

## ***Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Islam***

### **Pendahuluan**

Setelah tenggelam sekian lama, kini ide untuk memasukan etika ke dalam dunia ekonomi (bisnis) mencuat kembali. *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak lagi ditempatkan dalam ranah sosial dan ekonomi sebagai imbauan, tetapi masuk ranah hukum yang 'memaksa' perusahaan ikut aktif memperbaiki kondisi dan taraf hidup masyarakat.

Disahkannya Rancangan Undang-Undang Perseroan Terbatas (RUU PT) telah menuai pro-kontra, terutama terhadap Pasal 74 tentang Aturan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, yang rumusannya, "perseroan di bidang/berkaitan dengan SDA wajib melaksanakan CSR... Perseroan yang tidak melaksanakan wajib CSR dikenai sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan". Yang dimaksud SDA adalah sumber daya alam, sedangkan CSR adalah corporate social responsibility atau tanggung jawab sosial korporat/perusahaan.

Harian Republika tanggal 28 April 2007 menyajikan halaman "Liputan Khusus" bertopik CSR (corporate social responsibility, 'tanggung jawab sosial perusahaan'). Tiga artikel tentang pokok bahasan itu, yang termuat di halaman 21, menarik untuk ditelaah, khususnya yang berkenaan dengan kewajiban Badan Usaha Milik Negara (BUMN) untuk memberikan CSR sebesar 1-5% dari keuntungan, rencana The International Organization for Standardization (ISO) menerbitkan ISO 26000, dan komponen/parameter tanggung jawab sosial yang tengah digodog oleh ISO.

Ada sebuah hadits Nabi saw, yang bisa dijadikan landasan dalam etika berbisnis secara umum, dan dasar tanggung jawab sosial secara khusus. Hadits tersebut adalah :

*"Dari Abu Hurairah R. A. dari Nabi Saw., beliau bersabda bahwa ketika berada di padang pasir, salah seorang mendengar suara dari awan, 'Curahkanlah air ke atas tanah Si Fulan'. Setelah itu awan tersebut mulai bergerak ke suatu arah dan menurunkan hujan lebat ke atas sebidang tanah yang keras dan berbatu. Seluruh air itu menggenang di suatu tempat lalu mengalir melalui satu saluran. Orang yang mendengar suara itu pun mengikuti aliran air itu. Air itu telah sampai ke suatu tempat di mana seseorang sedang sibuk memasukkan air itu ke tanahnya. Dia bertanya kepada orang itu, 'Siapakah Anda?' Orang itu memberitahukan namanya seperti yang ia dengar dari awan tadi. Pemilik tanah itu kemudian bertanya, 'Mengapa Anda menanyakan nama saya?' Dia berkata, 'Saya mendengar suara dari awan yang daripadanya Anda mendapat air, 'curahkanlah air kepada tanah Si Fulan, dan nama Andalah yang telah saya dengar dari awan itu. Amalan apakah*

*yang Anda lakukan di tanah ini?’ Pemilik tanah itu menjawab, ‘Karena Anda telah menjelaskan semuanya, saya pun terpaksa menerangkannya. Apa pun yang saya hasilkan dari tanah ini saya bagikan ke dalam tiga bagian. Satu bagian segera saya sedekahkan di jalan Allah Swt., satu bagian saya gunakan untuk keperluan anak-isteri, dan satu bagian lagi saya gunakan untuk tanah ini.’”*

Dari hadits ini, ada beberapa hal yang bisa garisbawahi, diantaranya sebagai berikut.

### **Penggunaan sumber daya sebagai input usaha secara optimal**

Hadits di atas tidak secara spesifik menyebutkan jenis kegiatan usaha seseorang di lahannya. Jika dilihat dari pertanyaan seorang sahabat tentang usaha di lahannya dan jawaban pemilik lahan tentang penggunaan hasil yang didapat dari usahanya. Dalam hubungan ini, pernyataan selanjutnya tentang hasil lahan dan tentang adanya bagian dari hasil yang dikembalikan ke dalam lahannya dapat dipahami sebagai mengacu pada kegiatan pertanian itu. Namun, jika yang dimaksud hadits itu benar pertanian, bentuk pertaniannya pun tidak disebutkan secara spesifik.

Wilayah yang keras dan berbatu tempat lahan berada mengisyaratkan bahwa kondisi tanah tidak subur dan memerlukan air untuk kegiatan bercocok tanam. Mengingat tanahnya yang tidak subur dan kekeringan, pemilik tanah memasukkan air hujan tersebut dari saluran yang ada ke lahannya, suatu upaya yang logis jika hal itu dilakukan untuk kegiatan bercocok tanam. Akan tetapi, tidak tertutup kemungkinan ia memanfaatkan air tersebut untuk berbudi daya ternak atau ikan karena keduanya pun memerlukan air. Terbuka pula kemungkinan, air tersebut dapat dimanfaatkan untuk usaha pertanian terpadu (*diversifikasi horizontal*) yang sekaligus membudidayakan tanaman, ternak, dan ikan. Bahkan, dapat pula digunakan untuk bertani secara terpadu lainnya (*diversifikasi vertikal*) untuk menghasilkan nilai tambah dari kegiatan usahanya yang hanya satu komoditi dengan melakukan usaha pengolahan atas hasil usaha taninya.

Dengan demikian, hadits ini setidaknya memberikan rujukan untuk kegiatan agribisnis. Meskipun demikian, kembali kepada istilah amalan yang digunakan oleh sahabat Rasulullah, hadits ini tidak membatasi jenis usaha di atas lahan itu. Isyarat pertanian yang “kental” dari hadits itu disebabkan oleh nuansa peristiwanya yang terjadi berkaitan dengan

adanya hujan. Selain dari kegiatan pertanian, amalan itu mungkin pula mencakup segala kegiatan usaha yang memerlukan air.

Upaya pemilik tanah yang memasukkan air hujan dari saluran ke lahannya yang keras dan berbatu dan tidak adanya pernyataan khusus tentang jenis usahanya mengisyaratkan bahwa jika kita berbisnis, hendaknya kita dapat memanfaatkan sumber daya yang tersedia untuk input usaha apa pun yang dilaksanakan (di atas lahan) secara optimal, sesuai dengan kemampuan lahannya.

### **Tantangan berusaha untuk menghasilkan output maksimal**

Jawaban pemilik tanah yang tidak menyatakan secara spesifik jenis usaha yang akan dilaksanakannya, memberikan pelajaran bahwa jika kita akan berusaha, kita harus dapat menentukan jenis usaha yang sesuai dengan kemampuan sarannya, yang dalam hal hadits tersebut berupa lahan. Di atas telah dikemukakan bahwa di lahannya, dengan memanfaatkan air hujan, pemilik tersebut dapat memilih jenis usaha yang memerlukan air dari beberapa alternatif jenis usaha yang dapat dilaksanakan.

### **Sikap optimis dalam berbisnis, bukan pesimis**

Penggunaan hasil usaha dengan benar, memberikan cara pandang yang seharusnya kita lakukan pada waktu berbisnis. Pada umumnya, orang-orang yang berbisnis selalu memberikan perhatian pada pentingnya mempertimbangkan risiko dari bisnis yang sedang dilakukan, bahkan, sejak bisnis itu masih direncanakan. Namun demikian, meskipun dapat mendorong pengusaha untuk berhati-hati, kata risiko mendatangkan rasa pesimistik pada diri seseorang yang berbisnis. Dalam hadits di atas, kita melihat optimisme pemilik tanah ketika memikirkan hasil dari usaha yang akan dilaksanakan di lahannya. Jadi, salah satu tuntunan Rasulullah dalam berbisnis adalah perlunya optimisme diyakinkan ke dalam diri pelaku bisnis, bukan rasa waswas akan risiko yang dihadapi oleh bisnisnya.

Dalam Islam, proses dalam berbisnis itu yang akan mendapat nilai dari Tuhan, bukan semata-mata produknya. Jadi, setelah melaksanakan proses berbisnis dengan baik dan

benar, antara lain, dengan mengoptimalkan sumber daya yang tersedia, pelaku bisnis menunggu hasilnya yang telah ditentukan oleh Tuhan.

### **Tiga sasaran hasil bisnis**

Perlu terlebih dahulu mencari padanan istilah yang sesuai untuk ketiga tujuan pemanfaatan hasil bisnis dalam Hadits Rasulullah menurut terminologi berbisnis pada masa kini. Tujuan sedekah di jalan Allah bisa disebut tanggung jawab sosial perusahaan berbasis syari'ah (TJSP-S) atau *shari'ah-based corporate social responsibility* (S-CSR). Tujuan keperluan anak dan istri setara dengan keperluan untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga inti, termasuk di dalamnya pemilik usaha dan orang-orang yang digaji untuk kepentingan keluarga inti (misalnya pembantu rumah tangga). Tujuan untuk lahan dapat dipahami sebagai biaya usaha yang dilaksanakan di atas lahan itu, termasuk di dalamnya biaya untuk pengawetan tanah dan air. Jadi, Hadits Rasulullah mengisyaratkan bahwa apa pun jenis usaha yang dilaksanakan, hasilnya hendaknya digunakan untuk tiga tujuan/sasaran, yakni untuk S-CSR, untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga inti, dan untuk biaya agar bisnis dapat berkelanjutan di atas lahan itu.

### **S-CSR = 50% versus CSR = 1-5%**

Dari rumusan penggunaan hasil menjadi sepertiganya untuk setiap tujuan/sasaran yang tiga tersebut di atas, dapat dipahami bahwa besar S-CSR adalah 33,3%, biaya untuk menghidupi keluarga inti 33,3%, dan biaya untuk menjalankan bisnis kembali 33,3 % dari hasil bisnis. Kita dapat menggabungkan proporsi peruntukan S-CSR dan menghidupi keluarga inti sebagai keuntungan dari berbisnis. Dengan demikian, rumusan bisnis menurut hadits itu akan memberikan kontribusi CSR sebesar 50% dari keuntungan. Padahal, rumusan Pemerintah RI yang telah dikemukakan oleh Dirjen Pemberdayaan Sosial, Departemen Sosial RI, menyajikan angka CSR sebesar 1-5% dari keuntungan untuk BHMN dan tidak ada rumusan untuk jenis usaha lainnya.

Kita lihat di sini, betapa Islam memberikan perhatian yang besar terhadap CSR, yakni berkisar dari 10 sampai 50 kali rumusan yang ditetapkan oleh pemerintah untuk BHMN.

Hingga di sini kita dapat memahami bahwa Hadits Rasulullah tersebut di atas ternyata tidak saja mengharuskan pemilik bisnis peduli kepada dirinya dengan memaksimalkan hasil (output) dan mengoptimalkan masukan (input) sebagaimana yang telah dibahas terdahulu, melainkan juga memberikan hasil (outcome) bagi keluarga yang menjadi tanggung jawabnya dan dampak (impact) yang besar bagi kemaslahatan masyarakat dengan proporsi CSR sebesar 50% dari keuntungan itu.

CSR mempunyai lima komponen dasar yaitu : (1) proteksi terhadap lingkungan, (2) hubungan manusiawi dengan pekerja, (3) komitmen pada HAM, (4) proses produksi yang bersih (sesuai etika bisnis), dan (5) community development (aksi filantropis, sebagai aksi CSR paling sederhana). Menurut Badan Standardisasi Nasional (BSN), parameter yang akan digunakan dalam ISO 26000 terdiri dari tujuh hal, yaitu (1) lingkungan, (2) HAM, (3) tenaga kerja, (4) tata kelola, (5) isu-isu konsumen, (6) pelibatan masyarakat, dan (7) pelaksanaan bisnis secara adil. Umat Islam perlu memikirkan apakah kelima komponen atau ketujuh parameter CSR tersebut sudah memadai jika digunakan sebagai rincian sedekah di jalan Allah sebagaimana yang dinyatakan dalam Hadits Rasulullah di atas. Adapun rumusan bentuk-bentuk CSR menurut ajaran Islam, yaitu CSR yang sesuai dengan kemampuan pembisnis dan keperluan masyarakat.

### **Menafkahi keluarga inti sebagai kewajiban pokok**

Pemahaman atas hadits di atas bahwa anak dan istri mendapat bagian sepertiga dari hasil bisnis berarti bahwa kewajiban pokok menafkahi dari seorang kepala keluarga adalah kepada keluarga inti. Jadi, sasaran pokok nafkah dari seorang kepala keluarga adalah keluarga inti. Artinya, pada dasarnya, bukanlah kewajiban dari seorang kepala keluarga untuk menyisihkan sebagian dari penghasilannya guna menghidupi selain keluarga inti atau untuk menumpuk kekayaan hasil bisnisnya untuk kehidupan cucunya, lebih-lebih demi keturunan selanjutnya.

Namun, jika perusahaannya cukup besar sehingga sepertiga penghasilannya melebihi keperluan nafkah keluarga inti, pemilik usaha dapat saja memberi sedekah (non-CSR)

kepada sanak-saudara dan handai taulannya dari kelebihanannya itu, selain mungkin juga pengusaha atau pemilik perusahaan memberikan sedekah dari komponen CSR kepada pihak-pihak tersebut. Oleh karena itu, dalam konteks ini, pengusaha harus mampu menetapkan kebutuhan hidupnya sendiri dan keluarga yang menjadi tanggungannya. Jadi, seperti yang telah dikemukakan, memberikan santunan kepada nonkeluarga inti berarti meningkatkan amal sedekah melebihi angka CSR yang dirumuskan oleh Hadits Rasulullah.

Nyatalah bahwa ajaran Islam yang telah berusia lebih dari 14 abad itu memberikan pedoman pentingnya melakukan tanggung jawab sosial dalam berbisnis, bukan hanya mencari keuntungan untuk diri sendiri dan demi keluarga tanggungan serta mempertahankan keberlanjutan bisnisnya untuk kepentingan sendiri. Selain itu, tidak ada salahnya pula jika pembisnis menyisihkan kelebihan hasil usaha dari peruntukan keperluan nafkah keluarganya untuk tabungan mempersiapkan peristiwa bisnis yang merugi sewaktu-waktu atau untuk menghadapi masa pensiunnya. Dalam cara pemahaman yang “kaku” (jangan-jangan ini justru merupakan sikap visioner), pembisnis dapat merencanakan alokasi untuk sedekah kepada keluarga bukan tanggungannya itu dari komponen CSR. Sebaliknya, sangat terpuji jika cara “luwes” ditempuhnya, yaitu menyisihkan bagian dari hak keluarga tanggungannya menjadi sedekah lain di luar “jatah” CSR perusahaannya.

### **Keuletan dalam berbisnis dan keberlanjutan bisnis**

Rumusan bahwa sepertiga bagian dari hasil diperuntukkan bagi biaya berbisnis kembali menunjukkan bahwa pembisnis harus ulet karena hal itu merupakan “tantangan” dari Rasulullah. Pada waktu keuntungan yang didapat tidak mencapai dua kali biayanya, pembisnis harus siap memulai usahanya dengan skala yang lebih kecil daripada yang sebelumnya jika efisiensi biaya tidak dilakukan. Jika efisiensi biaya dapat dilakukan dengan memadai, pembisnis mungkin masih dapat mempertahankan skala bisnis sebelumnya itu. Skala usaha yang sama dengan sebelumnya juga dapat dilakukan tanpa efisiensi biaya jika pembisnis memiliki tabungan yang cukup seperti yang dikemukakan di atas.

Lebih jauh, dengan perolehan laba yang lebih besar daripada yang sebelumnya, Hadits Rasulullah memberikan arahan bahwa bisnis yang dikelola itu dapat ditingkatkan skalanya karena sepertiga dari hasilnya itu (untuk komponen biaya) memiliki nilai nominal yang lebih besar daripada yang diperoleh sebelumnya. Jadi, pembisnis harus memahami Hadits Rasulullah itu sebagai dorongan untuk tetap memikirkan kelanjutan bisnisnya dalam segala kondisi. Dengan keuletan, risiko mengalami rugi seharusnya dapat diatasi agar bisnis tetap berkelanjutan.

### **Bisnis yang tangguh memiliki keuntungan bersih sebesar dua kali biaya**

Rumusan hadits menjadi  $1/3 - 1/3 - 1/3$  (dari hasil atau pendapatan) untuk dana S-CSR, nafkah keluarga inti atau tanggungan, dan biaya bisnis kembali menunjukkan bahwa keuntungan bersih bisnis tersebut adalah  $2/3$  atau 66,7% dari pendapatannya. Dengan biaya sebesar  $1/3$  atau 33,3% dari pendapatan, nisbah keuntungan bersih terhadap biayanya menjadi 2. Rumusan ini tidakkah mengisyaratkan bahwa bisnis yang layak menurut kriteria kelayakan  $Net\ B/C \geq 1$  belumlah cukup, melainkan hendaknya bernilai  $Net\ B/C \geq 2$  sehingga tidak saja layak, tetapi juga tangguh. Jika kita asumsikan bahwa kita menyaksikan peristiwa yang diriwayatkan dalam hadits tersebut di atas, seolah-olah Rasulullah sudah mengetahui bahwa pada masa yang akan datang, bidang ekonomi hanya akan sampai kepada pemahaman bahwa bisnis yang layak itu harus bernilai  $Net\ B/C \geq 1$ .

Namun, mengapa tidak, bukanlah seolah-olah, pada saat itu Rasulullah memang mengetahui persis (karena wahyu yang diterimanya) bahwa di masa mendatang hanya akan sejauh itu bidang ekonomi berwawasan. Bahkan, bukankah mengenai CSR itu sendiri, The International Organization for Standardization hingga saat ini masih melakukan pembahasan mengenai ketentuan-ketentuan yang akan dirumuskan dalam ISO 26000? Hal ini memperjelas bahwa wawasan Islam tentang berbisnis yang tangguh dan beretika telah jauh mendahului kemampuan pemahaman dunia ilmu pengetahuan kita hingga saat ini. CSR telah dipraktekkan menjadi kewajiban "perusahaan" di "Zaman Berkendaraan Unta", lebih dari 14 abad yang lalu, sedangkan ISO baru akan mengeluarkan rumusan ISO 26000 yang mengatur CSR itu di "Zaman Berkendaraan Sistem Informasi" ini, tahun depan.

## **Bisnis yang berkah menjamin ketangguhan**

Jika pendapatan besarnya 100%, bisnis yang nilai keuntungan bersihnya sama dengan biaya berarti memiliki keuntungan bersih dan biaya masing-masing sebesar 50% dari pendapatannya. Selanjutnya, jika kita telaah bisnis yang bernilai keuntungan bersihnya dua kali biayanya, dengan pendapatan yang 100% itu akan dikeluarkan biaya 33,3%, sedangkan keuntungan bersihnya diperoleh 66,7%. Jika berdasarkan rumusan itu kedua bisnis diperbandingkan, bisnis yang kedua lebih efisien dalam pembiayaannya, yakni menghemat 16,7%. Dengan demikian bisnis yang dijalankan dengan mengacu pada Hadits Rasulullah tersebut, dalam rumusan penggunaan hasilnya merupakan bisnis yang tangguh, tidak saja layak.

Lebih jauh, bisnis yang tangguh itu akan menjadi bisnis yang berkah jika menerapkan S-CSR dengan ikhlas (sebagai wujud bersyukur) untuk mencari keridaan Allah Swt. Keberkahannya diperoleh karena, menurut tuntunan agama, harta yang disedekahkan di jalan Allah Swt bukan berarti akan mengurangi rizki/kekayaan pendermanya, melainkan akan menjadi "alasan" Allah Swt untuk melipatgandakan kekayaan/rizkinya. Komitmen pemilik bisnis terhadap S-CSR, penafkahan keluarga inti atau tanggungannya, dan pengalokasian biaya bisnis sebagaimana yang dinyatakan dalam hadits itulah rupanya yang akan menyebabkan bisnis berkelanjutan (sustainable) akibat karunia keberkahan. Jadi, bisnis yang layak saja tidaklah cukup karena berisiko tidak menjadi tangguh dan belum tentu berkah; bisnis pelaku S-CSR berpengharapan menjadi bisnis yang tangguh karena keberkahannya.

## **Etika Bisnis Islami**

Etika memiliki dua pengertian : **Pertama**, etika sebagaimana moralitas, berisikan nilai dan norma-norma konkret yang menjadi pedoman dan pegangan hidup manusia dalam seluruh kehidupan. **Kedua**, etika sebagai refleksi kritis dan rasional. Etika membantu manusia bertindak secara bebas tetapi dapat dipertanggung-jawabkan. Sedangkan bisnis mengutip Straub, Alimin (2004: 56), sebagai suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit.



Penggabungan etika dan bisnis dapat berarti memaksakan norma-norma agama bagi dunia bisnis, memasang kode etik profesi bisnis, merevisi sistem dan hukum ekonomi, meningkatkan keterampilan memenuhi tuntutan-tuntutan etika pihak-pihak luar untuk mencari aman dan sebagainya. Bisnis yang beretika adalah bisnis yang memiliki komitmen ketulusan dalam menjaga kontrak sosial yang sudah berjalan. Kontrak sosial merupakan janji yang harus ditepati.

Bisnis Islami ialah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram (lihat. QS. 2:188, 4:29). Etika bisnis Islam sebenarnya telah diajarkan Nabi Saw. saat menjalankan perdagangan. Karakteristik Nabi Saw., sebagai pedagang adalah, selain dedikasi dan keuletannya juga memiliki sifat *shidiq*, *fathanah*, *amanah* dan *tabligh*. Ciri-ciri itu masih ditambah *istiqamah*.

*Shidiq* berarti mempunyai kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan dan amal perbuatan atas dasar nilai-nilai yang diajarkan Islam. *Istiqamah* atau konsisten dalam iman dan nilai-nilai kebaikan, meski menghadapi godaan dan tantangan. *Istiqamah* dalam kebaikan ditampilkan dalam keteguhan, kesabaran serta keuletan sehingga menghasilkan sesuatu yang optimal. *Fathanah* berarti mengerti, memahami, dan menghayati secara mendalam segala yang menjadi tugas dan kewajibannya. Sifat ini akan menimbulkan kreatifitas dan kemampuan melakukakn berbagai macam inovasi yang bermanfaat. *Amanah*, tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. *Amanah* ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan *ihsan* (kebajikan) dalam segala hal. *Tablig*, mengajak sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan sifat-sifat tersebut, dalam konteks *corporate social responsibility* (CSR), para pelaku usaha atau pihak perusahaan dituntut besikap tidak kontradiksi secara disengaja antara ucapan dan perbuatan dalam bisnisnya. Mereka dituntut tepat janji, tepat waktu, mengakui kelemahan dan kekurangan (tidak ditutup-tutupi), selalu memperbaiki kualitas barang atau jasa secara berkesinambungan serta tidak boleh menipu dan berbohong.

Pelaku usaha/pihak perusahaan harus memiliki *amanah* dengan menampilkan sikap keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan *ihsan* (berbuat yang terbaik) dalam

segala hal, apalagi berhubungan dengan pelayanan masyarakat. Dengan sifat *amanah*, pelaku usaha memiliki tanggung jawab untuk mengamalkan kewajiban-kewajibannya. Sifat *tablig* dapat disampaikan pelaku usaha dengan bijak (*hikmah*), sabar, argumentatif, dan persuasif akan menumbuhkan hubungan kemanusiaan yang solid dan kuat.

Para pelaku usaha dituntut mempunyai kesadaran mengenai etika dan moral, karena keduanya merupakan kebutuhan yang harus dimiliki. Pelaku usaha atau perusahaan yang ceroboh dan tidak menjaga etika, tidak akan berbisnis secara baik sehingga dapat mengancam hubungan sosial dan merugikan konsumen, bahkan dirinya sendiri.

### **Norma dan etika Islam dalam bidang produksi**

Prinsip etika dalam produksi yang wajib dilaksanakan oleh setiap muslim – baik individu maupun komunitas – adalah berpegang pada semua yang dihalalkan Allah dan tidak melewati batas. Benar bahwa wilayah halal itu luas, tetapi mayoritas jiwa manusia yang ambisius merasa kurang puas dengan hal itu walaupun banyak jumlahnya. Maka kita temukan jiwa manusia tergiur kepada sesuatu yang haram dengan melanggar hukum-hukum Allah (QS. Al-Baqarah : 229).

Pada dasarnya, produsen pada tatanan ekonomi konvensional tidak mengenal istilah halal dan haram. Yang menjadi prioritas kerja mereka adalah memenuhi keinginan pribadi dengan mengumpulkan laba, harta dan uang. Ia tidak mementingkan apakah yang diproduksinya itu bermanfaat atau berbahaya, baik atau buruk, etis atau tidak etis. Pertanyaan seperti ini tidak ada dalam benak mereka, bahkan menurut mereka, pertanyaan seperti itu tidak pada tempatnya karena mengaitkan kegiatan ekonomi dengan etika dan produksi dengan norma. Perpaduan seperti ini adalah hal yang tidak masuk akal menurut mereka.

Adapun sikap seorang muslim sangat bertolak belakang, ia tidak boleh menanam apa-apa yang diharamkan oleh Islam. Seorang muslim tidak boleh menanam segala jenis tumbuhan yang membahayakan manusia, seperti tembakau untuk dijadikan rokok, anggur untuk dijadikan *wine* (minuman keras), dan lain sebagainya. Selain dilarang menanam tanaman-tanaman di atas, seorang muslim juga dilarang memproduksi barang-barang haram, baik haram untuk dipakai ataupun haram untuk dikoleksi, misalnya perhiasan dari emas untuk laki-laki, dan lain sebagainya.

Islam juga tidak membenarkan pembuatan segala komoditi yang hanya bisa digunakan untuk hal yang diharamkan, atau mayoritas barang itu digunakan untuk berbuat dosa, walaupun sebagian kecil komoditi tersebut dapat digunakan untuk hal-hal yang diperbolehkan. Sebab sebagian kecil dan hal yang jarang ini tidak bisa dijadikan pijakan bagi suatu hukum.

Adapun jika suatu hasil produksi dapat digunakan untuk berbuat baik dan buruk secara bersamaan, maka hal itu tidak diharamkan. Diantara produk yang dilarang keras beredar adalah produk yang merusak akidah, etika dan moral manusia, seperti film pornografi, sadisme dan lain sebagainya. Pada umumnya, pengusaha di bidang ini hanya mengejar keuntungan semata tanpa memikirkan halal dan haram.

### **Perlindungan kekayaan alam**

Etika yang diajarkan oleh Islam diantaranya adalah menjaga sumber daya alam karena ia merupakan anugerah dari Allah kepada hamba-Nya. Setiap hamba wajib mensyukurinya, dan diantara cara bersyukur adalah dengan menjaga sumber daya alam dari polusi, kerusakan atau kehancuran (QS. Al-A`raf : 56, 74 & 86). Diantara etika dan norma dalam menjaga kekayaan alam adalah (Yusuf Al-Qardhawi : 1997) :

1. Larangan menelantarkan ladang pertanian dan hewan dari perbuatan syirik (Al-An`am : 138, Yunus : 59)
2. Ancaman bagi orang yang membunuh burung dengan sembarangan.
3. Penebang hutan secara liar masuk neraka.
4. Melindungi binatang dari penyakit menular.
5. Hati-hati terhadap binatang perah.
6. Memanfaatkan kulit bangkai binatang.
7. Larangan untuk meninggalkan sesuap makanan untuk setan.
8. Menanami kembali tanah yang tidak bertuan (terbengkelai).

### **Target produksi**

Ekonomi Islam sangat menganjurkan dilaksanakannya aktivitas produksi dan mengembangkannya, baik dari segi kuantitas maupun kualitas, Islam tidak menginginkan tenaga manusia atau komoditi terlantar begitu saja. Islam menghendaki semua tenaga

dikerahkan untuk meningkatkan produktivitas lewat prinsip *al-itqan* (ketekunan) yang diridhoi oleh Allah atau *ihsan* yang diwajibkan Allah atas segala sesuatu.

Menurut Yusuf Qardhawi (1997), produksi mempunyai dua tujuan utama :

1. Target swasembada individu.

Kehidupan manusia di dalam lapangan ekonomi mempunyai empat standar yang berbeda :

- a. Standar primer.
- b. Standar cukup (*kifayah* : rezeki yang sekedar mencukupi)
- c. Standar swasembada atau mapan.
- d. Standar mewah.

2. Mewujudkan swasembada umat.

Tujuan lain dari produksi adalah memenuhi target swasembada masyarakat (QS. An-Nisa : 141, Al-Baqarah : 143, Al-Munafiqun : 8).

Untuk merealisasikan swasembada bagi individu dan umat, ada beberapa usaha yang harus dilakukan, diantaranya :

a. Bagi perorangan.

Setiap manusia wajib bekerja sesuai dengan profesinya, wajib bekerja dalam bidang yang halal, dan pemerintah diharapkan membantu warganya untuk mendapatkan pekerjaan yang layak.

b. Bagi umat.

Untuk mewujudkan swasembada umat, ada beberapa program yang perlu direncanakan, diantaranya :

1. Perencanaan yang matang, Al-Quran memberi contoh perencanaan melalui kisah Nabi Yusuf yang membuat perencanaan untuk 15 tahun yang akan datang mencakup program produksi, penyimpanan, konsumsi dan distribusi, guna menghadapi masa paceklik dan kemarau panjang di Mesir dan daerah sekitar (QS. Yusuf).
2. Mengembangkan sumber daya manusia.
3. Mendayagunakan sumber alam.
4. Memproduksi sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
5. Investasi modal.

Tujuan syari'ah itu dapat menentukan tujuan perilaku konsumen dalam Islam dan tercapainya kesejahteraan umat manusia (*maslahah al-'ibad*). Semua barang dan jasa yang dapat memiliki kekuatan untuk memenuhi lima komponen pokok (*dharuriyyat*) telah dapat dikatakan memiliki *maslahat* bagi umat manusia.

Lebih lanjut, Khan (1992: 195), mengutarakan semua kebutuhan tidak sama penting. Kebutuhan itu meliputi: tingkat di mana lima elemen pokok di atas dilindungi secara baik; tingkat di mana perlindungan lima elemen pokok di atas, dilengkapi untuk memperkuat perlindungannya dan tingkat di mana lima element pokok di atas secara sederhana diperoleh secara jelas.

Berkaitan dengan corporate sosial responsibility (CSR), kelima komponen itu perlu mendapat fokus perhatian. Dalam skala primer, perusahaan atau badan-badan komersial perlu menghargai agama yang dianut masyarakat. Jangan sampai kepentingan masyarakat terhadap agamanya diabaikan, seperti perusahaan yang mengabaikan atau mengganggu peribadatan warga setempat. Bahkan, semestinya pihak perusahaan atau badan-badan komersial harus mampu mengembangkan jiwa usahanya dengan spiritualitas Islam.

Dalam pemeliharaan jiwa seperti makan dan minum ditujukan agar hidup dapat lebih bertahan dan mencegah eksek kepunahan jiwa manusia. Ironisnya, kini, banyak perusahaan air mineral telah menyebabkan kekeringan air di daerah atau kondisi udara di Jakarta telah mengandung zat pencemar udara yang sebagian besar sulfur dioksida, karbon monoksida, nitrogen dioksida dan partikel debu. Sekitar 70 persen polusi udara di Jakarta akibat asap transportasi. Di Jakarta saja penambahan kendaraan tercatat 8.74 persen per tahun sementara prasarana jalan meningkat 6.28 persen per tahun. Ini tentu menambah semakin terpuruknya kondisi lingkungan udara kita (Agung Sudrajad, Inovasi, Vol. 5, 2005).

Begitu juga, pihak korporasi harus mampu menjaga keutuhan dan kehormatan (rumah tangga) warga masyarakat terkait atau internal perusahaan. Perusahaan dilarang memberikan eksek negatif dalam kegiatannya yang akan mengganggu rusaknya akal pikiran manusia. Islam melarang umatnya mengkonsumsi atau memproduksi makanan dan minuman yang dapat merusak akal karena akan mengancam eksistensi akalnya.

Dalam pemeliharaan harta, transaksi jual beli harus dilakukan secara halal. Jika tidak, maka eksistensi harta akan terancam, baik pengelolaan atau pemanfaatannya. Karena itu, pihak perusahaan dilarang melakukan kegiatan yang secara jelas melanggar aturan syara'.

Dalam konteks tanggung jawab sosial perusahaan (corporate social responsibility

/CSR), *maqashid as-yari'ah* ditujukan agar pelaku usaha atau pihak perusahaan mampu menentukan skala prioritas kebutuhannya yang terpenting. Kebutuhan-kebutuhan itu tidak hanya diorientasikan untuk jangka pendek, tetapi juga jangka panjang dalam mencapai ridha Allah. Kegiatan ekonomi tidak saja melibatkan aspek materi, tapi juga kualitas keimanan seorang hamba kepada Allah Swt.

Oleh karena itu, konsep pembangunan yang melibatkan *maqashid as-yari'ah* dimaksudkan agar terbentuk pribadi-pribadi muslim yang memiliki keimanan dan ketakwaan. Tentu saja sikap ini tidak saja didapatkan dari lubuk hati yang dalam. Tetapi, dilandasi juga dari kesadaran manusia untuk melaksanakan kewajiban sebagai seorang hamba-Nya. Kewajiban mengaplikasikan tanggung jawab seorang hamba untuk melakukan kejujuran, kebenaran, kebajikan dan kasih sayang terhadap seluruh data kehidupan aktual. Islam mengajarkan tanggung jawab agar mampu mengendalikan diri dari tindakan melampaui batas kewajaran dan kemanusiaan. Tanggung jawab ini mencakup tanggung jawab kepada Allah, kepada sesama dan lingkungannya.

## **Penutup**

Akhirnya tampak kepada kita bahwa Islam memandu pebisnis menggunakan hasil usahanya untuk tiga tujuan/sasaran, yaitu kepentingan masyarakat di jalan Allah (S-CSR), kepentingan keluarga inti atau tanggungan, dan kepentingan kelanjutan bisnis itu sendiri. Rumusan sepertiga-sepertiga-sepertiga dari hasil yang diterima pembisnis untuk memenuhi ketiga kewajiban itu menunjukkan bahwa bobot kepedulian pengusaha untuk ketiga sasaran pengguna hasil bisnis itu hendaknya tidak berbeda. Kebutuhan masyarakat di jalan Allah, kebutuhan keluarga inti atau tanggungan, dan kebutuhan berproduksi sama-sama harus diperhatikan oleh pengusaha.

Pemahaman dari Hadits Rasulullah Swt di atas, memerlukan verifikasi sehubungan dengan adanya ketentuan kewajiban berzakat. Sebagai contoh, jika bisnis itu berupa kegiatan bercocok tanam tanaman lanskap yang sumber airnya berupa air tadah hujan seperti dalam hadits di atas, apakah sedekah di jalan Allah Swt (S-CSR) harus 33,3% dari hasil kebunnya atautakah hanya 23,3% karena harus dikurangi dengan angka 10% dari hasil kebun yang wajib dikeluarkan sebagai zakat setelah panen. Bagaimana pula jika sumber airnya

memerlukan biaya, apakah S-CSR sebesar 33,3% dari hasil penjualan tanaman lanskapnya, ataukah harus dikurangi dahulu 5%, besaran kewajiban zakatnya. Lebih jauh, kapan rumusan  $1/3-1/3-1/3$  itu sebaiknya diterapkan agar bisnis yang dikelola dapat berkelanjutan. Rumusan tersebut sebaiknya diterapkan sejak titik impas (*break even point*) tercapai. Demikian pula, benarkah pemahaman bahwa Hadits Rasulullah itu mengisyaratkan bisnis yang tangguh, dan pasti layak, bernilai  $\text{Net B/C} \geq 2$ , bukan  $\text{Net B/C} \geq 1$ ? Lebih jauh, bagaimana pemahaman yang tepat atas rumusan  $1/3-1/3-1/3$  itu jika lahan yang diusahakan bukan lahan milik karena pada waktu ini ada yang disebut dengan lahan garapan saja?

Dengan demikian Hadits Rasulullah tersebut menjadi bahan telaahan bagi kita, agar konsep CSR yang kini tengah digodog ISO itu benar-benar sejalan dengan nilai-nilai Islam jika diikuti oleh para pengusaha Indonesia.. Bukankah ISO akan membuang kata perusahaan (*corporate*) dalam naskah ISO 26000 yang akan diberlakukan tahun depan?. Umat Islam sendiri yang seharusnya dapat "mengamankan" konsep CSR profetik agar tidak terdistorsi oleh praktik berbisnis yang sekular. Padahal, pemilik tanah dalam Hadits Rasulullah saw di atas, menyatakan akan menyegerakan sepertiga hasil yang didapatnya untuk sedekah di jalan Allah, yakni untuk S-CSR.

## Daftar Pustaka :

Qardhawi, Yusuf, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Gema Insani Press, Jakarta, 1997.

Ali Abdul Halim Mahmud, *Fikih Responsibilitas, Tanggung Jawab Muslim dalam Islam*, Penerjemah : Abdul Hayyie al-Kattani, Gema Insani Press, Jakarta, 1998.

Yusuf Wibisono, *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*, Fascho, Gresik, 2007.

Muslich, *Etika Bisnis Islami : Landasan Filosofis, Normatif dan Substansi Implementatif*, Ekonisia, Yogyakarta, Cetakan Pertama, Oktober 2004.

Muhammad & Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, BPFE, Yogyakarta, Cetakan Pertama, Februari 2004.

Muflih, Muhammad, M.A, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2006.

Chapra, M. Umer, *Islam dan Pembangunan Ekonomi*, Gema Insani Press, Jakarta, 2000.

Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam UII, *Ekonomi Islam*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2008.

Abdul Husain, Abdullah, *Ekonomi Islam : Prinsip, Dasar dan Tujuan*, Magistra Insani Press, Yogyakarta, Cetakan Pertama, September 2004.

Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islami*, Penerjemah : Muhammad, M.Ag, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2004.