jawab sosial perusahaan, kita maksudkan kegiatan-kegiatan yang dilakukan perusahaan demi suatu tujuan sosial dengan tidak memperhitungkan untung atau rugi ekonomis.”

Argumen Bertens dalam masalah ini terlihat dari pernyataannya - yang hemat penulis simpulkan- bahwa tanggung jawab sosial perusahaan boleh dilakukan meskipun secara pamrih, seperti untuk meningkatkan reputasi yang baik di mata masyarakat, tetapi dengan cara yang sama kewajiban perusahaan untuk tidak merusak lingkungan hidup – artinya tanggung jawab sosial dalam arti negatif – bisa diperluas lagi menjadi kinerja sosial dengan secara positif memperjuangkan kualitas lingkungan hidup dan mendukung segala kampanye anti-polusi.⁹ Lebih dalam lagi Hendrik Budi Untung dalam bukunya menjelaskan “CSR bukan sekadar urusan kepedulian sosial, melainkan upaya perusahaan secara sadar untuk

⁷ K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, (Yogyakarta: Kanisius, 2013), h. 316-317, ed. revisi

⁸ David Henderson, *Misguided Virtue “False Notions of Corporate Social Responsibility”*, (London: The Institute of Economic Affairs, 2001)

⁹ Lihat K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, (Yogyakarta: Kanisius, 2013), h. 318-326, ed. revisi

meningkatkan potensi masyarakat serta lingkungan tempat ia beroperasi demi menunjang eksistensinya.”¹⁰

Pandangan Milton Friedman di atas tampaknya ia lebih mengedepankan kepentingan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya (*profit oriented*) dengan tanpa mempunyai kesadaran bahwa untuk mencapai itu ada piramida korban manusia dan kerusakan alam di sisi lain. Berbeda dengan K. Bertens yang mendukung *Corporate Social Responsibility*, menurut peneliti pandangan tersebut *concern* dengan prinsip Ekonomi Islam¹¹ meskipun ia bukan pakar ekonomi Islam. Dari dua sudut pandang yang berbeda ini menunjukkan bahwa kerelatifan pandangan disebabkan karena perbedaan latar belakang pemikiran, metodologi dan kondisi sosial yang melingkupi, sedangkan melihat dari latar belakang terbentuknya *Corporate Social Responsibility* merupakan hasil temuan para pakar ekonomi sekularis. Terlepas dari perdebatan tersebut, Islam sebagai agama yang komprehensif telah memiliki nilai-nilai ekonomi Islam yang sebagai dasar untuk menciptakan ekonomi yang masalah bukan ekonomi yang hanya mencari keuntungan saja (*profit oriented*). Nilai-nilai ekonomi Islam sebagai landasan dan dasar pengembangan ekonomi terdiri dari 5 (lima) nilai universal, yaitu: *tauhid* (keimanan), *‘adl* (keadilan), *nubuwwah* (kenabian), *khilāfah* (pemerintahan)¹², dan *ma’ād* (hasil)¹³. Kelima nilai ini menjadi dasar inspirasi untuk menyusun proposisi-proposisi dan teori-teori ekonomi Islam.¹⁴

¹⁰ Lihat Hendrik Budi Untung, *Corporate Social Responsibility*, (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2008)

¹¹ Prinsip Ekonomi Islam adalah penerapan asas efisiensi dan manfaat dengan serta menjaga kelestarian lingkungan, lihat Salman Saesar, *Pandangan Tentang Ekonomi Islam, ...*hal. 4, lihat juga QS. al-Baqarah: 208, QS. ar-Rūm: 41 dan QS. al-Qashāsh: 77

¹² Implikasi dari prinsip *khilāfah* dalam aktivitas ekonomi dan bisnis adalah: persaudaraan universal, kepercayaan bahwa sumber daya adalah amanah, kewajiban agar berpola hidup hemat dan sederhana, dan setiap individu memiliki kebebasan yang dapat dipertanggungjawabkan dan kebebasan tersebut dibatasi dengan kebebasan antar sesama manusia sebagai wujud dari *hablum minannās*. Semua itu dalam rangka untuk mencapai tujuan syariah (*maqāshid as-syariah*), yang mana *maqāshid as-syariah* dalam perspektif Al-Ghazali adalah untuk menciptakan kemaslahatan dan kesejahteraan manusia. Hal ini dicapai dengan menjaga atau melindungi agama (*hifzu ad-Dīn*), jiwa (*hifzu an-Nafs*), akal (*hifzu al-‘Aql*), keturunan (*hifzu an-Nasl*), dan harta manusia (*hifzu al-Māl*). Lihat Muhammad Umer Chapra, *Islam and The Economic Challenge*, diterjemahkan oleh Nur hadi Ihsan dan Rifqi Amar, *Islam dan Tantangan Ekonomi; Islamisasi Ekonomi Kontemporer* (Surabaya: Risalah Gusti, 1999) cet. 1, h. 220; 229

¹³ Menurut Imam Al-Ghazali implikasi konsep *ma’ād* dalam kehidupan ekonomi dan bisnis misalnya, mendapatkan profit/laba sebagai motivasi para pelaku bisnis. Laba tersebut bisa didapatkan di dunia dan bisa juga kelak akan diterima di akhirat. Karena itu konsep profit/laba mendapatkan legitimasi dalam Islam. Lihat Lihat Adiwarmanto A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*,...h. 42

¹⁴ Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah: Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012) Hal. 9-16, Cet.I, Lihat juga Hendri Hermawan Adinugraha, *Norma dan Nilai dalam Ilmu Ekonomi Islam*, lihat juga Adiwarmanto Azwar Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010)

Konsepsi terkait pengaturan perekonomian Islam kontemporer sampai saat ini dibagi menjadi tiga kategori besar pemikiran ekonomi, *pertama*, kelompok pemikir ekonomi klasik yang dipelopori oleh Baqr al-Sadr dengan mazhab (aliran) *Iqtishādunā*. Corak utama dari aliran ini adalah pemikirannya tentang masalah ekonomi yang muncul karena adanya distribusi yang tidak merata dan tidak adil sebagai akibat dari sistem ekonomi yang membolehkan eksploitasi pihak yang kuat terhadap pihak yang lemah. Aliran ini menolak pernyataan yang menyatakan bahwa masalah ekonomi disebabkan oleh adanya keinginan manusia yang tak terbatas sementara sumber daya alam yang tersedia jumlahnya terbatas. Karena hal tersebut bertentangan dengan firman Allah: “*Sesungguhnya Kami menciptakan segala sesuatu menurut ukuran.*”¹⁵

Kedua, kelompok pemikir ekonomi kontemporer, yang terkenal dengan *mazhab mainstream*. Corak utama dari pemikiran aliran ini adalah kebalikan dari aliran *Iqtishādunā* dalam memandang masalah ekonomi. Menurut aliran ini, masalah ekonomi timbul memang dikarenakan kelangkaan (*scarcity*) sumber daya alam sementara keinginan manusia tidak terbatas. Untuk itu, manusia diarahkan untuk melakukan prioritas dalam memenuhi segala kebutuhannya. Dan keputusan dalam menentukan skala prioritas tersebut tidak dapat dilakukan semauanya sendiri karena dalam Islam sudah ada rujukannya sesuai dengan al-Qur’an dan as-Sunnah. Aliran ini ditokohi oleh 5 tokoh utama, yaitu: M. Umer Chapra, Muhammad Abdul Mannan, Muhammad Nejatullah Siddiqi, Syed Nawab Haidar Naqvi, dan Monzer Kahf.¹⁶ *Ketiga*, disebut sebagai mazhab alternatif kritis. Aliran ini dikenal sebagai aliran yang kritis secara ilmiah terhadap ekonomi Islam, baik sebagai ilmu maupun sebagai peradaban. Aliran ini mengkritik kedua aliran sebelumnya. Aliran *Iqtishādunā* dikritik karena dianggap berusaha menemukan sesuatu yang baru yang sebenarnya sudah ditemukan tokoh-tokoh sebelumnya, sedangkan aliran *Mainstream* dikritik sebagai jiplakan ekonomi aliran Neo-Klasik dan Keynesian dengan menghilangkan unsur riba serta memasukkan variabel zakat dan akad, sehingga tidak ada yang orisinal dari aliran ini. Namun aliran ini tidak hanya mengkritik ekonomi Islam saja, ekonomi konvensional pun juga telah dikritik. Tokoh-tokoh aliran ini adalah Timur Kuran, Sohrab Behdad, dan Abdullah Saeed.¹⁷

¹⁵ Lihat Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), cet. 3, h. 30, mengenai dalil lihat Q.S. al-Qamar: 49

¹⁶ Lihat Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah...*Hal. 17-18

¹⁷ Lihat M. Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah...*hal.18

Paparan di atas melahirkan sejumlah masalah yang memerlukan pemecahannya. **Pertama:** apakah konsep *Corporate Social Responsibility* telah benar-benar relevan dengan nilai –nilai ekonomi Islam ? Persoalan ini memerlukan pemecahan dengan melacak istilah-istilah yang dimaksud dalam dua entitas tersebut dengan cara menisbatkannya pada nilai-nilai ekonomi Islam menggunakan kerangka teoritis-analisis dan pendekatan filosofis. **Kedua:** bagaimanakah kondisi sosial, budaya maupun ekonomi ketika konsep *Corporate Social Responsibility* muncul, dan apakah kondisi tersebut diperhitungkan di dalamnya? masalah ini memerlukan pemecahan melalui telaah historis-sosial-ekonomi.

B. RELEVANSI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI-NILAI EKONOMI ISLAM PERSPEKTIF MAZHAB MAINSTREAM

Sejarah dan tradisi Islam membuktikan bahwa Islam adalah agama yang menggalakkan perdagangan, perniagaan atau bisnis. Sistem perniagaan Islam sudah dilaksanakan sejak ribuan tahun lalu. Perniagaan merupakan pekerjaan yang amat disukai dan digalakkan Islam. Allah menjanjikan ganjaran kebaikan yang banyak kepada pelaku bisnis yang ikhlas dan jujur dalam perniagaannya. Sejarah juga membuktikan bahwa ilmuwan muslim pada era klasik telah banyak menulis dan mengkaji ekonomi Islam tidak secara normatif, tetapi juga secara empiris dan ilmiah dengan metodologi yang sistematis. Jelas bahwa pembahasan ekonomi Islam secara ilmiah dan sistematis telah dilakukan jauh sebelum ekonomi konvensional lahir.¹⁸

Menurut Rivai dan Buchari, syarat utama ekonomi Islam adalah dimasukkannya nilai-nilai Islam ke dalam ilmu ekonomi.¹⁹ Ciri khas model ekonomi Islam dalam ekonomi *rabbani* oleh Chapra disebut sebagai “*divine economics*” atau ekonomi tauhid.²⁰ Nuansa “ketuhanan” dalam ekonomi Islam bukan pada pelaku ekonominya, melainkan pada aspek aturan atau sistem yang harus dijadikan pedoman oleh para pelaku ekonomi tersebut. Kapitalisme menjunjung tinggi nilai-nilai individualisme. Sosialisme memuja nilai-nilai kolektivisme. Maka sistem ekonomi Islam mengedepankan lima nilai sekaligus: kesatuan, keseimbangan, kebebasan, keadilan, dan tanggung jawab. Oleh karena itu sistem ekonomi Islam menolak

¹⁸ Syed Nawab Haedir Naqvi, *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), h. 82, dalam Asdar Yusup, *Paradigma Kontemporer Ekonomi Islam ...*h. 224

¹⁹ Rivai dan Buchari, dalam Edi Suharto, *CSR & COMDEV ...*h. 98

²⁰ Mengenai nilai tauhid lihat penjelasannya dalam bukunya Muhammad Umer Chapra, *Islam And The Economics Challenge*, (Kenya: The Islamic Foundation, 1992), h. 202 atau lihat juga M. Umer Chapra, *Islam dan Tantangan Ekonomi: Islamisasi Ekonomi Kontemporer*, diterjemahkan oleh Nur Hadi Ihsan dan Rifqi Amar, (Surabaya: Risalah Gusti, 1999), cet. 1, h. 218

terjadinya akumulasi kekayaan yang dikuasai oleh beberapa orang saja. Tujuannya seperti dinyatakan surat al-Hasyr ayat 7:

كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ.....

“...supaya harta itu jangan sampai beredar di kalangan orang-orang kaya saja di antara kamu ...”.

Konsep ini berbeda dengan sistem ekonomi Kapitalis yang memungkinkan kepemilikan industri didominasi oleh kelompok pengusaha kuat (konglomerat) nasional maupun multinasional. Juga berbeda dengan sistem ekonomi sosialis yang melarang kepemilikan individu.²¹ Setelah dicermati, praktik CSR yang masih belum efektif sejatinya disebabkan oleh paradigma CSR yang masih didominasi oleh prinsip ekonomi konvensional, terutama yang berhalauan kapitalisme. Sehingga, meskipun semangat utama CSR adalah mempromosikan bisnis yang memiliki tanggung jawab etis dan sosial, CSR kemudian merosot menjadi program-program eksploitatif yang terselubung. Kegiatan-kegiatan CSR yang seharusnya menguntungkan kedua belah pihak perusahaan dan masyarakat, berubah menjadi hanya menguntungkan pihak perusahaan. Singkatnya, praktik CSR seringkali tidak memasukkan etika bisnis Islami dalam bingkai ekonomi Islam.²²

1. Relevansi *Corporate Social Responsibility* Terhadap Prinsip Kepemilikan Multijenis (*Multytype Ownership*)

Tauhīd merupakan fondasi ajaran Islam, konsep ini merupakan penyaksian hamba-Nya kepada Tuhan-Nya bahwa “tidak ada pemilik langit, bumi dan isinya selain dari pada Allah SWT”. Karena itu segala aktifitas manusia dalam hubungannya dengan alam (sumber daya) dan manusia (*mu’āmalah*) dibingkai dengan kerangka hubungan dengan Allah SWT. Dalam kaitan ini, nilai tauhīd melahirkan 3 konsep, yakni Kepemilikan (*ownership*), Keseimbangan (*equilibrium*) dan Keadilan (*justice*). Pembahasan dalam sub bab ini akan dibahas mengenai analisa CSR terhadap nilai kepemilikan dan keseimbangan, sedangkan nilai keadilan akan diuraikan dalam sub bab khusus selanjutnya.

a. CSR dan Nilai Kepemilikan (*ownership*)

Perusahaan yang menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara benar akan memiliki kesadaran bahwa sumber daya (alam/ lingkungan hidup) merupakan sumber penting yang harus dijaga kelestariannya. Sumber daya alam

²¹ Lihat Abdillah Mundir, dkk, *Perbandingan Sistem Ekonomi*, (Surabaya: Kopertais IV Press, 2015), h. 61 dan 73

²² Edi Suharto, *CSR & COMDEV: Investasi Kreatif Perusahaan di Era Globalisasi*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 96

merupakan lingkungan milik bersama, dan perusahaan bukanlah raja yang sekehendak hati mengeksploitasi sumber daya alam. Dalam konsep CSR ada yang namanya tanggung jawab terhadap lingkungan hidup (*planet*).

Jika melihat kembali konsep 3P (*profit, people, and planet*) yang sangat masyhur di kalangan perusahaan, adalah sebuah gambaran bahwasanya perusahaan selalu mempunyai dampak langsung terhadap lingkungan (*planet*). Dengan demikian, program-program CSR tidak bisa meninggalkan implementasinya khususnya dalam bidang lingkungan. Apalagi hal ini dikaitkan dengan perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang lingkungan dan eksploitasi hasil bumi. Hendrik Budi Untung dalam bukunya *Corporate Social Responsibility*, mengatakan bahwa *corporate responsibility* yang sifatnya mengatur keluar atau eksternal menyangkut lingkungan tempat dimana perusahaan berada. Perusahaan harus memperhatikan polusi, limbah, maupun partisipasi lainnya.²³ Menurut Muhammad H. Behesti, kepemilikan merupakan pemberian –yang bersifat sosial dan diakui- suatu hak kepada seseorang, atau suatu kelompok masyarakat. pendapat lain menyatakan, sebagai dikutip Behesti, bahwa kepemilikan menunjukkan adanya hubungan sosial dan yang diakui antara individu atau kelompok atas dasar norma-norma yang berlaku dalam masyarakat yang menandai adanya hak milik sah atas sesuatu barang oleh seseorang, sehingga pada saat yang sama menghalangi pihak lain dari hak milik tersebut.²⁴

Corporate Social Responsibility dalam kaitannya dengan nilai tauhid merupakan salah satu pengejawantahannya. Aspek Kepemilikan (*ownership*) dalam ekonomi Islam tidak membenarkan kepemilikan perorangan (eksploitasi perusahaan) terhadap sumber-sumber ekonomi yang menyangkut kepentingan umum. Kategori milik umum ini termasuk sumber-sumber air minum, hutan, laut dan isinya, udara dan ruang angkasa. Rasulullah dengan tegas bersabda:

“Tiga hak yang tidak akan pernah dilarang (untuk dimiliki siapapun), yaitu air, padang, dan api.”²⁵

Kendati dalam hadits ini tersebut disebutkan hanya tiga macam benda, tentu saja maknanya bisa dieksplanasikan pada ketersediaan alam lingkungan yang berisi

²³ Hendrik Budi Untung, *Corporate Social Responsibility*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), h. 11

²⁴ Muhammad H. Behesti, *Kepemilikan dalam Islam*, ter. Lukman Hakim dan Ahsin M. (Jakarta: Pustaka Hidayah, 1992), h. 9 dalam Muhammad Djakfar, *Agama, Etika, dan Ekonomi*, (Malang: UIN Maliki Press, 2014), h. 28, lihat juga Fathurrahman Djamil, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), h. 193-208

²⁵ Hadits ini diriwayatkan oleh Abu Hurairah dari Ibnu Majah.

berbagai macam benda alam untuk kebutuhan manusia. Demikian pula yang dimaksud “padang”, tidak sebatas padang rumput, namun meliputi pula hutan belantara, yang terhampar di bumi. Demikian pula, “air dan api”, jika dianalogikan sebagai benda tambang, tentu masih banyak benda-benda tambang lain seperti panas bumi (geothermal), minak bumi, emas, besi, uranium, tembaga, timah, batu bara, dan lain-lain. Semua ini merupakan fasilitas umum yang menyentuh kebutuhan orang banyak sehingga dilarang dikuasai secara individual.²⁶

Berkaitan dengan ini, Mannan mengungkapkan bahwa Islam mendorong setiap orang untuk memperoleh harta benda pribadi, tapi menghendaki agar hal ini membawa kebaikan untuk masyarakat secara keseluruhan. Singkatnya, sekalipun Islam memperkenankan orang untuk meningkatkan dirinya sendiri, tetapi ia didesak untuk melindungi dan meningkatkan kepentingan sesamanya.²⁷ Disamping itu, kekayaan yang dimiliki dalam penggunaannya tidak merugikan. Dalam hal ini Islam menekankan pada pemakaian harta benda yang berfaedah dan tidak mendatangkan kerugian bagi orang lain atau masyarakat. Karena itu bila kerugian ditimpakan pada orang lain, hal ini merupakan pelanggaran yang terlarang. Abdul Mannan berpegang pada sabda Nabi SAW: *“Tindakan yang merugikan tidak diperbolehkan, baik yang menguntungkan si pelaku maupun tidak.”*²⁸

Oleh karena itu, menurut Taqiyyudin, dalam memperoleh kekayaan tersebut tidak boleh diserahkan begitu saja kepada manusia, agar dia memperolehnya dengan cara sesukanya, serta berusaha untuk mendapatkannya dengan semauanya, dan memanfaatkannya dengan sekehendak hatinya. Sebab, cara-cara semacam itu bisa menyebabkan gejolak, kekacauan, dan nestapa.²⁹

Selanjutnya Taqiyyudin menyatakan:

“Apabila mereka dibiarkan begitu saja, tentu kekayaan tersebut akan dimonopoli oleh orang-orang kuat, sementara yang lemah haram mendapatkannya, maka tentu orang-orang yang sakit dan orang-orang yang

²⁶ Muhammad Djakfar, *Agama, Etika, dan Ekonomi*, (Malang: UIN Maliki Press, 2014), h. 33

²⁷ Muhammad Abdul Mannan, *Islamic Economics; Theory and Practice*, (Houder and Stoghton Ltd) diterjemahkan oleh Potan Arif Harahap, *Ekonomi Islam: Teori dan Praktek* (Jakarta: Intermesa, 1992), ed. 1, h. 338

²⁸ Muhammad Djakfar, *Agama, Etika, dan Ekonomi* (Malang: UIN Maliki Press, 2014) h. 120

²⁹ Taqiyyudin an-Nabhani, *Membangun Sitem Ekonomi Alternatif: Perspektif Islam*, ter. Maghfur Wachid (Surabaya: Penerbit Risalah Gusti, 1996) dalam Muhammad Djakfar, *Agama, Etika, dan Ekonomi* (Malang: UIN Maliki Press, 2014) h. 29

memiliki kelemahan akan binasa, semetara orang-orang yang membiarkan kemauannya tanpa kendali akan memakan sebanyak-banyaknya.”³⁰

Konsep utama CSR adalah memperhatikan dan melibatkan *shareholder*, pekerja, pelanggan, pemasok, pemerintah, LSM, lembaga Internasional dan *stakeholder*. Jika dipahami lebih dalam, CSR sejalan dengan konsep nilai kepemilikan (*ownership*), karena dalam konsep utama CSR tersebut menunjukkan perusahaan bukanlah pemilik mutlak atas kekayaan (sumber daya alam). Meskipun dalam ekonomi Islam diperkenalkannya kepemilikan individu tetapi dalam memperolehnya tidak dibenarkan dengan cara mengeksploitasi semauanya. Bahkan sebenarnya semua yang dimiliki manusia pada hakikatnya adalah milik dan pemberian Allah. Sebagaimana dikatakan oleh Siddiqi:

“Real ownership belongs to Allah, man holds property in trust for which he is accountable to Him, in accordance with rules clearly laid down in the *shari’ah* and the economic philosophy.”³¹

Maka perusahaan yang mengimplementasikan CSR sudah seharusnya menerapkan prinsip kepemilikan ini. Konsep melindungi dan melestarikan lingkungan hidup (*planet*) dan mensejahterakan masyarakat (*people*) dalam CSR akan menjadi *rem* bagi perusahaan untuk tidak menjadikan lingkungan hidup/ lahan hanya dimiliki perusahaan saja dan sebagai lahan investasi keuntungan semata (*profit*). Aspek sosial dalam CSR menandakan bahwa hubungan perusahaan dengan masyarakat tidak bisa dipisahkan. Berarti di dalamnya sekaligus diajarkan arti berbagi kepada sesama manusia. Dengan demikian, bisa dikatakan CSR pada dasarnya sudah relevan dengan nilai kepemilikan dalam ekonomi Islam.

b. CSR dan Nilai Keseimbangan (*equilibrium*)

Secara umum CSR dimaknai sebagai sebuah cara dengan mana perusahaan berupaya mencapai sebuah keseimbangan antara tujuan-tujuan ekonomi, lingkungan dan sosial masyarakat, seraya tetap merespon harapan-harapan para *shareholder* dan *stakeholders*. Hal ini selaras dengan konsep 3P yang menitikberatkan CSR pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan.

³⁰ Lihat Taqiyudin an-Nabhani, *Membangun Sitem Ekonomi Alternatif...* dalam Muhammad Djakfar, *Agama, Etika, dan Ekonomi ...*h. 29

³¹ M. Nejatullah Siddiqi, *Muslim Economic Thinking: A Survey of Contemporary Literature*, (Leicester: The Islamic Foundation, 1988), h. 7

Terkait dengan konsep ini, *Canadian Government* menyatakan bahwa CSR adalah kegiatan usaha yang mengintegrasikan ekonomi, lingkungan dan sosial ke dalam nilai, budaya, pengambilan keputusan, strategi, dan operasi perusahaan yang dilakukan secara transparan dan bertanggung jawab untuk menciptakan masyarakat yang sehat dan berkembang.³²

CSR bila dihadapkan dengan aspek *equilibrium* dalam konsep tauhid dapat dilihat dari pengaruhnya dengan kepentingan (kebebasan) perorangan dengan kepentingan umum yang harus dipelihara (*growth with equity*) yang tampil dalam kehidupan ekonomi masyarakat dan keseimbangan antara hak dan kewajiban. Apabila suatu waktu keseimbangan ini terganggu dan terjadi ketimpangan-ketimpangan sosial ekonomi dalam kehidupan masyarakat maka haruslah ada tindakan untuk mengembalikan keseimbangan semula. Dalam keadaan demikian, salah satu alternatif tindakan diungkapkan oleh khālifah Umar Ibnu Khattab:

*“Bila aku mempunyai waktu lebih banyak pada masa mendatang, akau akan mengadakan redistribusi kekayaan dengan mengambil kelebihan dari yang kaya dan memberikannya kepada yang miskin.”*³³

Ungkapan Khālifah Umar diatas mengisyaratkan jangan sampai terjadi ketimpangan sosial disebabkan tidak meratanya pendistribusian ekonomi dalam masyarakat. Dan tindakan tersebut menunjukkan bahwa Sang Khālifah berupaya mencegah ketidakseimbangan hubungan sosial disebabkan masalah ekonomi, karena antara si kaya dan si miskin sama-sama mempunyai hak dan kewajiban masing-masing yang harus dipenuhi. Konsep CSR yang mengedepankan 3 aspek penting, yakni Kemanusiaan, Lingkungan, dan Keuntungan merupakan salah satu implikasi dari nilai dasar keseimbangan. Dalam aspek kemanusiaan, seperti kelaparan, kemiskinan, kelangkaan tenaga kerja dan lain-lain akan mengakibatkan keseimbangan terganggu. Maka selain tindakan Khālifah Umar Ra. seperti di atas, dalam masa kini CSR bisa menjadi salah satu jalan alternatif bagi perusahaan untuk mengembalikan dan menjaga keseimbangan dalam masyarakat.

³² Ratri Ratnasasi, *Corporate Social Responsibility*, (Surabaya: T.pn, T.th.), h.11

³³ Muhammad, *Lembaga-Lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, (Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2000), h. 24

2. Relevansi *Corporate Social Responsibility* Terhadap Prinsip Kebebasan Bertindak/Berusaha (*Freedom to Act*)

Prinsip *freedom to act* merupakan prinsip turunan dari penggabungan nilai *nubuwwah*, nilai *khilāfah* dan nilai keadilan ('*adl*). Nilai *nubuwwah* terlahir dari sifat-sifat teladan Nabi SAW yang terangkum dalam empat sifat wajibnya, yakni *siddīq*, *amānah*, *fathānah* dan *tablīgh*. Nilai *khilāfah* (pemerintah) bertindak sebagai wasit yang mengawasi interaksi pelaku-pelaku ekonomi dan bisnis dalam wilayah kekuasaannya untuk menjamin tidak dilanggarnya *syarī'ah*, supaya tidak ada pihak yang zalim dan dizalimi, sehingga tercipta iklim ekonomi yang sehat.³⁴ Yang dimaksud kebebasan bertindak disini adalah kebebasan berekonomi yang tidak melanggar rambu-rambu *syarī'ah*. Maksudnya, kegiatan apapun termasuk ekonomi pada dasarnya diperbolehkan, selama tidak ada dalil *syara'* yang melarangnya. Sebagaimana kaidah *fihiyyah* mengatakan:

الأصل في الأشياء الإباحة حتى يدل الدليل على التحريم

"Pada dasarnya di dalam setiap sesuatu adalah diperbolehkan, sampai ada dalil yang mengharamkan"³⁵

Sebagaimana juga sabda Rasulullah SAW:

الحلال ما احل الله في كتابه, والحرام ما حرم الله في كتابه وما سكت عنه فهو مما عفا

عنه

"Perkara *halal* adalah sesuatu yang Allah halalkan di dalam kitab-Nya, perkara *haram* adalah sesuatu yang Allah haramkan di dalam kitab-Nya, dan sesuatu yang *diam* darinya maka hal itu dimaafkan."³⁶

Berarti dalil ini memperbolehkan perusahaan bebas bertindak di dalam praktik bisnisnya selama kegiatannya tidak melanggar rambu-rambu *syarī'ah*. Hadits tersebut juga senada dengan ungkapan Chapra. Ia mengungkapkan bahwa hal tersebut tidak mengimplikasikan bahwa manusia itu bebas melakukan apa saja semaunya. Mereka harus tunduk pada *syarī'ah*. Sistem apa pun yang memperbudak manusia atau memberi mereka

³⁴ Keterangan selengkapnya lihat Adiwarmān A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015)

³⁵ Al-Imām Jalāluddīn 'Abd ar- Rahmān bin Abī Bakr as-Suyūthī, *al-Asybah wa Nadhāir*, (al-Haramāin, T.th) h. 44

³⁶ Hadits ini diriwayatkan oleh Tirmidzi dan Ibnu Majāh dari Sulaimān. Lihat as-Suyūthi, *al-Asybah wa Nadhāir*,... h. 44

kebebasan yang tidak semestinya untuk melampaui batas-batas yang ditetapkan oleh Pencipta sendiri melalui *syarī'ah*, adalah bertentangan dengan kehormatan dan pertanggungjawaban yang ada dalam konsep *khālifāh* dan tidak dapat mendorong kesejahteraan umat manusia.³⁷ Dalam konteks ini, maka CSR yang merujuk pada praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab etis sudah seharusnya memasukkan norma-norma agama Islam yang ditandai oleh adanya komitmen ketulusan dalam menjaga kontrak sosial di dalam praktik bisnisnya. Di dalam al-Qur'an ditegaskan, tindakan etis ini Islami ini sejalan dengan Firman Allah:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتَدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

“Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, Padahal kamu mengetahui.”(QS. al-Baqarah: 188)

Salah satu aspek penting *Corporate Social Responsibility* adalah dengan mengaktualisasikan *good corporate governance* yang diartikan sebagai mekanisme bagaimana sumber daya perusahaan dialokasikan menurut aturan “hak” dan “kuasa”. Selain itu, kategori faktor eksternal perusahaan seperti polusi, limbah, maupun partisipasi lainnya, juga merupakan aspek penting dalam CSR. Sedangkan, satu dari 3P (*profit, people, and planet*) dalam konsep CSR menekankan perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia (*people*), karena dukungan masyarakat sekitar sangat diperlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan sehingga masyarakat dikategorikan sebagai *stakeholder* penting.

Persatuan dan persaudaraan sesama umat manusia sendiri oleh Chapra disebut sebagai “persaudaraan universal”. Menurutnya, setiap orang adalah *khālifāh* dan bukan hanya orang-orang atau suatu bangsa atau kelompok atau negara tertentu saja. Ini menjadikan persamaan dan martabat sosial semua umat manusia, hitam atau putih, tinggi atau pendek, sebuah unsur pokok dari kepercayaan Islam. Kriteria untuk menentukan nilai seseorang bukanlah bangsa, keluarga atau kekayaannya, tetapi sifat-sifatnya (yang merupakan cerminan dari kepercayaan dan amalannya) dan pengabdianya kepada

³⁷ Lihat Chapra, *Islam and Economics Challenge ...*h. 229

kemanusiaan. Dalam rangka konsep persaudaraan ini, sikap yang baik kepada orang lain bukanlah “kekuatan adalah kebenaran”, perjuangan hanya untuk memenuhi “kepentingan pribadi” seseorang, atau “keberlangsungan hidup bagi yang paling baik”, tetapi saling berkorban dan bekerjasama untuk memenuhi kebutuhan manusia, dan memperkaya kehidupan manusia.³⁸

3. Relevansi *Corporate Social Responsibility* Terhadap Prinsip Keadilan Sosial (*Social Justice*)

Menurut Adiwarmanto, Semua sistem ekonomi mempunyai tujuan yang sama yaitu menciptakan sistem perekonomian yang adil. Namun tidak semuanya sistem tersebut mampu dan secara konsisten menciptakan sistem yang adil. Sistem yang baik adalah sistem yang dengan tegas dan secara konsisten menjalankan prinsip-prinsip keadilan. Dalam Islam, keadilan diartikan dengan suka sama suka (*antaradhin minkum*) dan satu pihak tidak menzalimi pihak lain (*lātudzlamūn walātudzlamūn*).³⁹ Sebagaimana firman Allah SWT :

وَإِنْ طَائِفَتَانِ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ اقْتَتَلُوا فَأَصْلِحُوا بَيْنَهُمَا، فَإِنْ بَغَت إِحْدَاهُمَا عَلَى الْآخَرِ فَقَاتِلُوا الَّتِي تَبْغِي حَتَّى تَفِيءَ إِلَى أَمْرِ اللَّهِ، فَإِنْ فَاءَتْ فَأَصْلِحُوا بَيْنَهُمَا بِالْعَدْلِ وَأَقْسِطُوا، إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُقْسِطِينَ

Dan kalau ada dua golongan dari mereka yang beriman itu berperang hendaklah kamu damaikan antara keduanya, Tapi kalau yang satu melanggar perjanjian terhadap yang lain, hendaklah yang melanggar perjanjian itu kamu perangi sampai surut kembali pada perintah Allah. Kalau dia telah surut, damaikanlah antara keduanya menurut keadilan, dan hendaklah kamu berlaku adil; sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang berlaku adil. (QS. AL-Hujurat: 9)

Dalam surat lain Allah SWT juga menegaskan:

لَا يَنْهَاكُمْ اللَّهُ عَنِ الَّذِينَ لَمْ يُقَاتِلُوكُمْ فِي الدِّينِ وَلَمْ يُخْرِجُوكُمْ مِنْ دِيَارِكُمْ أَنْ تَبَرُّوهُمْ وَتُقْسِطُوا إِلَيْهِمْ، إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُقْسِطِينَ

“Allah tidak melarang kamu untuk berbuat baik dan Berlaku adil terhadap orang-orang yang tiada memerangimu karena agama dan tidak (pula) mengusir kamu dari negerimu. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang Berlaku adil.” (QS. Al-Mumtahanah: 8)

³⁸ M. Umer Chapra, *Islam and The Economic Challenge*, diterjemahkan oleh Nur hadi Ihsan dan Rifqi Amar, *Islam dan Tantangan Ekonomi; Islamisasi Ekonomi Kontemporer*, (Surabaya: Risalah Gusti, 1999), cet. 1, h. 225

³⁹ Lihat Adiwarmanto A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, ...h. 43

Terkait prinsip keadilan, Mannan merumuskan bahwa prinsip keadilan merupakan salah satu prinsip fundamental yang menjadi perhatian dan pijakan penentuan pengembangan ekonomi Islam disamping prinsip-prinsip lainnya seperti prinsip kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati, dan moralitas. Sedangkan menurut pemikiran Chapra, prinsip keadilan yang tidak disertai dengan keadilan sosio-ekonomi, persaudaraan, yang merupakan bagian integral dari konsep tauhid dan khilafah akan tetap menjadi sebuah konsep yang berlubang yang tidak memiliki substansi. Prinsip keadilan dalam konsep *Corporate Social Responsibility* sendiri ditunjukkan melalui jati dirinya sebagai bagian dari pembahasan etika bisnis perusahaan yang di dalamnya menerapkan prinsip keadilan. Menurut Keraf, prinsip keadilan ini memperlakukan orang lain sesuai dengan haknya. Hak orang lain perlu dihargai dan jangan sampai dilanggar. Prinsip ini mengatur agar bertindak sedemikian rupa sehingga hak semua orang terlaksana secara kurang lebih sama sesuai dengan apa yang menjadi haknya tanpa saling merugikan. Selain prinsip keadilan, prinsip-prinsip etika bisnis lainnya adalah Prinsip Otonomi, Prinsip Kejujuran, Prinsip Tidak Berbuat Jahat (*non-maleficence*) dan Prinsip Berbuat Baik (*beneficence*), dan Prinsip Hormat Kepada Diri Sendiri.⁴⁰

Suharto menekankan bahwa CSR merujuk pada aspek-aspek perilaku perusahaan (*firm behaviour*), termasuk kebijakan dan program perusahaan yang menyangkut dua elemen kunci, yaitu: *Good Corporate Governance* dan *Good Corporate Responsibility*. *Good Corporate Governance* meliputi etika bisnis, manajemen sumber daya manusia, jaminan bagi pegawai, serta kesehatan dan keselamatan kerja. Sedangkan *Good Corporate Responsibility* mencakup pelestarian lingkungan, pengembangan masyarakat (*community development*), perlindungan hak asasi manusia, perlindungan konsumen, dan penghormatan terhadap hak-hak pemangku kepentingan lainnya. Paparan Suharto tersebut menandakan bahwa CSR sebagai sebuah konsep mempunyai implikasi penting bagi banyak kalangan. Hal ini menandakan bahwa prinsip keadilan sosial dalam CSR sudah tertanamkan. Karenanya tak hanya memperhatikan *Shareholder*, melalui CSR *stakeholder* juga diperhatikan. *Stakeholder* yang dimaksud adalah pemerintah, investor, *supplier*, *customer*, kelompok politik, para pekerja, masyarakat, dan asosiasi perdagangan. Dengan begini, antara *shareholder* dengan *stakeholder* akan mendapat perhatian sama/ adil.

⁴⁰ Selengkapnya lihat Rahmatullah, *Etika Bisnis dan CSR*, dikutip dari <http://www.rahmatullah.net/2012/09/etika-bisnis-dan-csr.html> diakses pada 09/05/2016

Dalam Islam keadilan juga dimaknai dengan menempatkan sesuatu pada tempatnya dan memberikan sesuatu pada yang berhak serta memperlakukan sesuatu sesuai porsinya. Syari'at Islam memandang semua manusia adalah sama, tidak ada kelebihan seorang manusia dari yang lain dihadapan hukum. Orang kaya dan orang berpangkat tidak terlindung oleh harta dan pangkat ketika berhadapan dengan pengadilan Allah SWT.⁴¹ Di dalam al-Qur'an Allah SWT telah menegaskan:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ بِالْقِسْطِ شُهَدَاءَ لِلَّهِ وَلَوْ عَلَىٰ أَنفُسِكُمْ أَوِ الْوَالِدِينَ
وَالْأَقْرَبِينَ، إِن يَكُنْ غَنِيًّا أَوْ فَقِيرًا فَاللَّهُ أَوْلَىٰ بِهِمَا، فَلَا تَتَّبِعُوا الْهَوَىَٰ أَن تَعْدِلُوا، وَإِن تَلَوُوا أَوْ تَعْرَضُوا
فَإِنَّ اللَّهَ كَانَ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرًا

“Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu orang yang benar-benar penegak keadilan, menjadi saksi karena Allah biarpun terhadap dirimu sendiri atau ibu bapak dan kaum kerabatmu. jika ia Kaya ataupun miskin, Maka Allah lebih tahu kemaslahatannya. Maka janganlah kamu mengikuti hawa nafsu karena ingin menyimpang dari kebenaran. Dan jika kamu memutar balikkan (kata-kata) atau enggan menjadi saksi, maka sesungguhnya Allah adalah Maha Mengetahui segala apa yang kamu kerjakan” (QS. An-Nisā': 135)

Prinsip keadilan sosial *social justice* dibentuk dari kombinasi nilai *khilāfah* dan *ma'ād*. *khilāfah* menekankan bagi perusahaan agar memahami bahwa semua manusia adalah khālifah di bumi. Menurpeneliti berpendapat bahwa hubungan kedua nilai ini dengan CSR terletak pada pihak pelaku bisnis (perusahaan) dan *shareholder* (utamanya pimpinan perusahaan) agar pada praktik bisnisnya yang dengan menerapkan CSR itu berprinsip pada keadilan sosial (*social justice*). Dari nilai *khilāfah* ini akan menghadirkan hubungan yang harmoni antara perusahaan dengan masyarakat, karena dimulai nilai *khilāfah* berimplikasi pada prinsip keadilan seperti dibahas panjang lebar di atas. Nilai *ma'ād* dalam konsep CSR tercermin melalui tanggung jawab ekonominya, karena pada dasarnya perusahaan ingin memperoleh laba (*profit*) dari praktik bisnisnya. Sehingga dalam mengaplikasikan konsep CSR perusahaan harus mampu memenuhi tanggung jawab ekonomi dengan menghasilkan keuntungan. Selain itu, *ma'ād* juga dimaknai “kembali”. Dalam Islam dipahami dengan pemahaman bahwa “semua akan kembali kepada Allah”. Dengan pemahaman ini, berarti CSR yang mengedepankan *triple bottom line* jika disesuaikan dengan nilai *ma'ād* akan semakin kuat karena tanggung jawabnya tidak hanya horisontal (*hablum minannās*), tetapi jauh lebih tinggi lagi kepada tanggung

⁴¹ Fathurrahman Djamil, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), h. 56

jawab vertikal (*hablum minallaāh*). hal ini sebagaimana Firman Allah SWT QS. Al-‘Alaq.

Berdasarkan pembahasan atas, hakikatnya Islam sudah terlebih dahulu mengkaji konsep tanggung jawab perusahaan yang ditransformasikan melalui nilai-nilai ekonomi Islam itu sendiri. Dengan demikian, bisa dikatakan bahwa konsep tanggung jawab sosial perusahaan atau yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* bukan sebuah konsep baru dalam ekonomi Islam.

C. PENUTUP

Penelitian mengenai *Corporate Social Responsibility* dan Relevansinya Terhadap Nilai-Nilai Ekonomi Islam Perspektif Mazhab Mainstream, setelah mengkaji dan menganalisa pada pembahasan diatas, maka dapat peneliti simpulkan sebagai berikut:

1. Belum ditemukan definisi standar yang disepakati mengenai *Corporate Social Responsibility*, namun dari berbagai definisi yang dirumuskan oleh para pakar, maka definisi *Corporate Social Responsibility* dapat peneliti simpulkan: “*Komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi dari sebagian sumber dayanya dalam rangka mensejahterakan masyarakat dengan memperhatikan aspek ekonomi (profit), sosial (people) dan lingkungan (planet) berdasarkan prosedur (procedure) yang tepat secara berkelanjutan (sustainability).*”
2. *Corporate Social Responsibility* adalah konsep yang relevan dengan nilai-nilai ekonomi Islam dalam sudut pandang Mazhab Mainstream. Peneliti membaginya kedalam 3 prinsip, sebagai berikut:
 - a. *Corporate Social Responsibility* dihadapkan pada prinsip Kepemilikan Majemuk (*multitype ownership*) adalah relevan dengan nilai kepemilikan (*ownership*) dan nilai keseimbangan (*equilibrium*). Nilai Kepemilikan meliputi kepemilikan individu (*private property*) dan kepemilikan umum (*collective property*). Sedangkan Nilai Keseimbangan dalam hal keseimbangan antara hak dan kewajiban yang harus di jaga. Kedua nilai ini bersumber dari nilai *tauḥīd*.
 - b. *Corporate Social Responsibility* jika dihubungkan dengan Prinsip Kebebasan Bertindak/ Berusaha (*freedom to act*) adalah dalam hal hubungan perusahaan dengan masyarakat yang termasuk bagian dari konsep *khilāfah* yang

mengimplikasikan persatuan dan persaudaraan. Kebebasan tersebut adalah dalam konteks kebebasan berekonomi yang sesuai dengan syarī'ah.

- c. *Corporate Social Responsibility* dilihat dari Prinsip Keadilan Sosial (*Social Justice*) ditunjukkan melalui jati dirinya sebagai bagian dari etika bisnis perusahaan yang di dalamnya menerapkan prinsip keadilan. Karena dalam implikasinya, CSR menekankan konsep 3 P (*profit, people, and planet*) yang saling berkaitan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Mannan, Muhammad. *Hukum Ekonomi Syariah: Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*. Jakarta: Kencana Prenada Group
- Abdul Mannan, Muhammad. *Islamic Economics; Theory and Practice*. (Houder and Sthoghton Ltd) Ter. Potan Arif Harahap. *Ekonomi Islam: Teori dan Praktek*, Jakarta: Intermesa. 1992
- Adi, Rianto. *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*, Jakarta: Granit. 2004
- An-Nabhani, Taqiyyudin. *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif: Perspektif Islam*. Surabaya: Risalah Gusti. 1996
- Aryu Inayati, Aninda. *Pemikiran Ekonomi M. Umer Chapra*. Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Aslam Haneef, Mohamed. *Contemporary Islamic Economic Thought: A selected Comparartive Analysis*. Kuala Lumpur. 1969
- As-Suyūthī, al-Imām. *al-Asybah wa Nadhāir*, al-Haramāin, T.th
- Azwar Karim, Adiwarman. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2015
- Baqir as-Sadr, Muhammad. *Iqtishādunā (Our Economics)*. Teheran: WOFIS. 1983/ 1403 H
- Bertens, Kess. *Pengantar Etika Bisnis*. Yogyakarta: Kanisius. 2015
- Budi Untung, Hendrik. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika Offset. 2008
- Buku Panduan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility-CSR)*. 2010
- , *Corporate Social Responsibility*. Bogor: T.pn., tt
- Connolly, Peter. *Aneka Pendekatan Studi Agama*, diterjemahkan oleh Imam Khoiri. Yogyakarta: LKiS. 2002
- Djakfar, Muhammad. *Agama, Etika dan Ekonomi*. Malang: UIN Maliki Press. 2014
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis*. Jakarta: Penebar Plus. 2012
- Edi Suharto. *Corporate Social Responsibility: What Is And Benefits For Corporate*
- Edi Suharto. *CSR & COMDEV: Investasi Kreatif Perusahaan di Era Globalisasi*, Bandung: Alfabeta. 2010
- Henderson, David. *Misguided Virtue "False Notions of Corporate Social Responsibility"*. London: The Institute of Economic Affairs. 2001
- K. S, Jomo. *Islamic Economic Alternatives, Critical Perspectives and New Directions*. Kuala Lumpur: Ikraq. 1993
- Khan, Akram. *Economic Message of The Qur'an*. Kuwait: Islamic Book Publisher. 1996
- Kotler, Philip dan Lee, Nancy. *Corporate Social Responsibility*. New Jersey: John Wiley and Sons, Inc. 2005
- Lestari, Devi. *Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam pengelolaan Lingkungan Hidup di PTPN XII Kebun Damparl-Mumbulsari, Jember Perpspektif Maqashid Syariah*, Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
- Mansur, Syuhada. "Pelaporan Corporate Social Responsibility Perbankan Syariah Dalam Perspektif Syariah Enterprise Theory (Studi Kasus Pada Laporan Tahunan PT Bank Syariah Mandiri)" Makassar: Universitas Hasanuddin. 2012.
- Milton dan Friedman, Rose. *Two Lucky People*. Chicago: University of Chicago Press. 1998
- Mughits, Abdul. *Epistemologi Ilmu Ekonomi Islam; Kajian atas Pemikiran M. Abdul Mannan*
- Mundir, Abdillah, dkk. *Perbandingan Sistem Ekonomi*. Surabaya: Kopertais IV Press. 2015

- Nejatullah Siddiqi, Muhammad. *Muslim Economic Thinking: A Survey of Contemporary Literature*, Jeddah: International Centre for Research in Islamic Economis King Abdul Aziz University
- Poerwanto. *Corporate Social Responsibility; Menjinakkan Gejolak Sosial di Era Pornografi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2010
- Ratnasasi, Ratri. *Corporate Social Responsibility*. Surabaya: T.pn, T.th.
- Naqvi, Syed Nawab Haedir. *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2003
- Santoso. *Konsep Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Penerapannya pada Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus Terhadap Praktik Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) Al-Falah)*. Cirebon: Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati. 2012
- Sugianto, Kartono. *Konsep Kepemilikan dalam Islam*, Yogyakarta: Mira Pustaka. 2007
- Ulfa, Marya. *Kapita Selekta Ekonomi Kontemporer*. Bandung: Alfabeta. 2010
- Ulum, Fahrur. *Dinamika Konsentrasi Sistem Ekonomi Islam; Studi Komparasi Pola Pemikiran Beberapa Tokoh Ekonomi Islam Kontemporer*, UIN Sunan Ampel Surabaya. 2013
- Umer Chapra, Muhammad. *Al-Qur'an Menuju Sistem Moneter yang Adil*, Yogyakarta: PT. Dhana Bakti Prima Yasa. 1997
- Umer Chapra, Muhammad. *Islam and The Economic Challenge*. Ter. Nur hadi Ihsan dan Rifqi Amar. *Islam dan Tantangan Ekonomi; Islamisasi Ekonomi Kontemporer*, Surabaya: Risalah Gusti. 1999
- Umer Chapra, Muhammad. *Masa Depan Ilmu Ekonomi: Sebuah Tinjauan Islam*. Ter. Ikhwan Abidin B, Jakarta: Gema Insani Press. 2001
- Warson Munawwir, Ahmad. *Kamus Al-Munawwir Arab Indonesia Terlengkap*. Surabaya: Pustaka Progressif. 1997
- Yusup, Asdar. *Paradigma Kontemporer Ekonomi Islam*. Jurnal Universitas Muhammadiyah Makassar. Vol. 11. No. 2. Desember 2014