

etika dalam bisnis berbasis syariah

by Siti Maroah

Submission date: 25-Mar-2019 10:06PM (UTC+0700)

Submission ID: 1099478178

File name: ETIKA_DALAM_BISNIS_BERBASIS_SYARIAH.docx (127.85K)

Word count: 8875

Character count: 59241

ETIKA
DALAM BISNIS
BERBASIS
SYARIAH

Dr. Siti Maro'ah, M.Pd

Prakata

Bismillaahirromaanirokhiiim

47

Dengan nama Allah yang maha pengasih maha penyayang,

Puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan buku referensi yang berjudul “Etika Bisnis Berbasis Syariah”. Harapan penulis buku ini sebagai salah satu pilihan dari berbagai buku yang ada untuk sumber bacaan bagi pebisnis, akademisi dan masyarakat. Semoga mendatangkan manfaat dalam memahami mengenai etika berbisnis yang berbasis Islami.

Pembaca yang saya hormati, buku ini terdiri dari delapan bab yang berisi tentang: Moralitas, Etika Bisnis dan Bisnis Berbasis Syariah; Teori Etika Dalam Bisnis; Etika Bisnis Dalam Pengambilan Keputusan; Etika Bisnis Dan Konsep GCG; Etika Bisnis Dan Konsep CSR; Budaya Dan Etika Bisnis Syariah; Etika Bisnis Berbasis Syariah Dan Lingkungan Hidup; Fraud Dan Pelanggaran Dalam Etika Bisnis.

Mempelajari etika dari sudut pandangan Islam tentunya didasarkan pada hukum pokok dan pedoman hidup umat Islam di dunia, yaitu Al-Qur’an dan Al Hadits. Al-Qur’an sebagai kitab suci diturunkan Allah swt melalui Rasulnya sebagai petunjuk, pembeda mana yang haq dan yang bathil, sehingga dapat menyelamatkan kehidupan di dunia dan akhirat kelak. Al Hadits sebagai sumber kedua setelah Al-Qur’an bermanfaat bagi ummat Islam sebagai acuan pelaksanaan perintah dan upaya menjauhi segala hal yang dilarang yang ada dalam Al-Qur’an.

Akhirnya, tiada gading yang tak retak, kritik dan saran selalu penulis harapkan demi kesempurnaan buku ini. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya. Aamiin.

Surabaya, Maret 2019

Penulis

Daftar Isi

Bab 1: Moralitas dan Etika Bisnis Berbasis Syariah;

Bab 2: Teori Etika Dalam Bisnis;

Bab 3: Etika Bisnis Dalam Pengambilan Keputusan;

Bab 4: Etika Bisnis Dan Konsep GCG;

Bab 5: Etika Bisnis Dan Konsep CSR;

Bab 6: Budaya Dan Etika Bisnis;

Bab 7: Etika Bisnis Berbasis Syariah Dan Lingkungan Hidup;

Bab 8: Fraud Dan Pelanggaran Dalam Etika Bisnis.

Moralitas dan Etika Bisnis Berbasis Syariah

A. Etika Dalam Bisnis Berbasis Syariah

Istilah etika (*ethics*) pada umumnya dapat dimaknai sebagai cerminan dari segala perilaku seseorang dalam kelompok tertentu. Etika hanya berbicara mengenai penilaian tindakan yang baik dan buruk; benar dan salah dengan dasar atau tolok ukur akal pemikiran komunitas setempat (Khoiruddin, 2018).

Istilah bisnis adalah suatu kegiatan yang diawali dari mencari tahu tentang apa yang dibutuhkan masyarakat, kemudian berupaya menyediakan alat pemuas kebutuhan tersebut, berupa barang/jasa dengan tujuan untuk mendapatkan laba dari transaksi yang terjadi (Susandy, Gugyuh ; Ramdhan, 2015) Dengan demikian, perusahaan bisnis merupakan pelaku ekonomi kunci yang diharapkan mampu menghasilkan dan memasarkan barang atau jasa yang dibutuhkan masyarakat.

Etika bisnis berbasis syariah adalah pemikiran atau refleksi tentang standard moralitas Islam yang diaplikasikan dalam kegiatan ekonomi dan bisnis. Mensinergikan antara etika dengan bisnis secara *comprehensive* adalah memasukkan nilai-nilai etika ke dalam budaya perusahaan, kemudian menjadikan nilai-nilai

yang sudah melebur ke dalam budaya perusahaan tadi sebagai anutan yang dijunjung tinggi oleh para *stakeholder* (Saifullah, 2017).

Etika bisnis berbasis syariah adalah perilaku dalam bisnis yang mensinergikan nilai-nilai dan ajaran yang ada dalam Al-Qur'an dan Al-Hadist menjadi satu kesatuan yang utuh dalam praktik kehidupan berbisnis. Rasulullah Muhammad SAW sebagai seorang pengusaha sukses, memberi contoh yang patut diteladani, meletakkan dasar-dasar pengelolaan bisnis secara syariah. Rasulullah memiliki kepribadian yang mulia, utuh tanpa cela. Beliau mendapat julukan *Shiddiq, Amanah, Fathanah, dan Tabligh*.

- *As-shiddiq* karena memiliki sikap jujur dan selalu menepati janji, tidak menutupi cacat barang dan tindakan lainnya yang menyebabkan kerugian konsumen.
- *Amanah* karena tidak melakukan hal-hal seperti: penipuan, suap, memberi hadiah atau komisi yang haram, tidak mengurangi takaran/timbangan, tidak memakan riba, tidak menzalimi konsumen atau sesama pedagang.
- *Fathanah* yaitu memiliki sifat cakap dalam strategi pemasaran. Beliau selalu berpenampilan menarik dan memberi layanan yang memuaskan konsumen.
- *Tablig* karena beliau memiliki kemampuan berkomunikasi yang santun, berwibawa, dan tidak menyakiti orang lain (Mustofa, 2013).

Berdasarkan empat sifat tersebut diharapkan kita sebagai umat manusia diharapkan mampu mengelola bisnis secara professional dan berperilaku dalam hubungan ekonomi, bisnis dan sosial

kemasyarakatan sesuai etika yang dicontohkan Rasulullah saw (Dahwal, 2009).

19
Dalam Buku *Islamic Business and Economic Ethics* dijelaskan bahwa etika dapat diartikan sebagai “kajian moralitas”. Etika secara syariah dapat dikatakan sebagai akhlak (budi pekerti atau kelakuan baik dan buruk). Akhlak dalam Islam adalah sistem moral yang berpijak pada akidah sesuai ajaran yang bersumber dari firman Allah SWT yang diwahyukan pada Nabi/Rasulnya, kemudian disampaikan pada manusia selaku hamba-Nya. Banyak persoalan etika bisnis yang dibahas dalam buku tersebut antara lain:

- Etika produksi:

Kegiatan memproduksi dalam Islam dimaknai sebagai ibadah. Oleh karena itu dilarang adanya praktik yang mementingkan keuntungan perusahaan semata tanpa memperhatikan kemaslahatan masyarakat dan lingkungan sosial.

- Etika konsumsi:

Islam melarang adanya konsumsi yang berlebihan, memanfaatkan harta secara tidak wajar, hidup boros, dan menerapkan pola konsumsi “lebih besar pasak dari pada tiang” (Khoiruddin, 2018).

38
Etika Bisnis dapat dipakai sebagai standar dan pedoman bagi seluruh pegawai termasuk manajemen dan digunakan sebagai tolok ukur untuk menjalankan tugas sehari-hari berdasarkan moral yang luhur, jujur, transparan dan sikap yang professional (Rachmawati, 2013). Akan tetapi dalam realitanya banyak terjadi penyimpangan, seperti pelaku bisnis yang hanya mengejar maksimalisasi profit tanpa mempedulikan etika bisnis yang

semestinya. Contoh pelanggaran etika bisnis antara lain: tidak transparan dalam pertanggung-jawaban keuangan; tidak jujur; melanggar prinsip kewajaran, prinsip kejujuran, dan prinsip empati.

B. Moralitas

Pada dasarnya moralitas adalah tolok ukur untuk menentukan baik buruknya perilaku manusia dan bukan sebagai pemeran tindakan tertentu. Moral mengandung unsur nilai dan norma yang bersumber dari hati nurani seseorang. Terdapat tiga unsur dalam moralitas yaitu: perilaku, kognisi, dan afeksi. Sedangkan dimensi moralitas berbasis syariah terbagi menjadi tiga aspek yaitu Iman, Islam, dan Ikhsan (Pulungan, 2011).

Dalam kajian etika bisnis Islam, dinyatakan bahwa moralitas sebagai susunan standard perilaku seperti yang disebutkan di atas, ditambah dengan halal-haram (*degrees of lawful and unlawful*) (Mawardi, 2016).

Penalaran moral berbasis Islam diarahkan kepada:

1. Pemahaman tentang yang dituntut, dilarang, dinilai atau disalahkan oleh standard moral Islam
2. Bukti atau informasi yang menunjukkan bahwa orang, kebijakan, institusi mempunyai perilaku yang sesuai dengan standard moral Islam.
3. Penalaran moral harus logis berdasarkan keyakinan dogmatis ajaran agama Islam
4. Bukti faktual untuk mendukung penilaian yang akurat, relevan, dan lengkap.

5. Standard **moral yang melibatkan penalaran, moral harus konsisten** dalam pencapaian kemaslahatan menuju keberhasilan.

C. Memahami Etika Usaha yang Islami

Etika usaha yang Islami dibangun berdasarkan ajaran Al-Qur'an dan Al-Hadits yang menjadi dasar pijakan para pelaku bisnis dalam melakukan kegiatan bisnisnya.

- Al-Qur'an berfungsi sebagai petunjuk dan pembeda dari nilai-nilai buruk menuju pada nilai-nilai yang mendapat keridloan Allah SWT sehingga dapat menyelamatkan manusia di dunia hingga akhirat (Djohar, Arifin; Aziz, 2012).
- Al-Hadits merupakan segala sesuatu yang diriwayatkan bersumber dari Nabi Muhammad saw yang menjadi suri tauladan bagi umat Islam, didasarkan pada perkataan, perbuatan, akhlak, maupun ketetapan beliau dalam kedudukannya sebagai Rasulullah (AW, 2016).

Berdasarkan ketentuan di atas, maka perlu upaya menselaraskan antara dimensi etis ekonomi dan dimensi praktisnya (kegiatan usaha/bisnis) sehingga menjadi kesatuan pedoman, tidak berdiri sendiri-sendiri guna mencapai tujuan membangun bisnis yang berkeadilan berdasarkan Al-Qur'an dan Al-Hadits (Hanifullah, 2016).

D. Aksioma Dasar Etika Bisnis Islam

Dalam hukum Islam, etika bisnis tidak hanya dipandang dari aspek etika secara terpisah-pisah, melainkan sebagai kesatuan yang memuat pedoman yang berlaku secara universal bagi pemeluk agama Islam. Hal ini menunjukkan bahwa etika bisnis harus dibangun didasarkan pada prinsip-prinsip dasar: *Falah, Maslahat, Unity, Equilibrium, Free will, Responsibility, Ikhsan*.

Adapun beberapa aksioma dasar dalam konteks perumusan etika bisnis Islami adalah:

1. *Falah* (kesuksesan di dunia dan akhirat)

Tujuan akhir setiap pelaksanaan ekonomi dan bisnis adalah sebagaimana tujuan dari syariat itu sendiri (*maqashid asy syari'ah*) berupa penjagaan atas keimanan, ilmu, kehidupan, harta dan kelangsungan keturunan (Finarti & Putra, 2017).

Dengan demikian etika bisnis Islam selazimnya mengantarkan kepada pencapaian kebahagiaan di dunia dan akhirat (*falah*) melalui suatu tata kehidupan yang baik dan terhormat (*hayyan thayyiban*).

2. *Maslahat* (manfaat dunia dan akhirat)

Maslahat adalah keputusan seorang pelaku ekonomi Islami untuk menyeimbangkan insentif material dan non material dalam kegiatan ekonomi (kemanfaatan duniawi dan keberkahan untuk akhirat). Insentif duniawi mungkin akan diterima oleh individu atau masyarakat, baik dalam kegiatan produksi, distribusi dan konsumsi. Insentif di akhirat adalah berupa imbalan (ganjaran /hukuman) yang hanya dirasakan di akhirat.

Allah swt telah menentukan bahwa kesejahteraan di akhirat lebih penting dari pada kesejahteraan di dunia, namun Allah swt juga memperingatkan manusia untuk tidak melupakan haknya atas kenikmatan di dunia (Hidayatulloh, 2012).

3. *Unity* (Persatuan)

Islam tidak mengakui kelas-kelas sosio ekonomik sebagai sesuatu yang bertentangan dengan prinsip persamaan maupun prinsip persaudaraan (*ukhuwwah*). Karena mematuhi ajaran Islam dalam semua aspeknya dianggap sebagai ajaran untuk mendapatkan rida Allah (Dahwal, 2009)

4. *Equilibrium* (Keseimbangan/keadilan)

- Dalam melakukan aktivitas ekonomi dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai.
- Penerapan perilaku adil dalam Islam seperti: dalam perniagaan Islam melarang menipu (misalnya: adanya asymmetric information; menentukan mutu (kualitas) secara jujur dan ukuran (kuantitas) pada setiap takaran/timbangan dengan pasti).
- Konsep equilibrium juga dapat dipahami bahwa keseimbangan hidup di dunia dan akhirat harus diemban oleh pebisnis muslim. Manusia memiliki kesamaan dan keseimbangan dalam kesempatannya, dan setiap individu dapat memperoleh keuntungan sesuai dengan kemampuannya (kapabilitas dan kapasitas) masing-masing (Dahwal, 2009)

5. *Free Will* (bebas berkehendak/ikhtiar)

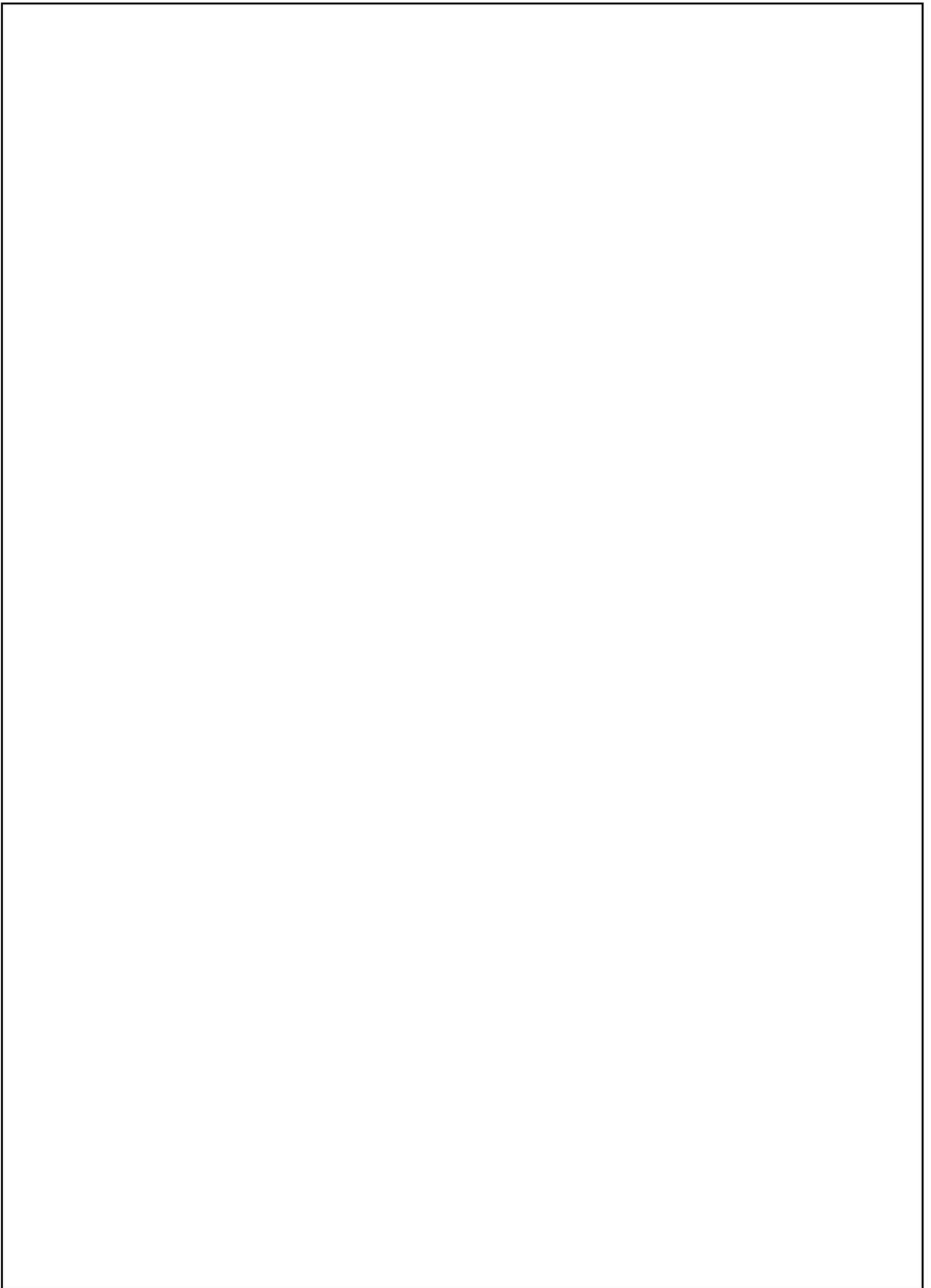
20
Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu terbuka lebar, sehingga mendorong manusia untuk berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Namun kebebasan memenuhi kebutuhan yang tak terbatas itu dikendalikan oleh adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakat melalui zakat, infak, dan sedekah (Mardatillah, 2013).

6. *Responsibility* (bertanggung jawab)

- Aksioma tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran Islam, terutama bila dikatkan dengan kebebasan ekonomi.
- Setiap manusia akan diadili secara personal di hari kiamat kelak.
- Setiap individu mempunyai hubungan langsung dengan Allah (tidak ada perantara) sehingga ampunan harus diminta secara langsung kepada Allah. Setiap individu mempunyai hak penuh untuk berkonsultasi dengan sumber – sumber Islami (Al-Qur'an dan Hadist) untuk kepentingannya sendiri (Schwartz & Carroll, 2012).

7. *Ikhsan* (berbuat baik)

- Ikhsan berarti melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskannya. Dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah di hadapannya, jika tidak mampu maka yakinlah bahwa Allah maha melihat kita (Mardatillah, 2013).



Bab Dua

TEORI ETIKA DALAM BISNIS BERBASIS SYARIAH

Peran Etika Dalam Bisnis

⁸ Etika memiliki peranan penting dalam melegitimasi segala perbuatan dan tindakan, dilihat dari sudut pandang moralitas yang telah disepakati masyarakat. Namun dalam praktiknya, seringkali penerapan nilai etika hanya dilakukan sebatas persetujuan atas standar moral yang telah disepakati untuk dilanggar. Norma moral yang menjadi standar masyarakat untuk menentukan baik-buruknya perilaku/tindakan seseorang terkadang hanya dianggap sebagai aturan yang disetujui bersama tanpa dipertimbangkan mengapa aturan moral tersebut harus dipatuhi.

Pelaku bisnis harus memperhatikan etika, mengingat proses bisnis berkaitan dengan proses penciptaan nilai, proses lainnya yang bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan manusia. Jika suatu bisnis, para pelakunya selalu menjunjung moralitas atau etika maka bisnis dikatakan telah melakukan *Real value creation*. Namun apabila mengabaikan perilaku etis, maka dikatakan terjadi *value destruction* (Pratikto, 2012).

Beberapa alasan mengapa etika perlu dipelajari?

- ¹⁸ Kepercayaan moral yang dipegang mungkin tidak cukup, karena hanya merupakan kepercayaan yang sederhana tentang isu-isu yang kompleks. Karena pelajaran etika dapat membantu seseorang

memecahkan isu kompleks dengan memperhatikan prinsip-prinsip tentang kasus tersebut.

2. Etika menyediakan pengertian mendalam bagaimana menimbang dan memutuskan konflik prinsip dan menunjukkan mengapa tindakan tertentu lebih dibutuhkan dari pada yang lain (Duska, Duska, & Ragatz, 2011).

Relativitas Moral dalam Bisnis

Seperti telah diungkap di atas, berdasar hukum Islam, nilai moral meliputi empat sifat, yaitu *shiddiq*, *amanah*, *tabligh*, dan *fathonah*. Tujuan berbisnis tidak sepatutnya bila semata-mata untuk mendapatkan keuntungan maksimal. Kepentingan dan hak orang lain tidak mendapat perhatian bahkan menimbulkan kerugian pada mereka. Bisnis yang baik dan bermoral bukan bisnis yang dapat menghasilkan keuntungan semata, namun tetap memperhatikan kepentingan pihak lain dan selalu peduli lingkungan alam dan masyarakat (Fauzan, 2012).

Prinsip-prinsip dasar praktik berbisnis berdasarkan ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Al-Hadits harus dikemas berdasarkan tiga pilar substansial dari ajaran Islam, yaitu aqidah, Ibadah dan Akhlaq (Alfaqih, 2018).

- Aqidah

Aqidah dapat dimaknai sebagai bentuk keimanan dan keyakinan yang kuat dari hati manusia yang mengakui bahwa tiada tuhan yang patut disembah kecuali Allah swt. Seperti firman-Nya dalam Al-Qur'an Surat al-An'am ayat 82, artinya: "Orang-orang yang beriman dan tidak mencampur-adukkan iman mereka dengan

kedzaliman (syirik), mereka itulah orang-orang yang mendapatkan rasa aman dan mendapat petunjuk”.

Dengan demikian, bila seorang hamba Allah telah meyakini hanya Allah yang patut disembah, maka konsekuensinya adalah mematuhi yang diperintahkan dan menjauhi segala hal yang dilarang. Allah menjanjikan kepada hamba tersebut mendapatkan petunjuk dan kebahagiaan di dunia maupun di akhirat.

- Ibadah

Ibadah dapat diartikan sebagai bentuk ketundukan dan ketaatan mencakup hati, perkataan, perbuatan yang ditujukan semata-mata kepada Allah yang maha pencipta. Dengan demikian ibadah merupakan *output* dari pengamalan akidah yang diyakini seorang hamba. Kuatnya dasar ketauhidan seseorang dipengaruhi oleh ketekunan dalam beribadah. Bila seseorang tidak menjalankan ibadah maka jiwa maupun fisiknya jauh dari nilai-nilai ketauhidan dan sengaja menentang perintah Allah yang maha mencipta. Hal ini sesuai dengan dalil dalam QS al-Dzariyat ayat 56, yang artinya: “Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan agar mereka beribadah kepada Ku”.

- Akhlaq

Akhlaq merupakan cerminan jiwa dan refleksi sifat yang dengan mudah menyatu pada perilaku manusia tanpa proses pertimbangan akal pikirannya. Refleksi perilaku ini mewujudkan Iman, Islam dan Ihsan pada diri seseorang.

Teori Etika Yang Islami

48

Dalam perspektif religius yang Islami, pemikiran etika cenderung melepaskan kepelikan dialektika atau metodologis dan memusatkan pada usaha untuk mewujudkan spirit moralitas dengan menyandarkan diri pada Al-Qur'an dan Al-Hadits. Karena Al-Qur'an berfungsi sebagai petunjuk yang mengarah pada keshalehan dan membedakan hal-hal yang diharamkan atau yang diharamkan (Djohar, Arifin; Aziz, 2012).

Kunci etis dan moral bisnis tergantung pada pelakunya. Pelaku bisnis wajib menerapkan etika dan moral bisnis hingga mencapai akhlaq yang mulia (*husnul khuluq*), sebagai modal dasar berkembangnya praktik bisnis yang etis dan moralis. Pada tingkatan ini janji Allah swt akan meluaskan hatinya dan melimpahkan rezeki.

Prinsip-prinsip praktik bisnis berdasarkan tiga pilar ajaran Islam yaitu aqidah, Ibadah dan Akhlaq adalah:

- Prinsip tauhid dan kesatuan (*unity*),
- Prinsip *nubuwwah* dan kebenaran (kebijakan dan kejujuran),
- Prinsip *khilafah* dan pertanggung-jawaban,
- Prinsip keadilan dan keseimbangan.

Penjelasan dari prinsip-prinsip di atas, dipaparkan berikut ini:

Prinsip Tauhid

Tauhid atau akidah adalah dasar esensial ajaran agama Islam. Prinsip ini menegaskan bahwa Allah swt adalah penguasa alam semesta ini. Allah menciptakan segala sesuatu tidak ada yang sia-sia dan tujuan diciptakan manusia adalah untuk mengabdikan dan tunduk

patuh kepada-Nya. Tidak terkecuali dalam pelaksanaan bisnis harus selalu didasarkan pada prinsip penyerahan diri dan mempercayai bahwa semua yang dikelola dalam bisnis itu kepunyaan Allah semata, dan kegiatan bisnis adalah sebagai ibadah.

Prinsip *Nubuwwah* (Kenabian)

Prinsip ini menunjukkan bahwa Nabi Muhammad saw merupakan sosok yang sempurna dalam segala tindak-tanduknya, begitu juga perilaku beliau dalam berbisnis. Keteladanan beliau patut ditiru dan diimplemtasikan dalam pengelolaan bisnis. Sifat terkenal dan selalu menjadi acuan dalam kehidupan manusia sehari-hari termasuk kegiatan bisnis, ada empat sifat yaitu: *Shiddiq, Amanah, Fathanah, dan Tablig*.

Prinsip *Khilafah*

Prinsip ini menegaskan bahwa manusia sebagai pemimpin (*khalifah*) di muka bumi ini yang dilengkapi Allah SWT dengan potensi mental / spiritual, dan sumber daya alam yang dapat dieksplorasi untuk kepentingan dan keberlanjutan hidupnya. Karena fungsi penting manusia dalam konteks bisnis adalah menjaga interaksi (*mu'amalah*) yang harmonis antar pebisnis, sehingga terhindar dari munculnya perselisihan dan sengketa.

Prinsip Keadilan

Keadilan (*'adl*) adalah salah satu sifat Allah swt yang menetapkan semua manusia mempunyai peluang "sama" untuk berbuat baik. Faktor yang membedakan adalah tingkat ketaqwaan dan keikhlasannya dalam menjalankan perintah dan menjauhi larangan.

Prinsip *Ma'ad* (hasil)

Prinsip ini mengajarkan bahwa pada hakikatnya manusia diciptakan untuk beribadah (bekerja). Dalam perspektif Islam, dunia

merupakan ladang akhirat maksudnya hidup di dunia sebagai tempat untuk mempersiapkan modal untuk akhirat kelak, yang dapat ditempuh dengan bekerja, berusaha, dan beramal sholeh. Manusia memperoleh balasannya di akhirat sesuai dengan amal perbuatan selama hidup di dunia. Terkait dengan perilaku dalam bisnis dapat dicontohkan kegiatan bisnis harus terhindar dari praktik pemberian suap atau komisi dalam lobi bisnis; riba; wanprestasi; berbohong; dan proses serta hasil produksi harus bebas dari unsur-unsur haram (Alfaqiih, 2018).

Beberapa surat dalam Al Qur'an yang mengatur para pelaku bisnis terkait dengan utang-piutang, perdagangan atau jual beli, antara lain: surat Al Baqarah (282); An Nisa (29); At Taubah (24); An Nur (37); dan As Shaff (10). Inti dari terjemahan ayat-ayat tersebut dapat dipaparkan berikut ini:

- **Al Baqarah (282)**

Apabila pembayaran pada transaksi suatu bisnis tidak dilakukan secara tunai, maka hendaklah dibuat pencatatan dengan benar dan jujur. Pada proses pencatatannya bila perlu melibatkan dua orang saksi terutama bila transaksi tersebut dilakukan oleh orang yang mengalami lemah akal.

- **An Nisa (29)**

Larangan melakukan tindakan bisnis yang mengandung kebathilan dan menyebabkan kerugian bagi orang lain. Tindakan bisnis harus didasarkan pada azas tidak ada pemaksaan dan transaksi dilakukan dengan saling ridlo (suka sama suka).

- **At Taubah (24)**

Larangan bagi kita untuk mencintai secara berlebihan terhadap keluarga, harta kekayaan, dan perniagaan bila dibandingkan dengan cinta kita kepada Allah, Rasul, dan jihad di jalan Allah swt.

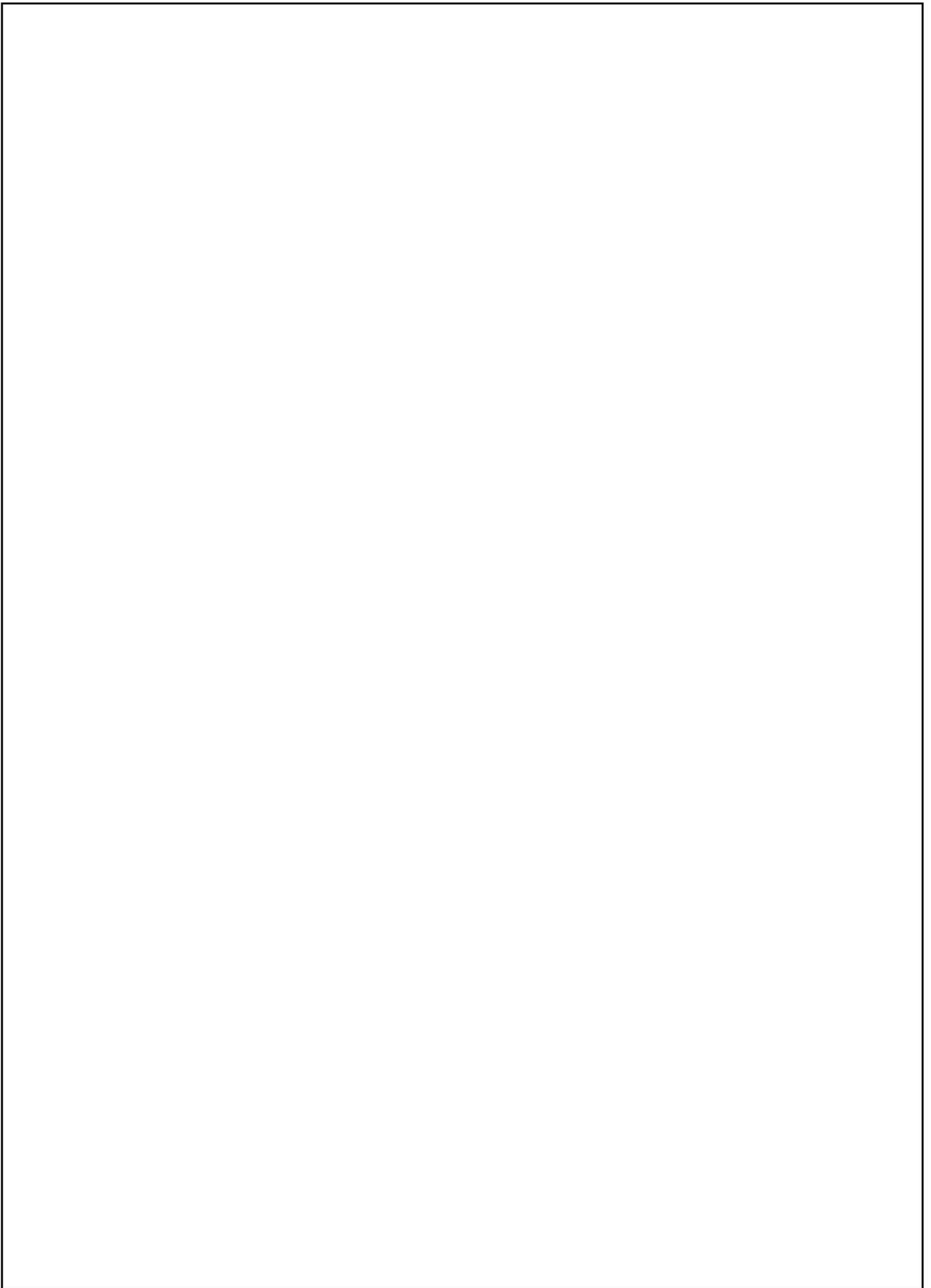
Bila dilanggar maka tinggal menunggu keputusan dari-Nya dan Allah tidak dan memberi petunjuk pada orang yang fasik.

- **An Nur (36 - 38)**

Larangan terlalu sibuk dengan urusan bisnis (perniagaan dan jual beli) sehingga lalai dalam mengingat dan melaksanakan sholat, dan membayar zakat. Bagi mereka yang mematuhi perintah-Nya maka Allah maka sesuai dengan janjinya kepada siapa yang dikehendaki akan diberi rezeki yang berlimpah yang tak terduga berapa besarnya dan dari masna asalnya.

- **As Shaff (10 -12)**

Adanya tawaran dari Allah swt kepada hambanya yang beriman untuk ditunjuki suatu bisnis (perdagangan) yang dapat menyelamatkan dari azab yang pedih dan memasukkan ke dalam surga "Adn" sebagai tempat tinggal yang baik, nyaman dan menyenangkan. Bisnis itu adalah beriman kepada Allah dan Rasulnya, berjihad di jalan Nya dengan harta dan jiwamu.



PENDEKATAN ETIKA BISNIS DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN

Pengambilan keputusan dilakukan sebagai akibat adanya reaksi terhadap suatu masalah, artinya ada ketidak-sesuaian antara perkara yang dihadapi dan keadaan yang diinginkan, dan membutuhkan pertimbangan untuk membuat beberapa tindakan alternatif. Pengambilan keputusan adalah penetapan keputusan yang terbaik dari sejumlah alternatif yang ada. Oleh karena itu diperlukan kerangka kerja pengambilan keputusan yang etis atau *ethical decision making (EDM) framework*.

Pengambilan keputusan dapat juga difahami sebagai bagian dari kewajiban pimpinan organisasi didukung dengan data yang lengkap, benar, dan terbaru. Sebelum keputusan ditetapkan, perlu diawali dengan merumuskan beberapa alternative keputusan. Kemudian dipilih alternatif mana yang terbaik, selanjutnya dilakukan *monitoring* dalam penerapannya (Syamsi, 2000)

Ethical Decicion Making Framework

Pengambilan keputusan pada dasarnya adalah suatu pendekatan secara sistematis terhadap esensi permasalahan, pencarian fakta-fakta dan data yang relevan. Pemilihan yang tepat dari berbagai

alternatif yang ada, menemukan alternatif yang terbaik, dan menetapkan tindakan paling tepat untuk mengatasi permasalahan.

Beberapa unsur perlu diperhatikan dalam pengambilan keputusan adalah: Tujuan dari pengambilan keputusan; Identifikasi kemungkinan keputusan untuk menyelesaikan masalah; Analisis faktor-faktor yang tidak dapat diprediksi atau di luar kemampuan manusia (*uncontrollable events*); dan sarana yang digunakan untuk menilai hasil pengambilan keputusan (lipursari Anastasia, 2013).

Sebelum menentukan keputusan yang selanjutnya diterapkan dalam organisasi, perlu dipertimbangkan unsur-unsur mengenai:

- Tujuan dari pengambilan keputusan,
- Identifikasi alternatif-alternatif keputusan untuk memecahkan masalah,
- Perhitungan mengenai faktor-faktor yang tidak dapat diketahui sebelumnya atau di luar jangkauan manusia (*uncontrollable events*)
- Sarana atau alat yang digunakan untuk mengevaluasi atau mengukur hasil dari suatu pengambilan keputusan (lipursari Anastasia, 2013).

Ditinjau dari sisi *Ethical Decicion Making Framework* atau kerangka kerja pengambilan keputusan yang etis, maka selain mempertimbangkan hal-hal di atas, perlu juga diperhatikan:

- Menilai suatu keputusan, dengan menguji beberapa konsekuensi yang ditimbulkan
- Hak dan kewajiban yang timbul setelah ditetapkan keputusan

- Analisis mengenai dampak keputusan bagi pemangku kepentingan yang menitik-beratkan terutama bagi pemegang saham maupun *stakeholder* lainnya yang terpengaruh
- Motivasi implementasi keputusan atau kebijakan yang telah ditetapkan (Pitaloka, Frigasari Dianing; Ardini, 2017).

Etika Pengambilan Keputusan

Seorang pemimpin dalam mengambil keputusan dihadapkan pada dilema etika dan moral. Keputusan yang diambil pemimpin tentunya akan menghasilkan dampak bagi orang lain, Idealnya seorang pemimpin mempunyai integritas yang menjunjung tinggi nilai moral dan etika. Sehingga keputusan yang diambil adalah mengacu tidak hanya pada kepentingan sendiri, melainkan juga kepentingan orang banyak termasuk lingkungannya (Susandy, Gugyuh ; Ramdhan, 2015).

Beberapa langkah yang harus ditempuh untuk menetapkan keputusan yang diterapkan dalam organisasi, antara lain:

1. Mengidentifikasi fakta dan seluruh kelompok *stakeholder* serta kepentingan yang terpengaruh.
2. Me-rangking *stakeholder* dan kepentingannya, mengidentifikasi yang terpenting dan memberikan bobot pada isu-isu lainnya dalam analisis.
3. Menilai dampak tindakan yang ditawarkan pada masing-masing kepentingan kelompok *stakeholder* dengan memperhatikan

keberadaan mereka, perlakuan adil, dan hak-hak lainnya, (Istiqomah, 2018)

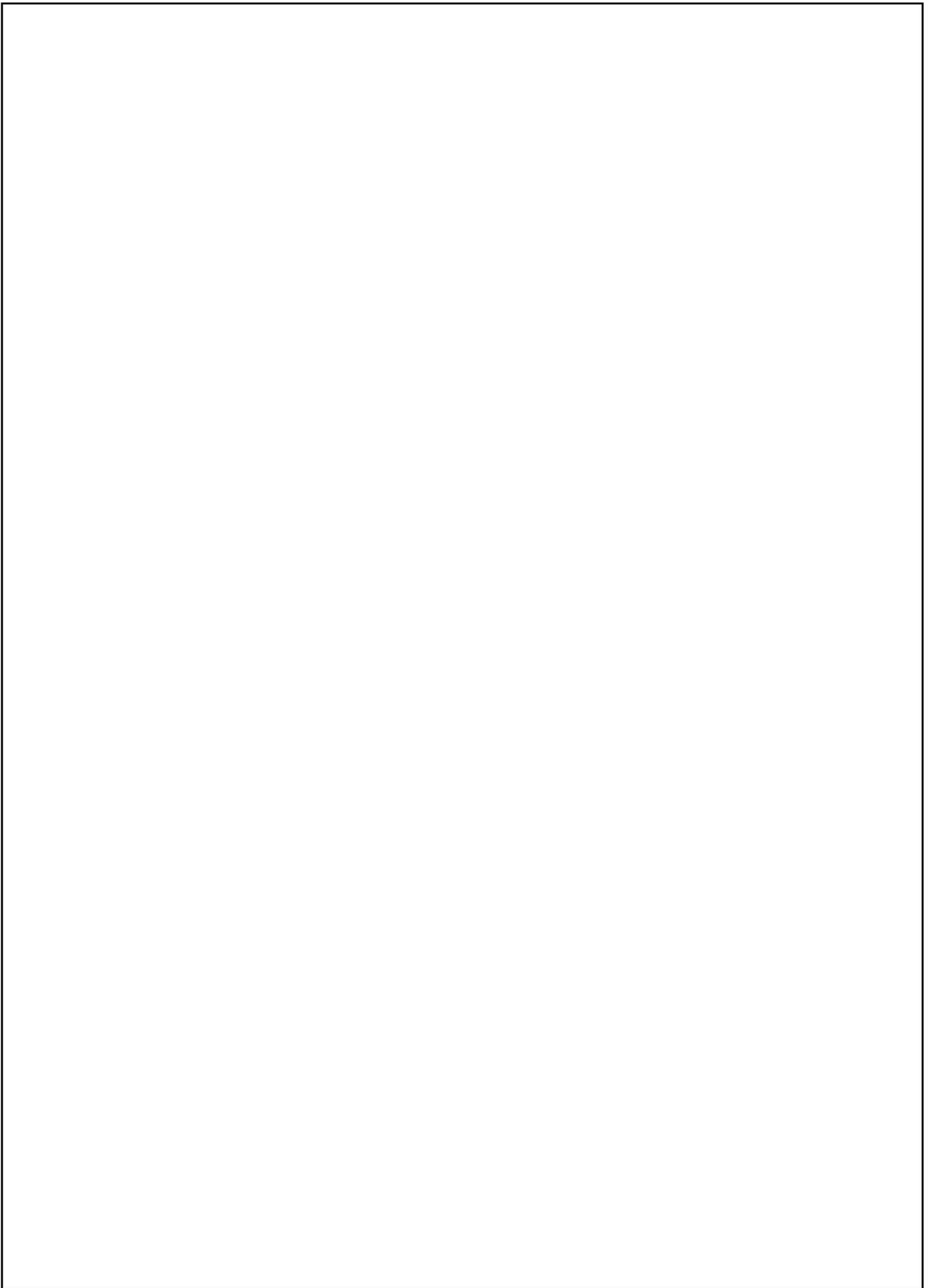
Selanjutnya berikut ini secara lebih rinci, perlu dipertimbangkan beberapa faktor dalam pengambilan keputusan sehingga dapat mengurangi kegagalan, seperti:

- 41 1. Hal-hal yang berwujud maupun tidak berwujud, yang emosional maupun rasional perlu diperhitungkan.
- 3 2. Setiap keputusan harus dijadikan bahan untuk mencapai tujuan organisasi.
- 3 3. Setiap keputusan jangan berorientasi pada kepentingan pribadi, perhatikan juga kepentingan orang lain.
- 4 4. Jarang sekali ada satu pilihan yang memuaskan.
- 5 5. Pengambilan keputusan merupakan tindakan mental. Dari tindakan mental ini kemudian harus diubah menjadi tindakan yang nyata.
- 6 6. Pengambilan keputusan yang efektif memerlukan waktu yang cukup lama.
- 7 7. Diperlukan pengambilan keputusan yang praktis, untuk mendapatkan hasil yang baik.
- 8 8. Setiap keputusan hendaknya dikembangkan dengan melakukan analisis implementasi keputusan, sehingga diketahui apakah keputusan itu sudah tepat.
- 41 9. Setiap keputusan adalah tindakan permulaan dari serangkaian kegiatan berikutnya (Muharto, 2014)

Kebiasaan Kurang Tepat Bagi Pembuat Keputusan

16 Beberapa kebiasaan yang kurang tepat seringkali dilakukan oleh para pembuat keputusan antara lain:

- Berfokus pada keuntungan jangka pendek dan kepentingan pemegang saham;
- Hanya berfokus pada legalitas;
- Keadilan yang terbatas;
- Pembatasan yang kurang teliti;
- Konflik kepentingan.
- Keterkaitan pada *stakeholder*;
- Kegagalan mengidentifikasi semua kelompok *stakeholder*;
- Kegagalan memberi peringkat pada kepentingan *stakeholder*;
- Meninggalkan kebaikan, kejujuran, dan hak;
- Kegagalan mempertimbangkan motivasi untuk sebuah keputusan;
- Kegagalan memperhitungkan kebajikan yang seharusnya dimunculkan (Japina, 2017).



MEMAHAMI ETIKA BISNIS DAN *GOOD CORPORATE GOVERNANCE (GCG)*

GCG adalah prinsip korporasi yang sehat, yang perlu diterapkan dalam perusahaan dan dilaksanakan semata-mata demi menjaga kepentingan perusahaan dalam rangka mencapai tujuan yang diinginkan perusahaan. GCG mengisyaratkan adanya suatu organisasi dimana para pelakunya bersih dari segala bentuk manipulasi dan sikap yang mementingkan diri sendiri, serta bertanggung-jawab terhadap nilai-nilai, norma dan aturan yang berlaku. Dengan demikian terdapat kekesuaian antara tingkah laku obyektif yang terwujud dalam kenyataan, dengan nilai, norma dan aturan yang ada dalam organisasi.

21

Ada dua hal yang ditekankan dalam konsep GCG yaitu:

1. Pentingnya hak para pemegang saham untuk memperoleh informasi dengan benar dan tepat waktu.
2. Kewajiban perusahaan untuk melakukan pengungkapan (*disclosure*) secara akurat, tepat waktu dan transparan terhadap semua informasi kinerja perusahaan dan kepemilikan kepada *stakeholder*.

17

Konsep GCG ini sudah saatnya diimplementasikan dalam perusahaan-perusahaan di Indonesia, karena melalui konsep yang menyangkut struktur perseroan (terdiri dari RUPS, Direksi dan Komisaris) dapat terjalin hubungan kerja, pembagian tugas,

kewenangan dan tanggung jawab yang harmonis, baik secara intern maupun ekstern dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan demi kepentingan *shareholders* dan *stakeholders* (Kusumawati, 2015)

Teori GCG

1. *Stewardship Theory*

Teori ini dibangun berdasarkan ¹³ asumsi filosofis mengenai sifat manusia yakni pada hakikatnya manusia dapat dipercaya, mampu bertindak dengan penuh tanggung jawab, memiliki integritas dan kejujuran terhadap pihak lain. Hal inilah yang tersirat dalam hubungan *fiducia* yang dikehendaki pemegang saham. Dengan kata lain *stewardship theory* memandang manajemen sebagai sosok yang dapat dipercaya untuk bertindak dengan sebaik-baiknya bagi kepentingan publik maupun *stakeholder*.

²³ Konsep inti dari *stewardship theory* adalah kepercayaan. dalam teori ini para manajer digambarkan sebagai *good steward* dimana mereka setia menjalankan tugas dan tanggung jawab yang ²³ diberikan prinsipalnya, tidak termotivasi pada materi dan uang akan tetapi pada keinginan untuk mengaktualisasi diri, mendapat kepuasan dari pekerjaan, serta menghindari konflik kepentingan dengan *stakeholder* (Alzahrani, 2014).

2. *Agency Theory* (Teori Keagenan)

²⁸ Teori ini berakar dari sinergi antara teori ekonomi, teori pengambilan keputusan, sosiologi, dan teori organisasi. Teori Keagenan muncul karena adanya fenomena pemisahan antara

pemilik perusahaan (*principal*) dengan manajer (*agent*) yang mengelola perusahaan. Teori ini mencoba menjelaskan bagaimana perilaku pihak-pihak yang terlibat dalam perusahaan, karena pada dasarnya mereka mempunyai perbedaan kepentingan (Sundari, 2008).

Beberapa fakta empiris menunjukkan bahwa manajer tidak selamanya bertindak sesuai dengan kepentingan Pinsipalnya. Seringkali terjadi bahwa para pengelola perusahaan (Direksi dan manajer) bertindak mengejar kepentingan mereka sendiri yang tidak sejalan dengan kepentingan para pemegang saham. *Agent* memiliki informasi yang lebih baik dan lebih banyak tentang perusahaan dibandingkan dengan prinsipalnya. Hal ini menyebabkan kontrak efisien tidak pernah terlaksana sehingga hubungan mereka selalu dilandasi ketidak-samaan informasi (*asymmetry information*).

Hal ini akan membuka peluang bagi *Agent* untuk melakukan *dysfunctional behavior*, dimana tindakan ini dapat merugikan *principal*, antara lain dengan memanfaatkan asset perusahaan untuk kepentingan pribadi atau merekayasa kinerja perusahaan.

Prinsip Good Corporate Governance (GCG)

Pelaksanaan tata kelola perusahaan yang baik dan penerapan prinsip-prinsipnya, yakni: Transparansi, Akuntabilitas, Pertanggungjawaban, dan Kewajaran. Keempat komponen ini penting karena penerapan prinsip GCG secara konsisten terbukti dapat meningkatkan

kualitas laporan keuangan dan dapat menjadi penghambat aktivitas rekayasa kinerja yang mengakibatkan laporan keuangan tidak menggambarkan nilai fundamental perusahaan.

12

Kemandirian yang efektif dalam suatu perusahaan merupakan alat pengendalian internal yang berperan penting untuk mengurangi masalah yang timbul dalam perusahaan, sehingga perusahaan dapat mengawasi dan memastikan bahwa kinerja manajemen terkontrol dengan baik dan selalu mengarah pada peningkatan nilai perusahaan (Yusmad, 2014).

Secara umum terdapat lima prinsip dasar GCG yaitu:

1. *Fairness* (kesetaraan dan kewajaran)
Yaitu perlakuan yang adil dan setara di dalam memenuhi hak-hak *Stakeholder* yang timbul berdasarkan perjanjian serta perundangan yang berlaku.
2. *Transparency* (keterbukaan informasi)
Adalah keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan dan keterbatasan dalam mengemukakan informasi materiil dan relevan mengenai perusahaan.
3. *Accountability* (akuntabilitas)
Adalah kejelasan fungsi, struktur, sistem, dan pertanggung-jawaban organ perusahaan sehingga pengelolaan perusahaan terlaksana secara efektif.
4. *Responsibility* (pertanggung-jawaban)
Yaitu kesesuaian (kepatuhan) di dalam mengelola perusahaan terhadap prinsip korporasi yang sehat serta peraturan perundangan yang berlaku.

5. *Independency* (Kemandirian)

Yaitu suatu kondisi dimana perusahaan dikelola secara professional tanpa benturan kepentingan dan pengaruh/tekanan dari pihak manajemen yang tidak sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat (Sawitri & Ramantha, 2018)

45

GCG dalam suatu bisnis diharapkan dapat meningkatkan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan (*Stakeholders*) melalui beberapa hal sebagai berikut:

1. Meningkatkan efisiensi, efektifitas, dan kesinambungan organisasi sebagai solusi dalam menghadapi tantangan masa depan.
2. Meningkatkan legitimasi organisasi yang dikelola dengan terbuka, adil, dan dapat dipertanggung-jawabkan.
3. Mengakui dan melindungi hak dan kewajiban para stakeholders.
4. Pendekatan yang terpadu berdasarkan kaidah demokrasi, pengelolaan dan partisipasi organisasi secara legal.
5. Meminimalkan agency cost dengan mengendalikan konflik kepentingan yang mungkin timbul antara pihak principal dan agen.
6. Meminimalkan biaya modal dengan memberikan sinyal positif untuk para penyedia modal (melalui peningkatan nilai perusahaan yang dihasilkan dari biaya modal yang lebih rendah, kinerja keuangan, dan kinerja perusahaan umumnya).

37

Penerapan GCG dalam Islam

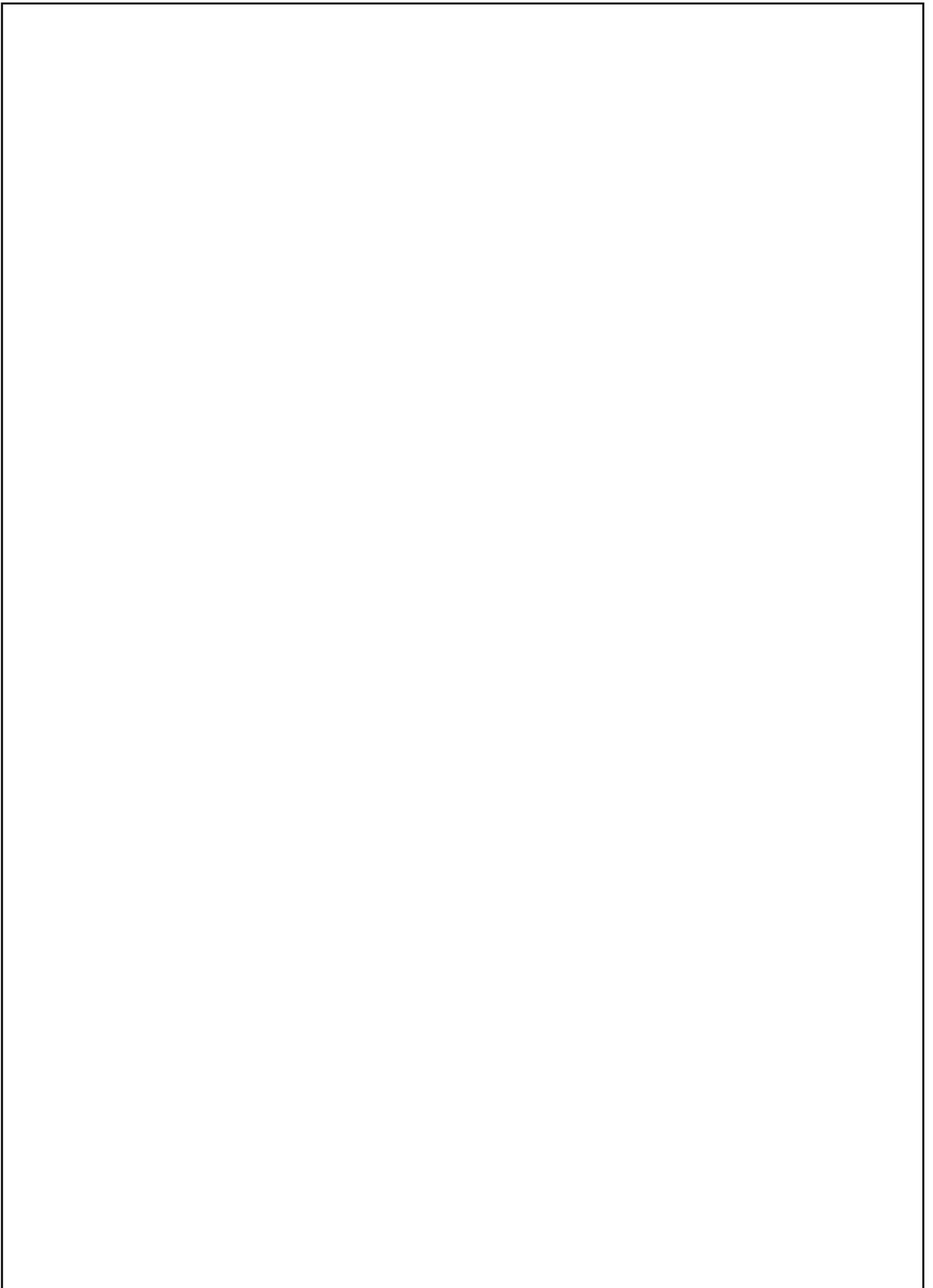
GCG dalam perspektif Islami selalu melandaskan segala konsep dan perilaku dalam pengelolaan bisnis dengan hal-hal yang bersifat ibadah berdasar kaidah-kaidah yang diatur dalam kitab suci ⁴⁶ Al Qur'an dan Al Hadits. Karena berbisnis itu sendiri dalam Islam diartikan sebagai ibadah.

Dalam Al Qur'an Surat Al Maidah (8) dalam terjemahannya tersurat sebagai berikut:

“Wahai orang-orang yang beriman hendaklah kamu menjadi penegak kebenaran karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum mendorongmu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada taqwa. Dan bertaqwalah kepada Allah karena sesungguhnya Allah maha mengetahui apapun yang kamu kerjakan”.

Makna ayat di atas bila ditafsirkan dan dipersepsikan, dapat diperoleh pengetahuan yang sangat luas dan mendalam. Seperti misalnya dari perintah untuk berbuat “adil” maka perilaku adil itu sendiri dapat diwujudkan dengan: memberi kewajiban dan hak sesuai dengan porsinya; membagikan sesuatu tanpa menimbulkan perselisihan. Ketika diminta menjadi saksi dalam suatu perkara, maka harus besikap netral (tidak berpihak pada siapapun), jujur, berdasarkan fakta yang ada, dan transparan. Orang yang berperilaku seperti ciri-ciri tersebut dapat digolongkan sebagai orang yang bertaqwa karena memiliki sifat amanah, bertanggung jawab, jujur dan selalu bersandar pada kebenaran.

Implementasi GCG dalam kehidupan seorang muslim, pada hakikatnya sudah jauh diajarkan sebelum dikenal prinsip-prinsip GCG itu sendiri. Islam sangat kuat dan selalu mengajarkan prinsip-prinsip Syariah sebagai pedoman dalam kehidupan ummatnya, yang dikenal dengan beberapa istilah: *adaalatun* (keadilan); *tawazun* (keseimbangan); *mas'uliyah* (akuntabilitas); *akhlaq* (moral); *shiddiq* (kejujuran); *amanah* (dapat dipercaya); *fathanah* (kecerdasan); *tabligh* (keterbukaan); *hurriyah* (bebas yang bertanggung jawab); *ihsan* (professional); *wasathan* (kewajaran); *ghirah* (militansi syariah); *idarah* (pengelolaan); *khilafah* (kepemimpinan); *aqidah* (keimanan); *ijabiyah* (berfikir positif); *raqabah* (pengawasan); *qira'ah* dan *islah* (selalu belajar untuk perbaikan) (Yusmad, 2014).



MEMAHAMI ETIKA BISNIS DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)*

Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)

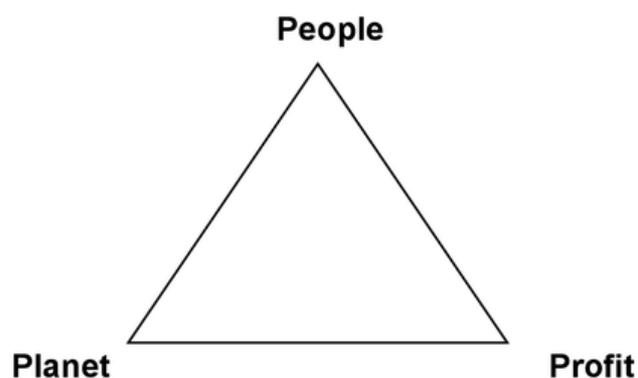
Konsep *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* atau dikenal sebagai tanggung jawab sosial dari perusahaan adalah kontribusi bisnis untuk pembangunan berkelanjutan. Hal ini terutama menekankan bahwa perilaku perusahaan tidak hanya memperhatikan kepentingan para pemegang saham, upah karyawan, produk dan layanan kepada konsumen, tetapi juga memperhatikan permasalahan lainnya seperti: sosial, lingkungan, dan nilai-nilai. Hal ini berimplikasi pada pergeseran dari perspektif pemegang saham murni, yang semula hanya berupaya untuk memaksimalkan keuntungan, menuju konsep yang lebih luas yang menanggapi kekhawatiran pemangku kepentingan dan nilai-nilai, dengan konsekwensi melibatkan berbagai tujuan yang bisa jadi saling bertentangan.

Kesuksesan program CSR akan dicapai, apabila perusahaan mencermati adanya persinggungan antara upaya mencari *profit* dengan kepentingan publik dan interaksi sosial. Persinggungan itu

akan menciptakan suatu wilayah yang indah karena di sana ada pertemuan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan *stakeholders*. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa sasaran CSR adalah komunitas sosial, lingkungan, dan menjamin optimalisasi nilai perusahaan bagi para pemegang saham namun tetap memperhatikan kepentingan pemangku kepentingan lainnya guna mendukung tercapainya pembangunan yang berkelanjutan (Rasyid, Saleh, Cangara, & Priatna, 2017)

Menurut Elkington (1997) CSR merupakan kepedulian perusahaan untuk mewujudkan perusahaan yang berkelanjutan, didasari tiga prinsip dasar yang dikenal dengan *triple bottom line* atau 3P yaitu: *Profit* (*economic prosperity*); *People* (*social justice*); *Planet* (*environmental quality*).

Hubungan ini kemudian diilustrasikan dalam bentuk segi tiga seperti yang nampak pada gambar berikut ini:



Gambar: Triple Bottom Line of CSR

Bahwa tujuan perusahaan selain untuk mengejar keuntungan (profit) juga harus memperhatikan dan terlibat dalam pemenuhan

kesejahteraan masyarakat (people) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (planet).

Teori Dasar CSR

Beberapa teori atau pendekatan yang digunakan sebagai dasar pengkajian CSR yaitu *instrumental theories*, *political theories*, *integrative theories*, dan *ethical theories* atau *normative stakeholder theories*.

1. *Instrumental theories*. Teori ini melihat CSR sebagai alat strategik dalam mencapai sasaran ekonomi sebagai pilihan dalam menciptakan kesejahteraan.
2. *Political theories*. Teori ini berfokus pada interaksi antara bisnis dan masyarakat serta posisi kekuasaan bisnis dan tanggung jawab yang *inherent*. Dua teori utama dapat dikemukakan di sini yaitu: *Corporate constitutionalism* dan *Corporate Citizenship*.
 - Teori *Corporate constitutionalism* menegaskan peran kekuasaan bisnis dalam masyarakat dan pengaruh sosial dari kekuasaan, baik dalam internal perusahaan maupun eksternal. Bisnis dianggap sebagai institusi sosial dan harus menggunakan kekuasaan yang memungkinkan.
 - Teori *Corporate Citizenship* mempertimbangkan keterkaitan bisnis dan masyarakat yang berasal dari tradisi kontrak sosial. Kontrak sosial memberikan implikasi kewajiban tidak langsung dari bisnis kepada masyarakat.
3. *Integrative theories*. Kelompok teori ini memandang bagaimana mengintegrasikan bisnis dan permintaan sosial, yang memberikan argumentasi bahwa bisnis untuk bisa eksis dan tumbuh

berkelanjutan tergantung pada masyarakat. Permintaan sosial pada umumnya dipertimbangkan dalam interaksi masyarakat dan bisnis serta memberikan legitimasi dan prestise.

Konsekuensinya adalah manajemen dan perusahaan seharusnya memasukkan sejumlah permintaan sosial dan mengintegrasikan dalam sejumlah cara operasional perusahaan dan memasukkan dalam nilai sosial. Dengan demikian tanggung jawab bisnis dibatasi oleh ruang dan waktu pada masing-masing situasi, bergantung pada nilai-nilai masyarakat yang datang dari peran yang dilakukan perusahaan (HS, 2018).

4. *Ethical theories atau Normative Stakeholder theories.* Pendekatan kelompok ini berfokus pada persyaratan etikal dalam keterkaitan bisnis dan masyarakat. Mereka berfokus pada prinsip bahwa pekerjaan yang baik diperlukan untuk mencapai masyarakat yang baik.

Teori ini mempresentasikan konsep Freeman (1984) yang memberikan argumentasi bahwa manajer bertanggung jawab terhadap semua *stakeholder* bukan hanya kepada *shareholder*.

- Teori *stakeholder* menjelaskan bahwa manajer tidak hanya bertanggung-jawab memaksimalkan nilai *shareholder* tetapi juga bertanggung jawab terhadap semua komponen lain yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh keputusan perusahaan .
- Dalam kelompok teori yang ke empat dapat pula dimasukkan *Legitimacy theory*, yang menyatakan bahwa perusahaan secara kontinyu berusaha untuk menjamin bahwa mereka beroperasi dalam bingkai dan norma masyarakat. Dengan demikian perusahaan berusaha untuk menjamin bahwa aktivitasnya diterima oleh pihak lain dalam hal ini *stakeholder* sebagai pihak

yang syah atau *legitimate*. Perusahaan beroperasi dengan ijin dari masyarakat (*social license to operate*), di mana ijin ini dapat ditarik kembali jika masyarakat menilai bahwa perusahaan tidak melaksanakan hal-hal yang diwajibkan kepadanya.

Dalam konteks ini CSR dipandang sebagai suatu kewajiban yang disetujui oleh masyarakat dan perusahaan. Masyarakat memberi ijin pada perusahaan untuk menggunakan sumber daya alam dan manusia, serta ijin untuk melaksanakan fungsi produksi (Marnelly, 2012)

Manfaat Implementasi CSR

➤ Manfaat CSR Bagi Perusahaan,

Beberapa manfaat bagi perusahaan yang mengimplementasikan CSR antara lain:

1. Mempertahankan dan ⁵⁷ mendongkrak reputasi dan *brand image* perusahaan. Perbuatan destruktif pasti akan menurunkan reputasi perusahaan. Begitupun sebaliknya, kontribusi ³⁰ positif pasti juga akan mendongkrak reputasi dan image positif perusahaan. Inilah yang menjadi modal *non-financial* utama bagi perusahaan dan bagi *stakeholders*, yang menjadi nilai tambah bagi perusahaan untuk dapat tumbuh secara berkelanjutan.
2. Layak mendapatkan *social licence to operate*. Masyarakat sekitar perusahaan merupakan komunitas utama perusahaan. Ketika mereka mendapatkan *benefit* dari keberadaan perusahaan, maka pasti dengan sendirinya mereka ikut merasa memiliki perusahaan. Sebagai imbalan yang diberikan pada

perusahaan paling tidak adalah keleluasaan perusahaan untuk menjalankan roda bisnisnya di wilayah tersebut. Jadi program CSR diharapkan menjadi bagian dari asuransi sosial (*social insurance*) yang akan menghasilkan keharmonisan dan persepsi positif dari masyarakat terhadap eksistensi perusahaan.

3. Mereduksi risiko bisnis perusahaan. Perusahaan semestinya menyadari bahwa kegagalan untuk memenuhi ekspektasi *stakeholders* pasti akan menjadi bom waktu yang dapat memicu risiko yang tidak diharapkan. Bila itu terjadi, maka disamping menanggung *opportunity loss*, perusahaan juga mengeluarkan biaya yang kemungkinan justru berlipat besarnya dibandingkan biaya untuk implementasi CSR.
4. Melebarkan akses sumber daya. *Track record* yang baik dalam pengelolaan CSR merupakan keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dapat membantu untuk memuluskan jalan menuju sumber daya yang diperlukan perusahaan.
5. Membentangkan akses menuju market. Investasi yang ditanamkan untuk program CSR ini dapat menjadi tiket bagi perusahaan menuju peluang pasar yang terbuka lebar. Termasuk didalamnya akan memupuk loyalitas konsumen dan menembus pangsa pasar baru.
6. Mereduksi biaya. Banyak contoh yang dapat menggambarkan keuntungan perusahaan yang didapat dari penghematan biaya yang merupakan buah dari implementasi dari penerapan program tanggung jawab sosialnya. Contohnya adalah upaya untuk mereduksi limbah melalui proses *recycle* atau daur ulang ke dalam siklus produksi.

7. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholder*. Implementasi program CSR tentunya akan menambah frekuensi komunikasi dengan *stakeholders*. Nuansa seperti itu dapat membentangkan karpet merah bagi terbentuknya *trust* kepada perusahaan.
8. Memperbaiki hubungan dengan *regulator*. Perusahaan yang menerapkan program CSR pada dasarnya merupakan upaya untuk meringankan beban pemerintah sebagai *regulator*. Sebab pemerintahlah yang menjadi penanggung-jawab utama untuk mensejahterakan masyarakat dan melestarikan lingkungan. Tanpa bantuan dari perusahaan, umumnya terlalu berat bagi pemerintah untuk menanggung beban tersebut.
9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan. Kesejahteraan yang diberikan para pelaku CSR umumnya sudah jauh melebihi standar normatif kewajiban yang dibebankan kepada perusahaan. Oleh karenanya wajar bila karyawan menjadi terpacu untuk meningkatkan kinerjanya (Marthen, Salinding, & Akim, 2017)

➤ **Manfaat CSR Bagi Bagi Masyarakat,**

Praktik CSR yang baik akan meningkatkan nilai-tambah. Adanya perusahaan di suatu daerah akan menyerap tenaga kerja dan meningkatkan kualitas sosial di daerah tersebut. Selain itu pekerja lokal yang diserap akan mendapatkan perlindungan akan hak-haknya sebagai pekerja. Jika terdapat masyarakat adat atau masyarakat lokal, praktek CSR akan menghargai keberadaan tradisi dan budaya lokal tersebut. Bagi lingkungan, praktik CSR akan mencegah eksploitasi berlebihan atas sumber daya alam, menjaga kualitas lingkungan

dengan menekan tingkat polusi dan justru perusahaan terlibat mempengaruhi lingkungannya (Marnelly, 2012)

➤ **Manfaat CSR Bagi Bagi Negara,**

³⁶ Praktik CSR yang baik akan mencegah “*corporate misconduct*” atau malpraktik bisnis seperti penyuapan pada aparat negara atau aparat hukum yang memicu tingginya korupsi. Selain itu, negara akan menikmati pendapatan dari pajak yang wajar dari perusahaan. (Marthen et al., 2017)

Pandangan Islam Terhadap Penerapan CSR

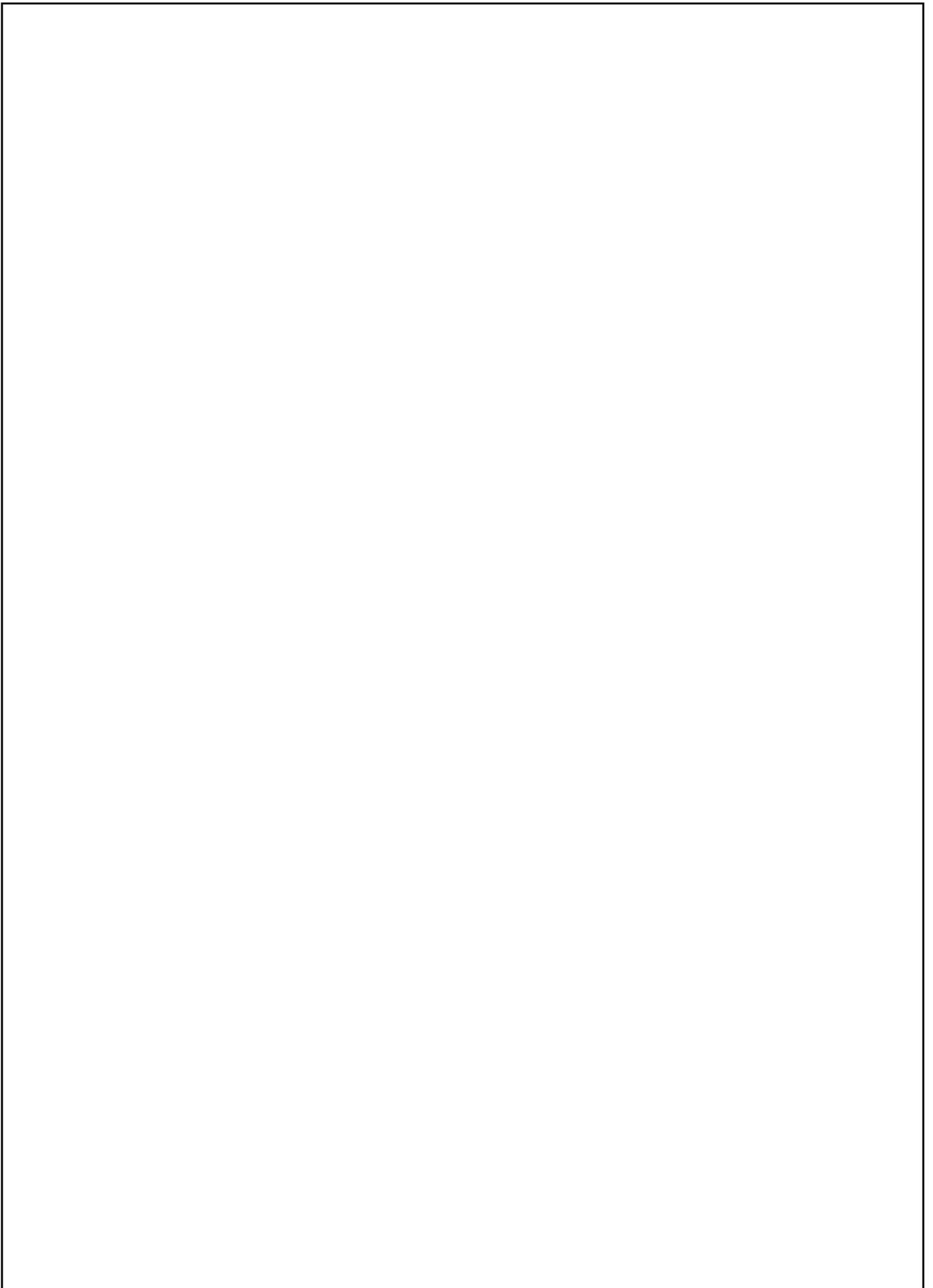
Agama Islam pada intinya mengajarkan bagaimana manusia mengadakan hubungan dengan Tuhan (*hablum minallah*) dan bagaimana hubungan antar sesama manusia (*hablum minannas*). Menurut pandangan hukum Islam, CSR merupakan salah satu bentuk penerapan fikih sosial yang dijalankan oleh perusahaan. Namun permasalahannya, adalah kurangnya kesadaran perusahaan untuk benar-benar menerapkan program CSR sesuai dengan target yang ditetapkan dalam kehidupan sehari-hari.

CSR dalam Islam tidak hanya ditetapkan sebagai sarana untuk mencegah dampak negatif yang ditimbulkan oleh perusahaan, CSR dalam Islam membaur dalam seluruh aktivitas yang ada di perusahaan. Aktivitas perusahaan wajib dilaksanakan menurut aturan agama Islam dan dilandasi dengan ketauhidan yang termaktub dalam rukun iman dan rukun Islam. Al Qur'an dan Al Hadits menegaskan bahwa pebisnis Muslim harus berperilaku etis sesuai dengan perintah Allah SWT (Uily, 2017)

Konsep Islam tentang CSR meliputi makna yang sangat luas yaitu mencakup ketaqwaan kepada Allah swt yang Maha pencipta dan Maha bijaksana. Perusahaan dalam melakukan aktivitas bisnis, pada umumnya memanfaatkan sumber daya ciptaan Allah untuk menghasilkan sesuatu guna memenuhi kebutuhan masyarakat. Tidak jarang terjadi pencemaran lingkungan yang dapat merusak kelestarian alam. Oleh karenanya perusahaan dituntut agar berlaku adil, tidak hanya mengejar keuntungan semata-mata namun juga mempedulikan kepentingan masyarakat dan lingkungan alam sekitarnya (Imamudin, 2016)

Pembahasan CSR menurut Islam, mengacu pada ayat-ayat dalam Al Qur'an yang dengan jelas memerintahkan adanya tanggung jawab social pada manusia/masyarakat antara lain:

- Surat Al A'raf (56) intinya adalah perintah untuk tidak berbuat kerusakan di bumi.
- Surat Al Hadid (18) intinya adalah perintah bersedekah bagi pria dan wanita, dan meminjamkan kepada Allah pinjaman yang baik, niscaya akan dilipat-gandakan kepada mereka pahala yang banyak
- Surat Al Maidah (103) intinya adalah perintah untuk mendahulukan sesuatu yang bermoral bersih daripada sesuatu yang secara moral kotor, walaupun mendatangkan keuntungan yang lebih besar
- Surat Al Maidah (32) : perintah untuk menjaga lingkungan dan melestarikannya
- Surat Al Anfal ayat 27: perintah untuk jujur dan amanah



BUDAYA DAN ETIKA BISNIS

Pengertian Budaya Perusahaan

Budaya perusahaan adalah sejumlah asumsi penting yang dipegang oleh anggota organisasi, berupa suatu sistem dari nilai-nilai yang dipegang bersama tentang apa yang penting, serta pemahaman yang diyakini bersama tentang perusahaan. Dengan demikian, di dalam budaya itu berkembang suatu pola pikir, perasaan, dan reaksi yang menjadi pedoman dalam pengambilan keputusan dan aktivitas lain para anggota organisasi.

Organisasi yang sukses memiliki budaya kerja yang kuat sehingga mampu menarik, menjaga dan memberi imbalan bagi siapa saja yang memenuhi kewajiban dan mencapai target (Hakim, 2011). Budaya perusahaan seharusnya tidak lagi dianggap sebagai beban melainkan merupakan kesadaran setiap individu yang ada di dalam organisasi, karena:

- Dengan adanya budaya maka berusaha menyesuaikan diri, menghormati norma organisasi, dan mengerjakan apa yang diharapkan;
- Memahami serta mendukung secara aktif misi dan tujuan organisasi;
- Menempatkan kepentingan organisasi di atas kepentingan sendiri, termasuk kepentingan pribadi dan keluarga;

- Mendukung keputusan yang menguntungkan organisasi meskipun tidak disenangi orang lain;
- Meningkatkan efektifitas, moral dan produktivitas kelompok (Fitriani & Sadarman, 2019).

Unsur Budaya Perusahaan

Menurut Hamidah (2013) terdapat tujuh unsur yang dapat mencerminkan karakteristik budaya suatu organisasi yaitu:

- Fokus pada hal-hal yang detil (kecil-kecil),
- Perhatian pada kelompok (tim),
- Fokus pada hasil,
- Fokus pada individu (karyawan),
- Terdapat sifat agresif,
- Terdapat situasi yang terjaga ketenangannya (stabilitas terjamin)
- Inovatif dan berani menanggung resiko (Hamidah, 2013)

Hasil penelitian Hakim (2011) menyatakan bahwa budaya kerja secara Islami mengandung terdapat beberapa karakteristik antara lain:

- Bekerja sebagai "ibadah",
- Bekerja harus mempedulikan prinsip manfaat-maslahat,
- Bekerja untuk mengaktualkan kemampuan daya pikir,
- Bekerja mempedulikan sifat tawazun (keseimbangan),
- Bekerja mempedulikan prinsip kehalalan (Hakim, 2011).

Budaya Perusahaan Dan Sikap / Perilaku

Menurut Luthans (1998) budaya organisasi merupakan norma-norma dan nilai-nilai yang mengarahkan perilaku organisasi. Budaya organisasi memiliki peran yang sangat strategis untuk mendorong dan meningkatkan efektifitas kinerja organisasi, khususnya kinerja manajemen dan kinerja ekonomi, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

Peran budaya organisasi adalah sebagai alat untuk menentukan arah organisasi, mengarahkan apa yang boleh/tidak boleh dilakukan, bagaimana mengalokasikan/ mengelola sumber daya organisasi, dan juga sebagai alat untuk menghadapi masalah dan peluang dari lingkungan internal dan eksternal.

Budaya perusahaan adalah aturan main yang ada di dalam perusahaan, yang akan menjadi pegangan para karyawan dalam menjalankan kewajibannya dan nilai-nilai untuk berperilaku dalam perusahaan tersebut. Dengan demikian budaya perusahaan maka dapat dijadikan sebagai perpektif untuk memahami perilaku individu dan kelompok dalam suatu organisasi

Hasil penelitian David Drennan selama sepuluh tahun, menemukan 12 faktor pembentuk budaya perusahaan/ budaya kerja yaitu:

1. Pengaruh pimpinan yang dominan
2. Sejarah dan tradisi yang cukup lama
3. Teknologi, produksi dan jasa
4. Industri dan kompetisi/persaingan
5. Pelanggan/stakeholder
6. Harapan perusahaan/organisasi

7. Sistem informasi dan control
8. Peraturan dan lingkungan perusahaan
9. Prosedur dan kebijakan
10. Sistem imbalan dan pengukuran
11. Organisasi dan sumber daya
12. Tujuan, nilai dan motto.

. Beberapa hasil penelitian lainnya tentang budaya organisasi menunjukkan bahwa

- Ada pengaruh positif antara budaya organisasi terhadap kinerja karyawan (Malini, 2017) (Fitriani & Sadarman, 2019)
- Ada pengaruh positif antara budaya organisasi terhadap motivasi dan kepuasan kerja (Koesmono, 2005)

Faktor Penentu Budaya Perusahaan:

Menurut Robbins and Judge (2003), terdapat 7 karakteristik budaya perusahaan yaitu:

- Kebaharuan dan kesiapan menanggung resiko. Suatu tingkatan dimana karyawan dimotivasi untuk menjadi kreatif dan berani menanggung risiko apapun yang akan terjadi.
- Fokus pada hal-hal yang rinci. Di mana karyawan diharapkan mampu menganalisis secara tepat dan mempedulikan masalah sekecil apapun..
- Fokus pada hasil. Di mana manajemen memfokuskan diri pada hasil/capaian dari pada sekedar metode dan prosedur untuk mendapatkan hasil tersebut.

- Fokus pada individu dalam organisasi. Di mana keputusan manajemen memperhatikan pengaruh keputusan manajerial pada individu yang ada dalam organisasi.
- Fokus pada kelompok. Di mana kegiatan di perusahaan lebih didasarkan pada keberadaan kelompok dari pada individual.
- Ambisius. Di mana individu cenderung lebih memiliki kemauan yang tinggi dan berdaya saing dari pada bersantai saja.
- Konsistensi. Di mana kegiatan dalam organisasi diarahkan pada upaya mempertahankan keamanan dari pada mengarah pada perubahan (Logahan & Aesaria, 2016).

Organisasi yang sukses tampaknya memiliki budaya kerja yang kuat sehingga mampu menarik, menjaga dan memberi imbalan bagi siapa saja yang memenuhi kewajiban dan mencapai target.

Faktor-faktor yang menentukan terciptanya budaya perusahaan adalah iklim organisasi, gaya kepemimpinan dan kinerja, dengan ciri-ciri sebagai berikut:

1. Kejelasan tanggung jawab bagi setiap individu.
2. Kejelasan sasaran kerja yang harus dikerjakan, mekanisme kerja, dan pertanggung jawaban.
3. Kejelasan penilaian kinerja.
4. Tantangan individu dalam pelaksanaan kerja.
5. Keinginan bekerja keras.
6. Penghargaan bagi yang berprestasi.
7. Kejelasan karier di masa depan.
8. Pengakuan dari atasan dan teman sejawat.
9. Keluwesan dalam melaksanakan pekerjaan.

10. Kejelasan risiko kerja.
11. Keterbukaan manajemen dan lingkungan kerja.
12. Keharmonisan hubungan kerja.
13. Sikap toleran individu terkait saran yang diberikan
14. Kepedulian atas masalah dan usaha mencari solusi.
15. Rasa memiliki organisasi.
16. Kerja-sama dalam organisasi.
17. Saling percaya dalam pekerjaan (Hakim, 2016)

Fungsi Budaya Perusahaan

31

Budaya organisasi menurut Robbins dan Judge (2003) merupakan: "Sistem makna bersama terhadap nilai-nilai primer yang dianut bersama dan dihargai organisasi, yang berfungsi menciptakan perbedaan yang jelas antara satu organisasi dengan organisasi lainnya, menciptakan rasa identitas bagi para anggota organisasi, mempermudah timbulnya komitmen kolektif terhadap organisasi, meningkatkan kemantapan sistem sosial, serta menciptakan mekanisme pembuat makna dan kendali yang memandu membentuk sikap dan perilaku para anggota organisasi".

Berdasarkan pendapat di atas, fungsi dari budaya organisasi dapat dirinci sebagai berikut:

- Memunculkan perbedaan antara satu kelompok dengan kelompok yang lain;
- Menunjukkan identitas diri kepada anggota lainnya dalam kelompok;

- Mempercepat pemahaman komitmen hingga pada lingkup yang lebih luas;
- Membantu menyatukan kebersamaan organisasi dengan menetapkan standar yang harus dicapai oleh karyawan;
- Membantu peningkatan prestasi kerja karyawan

Etika Dan Budaya Perusahaan

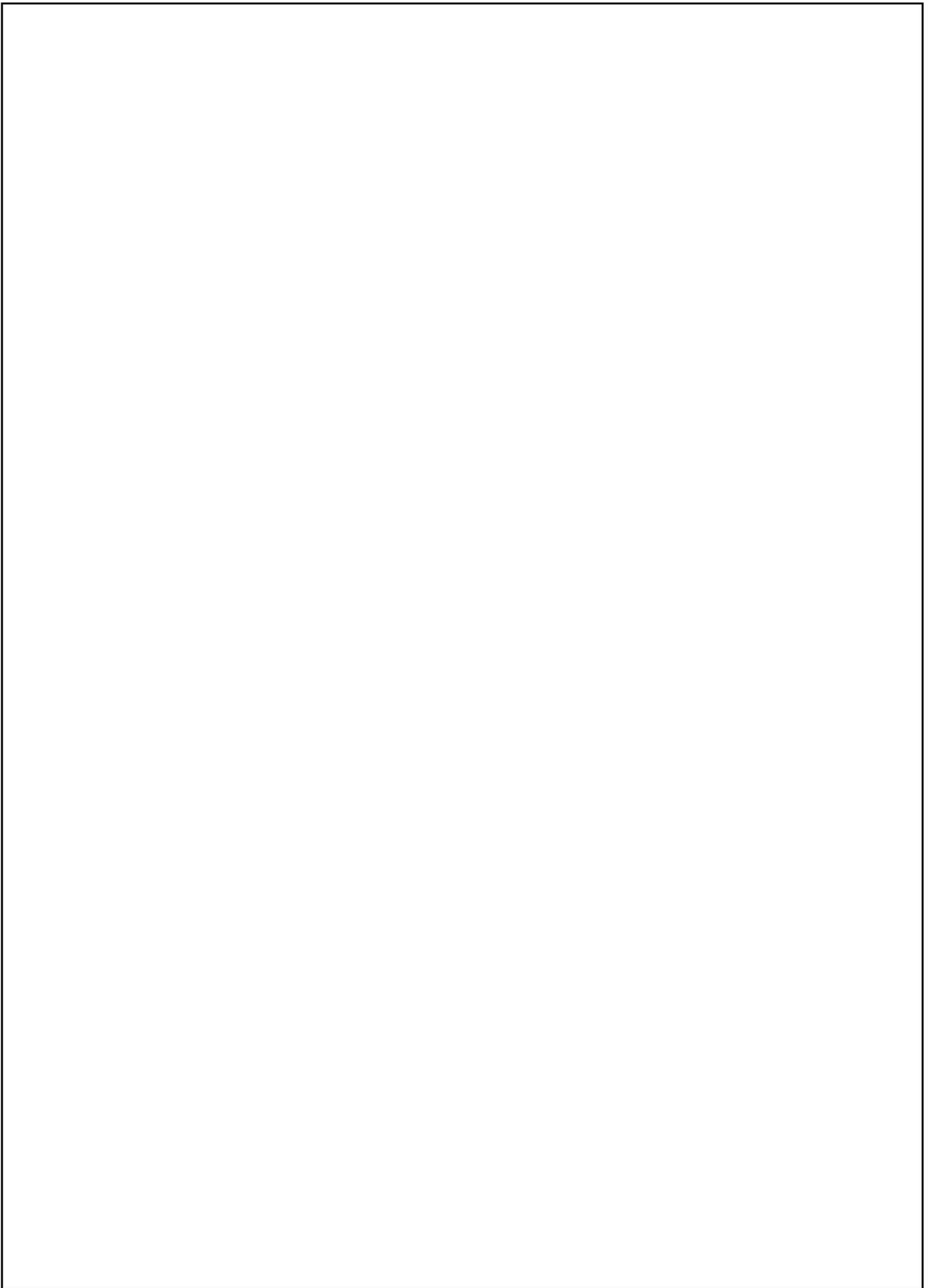
Sebelum diketahui dampak yang terjadi bila etika bisnis di perusahaan dihubungkan dengan budaya perusahaan, maka perlu kita ingat kembali bahwa:

²⁷ Etika merupakan standar moral yang menyangkut baik-buruk dan benar-salah. Sedangkan Etika bisnis meliputi: Etika Perusahaan yaitu: hubungan perusahaan dan karyawan sebagai satu kesatuan dengan lingkungannya; Etika Kerja: yaitu hubungan antara perusahaan dengan karyawan; dan Etika Perorangan: yaitu hubungan yang terjalin di antara para karyawan perusahaan.

Dampak yang kemungkinan terjadi adalah:

- ¹ Perilaku etis dapat menimbulkan rasa saling percaya antara perusahaan dengan stakeholder.
- Perilaku etis dapat mencegah pelanggan/ pegawai/ pemasok bertindak oportunistik (tepat/layak) serta mendukung tumbuhnya saling percaya.
- Budaya perusahaan memberi kontribusi yang signifikan terhadap pembentukan perilaku etis.
- Budaya perusahaan dapat mendorong terciptanya perilaku etis dan sebaliknya dapat pula mendorong terciptanya perilaku yang tidak etis.

5. Beberapa faktor yang menyebabkan terciptanya iklim etika perusahaan adalah:
 - a. Terciptanya budaya perusahaan secara baik.
 - b. Terbangunnya kondisi organisasi berdasarkan saling percaya.
 - c. Terbentuknya manajemen hubungan antar pegawai.



ETIKA BISNIS SYARIAH DAN LINGKUNGAN HIDUP

25

Bisnis dalam perspektif Islam harus sesuai dengan nilai-nilai Syariah dan dilakukan secara profesional. Tujuan bisnis tidak hanya materi tetapi juga spiritual atau non material. Oleh karena itu Al-Qur'an memberi petunjuk tentang konsep bisnis tanpa kehilangan (*tijarotan lan taburra*). Ketika pelaku bisnis mengalami kerugian material, maka harus tetap bersyukur karena pada hakikatnya masih mendapatkan imbalan dalam bentuk naiknya derajat keimanan karena telah lulus ujian kesabaran (Qosim, 2016)

19

Ada tiga pilar bangunan utama dalam Islam, yaitu aqidah (iman), syari'ah (islam), dan akhlak (ihsan) Islam mewajibkan adanya moralitas seperti persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan. Implementasi nilai-nilai moralitas tersebut dalam bisnis berbasis syariah merupakan tanggung jawab bagi setiap pelaku bisnis.

19

Terkait dengan tanggung jawab pelaku bisnis terhadap lingkungan hidup, dikeluhkan semakin hari semakin bertumpuk dan semakin sulit mencari pemecahannya. Hal ini terutama dipicu oleh banyaknya musibah atau bencana yang datang silih berganti. Salah satu penyebabnya adalah adanya kelalaian pelaku bisnis dalam menjalankan kewajiban untuk tetap menjaga kelestarian alam

9

9

Islam sebagai agama yang bersumberkan wahyu Allah Swt. memberikan beberapa petunjuk tentang berbagai peristiwa alam (termasuk bencana) dan masalah lingkungan. Allah Swt. menciptakan alam semesta ini dengan rapi dan teratur. Manusia diberi tanggung jawab untuk menjaga kelestariannya dan memberi manfaat bagi masyarakat (Anak et al., 2010).

Hubungan Manusia Dengan Alam

Lingkungan hidup adalah pengayom terhadap kehidupan dan kesejahteraan, tidak hanya untuk manusia, tetapi juga makhluk hidup lain, yaitu hewan dan tumbuh-tumbuhan. Allah swt menyediakan alam beserta isinya demi kelangsungan hidup dan kesejahteraan manusia. Untuk itu manusia sebagai khalifah di muka bumi ini, dituntut bertanggung jawab moral terhadap kelestarian lingkungannya.

15

Isi tanggung jawab dalam konteks ekonomi dan bisnis adalah melestarikan lingkungan hidup sebagai konsekuensi dari pemanfaatan sumber daya alam sedemikian rupa hingga kualitas lingkungannya tidak dikurangi, namun tetap berkualitas sama seperti sebelum dieksplotasi.

Krisis Lingkungan Hidup

4 Terdapat enam problem masalah lingkungan hidup yaitu:

1. Akumulasi bahan beracun
 - Pembuangan limbah industri pabrik kimia ke sungai/laut
 - Penggunaan pestisida
 - Penggunaan herbisida

- Penggunaan fosfat untuk deterjen
 - Banyak jenis plastic, misalnya polystyrene
2. Efek rumah kaca
- Naiknya suhu permukaan bumi disebabkan oleh efek rumah kaca.
 - Panas yang diterima bumi karena penyinaran matahari terhalang oleh partikel-partikel gas CO₂ yang terlepas dari pembakaran bahan bakar fosil, seperti minyak bumi, batubara yang diproduksi oleh pabrik dan kendaraan bermotor.
3. Perusakan lapisan ozon
- Adanya pelepasan bahan CPC ke udara yang disebabkan: kaleng penyemprotan aerosol; lemari es; alat penyejuk ruangan; dan karet busa.
 - Dengan berlubangnya lapisan ozon, maka radiasi ultraviolet dari matahari mencapai permukaan bumi. Hal ini akan mengakibatkan penyakit kanker kulit; katarak; penurunan kekebalan tubuh, kerusakan kehidupan dalam laut dan tanaman di darat.
4. Hujan asam
- Asam dalam emisi industri bergabung dengan air hujan dapat mencemari daerah yang lebih luas.
5. Deforestasi dan penggurunan
- Penebangan dan pembakaran hutan akan menyebabkan: erosi; pendangkalan laut dan sungai; kualitas kesuburan tanah menurun; ketersediaan air tanah menurun; terjadi perembesan air laut ke daratan, akibat dari penghisapan air tanah.
6. Kematian bentuk-bentuk kehidupan
- Kebakaran hutan biasanya disebabkan meningkatkan suhu permukaan bumi, sebagai efek dari pemanasan global yang terjadi di musim kemarau.

- Es di daerah kutub yang meleleh yang disebabkan suhu panas bumi yang meningkat drastis
- Permukaan air laut yang meninggi, yang disebabkan es di daerah kutub yang mencair.

Untuk mencegah terjadinya pencemaran lingkungan hidup, dilakukan secara lahiriyah dan bathiniyah. Secara lahiriyah dilakukan dengan melakukan aktivitas seperti melakukan reboisasi, melakukan *treatment* pada air limbah pabrik sebelum di buang ke sungai, membuat filter pada cerobong asap pabrik sehingga tidak mencemari udara masyarakat dan lain lainnya. Sedangkan secara bathiniyah dengan mendukung tindakan positif tersebut disertai niat yang tulus dan adanya kesadaran manusianya itu sendiri yang berlandaskan keimanan dengan berpegang pada prinsip "*Amar ma'ruf nahi munkar*". Maksudnya adalah menjalankan perintah Allah swt dan meninggalkan larangan Nya.

Kerusakan dan pencemaran lingkungan yang terjadi di alam ini pada umumnya disebabkan ulah tangan manusia, maka beberapa hal berikut ini harus dicegah seperti:

- Penggundulan hutan secara liar yang dapat mengakibatkan banjir, erosi, tanah longsor dan sebagainya.
- Membuang sampah sembarangan, limbah industri yang mengakibatkan pencemaran air, sumber penyakit dan dapat memusnahkan habitat hewani dan sebagainya.
- Polusi udara menyebabkan menyebarnya penyakit bagi masyarakat sekitarnya dan mengganggu makhluk hidup lainnya.
- Perbuatan maksiat yang dapat mengakibatkan penyakit sosial, dekadensi moral (Ilyas, 2017)

Lingkungan Hidup Dan Ekonomi

Pandangan pelaku bisnis terhadap lingkungannya, dapat dibedakan menjadi 2 (dua) yaitu sebagai “*The commons*” dan “*Scarcity*”.

Lingkungan hidup sebagai “*the commons*”(ladang /padang rumput milik umum). Pada awalnya, *the commons*” adalah ladang umum di pedesaan yang dapat dimanfaatkan bersama oleh semua penduduk untuk mengambil rumput sebagai pakan ternak. Tapi di zaman modern sekarang ini tidak lagi dipertahankan. Ladang umum diprivatisasi dengan menjualnya kepada penduduk perorangan untuk kepentingan perusahaan. Dampaknya adalah munculnya kepentingan pribadi dengan mengorbankan lingkungan hidup yang membawa kerusakan bagi semua pihak. Jalan keluarnya adalah terletak pada bidang moral yakni dengan membatasi kebebasan.

Lingkungan hidup tidak lagi sebagai barang eksternalitas (*Scarcity*). Pada awalnya bisnis memandang lingkungan hidup merupakan sumber daya alam yang tak terbatas. Diakui atau tidak, lingkungan hidup dan komponen yang ada di dalamnya adalah terbatas (*scarcity*) meski tersedia dalam kuantitas besar. Jika peminat berjumlah besar, maka air, udara dan komponen yang ada di dalamnya menjadi barang langka, maka harus dihargai secara ekonomis, dan tidak dapat diperoleh dengan gratis. Akibatnya faktor lingkungan hidup menjadi urusan ekonomi karena sumber daya alam yang ada sekarang menjadi langka langka, harus dikelola secara efisien, peminatnya harus membeli baru dapat menikmati. Sebagai contoh pemanfaatan air mineral yang suci dan menyehatkan, pada awalnya konsumen dapat

langsung mengambil yang disediakan oleh alam (air sumber, air sungai, air sumur) namun sekarang harus membeli dalam kemasan tertentu.

Etika Syariah Terhadap Lingkungan Hidup

Etika secara syariah mengatur bagaimana seharusnya manusia memperlakukan alam dan lingkungan hidup di sekitarnya. Karena pada dasarnya manusia tidak terpisahkan dari alam, apalagi bertentangan dengan alam. Seluruh kebutuhan manusia berasal dan terpenuhi dari alam, seperti hewan dan tumbuhan. Untuk tetap menjaga ekosistem dan melestarikan alam sekitarnya, Islam melalui Al Qur'an berpesan dan memberikan rambu-rambu agar manusia senantiasa bersahabat dengan alam dan berlaku etis. Tujuannya adalah agar kelangsungan hidup manusia tidak terganggu oleh munculnya dampak negative akibat perilaku sekelompok manusia lainnya yang merusak lingkungan dan tidak bertanggung jawab.

Beberapa ayat dalam surah-surah Al Qur'an berikut ini menjadi dasar pijakan manusia untuk menyikapi alam semesta ciptaan Allah dengan benar, antara lain:

- QS Al An'am (38) menurut tafsir dinyatakan bahwa Allah swt yang menciptakan, menguasai, mengatur, dan memelihara seluruh makhluk hidup yang ada di bumi maupun di planet lain. Ayat ini mendorong manusia untuk melakukan penelitian sehingga makin memperkuat iman dan menambah ketaatan kepada Nya.
- QS Al Isra' (44) Ayat ini secara simbolik menunjukkan bahwa tasbihnya benda-benda di alam secara fisik adalah kepatuhannya

terhadap hukum Allah yang mengaturnya (*sunnatullah*). Hukum Allah hanya dimengerti oleh manusia yang mau mempergunakan akalnyanya untuk memahami makna tasbih benda-benda antara langit yang tujuh dan bumi. Di akhir ayat ini, Allah menegaskan maha pengampun bagi mereka yang minta ampun dan bertobat.

- QS Al Ra'd (13) ayat ini menjelaskan bahwa suara menggelegar yang dikeluarkan petir merupakan bacaan tasbihnya dalam memuji Allah. Ini merupakan tanda ketundukannya kepada Allah yang maha Agung.

Islam mengatur seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk di dalamnya bagaimana beretika terhadap alam dan lingkungan hidup. Alam dan lingkungan hidup merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari hidup manusia. Karena seluruh kebutuhan manusia semua berasal dan terpenuhi dari alam sekitarnya baik tumbuh-tumbuhan maupun hewan. Oleh karena itu Islam berpesan melalui Alquran bahwa manusia harus melestarikan alam sekitarnya agar keberlangsungan hidupnya tidak terganggu oleh ulah sekelompok manusia yang tidak mau melestarikan alam. Berdasarkan hal itu, maka ajaran Islam memberikan rambu-rambu untuk manusia agar juga beretika terhadap lingkungan (Harahap, 2015)

Beberapa contoh upaya manusia dalam pelestarian alam untuk pembangunan kehidupan, diantaranya adalah :

1. Mengajarkan ilmu pengetahuan, baik melalui pendidikan formal maupun non formal
2. Mengalirkan sungai untuk kemaslahatan kehidupan masyarakat

3. Menggali sumur dan menjamin penyediaan air bersih, termasuk mengeksplorasi sumur minyak sebagai salah satu sumber daya yang mutlak dalam menunjang kelangsungan kehidupan ini
4. Menanam tanaman yang produktif
5. Membangun masjid
6. Mewariskan mushaf dalam arti kata membuat karangan-karangan yang berguna yang dapat dimanfaatkan
7. Keprihatinan terhadap generasi penerus yang pada dasarnya lemah disertai perintah untuk mempersiapkan generasi penerus yang mampu bekerja dengan lebih baik
8. Melindungi satwa-satwa yang hampir punah dari habitatnya (Ilyas, 2017)

Prinsip Lingkungan Hidup

Prinsip ini menjadi pegangan dan tuntutan bagi perilaku manusia dalam berhadapan dengan alam, baik perilaku terhadap alam secara langsung maupun perilaku terhadap sesama manusia yang berakibat tertentu terhadap alam (Keraf, 2002). Beberapa prinsip yang harus diperhatikan yaitu:

1. Sikap hormat terhadap alam (*respect for nature*)

Pada dasarnya semua teori etika lingkungan mengakui bahwa alam semesta perlu untuk dihormati. Manusia mempunyai kewajiban moral untuk menghormati kehidupan, baik pada sesamanya maupun pada makhluk lain dalam komunitas ekologis seluruhnya.

2. Prinsip tanggung jawab (*moral responsibility for nature*)

43

Kelestarian dan kerusakan alam merupakan tanggung jawab bersama bagi seluruh umat manusia. Semua orang bekerja sama untuk bertanggung jawab dalam menjaga, mencegah dari kerusakan, dan melestarikan ekosistem yang seimbang.

3. Solidaritas kosmis (*cosmic solidarity*)

Perasaan solidaritas (senasib-sepenanggungan) dalam diri manusia dapat mendorong manusia menyelamatkan lingkungan dan semua kehidupan alam ini.

4. Prinsip kasih sayang dan kepedulian (*caring for nature*)

Prinsip ini tidak didasarkan pada kepentingan pribadi, melainkan untuk kepentingan alam.

5. Prinsip tidak merusak (*no harm*)

Terdapat kewajiban untuk menjaga kelestarian alam dengan tidak melakukan tindakan yang merusak atau membahayakan lingkungan alam.

6. Prinsip hidup sederhana dan selaras dengan alam

Prinsip ini menekankan pada nilai, kualitas, cara hidup yang baik, bukan pada sikap rakus/tamak. Ada batasan hidup layak sebagai manusia yang selaras dengan alam.

7. Prinsip keadilan

Bahwa terdapat akses yang sama bagi semua kelompok dan anggota masyarakat untuk ikut dalam menentukan kebijakan pengelolaan dan pelestarian serta pemanfaatan sumber daya alam.

8. Prinsip demokrasi

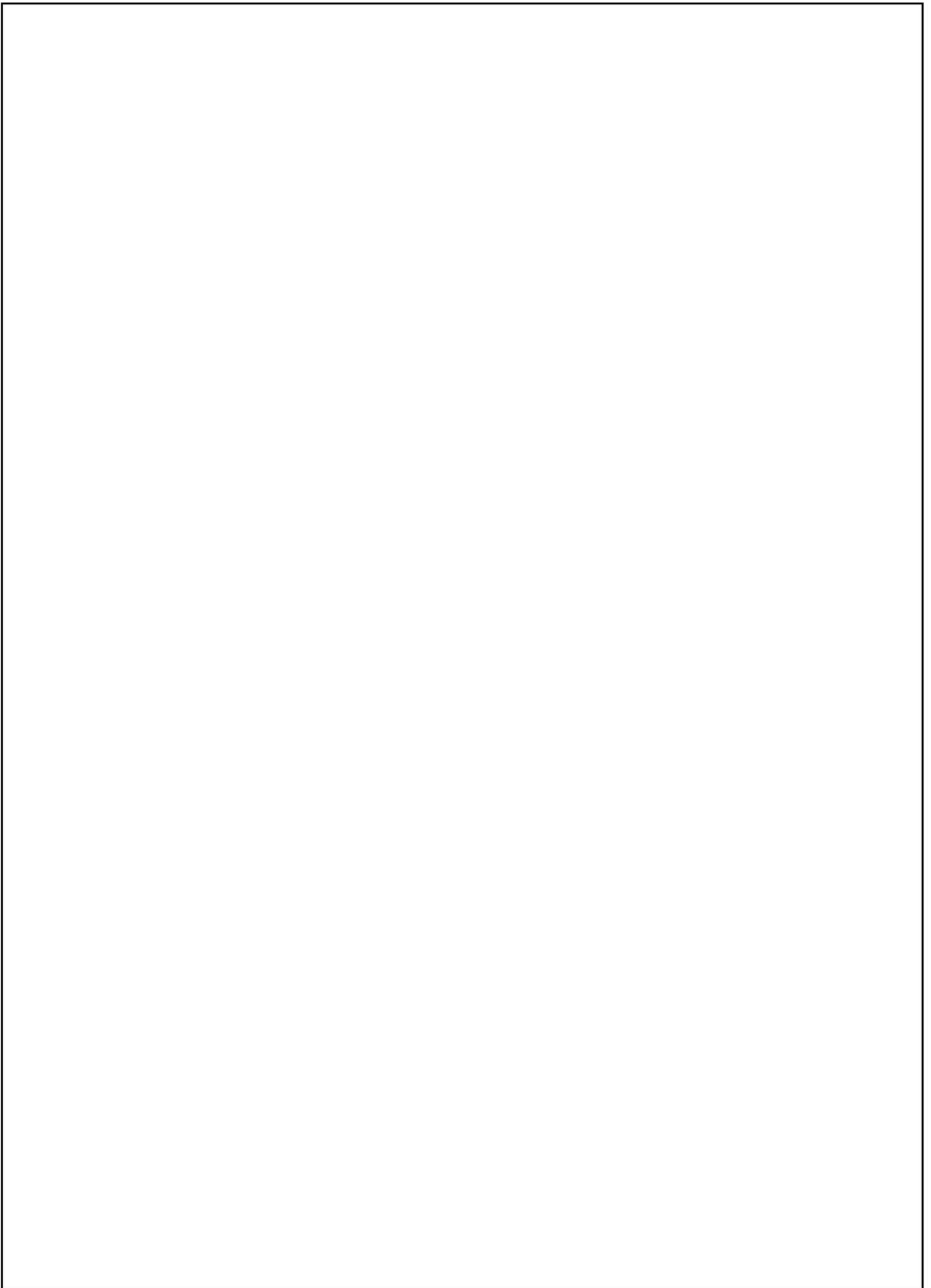
Prinsip ini terkait erat dengan hakikat alam, yaitu keanekaragaman dan pluraritas. Demokrasi memberi tempat seluas-luasnya bagi perbedaan, keanekaragaman dan pluraritas.

Prinsip demokrasi sangat relevan dengan kebijakan yang pro lingkungan hidup.

39

9. Prinsip integritas moral

Prinsip ini terutama bagi pejabat publik, agar mempunyai sikap dan perilaku yang terhormat serta memegang teguh prinsip-prinsip moral yang mengutamakan dan mengamankan kepentingan public untuk menjamin kepentingan di bidang lingkungan.



etika dalam bisnis berbasis syariah

ORIGINALITY REPORT

23%

SIMILARITY INDEX

23%

INTERNET SOURCES

%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	rikapiliang13.blogspot.com Internet Source	1%
2	jurnal.stiesemarang.ac.id Internet Source	1%
3	idhamdwirahmanto.blogspot.com Internet Source	1%
4	www.coursehero.com Internet Source	1%
5	ainanoface.blogspot.com Internet Source	1%
6	journal.ubpkarawang.ac.id Internet Source	1%
7	www.scribd.com Internet Source	1%
8	etikbisnis.blogspot.com Internet Source	1%
9	repository.uinsu.ac.id Internet Source	1%
10	slideplayer.info Internet Source	1%

11	repo.iain-tulungagung.ac.id Internet Source	1%
12	ejournal.unsrat.ac.id Internet Source	1%
13	fe-akuntansi.unila.ac.id Internet Source	1%
14	id.123dok.com Internet Source	1%
15	aniwidyasite.wordpress.com Internet Source	1%
16	erlianabanjarnahor19.wordpress.com Internet Source	1%
17	della-irfianis.blogspot.com Internet Source	1%
18	agafsi.blogspot.com Internet Source	1%
19	anzdoc.com Internet Source	1%
20	kartikasari391.blogspot.co.id Internet Source	1%
21	sjarimonogakari.blogspot.com Internet Source	<1%
22	isa7695.wordpress.com Internet Source	<1%

23	www.kumpulancontohmakalah.com Internet Source	<1 %
24	makalah28.blogspot.com Internet Source	<1 %
25	ejournal.stismu.ac.id Internet Source	<1 %
26	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1 %
27	anivhabit.blogspot.com Internet Source	<1 %
28	multiparadigma.lecture.ub.ac.id Internet Source	<1 %
29	syafahabibah-myblog.blogspot.com Internet Source	<1 %
30	docobook.com Internet Source	<1 %
31	research-dashboard.binus.ac.id Internet Source	<1 %
32	lisensiujkt.files.wordpress.com Internet Source	<1 %
33	sitihindun94.wordpress.com Internet Source	<1 %
34	jurnalilmiahtp.blogspot.com Internet Source	<1 %

www.lontar.ui.ac.id

35	Internet Source	<1 %
36	repository.unhas.ac.id Internet Source	<1 %
37	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1 %
38	denijoharithe.blogspot.com Internet Source	<1 %
39	meri1978.blogspot.com Internet Source	<1 %
40	sririz.blogspot.com Internet Source	<1 %
41	naskahtua.blogspot.com Internet Source	<1 %
42	setengah6.blogspot.com Internet Source	<1 %
43	trioktavianas2.blogspot.com Internet Source	<1 %
44	management.co.id Internet Source	<1 %
45	magussudrajat.blogspot.com Internet Source	<1 %
46	inyonge-djakam354.blogspot.com Internet Source	<1 %
47	hamzahzakaria.blogspot.com	

Internet Source

<1 %

48

nirastina01.blogspot.com

Internet Source

<1 %

49

jurnal.unpand.ac.id

Internet Source

<1 %

50

komunikasi.us

Internet Source

<1 %

51

rayuan-ramadhan.jim.org.my

Internet Source

<1 %

52

yudi-sembarang.blogspot.com

Internet Source

<1 %

53

podoluhur.blogspot.com

Internet Source

<1 %

54

srilidiana.blogspot.com

Internet Source

<1 %

55

nurlaelanitasari.blogspot.co.id

Internet Source

<1 %

56

library.upnvj.ac.id

Internet Source

<1 %

57

repository.wima.ac.id

Internet Source

<1 %

58

vdocuments.site

Internet Source

<1 %

59

noe18chotee.blogspot.com

Exclude quotes On

Exclude matches < 15 words

Exclude bibliography On