

TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PENGELOLAAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

IRSADUNAS

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang
E-mail: irsadunas@uinib.ac.id

YENTI AFRIDA

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang
E-mail: yentiafrida@uinib.ac.id

RAHMI KHAIRANI

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang
E-mail: rahmikhairani20@gmail.com

Abstract

The research objective is to look at business ethics in Islam in the management of Corporate Social Responsibility at PT. Gersindo Minang Plantation. The subject of this research is the sustainability development of the CSR department at PT. Gersindo Minang Plantation and the people who feel the CSR activities. This research is a type of field research. Data collection uses observation, interview, and documentation methods. Data analysis was carried out in a qualitative descriptive manner. The validity of the data using triangulation techniques. The results showed that CSR management at PT. Gersindo Minang Plantation in general, is engaged in education, environment, health and social affairs. There are two types of programs, namely the Patronage and Community Development Program. In terms of Islamic business ethics, of the five axioms that include unity, equilibrium, free will, benevolence and responsibility there is one axiom that is not reflected in the program namely responsibility.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Islamic Business Ethics, Management

PENDAHULUAN

Tujuan didirikan perusahaan pada umumnya adalah laba, tapi seiring berjalannya waktu, tujuan perusahaan melakukan bisnis juga berubah, tidak hanya untuk memperoleh laba saja, tetapi dituntut untuk bisa menciptakan kesejahteraan yang dirasakan oleh masyarakat, karyawan dan *stakeholder* serta turut menjaga kelestarian alam. Hal tersebut dilakukan perusahaan dalam bentuk tanggung jawab sosial perusahaan atau yang lebih dikenal dengan *corporate social responsibility*. Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* CSR adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut komunitas setempat dan masyarakat secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas hidup (Rahman, 2009:10).

Kegiatan CSR di Indonesia pada awal mulanya masih rendah. Pelaksanaan CSR selama ini merupakan sebuah kegiatan sukarela dari korporasi. Kegiatan CSR bukanlah prioritas utama bagi korporasi di Indonesia. Namun, seiring dengan waktu, penerapan CSR di Indonesia semakin meningkat baik dalam kuantitas maupun kualitas. Selain keragaman kegiatan dan pengelolaannya semakin bervariasi, dilihat dari kontribusi finansial, jumlahnya semakin besar. Penelitian PIRAC pada tahun 2017 menunjukkan bahwa dana CSR di Indonesia mencapai lebih dari Rp. 115 miliar atau sekitar \$11,5 juta dari 180 perusahaan yang dibelanjakan untuk 279 kegiatan sosial yang terekam oleh media massa.

Meskipun dana ini masih sangat kecil jika dibandingkan dengan dana CSR di Amerika Serikat, dilihat dari angka kumulatif tersebut, perkembangan CSR di Indonesia cukup mengembirakan. Angka rata-rata perusahaan yang menyumbangkan dana bagi kegiatan CSR adalah sekitar Rp. 640.000.000 atau sekitar Rp. 413.000.000/kegiatan. Dalam pelaksanaannya, pemerintah telah membuat peraturan mengenai CSR sebagaimana disebutkan dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas (UUPT) Nomor 40 Tahun 2007 bab V tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan pasal 74 ayat 1 bahwa: perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber

daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Simanjuntak & Mulia, 2009:95).

Sedangkan etika dalam Islam didefinisikan sebagai sejumlah perilaku etis bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram. Jadi perilaku yang etis itu ialah perilaku yang mengikuti perintah Allah SWT dan menjauhi larangnya. Pelaku-pelaku bisnis diharapkan bertindak secara etis dalam berbagai aktivitasnya. Kepercayaan, keadilan dan kejujuran adalah elemen pokok dalam mencapai suksesnya suatu bisnis di kemudian hari. Etika Islam memberi sanksi internal yang kuat serta otoritas pelaksana dalam menjalankan standar etika (Nawatmi, 2010:54).

PT. Gersindo Minang Plantation atau yang disingkat dengan PT. GMP merupakan perusahaan yang menerapkan CSR. Perusahaan ini beroperasi di Kabupaten Pasaman Barat Provinsi Sumatra Barat. PT. GMP bergerak pada sektor perindustrian minyak kelapa sawit. Kebun kelapa sawit PT. GMP dapat dicapai melalui jalan darat dari kota Padang dengan jarak sekitar 180 km yang ditempuh dalam waktu sekitar 5 jam. Areal Hak Guna Usaha (HGU) PT. GMP berupa satu daerah lahan yang luas yang berada di wilayah Jorong Tanjung Pangka. Dari sisi Barat, Utara, Timur, kebun PT. GMP dikelilingi kebun plasma

Tanjung Pangka. Di sisi Selatan kebun adalah lahan garapan masyarakat Tanjung Pangka.

PT. GMP merupakan salah satu perusahaan dari Wilmar International Plantation yang memiliki komitmen yang kuat untuk pengelolaan perkebunan yang ramah sosial dan lingkungan. PT. GMP berupaya untuk meningkatkan peran dalam komunitas guna membangun hubungan baik dengan para *stakeholder* sebagai bagian dari tanggung jawab perusahaan yang diterapkan dalam program *corporate social responsibility*. Tanggung jawab sosial perusahaan yang diimplementasikan oleh perusahaan dalam program CSR adalah bagian dari etika bisnis Islam yang sangat menjunjung tinggi nilai-nilai agama. Lebih dari itu etika bisnis Islam juga sangat terkait erat dengan komitmen perusahaan dalam meningkatkan produktivitas dan efisiensi.

TINJAUAN PUSTAKA

Etika Bisnis Islam

Dapat digambarkan bahwa etika bisnis Islam adalah norma etika yang berbasiskan Al-Quran dan Hadits yang harus dijadikan pedoman oleh siapapun dalam aktivitas bisnis. Jadi, etika adalah prinsip tingkah laku yang mengatur individu atau kelompok, sedangkan bisnis adalah kegiatan-kegiatan teratur melayani suatu kebutuhan yang bersifat umum sambil memperoleh pendapatan dan laba maupun yang tidak mengejar pendapatan. Islam adalah

agama yang mengajarkan tentang etika dan bisnis yang berpedoman pada Al-Qur'an dan Hadits. Maka dari penjabaran di atas dapat ditarik kesimpulan definisi dari etika bisnis Islam adalah segala prinsip tingkah laku individu dalam melakukan segala kegiatan usaha yang bertujuan untuk mencapai *maslahah* dengan berpedoman kepada Al-Quran dan Hadits yang diajarkan nabi Muhammad SAW.

Aksioma Dasar dalam Etika Bisnis Islam

Sejumlah aksioma dasar mengenai hal-hal yang sudah menjadi umum dan jelas kebenarannya, dirumuskan dan dikembangkan oleh ilmuwan. Aksioma-aksioma ini merupakan turunan dari hasil penerjemahan kontemporer akan konsep-konsep fundamental dari nilai moral Islami. Aksioma-aksioma tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Unity* (persatuan): konsep tauhid, aspek sosiologi ekonomi politik dan alam, semuanya milik Allah SWT dimensi vertikal hindari diskriminasi di segala aspek, hindari kegiatan yang tidak etis.
2. *Equilibrium* (keseimbangan): konsep adil, dimensi horizontal, jujur dalam bertransaksi, tidak merugikan dan tidak dirugikan.
3. *Free Will* (kehendak bebas): kebebasan melakukan kontrak namun menolak *laizez fire* (*invisible hand*), karena nafsu amarah cenderung mendorong pelanggaran sistem *responsibility*, manusia harus bertanggung

jawab atas perbuatannya. Bila orang lain melakukan hal yang tidak etis berarti boleh ikut-ikutan.

4. *Benevolence* (manfaat/kebaikan hati): *ihsan* atau perbuatan yang harus bermanfaat.
5. *Responsibility* (tanggung jawab): segala perbuatan yang dilakukan oleh setiap individu akan dipertanggungjawabkan di depan Allah SWT. Manusia selaku khalifah mengelola sumber daya yang ada untuk mendapatkan kemaslahatan dan dipertanggungjawabkan di akhirat kelak (Badroen, *et al.*, 2007:37).

Aksioma etika bisnis Islam yang lain adalah *Shiddiq* 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 melakukan berbagai macam inovasi yang bermanfaat. *Amanah*, tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Amanah ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan *ihsan* dalam segala hal. *Tablig*, mengajak sekaligus

memberikan contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari (Rahmat, 2017: 112).

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

Menurut Norvadevis, dasar etika bisnis Islam meliputi: Tauhid (kesatuan), merupakan konsep serba eksklusif dan serba inklusif. Pada tingkat absolut ia membedakan *khalik* dengan makhluk, memerlukan penyerahan tanpa syarat kepada kehendak-Nya, tetapi pada eksistensi manusia memberikan suatu prinsip perpaduan yang kuat sebab umat manusia dipersatukan dalam ketaatan kepada Allah SWT semata. Dari konsepsi ini, maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini maka pengusaha muslim dalam melakukan aktivitas maupun entitas bisnisnya tidak akan melakukan paling tidak tiga hal: Pertama, diskriminasi terhadap pekerja, penjual, pembeli, mitra kerja atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin atau agama. Kedua, Allah

SWT lah semestinya yang paling ditakuti dan dicintai. Oleh karena itu, sikap ini akan terefleksikan dalam seluruh sikap hidup dalam berbagai dimensinya termasuk aktivitas bisnis. Ketiga, menimbun kekayaan atau serakah, karena hakikatnya kekayaan merupakan amanah Allah SWT.

Keseimbangan (keadilan), ajaran Islam berorientasi pada terciptanya karakter manusia yang memiliki sikap dan perilaku yang seimbang dan adil dalam konteks hubungan antara manusia dengan diri sendiri, dengan orang lain dan lingkungan. Keseimbangan ini sangat ditekankan oleh Allah SWT dengan menyebut umat Islam sebagai *ummatan wasathan*. *Ummatan wasathan* dimana umat memiliki kebersamaan, kedinamisan dalam gerak, arah dan tujuannya serta memiliki aturan-aturan kolektif yang berfungsi sebagai penengah atau pembenar. Kehendak bebas, manusia sebagai *khalifah* di muka bumi sampai batas tertentu mempunyai kehendak bebas mengarahkan kehidupannya kepada tujuan yang akan dicapainya. Manusia dianugerahi kehendak bebas (*free will*) untuk membimbing kehidupannya sebagai *khalifah*. Berdasarkan aksioma kehendak bebas ini, dalam bisnis manusia mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian atau tidak, melaksanakan bentuk aktivitas bisnis tertentu, berkreasi mengembangkan potensi bisnis yang ada selama tidak melanggar hak orang

lain (*Syafa'at* dalam Islam).

Pertanggungjawaban, segala kebebasan dalam melakukan bisnis oleh manusia tidak lepas dari pertanggungjawaban yang harus diberikan atas aktivitas yang dilakukan, sesuai dengan apa yang ada dalam (Norvadewi, 2015:40-43).

Corporate Social Responsibility

Menurut Bowen (1953) *Corporate Social Responsibility* adalah suatu keputusan bisnis untuk memberikan nilai-nilai kebaikan pada masyarakat. Davis (1973) mendefinisikan *corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan sebagai usaha suka rela dari sebuah perusahaan untuk menciptakan keseimbangan ekonomi dengan keadaan sekitar. Berdasarkan pada teori Elkingston (1997) pula, CSR adalah sebuah konsep bagi organisasi khususnya perusahaan, mempunyai kewajiban untuk mempertimbangkan kepentingan pengguna, pekerja, pemegang saham, masyarakat, lingkungan sekitar dalam sebuah aspek operasionalnya. Kewajiban ini berlaku secara luas diluar kewajiban yang telah ditetapkan oleh undang-undang (Yusuf, 2017:28).

Corporate social responsibility adalah komitmen perusahaan berkontribusi dalam pengembangan ekonomi berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitik beratkan pada keseimbangan antara prihatin terhadap aspek ekonomis, sosial dan

lingkungan. Nuryana menyatakan, CSR adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis dan dalam interaksi dengan para pemangku kepentingan berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan (Fahmi, 2013:81).

Defenisi lain CSR adalah suatu konsep bagaimana perusahaan berusaha mengintegrasikan aspek sosial dan lingkungan serta *stakeholders* atas dasar "*voluntary*" dalam melakukan aktivitas usahanya. Pengintegrasian ini tidak hanya kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan yang ada, tetapi meliputi kerelaan berinvestasi ke dalam pengembangan manusia, lingkungan, dan hubungan dengan *stakeholders* (Azheri, 2011:21).

CSR juga dapat diartikan sebagai upaya manajemen yang dijalankan entitas bisnis untuk mencapai pembangunan berkelanjutan berdasarkan keseimbangan ekonomi, sosial, dan lingkungan, dengan meminimumkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif tiap pilar (Putra, 2015:8).

Ruang Lingkup Corporate Social Responsibility

Dalam perkembangan etika bisnis sampai saat ini terdapat gagasan yang lebih komprehensif mengenai ruang lingkup tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu (Azheri, 2011:37-40):

a. Keterlibatan perusahaan dalam kegiatan-kegiatan sosial yang berguna bagi kepentingan

masyarakat luas.

Selama ini *image* yang berkembang pada sebagian besar perusahaan sehubungan dengan keterlibatannya dalam berbagai kegiatan sosial dianggap sebagai wujud paling "*urgen*" sebagai implementasi CSR. Keterlibatan perusahaan dalam kegiatan-kegiatan sosial ini dimaksudkan untuk membantu memajukan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kegiatan-kegiatan sosial ini sangat beragam, misal menyumbangkan dana untuk membangun rumah ibadah, membangun prasarana dan fasilitas sosial dalam masyarakat (listrik, jalan, air, tempat rekreasi dan sebagainya), melakukan penghijauan, menjaga sungai dari pencemaran atau ikut membersihkan sungai dari polusi, melakukan pelatihan cuma-cuma bagi pemuda yang tinggal disekitar perusahaan, memberi beasiswa kepada anak dari keluarga yang kurang mampu ekonomi dan seterusnya.

b. Keuntungan ekonomis yang diperoleh perusahaan

Menurut Milton Friedman, satu-satunya tanggung jawab sosial perusahaan adalah mendatangkan keuntungan yang sebesar-besarnya bagi perusahaan. Oleh karena itu, berhasil tidaknya suatu perusahaan, secara ekonomis dan moral dinilai dari lingkup tanggung jawab sosial ini.

c. Memenuhi aturan hukum yang berlaku pada suatu masyarakat, baik menyangkut

kepentingan bisnis maupun menyangkut kehidupan sosial pada umumnya.

Sebagai bagian integral dari masyarakat, perusahaan mempunyai kewajiban dan juga kepentingan untuk menjaga ketertiban dan keteraturan sosial. Tanpa hal tersebut kegiatan bisnis perusahaan tersebut pun tidak akan berjalan. Salah satu bentuk dan wujud tanggung jawab sosial perusahaan adalah dengan mematuhi aturan hukum yang berlaku. Kalau perusahaan tidak mematuhi aturan hukum yang ada, sebagaimana halnya semua orang lainnya, maka ketertiban dan keteraturan masyarakat tidak akan terwujud.

Perusahaan mempunyai tanggungjawab sosial dan moral untuk taat pada aturan bisnis, tidak hanya demi kelangsungan bisnis, melainkan juga menjaga ketertiban dan keteraturan baik dalam iklim bisnis maupun keadaan sosial pada umumnya.

d. Menghormati hak dan kepentingan *stakeholders* atau pihak terkait yang punya kepentingan langsung atau tidak langsung atas aktivitas perusahaan.

Ruang lingkup CSR menurut Elkington's terdiri dari 3 aspek yang dikenal dengan istilah "*Triple Bottem Line (3BL)*". Ketiga aspek itu meliputi kesejahteraan atau kemakmuran ekonomi (*economic prosperity*), peningkatan kualitas lingkungan (*environmental quality*), keadilan sosial. Ia juga menegaskan bahwa

suatu perusahaan yang ingin menerapkan konsep pembangunan berkelanjutan harus memperhatikan "*Triple P*" yaitu *profit, people, and planet*. Bila dikaitkan antara 3BL dengan *Triple P* dapat disimpulkan bahwa "*profit*" sebagai wujud aspek ekonomi, "*planet*" wujud lingkungan, dan "*people*" sebagai aspek sosial.

Profit meliputi kewirausahaan, kelompok usaha bersama/unit mikro kecil dan menengah, agrobisnis, lapangan kerja, infrastruktur ekonomi dan usaha produktif lain. *Planet* (lingkungan) meliputi penghijauan, reklamasi lahan, pengelolaan air, pelestarian alam, ekowisata penyehatan lingkungan, pengendalian polusi, serta penggunaan produksi dan energi secara efisien. *People* (sosial) meliputi pendidikan, pelatihan, perumahan, penguatan kelembagaan, kesejahteraan sosial, olahraga, pemuda, wanita, agama, kebudayaan dan sebagainya.

Prinsip Corporate Social Responsibility

Prinsip CSR dari pendekatan tata kelola perusahaan (*Good Corporate Governance*) ada empat yaitu (Azheri, 2011:12-14):

a. Kewajaran (*fairness*)

Prinsip ini diwujudkan antara lain dengan membuat peraturan perusahaan yang melindungi kepentingan pemegang saham minoritas. Semua itu dituangkan dalam bentuk pedoman perilaku perusahaan (*corporate conduct*) dan/ atau kebijakan-kebijakan yang melindungi perusahaan terhadap perbuatan buruk orang

dalam; *self-dealing* dan konflik kepentingan; menetapkan peran dan tanggung jawab komisaris, direksi, komite, termasuk sistem renumerasi; menyajikan informasi secara wajar atau pengungkapan secara penuh materil apa pun; mengedepankan *equal job opportunity*.

b. *Transparansi (transparency)*

Transparansi di sini lebih banyak pada hak-hak pemegang saham terutama berkaitan dengan pemberian informasi yang benar dan tepat waktu tentang perusahaan, berperan serta dalam pengambilan keputusan mengenai perubahan-perubahan yang mendasar atas perusahaan, dan turut memperoleh bagian dari keuntungan perusahaan.

c. *Akuntabilitas (accountability)*

Prinsip ini didasarkan atas *balance of power* antara manajer, pemegang saham, dewan komisaris dan auditor. Hal ini sebagai pertanggung jawaban manajemen pada para pemegang saham. Dengan cara menyiapkan laporan keuangan tepat waktu, mengembangkan komite audit dan risiko untuk mendukung fungsi pengawasan dewan komisaris, mengembangkan dan merumuskan kembali peran dan fungsi internal audit sebagai mitra bisnis strategis berdasarkan *best practice*.

d. *Responsibility*

Prinsip ini berdasarkan atas kesadaran dimana setiap kewenangan yang dimiliki mempunyai konsekuensi terhadap tanggung

jawab, baik dalam bentuk tanggung jawab sosial, menghindari penyalahgunaan kekuasaan, menciptakan profesionalisme dan menjunjung etika serta memelihara lingkungan bisnis yang sehat.

Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Islam

Dilihat dari kacamata etika bisnis Islam, program CSR termasuk dalam konsep ajaran *ihsan* sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. *Ihsan (benevolence)*, artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa mengharap balas jasa dari perbuatan itu. Lebih jauh Siddiqi, berpendapat bahwa perbuatan *ihsan* lebih penting ketimbang perbuatan adil. Menurut Siddiqi, perbuatan adil hanya merupakan *the corner stone of society*, sedangkan perbuatan *ihsan* merupakan *beauty and perfection* dalam kehidupan masyarakat. Dengan tindakan *ihsan*, kehidupan akan terasa indah dan sempurna dengan bertabur kebajikan yang menyejukkan semua pihak, karena yang berlebih (kuat) secara ikhlas mau berbagi rasa dengan yang lemah (Djakfar, 2010:256). CSR dalam tinjauan etika bisnis Islam meliputi lima dasar, yaitu (Badroen, *et al.*, 2007:89):

1. *Unity (Kesatuan)*

Merupakan refleksi konsep tauhid yang memadukan seluruh aspek kehidupan baik ekonomi, sosial, politik budaya menjadi

keseluruhan yang homogen, konsisten dan teratur. Adanya dimensi vertikal (manusia dengan penciptanya) dan horizontal (sesama manusia). Prakteknya dalam bisnis:

- a. Tidak ada diskriminasi baik terhadap pekerja, penjual, pembeli, serta mitra kerja lainnya.
- b. Terpaksa atau dipaksa untuk menaati Allah SWT.
- c. Meninggalkan perbuatan yang tidak beretika dan mendorong setiap individu untuk bersikap amanah karena kekayaan yang ada merupakan amanah Allah SWT.

2. *Equilibrium* (Keseimbangan)

Keseimbangan merupakan prinsip etis yang harus diterapkan dalam aktivitas maupun entitas bisnis. Sifat keseimbangan dalam bisnis adalah ketika korporat mampu menempatkan segala sesuatu pada tempatnya. Dalam beraktivitas di dunia bisnis, Islam mengharuskan berbuat seimbang yang diarahkan kepada hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta. Jadi, keseimbangan alam dan keseimbangan sosial harus tetap terjaga bersamaan dengan operasional usaha bisnis.

3. *Free Will* (Kebebasan Berkehendak)

Kebebasan adalah bebas memilih atau bertindak sesuai etika. Jika seseorang menjadi muslim maka harus menyerahkan kehendaknya kepada Allah SWT. Aplikasinya dalam bisnis:

- a. Konsep kebebasan dalam Islam lebih mengarah pada kerjasama, bukan persaingan

apalagi sampai mematikan usaha satu sama lain. Kalaupun ada persaingan dalam usaha maka, itu berarti persaingan dalam berbuat kebaikan atau *fastabiq al-khairat*.

- b. Menepati kontrak, baik kontrak kerjasama maupun kontrak kerja dengan pekerja.

4. *Responsibility* (Tanggung Jawab)

Bentuk pertanggungjawaban atas setiap tindakan. Prinsip pertanggungjawaban adalah tanggung jawab yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkungannya, antara jiwa dan raga, antara orang dan keluarga, antara individu dan masyarakat serta antara masyarakat satu dengan masyarakat lainnya. Dalam perspektif Islam tanggung jawab sosial terdapat tiga bentuk implementasi yang dominan, yaitu:

- a. Tanggung jawab sosial terhadap pelaku dalam perusahaan.
- b. Tanggung jawab sosial terhadap lingkungan alam.
- c. Tanggung jawab sosial terhadap kesejahteraan sosial secara umum.

Islam sangat mendukung *corporate social responsibility* karena tidak dapat dipungkiri bahwa bisnis menciptakan banyak permasalahan sosial, dan perusahaan bertanggungjawab menyelesaikannya. Bisnis membutuhkan berbagai sumber daya alam untuk kelangsungan usaha, sehingga perusahaan bertanggungjawab untuk memelihara. Islam menganggap bisnis sebagai entitas yang kewajiban terpisah dari pemiliknya,

adanya CSR akan mengembangkan kemauan baik perusahaan. Aplikasinya dalam bisnis:

- a. Upah disesuaikan dengan Upah Minimum Regional.
- b. Pemberian hak-hak pada para *stakeholders* dengan baik.
- c. Pelestarian lingkungan, dan pemberdayaan tenaga kerja serta masyarakat sekitar.

5. *Benevolence* (Kebenaran)

Kebenaran meliputi kebajikan dan kejujuran. Maksud dari kebenaran sama persepsinya dengan *al-ihsan* yaitu niat, sikap dan perilaku benar dalam melakukan berbagai proses baik itu proses transaksi, proses memperoleh komoditas, proses pengembangan produk maupun proses perolehan keuntungan.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian adalah di PT. Gersindo Minang Plantation. Objek penelitian ini adalah etika bisnis Islam dalam pengelolaan CSR PT. GMP yang berada di Jorong Tanjung Pangkal Nagari Lingkuang Aur Kecamatan Pasaman Kabupaten Pasaman Barat Provinsi Sumatra Barat. Prosedur pengumpulan data menggunakan observasi, teknik ini dilakukan untuk mengamati secara langsung proses sosial dan perilaku maupun kegiatan yang ada di lokasi penelitian. Dengan pengamatan diharapkan mampu mendapatkan informasi atau data yang lebih lengkap dan terpercaya. Dalam hal ini berkaitan dengan etika bisnis Islam

dalam pengelolaan CSR yang dilakukan oleh PT. GMP. Wawancara, Dalam pelaksanaannya wawancara dilakukan untuk mendukung hasil penelitian implementasi etika bisnis Islam dalam pengelolaan CSR yang dilakukan oleh PT. GMP. Dokumentasi, Adapun dokumen yang berkaitan dalam penelitian ini diberikan oleh pihak *Sustainable*.

Analisis data adalah dengan teknik analisis kualitatif, yaitu dengan metode logika induktif abstraktif, yaitu suatu logika yang bertitik tolak dari "khusus ke umum". Konseptualisasi, kategorisasi dan deskripsi dikembangkan atas dasar "kejadian" yang diperoleh dilapangan selama kegiatan berlangsung. Antara kegiatan pengumpulan dan analisis data menjadi tak dapat dipisahkan satu sama lain. Keduanya berlangsung secara simultan atau serempak. Ada tiga poin utama dalam melakukan analisis data kualitatif, yaitu: 1) Reduksi data, 2) *Conclution drawing* dan, 3) *Verifying* (menarik kesimpulan dan verifikasi).

HASIL DAN PEMBAHASAN

CSR PT. Gersindo Minang Plantation telah menerapkan etika bisnis Islam dalam pengelolaan perusahaan. Setelah dilakukan observasi beserta wawancara dengan para pihak yang terkait dalam penelitian mengenai CSR perusahaan. PT. Gersindo Minang Plantation menerapkan dua program dalam CSR yaitu Program Mitra Binaan dan Bina Lingkungan.

Program Mitra Binaan dan Bina Lingkungan selaras dengan pandangan Islam tentang manusia sehubungan dengan dirinya sendiri dan lingkungan sosial, dapat dijelaskan dengan lima aksioma yaitu *unity*, *equilibrium*, *free will*, *responsibility*, dan *benevolence*. Adanya CSR melalui program kemitraan dan bina lingkungan akan mengembangkan kemauan baik perusahaan tersebut (Badroen, et al., 2007:4).

Unity (Kesatuan)

Merupakan sebuah konsep “tauhid” yang memadukan seluruh aspek kehidupan baik ekonomi, sosial, politik budaya menjadi keseluruhan yang padu, konsisten dan teratur. Adanya hubungan vertikal (manusia dengan penciptanya) dan horizontal (sesama manusia). Prakteknya dalam CSR adalah tidak ada diskriminasi pada penerima dana CSR. Tidak ada diskriminasi terhadap masyarakat yang menerima bantuan dana CSR. Apabila memenuhi syarat maka ia diterima dan sebaliknya apabila ia tidak memenuhi syarat maka ditolak. Dalam bisnis Islam hal ini dikaji melalui fikih muamalah yaitu konsep *khiyar* yang membahas tentang hak melanjutkan atau menolak suatu perjanjian tanpa ada unsur paksaan dan dzolim.

Dalam perjanjian pastilah mempunyai syarat tertentu maka apabila syarat perjanjian tidak terpenuhi berarti salah satu pihak yang melakukan perjanjian boleh memutuskan untuk melanjutkan atau mengahiri perjanjian. Jadi,

pihak perusahaan berhak untuk memilih siapa yang memperoleh dana CSR sesuai syarat yang dibeikan perusahaan dan pihak masyarakat juga berhak mengajukan permohonan dana sesuai dengan prosedur tanpa harus takut akan adanya diskriminasi oleh pihak perusahaan.

Equilibrium (Keseimbangan)

Sifat keseimbangan dalam bisnis adalah ketika korporat mampu menempatkan segala sesuatu pada tempatnya. Dalam beraktivitas di dunia bisnis, Islam mengharuskan berbuat seimbang yang diarahkan kepada hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta. Jadi, dalam CSR keseimbangan alam dan keseimbangan sosial harus tetap terjaga bersamaan dengan operasional usaha bisnis. Prakteknya dalam CSR adalah keseimbangan antara mendapatkan keuntungan dari alam dengan pengelolaan lingkungan perusahaan agar tidak terjadi pencemaran lingkungan.

Maka PT. GMP melakukan program CSR yaitu Bina Lingkungan untuk menjaga kelestarian alam dengan program *Go Green* untuk mendukung lingkungan yang nyaman, kondusif melalui program pemeliharaan lingkungan. Manusia tidak hanya mengambil hasil alam tetapi juga harus menjaga alam. PT. GMP yang mengambil hasil alam mempunyai kewajiban untuk menjaga alam di sekitar perusahaan. Dasar akan hal tersebut PT. GMP membentuk *Community Development* yang dikoordinasikan

oleh perusahaan untuk lingkungan guna memastikan bahwa praktek-praktek lingkungan dalam kegiatan produksi perusahaan tidak terjadi pencemaran, salah satu contohnya program *Go Green*.

Free Will (Kebebasan Berkehendak)

Kebebasan disini adalah bebas memilih atau bertindak sesuai etika atau sebaliknya. Jadi, jika seseorang menjadi muslim maka ia harus menyerahkan kehendaknya kepada Allah SWT. Konsep kebebasan dalam Islam lebih mengarah pada kerjasama, bukan persaingan apalagi sampai mematikan usaha satu sama lain. Kalaupun ada persaingan dalam usaha maka, itu berarti persaingan dalam berbuat kebaikan atau *fastabiq al-khairat* (berlomba-lomba dalam kebajikan).

PT. Gersindo Minang Plantation menerapkan konsep ini pada persaingan dalam usaha tapi dalam artian positif. Ia menjadi perusahaan dengan tingkat partisipasi CSR tertinggi di Pasaman Barat. Allah SWT menyuruh manusia untuk berlomba-lomba dalam kebaikan. Dalam dunia bisnis, persaingan bisnis dibolehkan untuk menjadi pemacu kearah positif, seperti yang dilakukan PT. Gersindo Minang Plantation. Tidak hanya menjalankan bisnis yang baik tetapi ia juga menjalankan tanggung jawab. Di antara 14 perusahaan perkebunan kelapa sawit yang ada di Pasaman Barat CSR PT. Gersindo Minang Plantation yang paling bagus,

maka perusahaan lain diharapkan dapat melakukan CSR yang lebih baik dari yang telah diterapkan saat ini.

Responsibility (Tanggung Jawab)

Bentuk pertanggungjawaban atas setiap tindakan. Prinsip pertanggungjawaban adalah tanggung jawab yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkupnya, antara jiwa dan raga, antara orang dan keluarga, antara individu dan masyarakat serta antara masyarakat satu dengan masyarakat lainnya. Dalam bisnis Islam tanggung jawab sosial terdapat tiga bentuk penerapan, yaitu: tanggung jawab sosial terhadap para pelaku dalam perusahaan, tanggung jawab sosial terhadap lingkungan alam, dan tanggung jawab sosial terhadap kesejahteraan sosial secara umum.

PT. Gersindo Minang Plantation telah menerapkan tanggung jawab dari 3 aspek tersebut, dimana tanggung jawab sosial perusahaan terhadap internal perusahaan dan terhadap lingkungan diterapkan dalam Program Bina Lingkungan, sedangkan tanggung jawab sosial terhadap kesejahteraan sosial diterapkan dalam Program Mitra Binaan.

Program mitra binaan adalah kerjasama perusahaan dengan masyarakat dengan tujuan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar sehingga dapat mengurangi kemiskinan. Konsep ini dalam bisnis Islam diterapkan pada praktik mudharabah yaitu

kerjasama yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dimana salah satu pihak memberikan modal dan pihak lain menggunakan modal untuk membuat suatu usaha dimana keuntungan dan kerugian dibagi secara bersama. Perusahaan lebih menekankan pada pemberdayaan masyarakat agar masyarakat bisa mandiri dan memperbaiki ekonomi rumah tangganya. Namun masyarakat tidak menjalankan tanggung jawabnya pada dana CSR yang diberikan untuk Program Mitra Binaan, padahal dalam Islam telah dijelaskan bahwa setiap manusia mempunyai tanggung jawab atas segala sesuatu yang diperbuatnya. Konsep tanggung jawab dalam kenyataannya tidak tercapai secara maksimal. Dikarenakan Program Mitra Binaan PT. Gersindo Minang Plantation tidak berjalan dengan baik. Sesuai dengan tabel berikut ini:

Tabel 1. Perkembangan Angka Partisipasi Program CSR PT. Gersindo Minang Plantation

Program	Tahun				
	2013	2014	2015	2016	2017
Bina Lingkungan	80%	85%	87%	89%	90%
Mitra Binaan	55%	53%	59%	60%	59%

Sumber: PT. Gersindo Minang Plantation, 2017

Hal ini disebabkan oleh masyarakat yang telah mendapatkan bantuan usaha oleh PT. Gersindo Minang Plantation banyak yang lepas tangan dan tidak menjalankan usaha sesuai dengan perjanjian. Perusahaan dalam hal ini

melakukan tindakan penegasan mulai tahun 2017 yaitu apabila unit usaha tidak dapat berkembang dalam artian produksinya tidak memperoleh keuntungan maka bantuannya akan dihentikan dan digantikan oleh pihak lain. Hal ini diharapkan agar pelaku usaha dapat bertanggung jawab pada dana yang diberikan agar peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar bisa dicapai sebagai tujuan utama melakukan kegiatan CSR perusahaan PT. Gersindo Minang Plantation.

Benevolence (Manfaat)

Kegiatan yang dilakukan dalam bisnis haruslah mempunyai manfaat. Manfaat disini erat kaitannya dengan ihsan, artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan manfaat kepada orang lain. Keberadaan manusia bisa menjadi manfaat bagi makhluk Allah SWT lainnya. Dalam kerangka perusahaan, maka manfaat keberadaan perusahaan seharusnya dapat dirasakan oleh semua pihak baik yang terlibat maupun tidak terlibat langsung dalam aktivitas perusahaan. Dilarang seseorang melakukan tindakan yang merugikan diri sendiri maupun orang lain. Jadi setiap tindakan haruslah mempunyai manfaat baik bagi pihak yang melakukan kegiatan bisnis maupun pihak yang tidak melakukan kegiatan bisnis.

Dalam prinsip *benevolence* penerapannya dalam CSR adalah PT. Gersindo Minang Plantation membuat program yang bermanfaat

untuk masyarakat sekitar perusahaan diantaranya: bantuan kemitraan, pelestarian alam, pemberian beasiswa, bantuan kesehatan beserta bantuan bencana alam.

KESIMPULAN

Ditinjau dari etika bisnis Islam, dari lima aksioma yang mencakup *unity (tauhid)*, *equilibrium ('adl)*, *free will (ikhtiyar)*, *benevolence (al-ihsan)*, dan *responsibility (al-mas'uliyah)*, namun ada satu aksioma yang tidak tergambar dalam program CSR PT. Gersindo Minang Plantation yaitu *responsibility (al-mas'uliyah)*.

DAFTAR PUSTAKA

Anoraga, P. (2007). *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Rineka Cipta.

Azheri, B. (2011). *Corporate Social Responsibility: dari Voluntary Menjadi Mandatory*. Jakarta: Rajawali.

Badroen, F., et al. (2007). *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana.

Fahmi, I. (2013). *Etika Bisnis: Teori, Kasus, dan Solusi*. Bandung: Alfabeta.

Fauzi, I. Y. (2013). *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Kencana.

Nawatmi, S. (2010). Etika Bisnis dalam Perspektif Islam. *Fokus Ekonomi*, 9(1): 54.

Norvadewi, (2015). Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif). *Al-Tijary*, 1(1): 40-43.

Putra, D. K. S. (2015). *Komunikasi CSR Politik*. Jakarta: Kencana.

Rahman, R. (2009). *Corporate Social Responsibility: Antara Teori dan Kenyataan*. Yogyakarta: Media Pressindo.

Rahmat, B. Z. (2017). Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Amwaluna*, 1(1): 112.

Sadono, S., et al. (2006). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Kencana.

Simanjuntak, C., & Mulia, M. (2009). *Organ Pereroan Terbatas*. Jakarta: Sinar Grafika.

Sule, E. T. & Saefullah, K. (2010). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Kencana.

Susanto. (2016). *Reputation-Driven Corporate Social Responsibility (Pendekatan Strategic Management dalam CSR)*. Jakarta: Erlangga.

Valasquez, M. G. (2005) *Etika Bisnis: Konsep dan Kasus*. Yogyakarta: Andi.

Yusuf, M. Y. (2017). *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) Pada Lembaga Keuangan Syari'ah (LKS): Teori dan Praktek*. Depok: Kencana.