

ENTREPRENEURSHIP

(Sistem Ekonomi
Pasca-Kapitalis)



Dr. Robertus Suraji, SS., MA
Dr. Istianingsih Sastrodihardjo, M.S. Ak., CA., CSRA, CMA, CACP.



UPP STIM YKPN

IKUT MENCERDASKAN BANGSA

ENTREPRENEURSHIP

(Sistem Ekonomi Pasca-Kapitalis)

**EDISI PERTAMA
NOVEMBER 2020**

Penulis:

Dr. Robertus Suraji, SS., MA

Dr. Istianingsih Sastrodihardjo, M.S. Ak., CA., CSRA, CMA, CACP

ISBN:

ISBN 978-623-7845-10-2



Penerbit/Pencetak:



UNIT PENERBIT DAN PERCETAKAN

SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN YKPN

Jl. Palagan Tentara Pelajar Km 7, Yogyakarta 55581

Telp./Faks. (0274) 889317, SMS Hotline: 08157988210

E-mail: upp_stimykpn@yahoo.com

Hak cipta pada penulis

Hak penerbitan pada penerbit

Tidak boleh direproduksi sebagian atau seluruhnya dalam bentuk apapun tanpa izin tertulis dari pengarang dan/atau penerbit

Kutipan Pasal 72:

Sanksi Pelanggaran Undang-undang Hak Cipta (UU No. 19 Tahun 2002)

1. Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) atau Pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu Ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

PRAKATA

Musibah membawa berkah! Barangkali itu ungkapan yang pas untuk menggambarkan situasi berikut ini. Merebaknya pandemic Covid-19 membuat banyak pebisnis kalang kabut karena usahanya menjadi lesu. Tidak sedikit pengusaha yang gulung tikar. Kami ikut merasakan situasi yang demikian itu. Program-program yang kami susun menjadi berantakan karena wabah Covid-19 ini. Karena kondisi ekonomi yang sulit banyak yang mengambil jalan pintas – melakukan kejahatan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Kami mengalami sesudah dua buah laptop diambil orang di awal masa Covid berikutnya dua buah kaca spion mobil pun diambil. Banyak orang tidak tahan menghadapi situasi ini dan menjadi stress. Di sisi lain, banyak orang memanfaatkan ketersediaan waktu di masa Covid ini untuk memperbanyak ibadah. Tidak sedikit orang yang merindukan untuk pergi ke tempat ibadah. Kami sendiri banyak mempunyai kesempatan untuk merenungi bagaimana keberadaan wirausaha kami supaya dapat menjadi berkah bagi banyak orang. Ini juga berarti bagaimana kami sendiri supaya menjadi lebih dekat dengan Sang Pencipta. Kesadaran itu sendiri kami rasakan merupakan berkah tersendiri. *Fabiyyi aalaa-i rabbikumaa tukazzibaan* (maka nikmat Tuhan kamu yang manakah yang kamu dustakan?).

Di banyak tulisan yang berkaitan dengan hal yang religius kami temukan ungkapan yang menyatakan bahwa orang miskin lebih cepat masuk surga dibandingkan orang kaya. Apakah ini berkaitan dengan fakta di masa lalu bahwa entrepreneur yang sukses adalah orang-orang sekular? Ada praktik kehidupan yang memisahkan antara wirausaha dengan spiritualitas (agama). Dunia wirausaha dengan spiritualitas dianggap dua hal yang mustahil untuk disatukan. Oleh karenanya, kapitalisme religious atau spiritualitas entrepreneurship dianggap sebagai hal yang mustahil. Hal itu berkaitan dengan pandangan bahwa spiritualitas atau agama terbatas pada persoalan peribadatan atau ritual-ritual keagamaan. Orang dianggap beriman atau soleh kalau rajin solat dan banyak menjalankan puasa. Padahal menyangkut keimanan ada dua dimensi, yakni ungkapan iman dan perwujudan iman. Ibadat dan ritual keagamaan merupakan ungkapan iman. Namun iman tersebut harus diwujudkan dalam tindakan nyata. Meminjam Istilah Cak Nur (Nurcholis Madjid) kesalahan pribadi (*personal piety*) harus diimplementasikan ke dalam kesalahan sosial (*social piety*). Cak Nur mengungkapkan bahwa saleh secara personal saja tidak cukup untuk membentuk masyarakat berperadaban unggul. Ini menjadi problem keagamaan kita, karena aplikasi takwa hanya menyentuh kesalahan ritual dan belum terelaborasi menjadi kesalahan sosial.

Berkaitan dengan entrepreneurship, dunia wirausaha mestinya menjadi medan perwujudan iman ketika wirausaha dijiwai dengan spiritualitas. Namun iman yang identik kesalahan kerap dipertentangkan dengan wirausaha yang identik dengan dunia profane (jauh dari kesalahan). Oleh karena itu, dapat dimengerti bahwa dunia wirausaha menjadi semakin jauh dari kesalahan, karena dengan sengaja dijauhkan dari nilai-nilai spiritualitas. Banyak praktik perusahaan yang melanggar moral dan etika sehingga merugikan orang banyak karena merusak lingkungan sosial dan lingkungan alam disebabkan tidak adanya nilai-nilai spiritualitas dalam perusahaan tersebut. Padahal kalau praktik operasional sebuah perusahaan dijiwai oleh iman dan spiritualitas yang kuat perusahaan akan dapat menjadi berkah bagi banyak orang, generasi yang akan datang, dan lingkungan alam sekitar.

Spiritualitas entrepreneurship adalah soal bagaimana orang menggunakan modal spiritual untuk menjalankan proses entrepreneurship. Modal spiritual yang dibahas secara singkat dalam bab dua, dipahami sebagai kekuatan, pengaruh, dan disposisi yang diciptakan oleh iman, pengetahuan, dan praktik spiritual seseorang atau organisasi (Liu, 2015). Modal spiritual (*spiritual capital*) adalah kekuatan (*power*) yang menguasai dan mendorong manusia untuk bertindak dalam situasi apa pun saja (Verter, 2003). Pelayanan kepada orang lain atau *customer* menurut Zohar (2010) adalah wujud nyata dari penerapan modal spiritual di dalam perusahaan. Di dalam perusahaan pelayanan tersebut diwujudkan dalam orientasi perusahaan pada pelayanan kepada *customer* secara maksimal.

Orientasi kepada pelayanan bagi sesama itulah yang tidak ada dalam sistem kapitalisme yang sedang berjalan sekarang ini. Kapitalisme ditengarai justru menciptakan kesenjangan ekonomi dan sosial, menimbulkan ketidakadilan dalam distribusi kekayaan dan kekuasaan, memonopoli pasar, materialisme, represi pekerja, alienasi sosial, ketidakstabilan ekonomi, kerusakan lingkungan dan lain-lain. Beberapa ahli ekonomi seperti Richard D. Wolff (2014) berpendapat bahwa ekonomi kapitalis memprioritaskan akumulasi modal dan keuntungan daripada kebutuhan sosial masyarakat. Atas dasar keprihatinan tersebut muncul gagasan mengenai sistem ekonomi yang dijiwai oleh nilai-nilai dan berorientasi pada kesejahteraan umat manusia dan lingkungan.

Salah satu sistem ekonomi yang digagas adalah sistem ekonomi pasca-kapitalis dan kapitalisme religius. Yang dimaksud dengan ekonomi pasca kapitalis adalah suatu keadaan di mana sistem ekonomi dunia melampaui bentuk-bentuk kapitalisme yang ada sekarang ini. Peter Drucker (1993) dalam bukunya *Post Capitalist Society* menguraikan kemungkinan evolusi masyarakat kapitalistik. Dalam buku tersebut Drucker menyatakan bahwa pengetahuan adalah basis baru kekayaan. Menurut Drucker “ Bangsa-Bangsa Dunia Pertama” dan khususnya Amerika Serikat telah memasuki sistem produksi pasca-kapitalisme di mana modal tidak lagi dimiliki oleh satu orang atau keluarga tetapi oleh serangkaian organisasi seperti

sebagai perusahaan asuransi, bank, dan sebagainya. Oleh karena itu, semua warga Negara menjadi pemilik perusahaan-perusahaan yang ada, karena itu menjadi pemilik modal. Dengan demikian mereka tidak akan menghancurkan kapitalisme, tetapi mengatasinya. Drucker dalam bukunya tersebut memperkirakan bahwa masyarakat pasca-kapitalis akan menjadi masyarakat organisasi di mana setiap organisasi akan sangat terspesialisasi dalam bidangnya masing-masing. Sistem ekonomi pasca-kapitalisme akan menjadi sistem sosial di mana persaingan antar karyawan akan sangat dibatasi; pertukaran antara kapita dan tenaga kerja berubah dengan menghilangkan paksaan pengangguran; keuangan tidak lagi dikendalikan oleh modal; dan pejabat publik akan secara agresif membatasi peran persaingan pasar.

Sementara itu, pemikir lain mendiskusikan adanya kemungkinan menghidupi suatu sistem ekonomi kapitalisme religius. Dalam sistem tersebut dibutuhkan norma dan aturan baru agar sistem ekonomi yang berjalan lebih humanis dan religius karena dihidupi oleh ajaran-ajaran universal agama. Jadi, Kapitalisme religius adalah sebuah *free market enterprise system* dimana aktivitas ekonomi para pelakunya – yang meliputi produksi, alokasi, konsumsi, dan distribusi kekayaan – dituntun oleh etika, moral, dan semangat keagamaan. Dapat dikatakan bahwa kapitalisme religius adalah sistem ekonomi yang holistik yang dituntun oleh prinsip, nilai, dan norma etika agama yang dibangun atas dasar keadilan dan kebaikan (*al-adl wa'l ihsan*) bagi kemanusiaan (Achsien, 1999).

Dalam sistem kapitalisme religius orang memandang kegiatan wirausaha melampaui batas-batas materi biasa, ruang biasa, waktu biasa, lokalitas biasa, pengetahuan biasa, pengalaman biasa, atau kemampuan biasa, tanpa kehilangan karakter “biasa”-nya. Dengan demikian pada saat kita bicara tentang spiritualitas kewirausahaan, maka kita bicara tentang konsep-konsep yang *beyond entrepreneurship* tanpa mengabaikan konsep normal (biasa) entrepreneurship itu sendiri. Di sini menjadi penting untuk menegaskan soal karakter spiritual dalam berwirausaha karena kata wirausaha telah tereduksi menjadi sekadar masalah keuntungan, uang atau *making money* saja. Hal ini akan membuat ketidakseimbangan dan akhirnya menuju krisis

moral dalam berwirausaha. Spiritualitas entrepreneurship membuat kita bertanya mengapa kita melakukan apa yang kita lakukan dan membuat kita mencari beberapa cara fundamental yang lebih baik untuk melakukannya.

Dalam terang spiritualitas dan iman, tujuan wirausaha bukan hanya memproduksi barang dan jasa semata-mata untuk keuntungan atau meningkatkan pangsa pasar, tetapi harus melayani realisasi diri dari orang-orang yang terlibat termasuk para manajer, karyawan, dan pelanggan. Spiritualitas dapat memiliki dampak nyata pada manajemen melalui peningkatan kualitas pribadi manajer. Spiritualitas juga memperdalam nilai-nilai moral manajer dan mengarahkan mereka untuk membuat keputusan bisnis yang menguntungkan semua orang. Terlepas dari keragaman pengalaman spiritual yang kaya, spiritualitas melibatkan peningkatan cinta, kasih sayang, penghormatan mendalam terhadap kehidupan dan empati. Melalui, spiritualitas kita mengembangkan sistem nilai-nilai baru yang tidak didasarkan pada norma konvensional, ajaran, perintah, dan rasa takut akan hukuman, tetapi berdasarkan pada pengetahuan dan pemahaman tentang tatanan universal.

Dalam kacamata agama, khususnya agama Islam, entrepreneurship adalah suatu yang diharamkan bahkan sangat dianjurkan. Entrepreneurship bahkan dilakukan oleh Nabi dan Sahabat Rasulullah di zaman dahulu. Banyak sahabat-sahabat Nabi yang merupakan para entrepreneurs dan dari hartanya tersebut dapat memberikan manfaat yang sangat besar bagi perkembangan Islam. Islam pun mengharapkan agar entrepreneurship yang dilakukan oleh seorang muslim tidak hanya memiliki keuntungan untuk diri sendiri melainkan juga dapat memberikan manfaat yang banyak kepada banyak orang. Hal ini sesuai dengan prinsip Islam yang *rahmatan lil alamin*. Agama Islam memiliki karakter komprehensif dan integral, maka dalam Islam tidak dikenal pemisahan berbagai aspek kehidupan, baik ekonomi, sosial, maupun politik. Dalam Islam juga tidak dikenal pemisahan antara aspek duniawi dan surgawi. Entrepreneurship harus membawa keseimbangan hidup di dunia maupun di akhirat.

Keseimbangan berwirausaha dalam manajemen modern tertuang dalam konsep Triple Bottom Line (TBL) yang digagas oleh John Elkington (1997). Menurut Elkington dalam TBLnya, perusahaan harus lebih mengutamakan kepentingan *stakeholder* (semua pihak yang terlibat dan terkena dampak dari kegiatan yang dilakukan perusahaan) daripada kepentingan *shareholder* (pemegang saham). Kepentingan *stakeholder* ini dapat dirangkum menjadi tiga bagian yaitu kepentingan dari sisi keberlangsungan laba (**Profit**), sisi keberlangsungan masyarakat (**People**), dan sisi keberlangsungan lingkungan hidup (**Planet**). Profit di sini lebih dari sekadar keuntungan. Profit di sini berarti menciptakan fair trade dan *ethical trade* dalam berwirausaha. Secara lebih spesifik, konsep ini melindungi kepentingan tenaga kerja dengan menentang adanya eksploitasi yang mempekerjakan anak di bawah umur, menerapkan pembayaran upah yang wajar, lingkungan kerja yang aman dan jam kerja yang dapat ditoleransi.

Prinsip keseimbangan hidup ini banyak dibahas dalam Al-Quran, salah satunya dalam Surah Al Rahman 7-9. Diingatkan oleh Surah Al Rahman 7 – 9, dari sisi spiritualitas religious TBL Elkington akan menjadi lebih seimbang jika ditambah satu P lagi, yaitu *Prophet* (Nabi). *Prophet* inilah yang menuntun pebisnis untuk mempunyai spiritualitas yang selalu menjadi kekuatan dan kesadaran baginya, baik saat sedang jaya dan berada di atas, maupun ketika sedang jatuh dan berada di bawah. Sisi *prophet* (kenabian) perusahaan akan membuat perusahaan lebih memiliki *Sustainability*, karena perusahaan yang menerapkan *Quartle Bottom Line* dalam 4P (*Profit, People, Planet and Prophet*) akan dapat mencapai keharmonisan dengan lingkungan sosial dan lingkungan alam, dan didukung oleh seluruh karyawan karena nilai-nilai spiritualitas yang dihidupi bersama sehingga keberlangsungan perusahaan akan terjaga. Perusahaan yang demikian juga dapat menjadi Nabi di jaman post-modern ini dengan menebar kebaikan dan harmoni bagi alam semesta.

Menebar kebaikan bagi banyak orang itulah yang menjadi niatan bagi kami untuk terus menuliskan pengalaman dan pengetahuan kami sehingga buku ini dapat sampat ke tangan para pembaca. Untuk itu, kami mengucapkan terimakasih kepada yang berkenan

membaca tulisan-tulisan kami. Terimakasih juga kami ucapkan kepada Kenzie, Risky, Lintang, dan Bagas yang selalu menemani kami dan menginspirasi untuk terus berkarya. Semoga karya ini bermanfaat bagi banyak orang. Amin.

Spiritualitas entrepreneurship adalah soal bagaimana orang menggunakan modal spiritual untuk menjalankan proses entrepreneurship.

DAFTAR ISI

Prakata	iii
Daftar Isi	xi
Bab. II. Modal Spiritual	1
1. Modal Spiritual Sebagai Pendorong	8
2. Perpaduan Tiga Modal Untuk Kesuksesan Entrepreneurship	7
Bab III. Bisnis dan Entrepreneurship	17
1. Bisnis	18
a. Pengertian Bisnis	18
b. Kepemilikan Bisnis	26
c. Tujuan Bisnis	27
d. Jenis Bisnis	29
e. Keberhasilan Bisnis	31
f. Perkembangan Orientasi Bisnis	33
2. Ekonomi Pasca-Kapitalist – Kapitalisme Religius	39
a. Ekonomi Pasca-Kapitalist	42
b. Kapitalisme Reilgius	49
3. Entrepreneurship	57
4. Perbedaan bisnis dan entrepreneurship	60

Bab III. Peran Spiritualitas Dalam Entrepreneurship	63
1. Spiritualitas	64
2. Spiritualitas Perusahaan	67
3. Peran Spiritualitas Dalam entrepreneurship	73
Bab IV. Spiritualitas Entrepreneurship Dalam Islam	81
1. Prinsip Entrepreneurship Dalam Al-Quran	82
2. Kegiatan Entrepreneurship Nabi dan Para Sahabat	87
3. Urgensi Spiritualitas Entrepreneurship Dalam Islam	93
a. Integrasi Hidup	93
b. Entrepreneurship bernilai ibadah	94
c. Transendensi Diri	98
4. Peran Spiritualitas Islam Dalam Entrepreneurship	100
a. Daya kreasi	100
b. Fungsi control	101
c. Stabilisator	102
Bab V. Triple Bottom Line dan CSR	105
1. Triple Bottom Line	106
2. CSR (<i>Corporate Social Responsibility</i>)	115
Bab VI. Surat Ar-Rahman 7 – 9 Prinsip Keseimbangan Menurut Al-Quran	129
Bab VII. Penutup	141
Daftar Pustaka	145

BAB I

MODAL SPIRITUAL

“Saya mendefinisikan modal spiritual sebagai kekayaan, kekuatan, dan pengaruh yang kita peroleh dengan bertindak dari rasa makna yang mendalam, nilai-nilai terdalam kita, dan rasa tujuan yang lebih tinggi, dan semua ini terbaik diungkapkan melalui kehidupan yang dikhususkan untuk pelayanan” (Danah Zohar).

Dalam dunia bisnis yang penuh persaingan sekarang ini para entrepreneur dituntut terus menerus berinovasi dan berimprovisasi. Entrepreneur yang menghidupi iman akan terdorong untuk mencari dan menciptakan peluang di mana orang lain tidak bisa melihat. Melalui iman yang menjadi sumber spiritualitas, para entrepreneur dapat tampil lebih baik dalam bisnis dan terkadang melampaui batasan mereka dan hasilnya melebihi harapan mereka. Oleh karena itu, spiritualitas akan berujung pada kebaikan bersama dan menjauhkan diri dari perilaku egosentris. Sementara pengusaha biasa berjuang untuk menghasilkan untung, maka seorang entrepreneur spiritual mencari keuntungan

orang lain. Dalam bab ini dibahas dua hal, yaitu: modal spiritual sebagai pendorong dan perpaduan tiga modal untuk kesuksesan entrepreneurship.

1. Modal Spiritual Sebagai Pendorong

Modal (*equity*) merupakan salah satu bagian terpenting yang harus dimiliki oleh setiap orang atau perusahaan dalam menjalankan entrepreneurship. Dengan modal, sebuah perusahaan dapat melaksanakan aktivitas produksi dan aktivitas-aktivitas entrepreneurship lainnya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) modal adalah (1) uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya; harta benda (uang, barang, dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan dan sebagainya; (2) barang yang digunakan sebagai dasar atau bekal untuk bekerja (berjuang dan sebagainya). Secara umum, pengertian modal (*capital*) adalah sekumpulan uang atau barang yang digunakan sebagai dasar untuk melaksanakan suatu pekerjaan. Modal juga dapat didefinisikan sebagai kepemilikan perusahaan atas sejumlah uang atau barang material. Barangkali definisi yang semacam inilah yang mengarahkan kapitalisme sebagaimana kita ketahui, yang senantiasa berkaitan dengan uang dan kekayaan material. Semangat kapitalisme inilah yang memunculkan sikap tamak, rakus, egois, materialistis, mementingkan *self interest*, dan *opportunistik* pada diri manusia ketika masuk pada organisasi bisnis.

Modal menurut Bourdieu (1996) adalah “sekumpulan sumber kekuatan dan kekuasaan yang benar-benar dapat digunakan.” Maksud dari ungkapan tersebut adalah istilah ‘modal’ dipakai Bourdieu untuk memetakan hubungan-hubungan kekuatan dan kekuasaan dalam masyarakat. Dalam buku dalam J.G Richardson (ed) yang berjudul *Handbook of theory and research for the Sociology of Education* (1986) Bourdieu mengelompokkan modal ke dalam empat macam yaitu:

- (1) *Economic capital* (Modal ekonomi) adalah modal yang secara langsung dapat ditukar atau dipatenkan sebagai hak milik individu, yang mencakup alat-alat produksi (mesin, tanah, buruh), materi

(pendapatan dan benda-benda), dan uang. Modal ekonomi secara mudah bisa digunakan atau ditransformasikan ke dalam arena-arena lain serta fleksibel untuk diberikan atau diwariskan pada orang lain, maka modal ekonomi merupakan jenis modal yang relatif paling independen dan fleksibel;

- (2) *Social capital* (Modal sosial) adalah jaringan sosial yang dimiliki pelaku (individu atau kelompok) dalam hubungannya dengan pihak lain yang memiliki kuasa;
- (3) *Cultural capital* (Modal budaya) adalah keseluruhan kualifikasi intelektual yang bisa diproduksi melalui pendidikan formal maupun warisan keluarga. Modal budaya mengimplisitkan suatu proses pembelajaran sehingga tidak bisa begitu saja diberikan kepada orang lain;
- (4) *Symbolic capital* (Modal simbolik) adalah segala bentuk prestise, status, otoritas dan legitimasi yang terakumulasi sebagai bentuk modal simbolik.

Menurut Bourdieu seluruh 'capital' ini didorong dan disemangati oleh *spiritual capital* yang muncul dalam dan dari *religious capital* (kekuatan dari ajaran dan tradisi agama tertentu) yang membuat manusia itu terdorong untuk berbuat baik bagi masyarakat. *Spiritual capital* adalah cabang (sub-species) dari social capital. *Spiritual capital* itu merupakan kekuatan, pengaruh, pengetahuan dan keadaan yang diciptakan oleh partisipasi dalam tradisi religius tertentu. James Samuel Coleman (1990) - seorang sosiolog, ahli teori, dan peneliti empiris Amerika, yang berbasis di University of Chicago - melanjutkan pemikiran Bordieu bahwa *social capital*' adalah payung yang berada di atas semua kapasitas untuk berelasi dalam masyarakat. Menurut Coleman *spiritual capital* merupakan kekuatan dan pendorong bagi *social capital*.

Seorang sosialog Amerika bernama Bradford Verter (2003) menyatakan dengan tegas bahwa *spiritual capital* adalah kekuatan (*power*) yang menguasai dan mendorong manusia untuk bertindak dalam situasi apa pun saja. Verter membagi *spiritual capital* dalam

tiga ranah (state), yaitu: (1) *embodied state* (pembiasaan atau habitus) yaitu kebiasaan hidup, bergaul dan berperilaku sesuai pendidikan dalam agama tertentu; (2) *objectified state* (perwujudan), yaitu: perwujudan ajaran dan tradisi dalam ilmu teologi, beribadat, simbol-simbol keagamaan dan upacara-upacara liturgis. Dalam keadaan ini, agama dapat dilihat dan dialami secara konkrit; dan (3) *institutional state* (pelembagaan), yaitu merupakan bentuk nyata dalam lembaga-lembaga agama yang berwenang menjaga dan melanjutkan ajaran dan tradisi dari agama itu. Verter lebih melihat *spiritual capital* dalam lingkup agama.

Danah Zohar (2010) lebih dikenal sebagai orang yang mempopulerkan istilah *spiritual capital*. Istilah ini kemudian menjadi menjadi konsep yang dikembangkannya bersama Ian Marshall, suaminya. Konsep ini ditemukan secara tidak sengaja oleh Zohar ketika ia dihadapkan pada sebuah pertanyaan anaknya yang sulit untuk dijawabnya. Ketika itu anaknya bertanya untuk apa ia hidup di dunia, lalu ke manakah ia seharusnya melanjutkan pendidikan kelak? Zohar baru menemukan jawabannya setelah ia merenung dan berpikir cukup lama. Semua dikarenakan sebuah ketakutan pada dunia yang bergerak di sekitarnya saat itu. "Hidup manusia adalah untuk memberi arti bagi manusia lain dan lingkungannya," demikian jawaban Zohar atas pertanyaan anaknya. Namun demikian, Zohar merasa jawaban itu belumlah cukup. Sekali lagi, pertanyaan anaknya tersebut benar-benar telah menamparnya lebih keras. Kemudian Zohar mengembalikan pertanyaan itu kepada dirinya sendiri. Jawaban yang didapatkannya jauh berbeda dengan yang diberikan kepada anaknya. "Saat itu saya merasa berada pada titik terendah kehidupan," demikian kata hati Zohar. Zohar mendefinisikan modal spiritual sebagai berikut:

I define spiritual capital as the wealth, the power, and the influence that we gain by acting from a deep sense of meaning, our deepest values, and a sense of higher purpose, and all of these are best expressed through a life devoted to service. Based on this definition, spiritual intelligence is the intelligence by which we build spiritual capital. It is by seeking meaning in our lives and acting in accordance with our deepest values

that we can commit ourselves to lives of service based on the capacity that we are best suited to, whatever we choose to do personally or professionally (Zohar, 2010).

Saya mendefinisikan modal spiritual sebagai kekayaan, kekuatan, dan pengaruh yang kita peroleh dengan bertindak dari rasa makna yang mendalam, nilai-nilai terdalam kita, dan rasa tujuan yang lebih tinggi, dan semua ini terbaik diungkapkan melalui kehidupan yang dikhususkan untuk pelayanan. Berdasarkan definisi ini, kecerdasan spiritual adalah kecerdasan yang dengannya kita membangun modal spiritual. Itu dengan mencari artinya dalam hidup kita dan bertindak sesuai dengan nilai-nilai terdalam kita yang kita bisa berkomitmen untuk kehidupan pelayanan berdasarkan kapasitas yang paling sesuai untuk kami, apa pun yang kita pilih untuk dilakukan secara pribadi atau profesional.

Definisi di atas merujuk tiga hal penting, yaitu kekayaan, kekuatan dan pengaruh. Menurut Zohar *spiritual capital* merupakan keterpaduan dari tiga unsur:

- (1) Kekayaan (*wealth*), kekayaan yang dimaksud di sini tidak terbatas pada kepemilikan materi namun lebih melihat potensi diri manusia yang memungkinkan dirinya untuk mengembangkan dunia sekitarnya. Kekayaan yang demikian tidak akan habis ketika dibagikan kepada orang lain, namun justru akan berkembang secara melimpah. Hal ini memungkinkan semua manusia untuk terus berbagi berkat dengan orang lain.
- (2) Kekuatan (*power*), dalam diri manusia itu (pribadi dan kelompok) ada kekuatan yang membuat dirinya berpikir, bertindak untuk menghasilkan sesuatu demi kesejahteraan diri dan sesama dengan mendayagunakan semua 'capital' yang ada. Berarti, sesuatu yang dihasilkan itu harus demi kesejahteraan manusia sebagai hasil dari pembangunan yang utuh dan menyeluruh.

(3) Pengaruh (*influence*), kekuatan tadi tidak terkurung dalam diri manusia pribadi atau kelompok. Kekuatan itu mendorong manusia untuk beraksi. Itu pengaruh dari dalam. Hasil dari aksi itu nampak dalam hal-hal yang konkrit di luar diri manusia. Dan proses dari pengaruh yang ke luar dari diri manusia dan menyata di luar dirinya, kembali lagi mempengaruhi manusia. Ada saling mempengaruhi, timbal-balik.

Danah Zohar dan Ian Marshall (2004) menyatakan bahwa modal spiritual dikumpulkan melalui budaya melayani. Pelayanan tersebut menjadi filosofi dari perusahaan dan terwujud dalam praktik perusahaan itu. Pelayanan dibutuhkan untuk menjawab keprihatinan yang lebih dalam tentang kemanusiaan dan keadaan lingkungan hidup di planet ini. Modal spiritual adalah modal yang mencerminkan nilai-nilai bersama, visi bersama, dan tujuan mendasar dalam kehidupan. Modal spiritual tercermin dalam apa yang diyakini oleh organisasi, untuk apa keberadaannya, apa yang dicita-citakannya, dan apa yang menjadi tanggung jawabnya. *It is capital amassed through serving, in both corporate philosophy and practice, the deeper concerns of humanity and the planet. It is capital that reflects our shared values, shared visions, and fundamental purposes in life. Spiritual capital is reflected in what an organization believes in, what it exists for, what it aspires to, and what it takes responsibility for*". (Zohar dan Marshall, 2004).

Berdasarkan pengalamannya Danah Zohar dan Ian Marshall berpendapat bahwa massa kritis individu yang bertindak dari motivasi yang lebih tinggi dapat membuat perbedaan. Mereka menawarkan filosofi baru yang radikal untuk tata kelola perusahaan yang mengubah makna dan tujuan penciptaan bisnis dan kekayaan. Mereka menggambarkan budaya bisnis berbasis nilai yang berfokus pada akumulasi 'modal spiritual' daripada modal material. Daripada memberikan manfaat bagi pemegang saham, modal spiritual menguntungkan semua pemangku kepentingan, termasuk seluruh umat manusia, sekarang dan masa depan, dan planet itu sendiri. Modal spiritual memelihara dan menopang jiwa manusia.

Danah Zohar dan Ian Marshall memperkenalkan konsep kecerdasan spiritual (SQ), dan menjelaskan bagaimana itu dapat digunakan untuk mengubah individu dan budaya kita dari keadaan bertindak dari motivasi yang lebih rendah (ketakutan, keserakahan, kemarahan, dan penegasan diri) menjadi satu. bertindak dari motivasi yang lebih tinggi (eksplorasi, kerjasama, kekuatan di dalam, penguasaan, dan layanan yang lebih tinggi). Mereka menunjukkan bagaimana pergeseran ini sebenarnya terjadi dalam budaya organisasi yang diberikan. Mereka melihat secara mendalam pada isu-isu yang mendominasi budaya perusahaan dan memeriksa peran elit kepemimpinan yang harus menjadi orang yang membawa dan mewujudkan perubahan budaya ini. Akhirnya, Zohar dan Marshall berpendapat bahwa modal spiritual adalah bentuk kapitalisme yang valid dan bisa diterapkan dan merinci apa yang dapat kita, sebagai individu, lakukan untuk mewujudkannya.

2. Perpaduan Tiga Modal Untuk Kesuksesan Entrepreneurship

Tidak dapat kita pungkiri bahwa budaya kapitalis yang berkembang saat ini dan praktik bisnis yang beroperasi di dalam sistem kapitalisme itu sedang dalam krisis. Budaya kapitalisme seperti yang kita kenal sekarang adalah budaya amoral dari kepentingan diri jangka pendek, pemaksimalan laba, penekanan pada nilai pemegang saham, pemikiran isolasionis, dan pengabaian besar-besaran atas konsekuensi jangka panjang adalah sistem yang tidak berkelanjutan, sebuah monster yang ingin mengkonsumsi dirinya sendiri. Banyak pihak meyakini bahwa budaya semacam itu kalau terus dilanjutkan akan membawa penghancuran karena dalam budaya kapitalisme yang sedang berjalan saat ini tidak ada penghargaan untuk kemanusiaan. Salah satu ciri manusia adalah bahwa manusia itu adalah makhluk spiritualis.

Pergulatan Zohar mengenai *spiritual capital* ini dilandasi oleh suatu realitas saat itu bahwa perilaku lingkungan dan budaya Barat ternyata telah menjerumuskannya ke dalam depresi berat. Menurut pengakuannya Zohar merasa telah menghadapi banyak pengkhianatan personal, ketololan, kesembronoan, atau kekerasan yang dipaparkan

terus-menerus sepanjang hari. Sebut saja ketika ia berbicara dengan banyak orang mengenai ciri-ciri kecerdasan manusia, mereka ingin tahu bagaimana kecerdasan itu bisa digunakan untuk menggali dan mendapatkan uang yang banyak. Semuanya telah diukur dengan kapital, alias uang. Cara-cara seperti ini, bagi Zohar, sudah salah kaprah. Zohar menyebutnya sebagai kapitalisme cara Barat, monster yang memangsa dirinya sendiri.

Pendapat Zohar ini didukung banyak pihak, terbukti banyak penelitian yang menunjukkan bahwa kinerja perusahaan sangat tergantung pada sejauhmana perusahaan berpegang pada prinsip etika bisnis di dalam kegiatan bisnis yang dilakukannya. Untuk berperilaku sesuai dengan kaidah etik perusahaan memiliki berbagai perangkat pendukung etik, yang salah satunya adalah manusia yang memiliki moral yang mengharamkan perilaku yang melanggar etik. Sebagai contoh kasus krisis keuangan di Indonesia tahun 1997-1998 yang membuat perbankan Indonesia bangkrut karena kasus BLBI (Bantuan Likuiditas Bank Indonesia) adalah disebabkan oleh perilaku para pemain bisnis yang tidak berpegang pada etika bisnis. Demikian juga kasus pelaporan keuangan PT Garuda Indonesia yang tidak sesuai dengan standar pelaporan keuangan yang berlaku.

Di mata publik perusahaan yang memiliki citra yang baik adalah perusahaan yang berpegang pada prinsip etika yang berlaku. Citra ini akan berakibat bukan saja membuat orang suka membeli produk dan jasa perusahaan tersebut, namun juga akan membuat harga saham di pasar bursa meningkat secara signifikan. Selain itu perusahaan yang berperilaku etikal juga akan menarik banyak calon pekerja yang berkualitas untuk melamar menjadi pekerja di perusahaan tersebut. Hal yang sebaliknya akan terjadi kalau perusahaan melakukan perilaku yang melanggar etika bisnis maka kerugianlah yang akan dialaminya. Seperti perusahaan sepatu Nike yang kehilangan banyak pembeli setelah ada publikasi yang luas mengenai anak-anak di bawah umur yang bekerja di perusahaan Nike di negara dunia ke tiga pembuat sepatu Nike.

Menurut Zohar beberapa perusahaan besar seperti Coca-Cola, British Petroleum, Van City, Merck (perusahaan farmasi terbesar

di amerika) dan dan Amul (koperasi susu terbesar di Gujarat) telah mengoptimalkan modal spiritual ini. Secara sederhana, modal spiritual menunjuk pada modal dasar yang dimiliki perusahaan-perusahaan itu untuk bekerja dan berusaha tidak semata-mata demi keuntungan finansial dan materi. Ada dimensi jangka panjang yang lebih diharapkan melalui optimalisasi modal spiritual ini. Keberhasilan mereka tidak lepas dari upaya untuk mengubah budaya bisnis agar tidak berorientasi pada laba semata.

Berdasarkan pengalaman tersebut di atas, para pemimpin perusahaan semestinya memadukan tiga modal yang dimiliki, yakni: modal material, modal social, dan modal spiritual demi kesuksesan bisnisnya untuk jangka panjang.

- (1) Modal material adalah modal yang dibentuk oleh kecerdasan rasional (IQ), dan berfungsi menjawab pertanyaan-pertanyaan rasional seperti, “apa yang saya pikir”.
- (2) Modal sosial adalah modal yang diukur dengan tingkat kepercayaan di masyarakat, saling merasakan, empati, serta komitmen terhadap kesehatan masyarakat. Modal ini dibentuk oleh kecerdasan emosional (EQ), berfungsi menjawab pertanyaan-pertanyaan yang menyangkut perasaan, seperti, “apa yang saya rasakan”.
- (3) Modal spiritual, yang di dalamnya termasuk modal moral. Modal ini dibentuk oleh kecerdasan spiritual (SQ), dibangun dengan mengeksplorasi secara spiritual pertanyaan-pertanyaan seperti “untuk apa saya ada, apa tujuan hidup saya, apa yang sebenarnya ingin saya capai”.

Ketiga modal di atas perlu dipadukan agar bisnis dapat menjadi seimbang. Modal material harus ada, namun modal spiritual melampaui modal yang dibentuk oleh intelektual yang mendasarkan pada paradigma *newtonian* dan materialisme yang melihat kehidupan secara linear. Dengan modal spiritual kehidupan dapat dikendalikan dan dikuasai, hingga pada akhirnya dapat memberi keuntungan dalam bisnis. Modal spiritual juga melampaui modal sosial, yaitu kekayaan

material dan keuntungan sosial yang didapat suatu masyarakat dengan mengandalkan sikap saling percaya (*trust*).

Menurut Zohar modal spiritual — di dalamnya termasuk modal moral — yang menjadi landasan kedua modal itu adalah kekuatan yang dimiliki dengan mengeksplorasi makna, nilai, dan tujuan terdalam pada diri individu atau organisasi. Ia dibentuk oleh kecerdasan spiritual (SQ), dibangun dengan mengeksplorasi secara spiritual pertanyaan-pertanyaan seperti “untuk apa saya ada, apa tujuan hidup saya, apa yang sebenarnya ingin saya capai”. Modal spiritual merupakan paradigma baru yang membutuhkan perubahan pemikiran mengenai landasan filosofis dan praktik kepemimpinan di dalam bisnis. Ia menjadi landasan terpenting yang menentukan keberlanjutan suatu usaha. Sintesa organik dari partisipasi semua orang yang terlibat dibangun dengan modal spiritual itu.

Pengertian modal spiritual tidak mengacu pada agama maupun praktik spiritual tertentu. Menurut Zohar (2010), modal spiritual lebih terkait dengan kemampuan pemimpin menanamkan dan membangun budaya perusahaan yang memberdayakan, mengembangkan nilai-nilai kebajikan, tanggung jawab sosial, serta kepedulian setiap individu yang terlibat. Berbeda dengan Verter yang lebih melihat *spiritual capital* dalam lingkup agama, modal spiritual dalam pemahaman Zohar ini memungkinkan dikembangkan dalam masyarakat yang lebih plural. Organisasi, komunitas, dan budaya yang berpartisipasi dalam masyarakat pluralis dan global dewasa ini memerlukan modal spiritual yang lebih luas untuk dapat menggunakan makna, nilai, tujuan, dan motivasi nonsektarian yang lebih dalam dan mungkin lebih suci bagi setiap manusia. Dalam semangat yang sama dengan modal spiritual yang lebih luas ini, kecerdasan spiritual adalah kecerdasan yang dengannya orang dapat mengakses makna, nilai, tujuan, dan motivasi tertinggi dalam hidupnya. Kecerdasan spiritual adalah bagaimana orang menggunakannya dalam proses berpikirnya, dalam membuat keputusan, dan hal-hal yang dipikir layak untuk dilakukan. Termasuk di dalam keputusan itu adalah bagaimana orang mengalokasikan kekayaannya (Zohar dan Marshall, 2004).

Sejalan dengan gagasan Zohar dan Marshall, beberapa peneliti meyakini bahwa spiritualitas harus dianggap sebagai modal oleh pebisnis. Modal spiritual dipahami sebagai kekuatan, pengaruh, dan disposisi yang diciptakan oleh keyakinan, pengetahuan, dan praktik spiritual seseorang atau organisasi (Liu, 2015). Dalam definisi Liu ini, modal spiritual dirumuskan sebagai kemampuan individu dan kolektif yang dihasilkan melalui penegasan dan pemeliharaan nilai-nilai spiritual intrinsik setiap manusia. Zohar (2010) menyebutkan bahwa modal spiritual terwujudkan secara baik dalam kehidupan yang dikhususkan untuk melayani sesama. Melalui pencarian makna hidup yang terdalam dan bertindak sesuai dengan nilai-nilai terdalam tersebut, orang dapat berkomitmen pada kehidupan pelayanan berdasarkan kapasitas yang paling sesuai dengan apa pun yang dipilihnya untuk dilakukan baik secara pribadi ataupun sebagai profesional. Peneliti lain, yakni Middlebrooks dan Noghiu (2010) menemukan bahwa, praktik modal spiritual diwujudkan melalui layanan, karena itu adalah ekspresi praktis dari kapasitas yang mendasarinya yang terkait dengan modal spiritual. Disposisi layanan individu yang sangat berkembang menjadi elemen penting dalam pengembangan modal spiritual di tingkat organisasi. Ini adalah sesuatu yang harus dimiliki setiap pengusaha. Ini adalah permintaan yang dibutuhkan oleh ekonomi pasca kapitalis. Itu adalah transisi dari ekonomi kapitalis yang menekankan pada maksimalisasi laba ke ekonomi pasca kapitalis yang lebih banyak berorientasi pada nilai. Ini sangat mempengaruhi pilihan pengusaha modern.

Banyak orang yang berbicara tentang ekonomi yang digerakkan bukan oleh kepentingan profit semata, tetapi yang didorong oleh nilai-nilai yang lebih luhur. Misalnya Peter Drucker dan Paul Mason yang berbicara mengenai ekonomi pasca kapitalis didorong oleh keseimbangan kompleks antara nilai-nilai spiritual dan material serta penghormatan terhadap kondisi manusia generasi mendatang. Prinsip ekonomi yang didorong oleh nilai tersebut mendukung konsumsi produk etis yang sehat dan bertanggung jawab. Dalam ekonomi yang digerakkan oleh nilai, laba dan pertumbuhan bukan lagi tujuan akhir, tetapi elemen dalam rangkaian nilai yang lebih luas. Salah satu dari nilai-nilai itu adalah spiritualitas yang mencakup kepercayaan, rasa hormat, nilai-nilai moral, dan kebijaksanaan. Spiritualitas menyangkut

kebaikan bersama, bukan hanya kebaikan pribadi karena terbuka untuk semua orang. Ini gratis, tidak diatur oleh pasar dan mungkin tidak ditegakkan oleh hukum. Ini berbeda dari modal manusia yang berfokus pada pengetahuan, pengalaman dan keterampilan, pendidikan dan pelatihan tetapi dengan penekanan yang sangat rendah pada kualitas ubungan dan lingkungan. Modal spiritual juga berbeda dari modal sosial dengan penekanan pada jaringan, norma dan kepercayaan sosial yang memfasilitasi koordinasi dan kerjasama untuk saling menguntungkan. Perbedaan kompetitif antara perusahaan tidak lagi semata-mata merupakan perbedaan dalam keahlian dan teknologi, tetapi sekarang lebih pada nilai.

Spiritualitas memberikan kontribusi yang signifikan bagi perusahaan dan bagi karyawan juga. Dengan penerapan spiritualitas, bisnis berkembang dan meningkat, sementara pergantian karyawan menurun karena mereka menikmati dan menemukan makna khusus dalam melakukan pekerjaan mereka. Pekerja harus menikmati pekerjaannya dan mencari arti dari pekerjaannya, karena mereka menghabiskan sebagian besar waktunya di tempat kerja. Mereka harus sampai pada kesadaran bahwa bekerja bukan hanya untuk menghasilkan uang, tetapi yang lebih penting adalah membangun kehidupan. Dalam hal ini, penekanan spiritualitas lebih pada spiritualitas individu daripada kolektif. Otoritas individu atas tradisi keagamaan tentang spiritualitas semakin meningkat. Ini berarti bahwa orang-orang dari semua lapisan masyarakat, baik religius atau ateis, kelompok atau individu, dapat hidup dengan cara spiritual. Karena alasan ini, makna transendensi berubah. Itu tidak hanya berarti sesuatu di luar diri, atau alam ilahi, di luar keprihatinan duniawi tetapi lebih tentang pengalaman pertumbuhan dan perkembangan pribadi yang memungkinkan seseorang untuk melampaui keterbatasan diri dan keadaan pribadi. Transendensi sebagai kebajikan berkaitan dengan individu yang mencapai potensi tertinggi mereka, yang dicapai melalui pengujian keterbatasan. Orang mungkin berpikir bahwa spiritualitas tidak ada hubungannya dengan manajemen. Justru sebaliknya, karena manajemen memiliki dimensi eksistensial-spiritual yang tidak dapat disangkal. Setiap keputusan manajerial akan membawa dampak besar bagi manusia dan lingkungan.

Sekarang telah ditemukan banyak bukti bahwa perwujudan spiritualitas di tempat kerja terbukti mampu menciptakan budaya organisasi baru yang membuat karyawan merasa lebih bahagia dan berkinerja lebih baik. Tumbuhnya motivasi bersama untuk bekerja dan memaknai kerja bukan sekedar mencari uang mampu mengurangi keinginan karyawan untuk pindah tempat bekerja. Penerapan spiritualitas secara baik akan membuat karyawan merasa turut memiliki perusahaan dan komunitasnya, sebuah aspek penting dalam spiritualitas, akan mampu membantu karyawan manakala sesuatu terjadi di masa depan. Dalam lingkungan kerja yang lebih manusiawi, karyawan juga akan lebih kreatif dan memiliki moral yang lebih tinggi, dua faktor yang sangat berhubungan dengan tingginya kinerja organisasi (Zamor, 2003). Kepuasan kerja karyawan yang dilandasi dengan nilai-nilai spiritualitas akan berdampak pada kinerja karyawan yang lebih baik seperti meningkatnya produktivitas, menurunnya tingkat ketidakhadiran, menurunnya tingkat kesalahan dan kecelakakan kerja, serta meningkatnya efisiensi. Selanjutnya kinerja karyawan ini akan meningkatkan kinerja perusahaan, dan peningkatan kinerja perusahaan berarti juga peningkatan kemakmuran stakeholder. Menjadi jelas kiranya bahwa penerapan nilai-nilai spiritualitas di dalam praktik bisnis berdampak positif baik bagi karyawan maupun bagi perusahaan. Dalam jangka panjang dampak-dampak positif ini akan terakumulasi dan berdampak positif pula secara lebih luas bagi kehidupan manusia secara menyeluruh dalam menjalankan fungsinya menjadi berkah bagi sesama.

Diskusi tentang penerapan dan peran spiritualitas di sektor entrepreneurship saat ini sedang tumbuh. Beberapa akademisi menyadari bahwa banyak praktik bisnis sangat merusak dan tidak ramah lingkungan. Dalam hal ini, spiritualitas dapat membantu para pemimpin perusahaan untuk mencapai solusi yang melayani komunitas, lingkungan alam dan kehidupan itu sendiri karena mempromosikan kebaikan bersama, martabat manusia dan menjauh dari egosentrisme. Itulah sebabnya spiritualitas menjadi nilai inti dalam entrepreneurship. Praktik entrepreneurship dan kegiatan manajerial harus menerapkan kerohanian untuk keberlangsungannya dan untuk dunia serta menjadi sehat secara lingkungan dan sehat secara etis. Spiritualitas juga penting untuk menjaga loyalitas pelanggan. Loyalitas

hanya dimungkinkan jika organisasi atau perusahaan menawarkan layanan dengan kualitas yang lebih baik dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Artinya, peran manajemen dalam entrepreneurship adalah bagaimana melayani orang lain dengan lebih baik. Melayani orang lebih baik adalah perhatian utama spiritualitas. Segala jenis pengambilan keputusan manajemen sangat mempengaruhi kehidupan dan nasib komunitas manusia, ekosistem alami dan generasi mendatang. Manajemen spiritual akan mempertimbangkan dan menghindari kerusakan yang disebabkan oleh kebijakan manajemen apa pun. Ini juga berfungsi sebagai sumber keunggulan kompetitif untuk praktik entrepreneurship terbaik saat ini.

Di dalam bisnis yang penuh persaingan sekarang ini pengusaha harus terus menerus berinovasi. Dengan menghidupi spiritualitas maka entrepreneur akan terdorong untuk mencari dan menciptakan peluang di mana orang lain tidak bisa melihat. Melalui spiritualitas, seorang entrepreneur dapat tampil lebih baik dalam menjalankan wirausahanya dan terkadang melampaui batasan mereka dan hasilnya melebihi harapan mereka. Oleh karena itu, spiritualitas akan berujung pada kebaikan bersama dan menjauh dari perilaku egosentris. Sementara pengusaha biasa berjuang untuk menghasilkan untung, maka entrepreneur spiritual mencari keuntungan orang lain. Praktik bisnis umum sebagian besar berakhir dengan kehancuran umat manusia dan lingkungan, sedangkan praktik entrepreneurship spiritual selalu menciptakan kondisi kerja yang lebih baik dan melestarikan lingkungan. Banyak orang mengatakan penyatuan spiritualitas dan entrepreneurship adalah hal yang utopis dan ilusi. Spiritualitas dalam entrepreneurship bukanlah sesuatu yang utopis apalagi ilusi, tetapi sebuah fenomena baru (Rose, 2001; Seaward, 2001). Spiritualitas ini harus diterapkan dalam perusahaan dan entrepreneurship secara keseluruhan. Spiritualitas akan menjadi inti dari tindakan entrepreneurship karena dengan berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, mereka akan menjamin keberlanjutan wirausaha mereka. Spiritualitas sekarang menjadi modal yang sangat penting bagi seorang entrepreneur. Entrepreneur yang baik dan sukses adalah orang yang memiliki dan menerapkan spiritualitas secara strategis dalam memberikan layanan berkualitas bagi orang lain.

Spiritualitas dalam entrepreneurship bukanlah hal yang utopis. Dengan menerapkan nilai-nilai spiritualitas dalam entrepreneurship, maka tatanan kerja yang terbangun dalam perusahaan kemudian dapat menjadi 'lebih sakral' dibanding sekadar mendapatkan keuntungan finansial semata. Hidup menjadi lebih utuh dan sejahtera. Spiritualitas sekurang-kurangnya mampu menghasilkan lima hal, yaitu:

- (a) integritas atau kejujuran;
- (b) energi atau semangat;
- (c) inspirasi atau ide dan inisiatif;
- (d) wisdom atau bijaksana; serta
- (e) keberanian dalam mengambil keputusan.

Singkat kata, spiritualitas terbukti mampu membawa seseorang menuju tangga kesuksesan.

Menerapkan spiritualitas dalam dunia kerja juga membuat hidup manusia menjadi lebih utuh karena kodrat manusia sebagai makhluk spiritual. Spiritualitas juga memungkinkan manusia untuk terus terkoneksi dengan Sang Pencipta sebagai sumber utama spiritualitas. Muncul pertanyaan di sini mengapa yang dibahas adalah '*spiritual capital*' bukan '*religious capital*'. *Spiritual capital* itu modal yang tertanam dalam diri manusia mana pun saja, tidak terikat pada kebudayaan atau agama. *Spiritual capital* itu harta kekayaan bathin yang ditanam Sang Pencipta dalam diri manusia dari segala zaman. *Spiritual capital* itu sifatnya universal dan berlaku secara mutlak. *Religious capital* lebih mengarah pada ungkapan keagamaan berupa tindakan-tindakan ritual. Kalau orientasi orang pada *religious capital* maka bisa jadi orang rajin beribadat tetapi di tempat kerja ia kurang jujur. Jadi '*spiritual capital*' itu inti (*core*) dari tindakan manusia. Sebagai inti, tidak berdiri sendiri, tetapi berasal dari pengalaman keberagaman dan menjiwai kehidupan keberagaman.

BAB II

BISNIS DAN ENTREPRENEURSHIP DI ERA PASCA-KAPITALIS

Masa depan tidak dapat diketahui pasti, walaupun paling tidak kita dapat melihat tanda-tandanya. Seperti kata Aristoteles, kita dapat mengubah masa depan karena kita tidak mengetahuinya: kalau masa depan sudah diketahui, maka kita tidak dapat mengubahnya.

Masa depan tergantung dari apa yang kita lakukan saat ini, dan semuanya dapat berharap bahwa kita dapat menjumpai hari esok yang lebih baik.

Sebagaimana ilmu ekonomi mengajarkan, kita senantiasa dihadapkan pada pilihan-pilihan.

Demikian juga dengan sistem ekonomi yang merupakan bagian dalam pembentukan hari depan yang lebih baik.

Kapitalisme walaupun diadopsi sebagai sistem ekonomi di sebagian besar negara di dunia ini namun menuai kritik yang tajam, karena sistem ini ternyata justru menciptakan kesenjangan ekonomi dan sosial (antar Negara dan di dalam Negara), menimbulkan distribusi yang tidak adil dari kekayaan dan kekuasaan, kecenderungan ada pihak yang memonopoli pasar, berbagai bentuk eksploitasi sumber daya alam secara berlebihan, alienasi sosial, dan ketidakstabilan ekonomi. Menyadari kenyataan tersebut beberapa pemikir

mulai memunculkan gagasan dan gerakan untuk menciptakan sistem ekonomi yang lebih humanis dan berorientasi pada kesejahteraan bersama. Sistem baru itu dinamakan sistem ekonomi pasca kapitalis. Sistem tersebut akan berjalan jika para pebisnis mempunyai kesadaran mengenai masa depan umat manusia dan menempatkan orientasi bisnisnya untuk keberlangsungan hidup jangka panjang. Dalam bab ini dibahas soal pengertian bisnis, perkembangan orientasi bisnis, ekonomi pasca-kapitalis dan kapitalisme religious, dan Entrepreneurship.

1. Bisnis

a. Pengertian Bisnis

“Bisnis” menjadi istilah yang sangat populer dan begitu memasyarakat di negara mana pun, tidak terkecuali di Indonesia. Di antara popularitas istilah ini, biasanya bisnis dikaitkan dengan keberhasilan seseorang untuk dapat memiliki sejumlah kekayaan bahkan perusahaan di mana-mana. Ada keyakinan di tengah masyarakat kalau seseorang yang ingin sukses dan cepat kaya, maka akan dianjurkan untuk terjun menggeluti dunia bisnis. Meskipun bisnis sudah menjadi praktik yang dilakukan oleh banyak orang, akan tetapi ada baiknya kalau kita mencoba memberi makna atau memahami arti sesungguhnya dari bisnis itu. Dengan demikian kita memiliki cakupan dan pandangan yang jelas mengenai aktivitas dan usaha yang sudah atau sedang kita jalankan apakah termasuk kategori bisnis atau bukan. Dari situ kita bisa melakukan evaluasi dan melakukan perbaikan yang akhirnya kita bisa meraih keberhasilan dalam bisnis kita.

Dalam ilmu ekonomi, bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba. Menurut akar katanya “bisnis” berasal dari bahasa Inggris “business”, dari kata dasar “busy” yang berarti “sibuk”. Sibuk di sini bisa jadi sibuk seseorang atau komunitas atau masyarakat yang sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang bisa mendatangkan manfaat, laba, atau keuntungan. Dengan kata lain yang dimaksud dengan kesibukan adalah melakukan suatu aktivitas atau pekerjaan yang memberikan keuntungan pada seseorang. Menurut

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) bisnis adalah usaha komersial dalam dunia perdagangan; bidang usaha; usaha dagang. Sedangkan pebisnis adalah orang yang secara komersial berusaha dalam dunia perdagangan; orang yang melakukan bisnis. Menurut Ebert dan Griffin (2009) bisnis adalah *“Business is an organization that provides goods or services in order to earn profit”* (kegiatan untuk menghasilkan sesuatu, baik barang maupun layanan atau jasa yang bertujuan untuk menghasilkan profit/laba). Sementara menurut Ferrel dan Hirt (2003) bisnis adalah semua aktivitas yang menyediakan barang-barang dan jasa yang dibutuhkan atau diinginkan oleh konsumen. *“Business is individuals or organization who try to earn a profit by providing products that satisfy people’s needs”* Ferrel dan Hirt (2003:4). Dalam pengertian ini kegiatan bisnis yang dilakukan oleh individu-individu atau organisasi untuk mendapatkan keuntungan dengan menyediakan produk-produk yang dapat memuaskan atau memenuhi kebutuhan konsumen. Bisnis juga bisa diartikan sebagai pertukaran barang dan jasa serta uang yang saling menguntungkan. Sistem bisnis adalah aktivitas-aktivitas perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan ekonomi masyarakat dan bagaimana cara-cara perusahaan-perusahaan tersebut saling berinteraksi membentuk apa yang dinamakan sistem bisnis.

Bisnis juga merupakan usaha perdagangan dengan menjual barang atau layanan kepada konsumen, baik individu atau perusahaan untuk mendapatkan keuntungan. Perusahaan, pasar swalayan, rumah sakit, konsultan, pasar tradisional, dan sebagainya, semuanya merupakan organisasi bisnis. Bisnis dapat pula berarti individu atau organisasi yang mencoba mendapatkan keuntungan dengan menyediakan produk yang memuaskan kebutuhan orang lain (Ferrel & Hirt, 2003). Bisnis juga merupakan suatu keadaan di mana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menguntungkan. Sedangkan menurut Brown and Petrello (1976) bisnis adalah *“.....an institution which produces goods and services demanded by people”*. Artinya bisnis adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat.

Sebenarnya, kata bisnis dapat pula mengacu pada suatu aktivitas yang dilakukan individu atau organisasi setiap hari. Namun demikian, pengertian bisnis tersebut selalu dibatasi oleh hasil yang didapatkan, yang mungkin tidak selalu berupa barang atau layanan dan mendapatkan keuntungan dalam arti uang. Bisnis dapat pula menghasilkan manfaat bagi pemilik bisnis maupun orang lain. Yang penting, dalam bisnis terdapat kegiatan individu, kelompok, atau organisasi, kegiatan tersebut menciptakan manfaat atau nilai tambah, dan kegiatan tersebut dapat menghasilkan keuntungan bagi semua pihak terkait. Pandangan lain menyatakan bahwa bisnis adalah sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa, dan pemerintahan yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa ke konsumen.

Mengenai pengertian bisnis kita dapat menggunakan beberapa definisi yang telah diberikan oleh para ahli bisnis, baik praktisi maupun akademisi, mulai era dulu sampai beberapa periode terkini. Misalnya pengertian yang diberikan Ebert, dia mendefinisikan bisnis sebagai sebuah organisasi yang mengelola barang dan jasa untuk memperoleh laba (Ebert, 1995). Ebert memaknai bisnis sebagai sebuah sekelompok orang yang memiliki tujuan memperoleh keuntungan, dengan mengelola barang agar menghasilkan barang yang bagus dan layak. Bisnis menurut pandangan Ebert dilakukan dalam sejumlah orang, artinya lebih dari satu orang, dan senantiasa meraih keuntungan sebagai tujuannya atau target dari bisnisnya.

Sementara itu Gouzali Saydam (2006) menyatakan bahwa bahwa bisnis adalah semua kegiatan yang dilakukan seseorang atau lebih, yang terorganisir dalam mencari laba melalui penyediaan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat. Dalam definisi di atas Saydam mengkategorikan para praktisi bisnis adalah seorang atau lebih luasnya beberapa orang yang tergabung dalam sebuah organisasi yang memiliki tujuan jelas dalam membuat produk yang dibutuhkan orang lain atau konsumen. Saydam melewatkan jasa sebagai produk yang ditawarkan kepada orang lain. Padahal jasa pun untuk saat ini bisa dijadikan sesuatu yang bisa dijual dan mendatangkan keuntungan.

Buktinya sekarang ini banyak perusahaan atau lembaga-lembaga bisnis yang bergerak dalam bidang jasa dan tidak hanya membuat sebuah produk.

Beberapa pengertian bisnis menurut para ahli sebagai berikut:

- 1) Menurut Raymond E. Gos (1976) dalam bukunya *BUSINES In Nature and Enviroment: An Introduction*, bisnis adalah jumlah seluruh kegiatan yang diorganisir oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang perniagaan dan industri dengan menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka. Dengan demikian pengelolaan bisnis berarti sebagai usaha mengelola produk dan jasa untuk mendapatkan keuntungan sehingga bisa menghidupi diri, keluarga dan lingkungan, melalui kegiatan-kegiatan mengkombinasikan antara ide, tenaga kerja, material, modal, keterampilan dalam melakukan inovasi dan kreativitas untuk menghasilkan suatu produk dan jasa yang laku dijual dan bermanfaat untuk orang lain, karena produk dan jasa yang dihasilkan itu memang dibutuhkan oleh masyarakat. Dalam ilmu ekonomi pun bisnis dikatakan sebagai suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya untuk mendapatkan laba.
- 2) Brown dan Pretello (1976): Menurut Brown dan Pretello, pengertian bisnis adalah lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat serta semua hal yang mencakup berbagai usaha yang dilakukan pemerintah maupun swasta tidak peduli mengejar laba ataupun tidak. Pendapat Brown dan Petrello cukup sederhana yaitu: *“Business is an institution which produces goods and service demanded by people.”*- *“Bisnis ialah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat.”*
- 3) Steinfeld (1979) menyumbang salah satu pengertian bisnis menurut para ahli sebagai berikut: *“Business is all the activities involved in providing goods and services that are needed or desired by people. In this sense as the business activities that provide*

goods or services that are required or desired by the consumer. Can be done by a company that has a legal entity organizations, companies that have a business, and individuals who do not have legal entities and companies such as street vendors, stores that do not have permit- (AIS) and the Business Location Permit (License) and other informal businesses.” - “Bisnis adalah semua kegiatan yang terlibat dalam penyediaan barang dan jasa yang dibutuhkan atau diinginkan oleh orang-orang. Dalam hal ini sebagai kegiatan bisnis yang menyediakan barang atau jasa yang dibutuhkan atau diinginkan oleh konsumen. Dapat dilakukan oleh perusahaan yang memiliki organisasi badan hukum, perusahaan yang memiliki bisnis, dan individu yang tidak memiliki badan hukum dan perusahaan seperti pedagang kaki lima, toko yang tidak memiliki izin- (AIS) dan Izin Lokasi Usaha (Lisensi) dan bisnis informal lainnya.” Dia juga menyatakan bahwa *“Business is an institution which produces goods and services demanded by people.”* Artinya bisnis adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Apabila kebutuhan masyarakat meningkat maka lembaga bisnis pun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba.

- 4) Hughes dan Kapoor (1985): Menurut Hughes dan Kapoor, definisi bisnis adalah suatu kegiatan individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Hughes dan Kapoor (1985) menjelaskan bahwa: *“Business is organized effort to produce and sell for in profit, then the goods and services that businesses need public excellent general term referring to all these efforts in a community or industry. Meaning of Business is an individual business activities organized to produce and sell goods and services in order to gain advantage in meeting the needs of the community and in the industry. People who make money and time to take a risk in running a business called Entrepreneurs.”* - “Bisnis adalah usaha yang terorganisir untuk menghasilkan dan menjual untuk keuntungan, dengan demikian barang dan jasa yang dibutuhkan publik untuk bisnis istilah umum yang sangat

baik mengacu pada semua upaya ini dalam suatu komunitas atau industri. Arti dari bisnis adalah aktivitas bisnis individu yang diselenggarakan untuk memproduksi dan menjual barang dan layanan untuk mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dan industri.”

- 5) Tan Chwee Huat adalah seorang Professor Department of Management & Organisation di the NUS Business School. Prof Tan Chwee Huat (1990) mendefinisikan bisnis sebagai: *“Business in the broadest sense is a general term that describes all the activities and institutions that produce goods and services in everyday life. Business as a system that produces goods and services to satisfy the needs of the community.”* - “Bisnis dalam arti luas adalah suatu istilah umum yang mendeskripsikan semua kegiatan dan institusi yang menghasilkan barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari. Bisnis sebagai suatu sistem yang menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.”
- 6) Menurut Musselman dan Jackson (1992), Bisnis merupakan jumlah dari keseluruhan aktivitas yang diorganisir oleh orang yang sedang berkecimpung dalam bidang industri dan perniagaan yang menyediakan jasa dan barang agar terpenuhi kebutuhan masyarakat serta dapat memperbaiki kualitas kehidupan masyarakat.
- 7) Griffin dan Ebert (1996) *“Business is an organization that provides goods or services in order to earn profit.”* Sejarah dengan definisi tersebut, aktivitas bisnis melalui penyediaan barang dan jasa bertujuan untuk menghasilkan profit atau (laba). Suatu perusahaan dikatakan menghasilkan laba apabila total penerimaan pada suatu periode (*total revenues*) lebih besar dari total biaya (*total costs*) pada periode yang sama. Laba merupakan daya tarik utama untuk melakukan kegiatan bisnis sehingga melalui laba pelaku bisnis dapat mengembangkan skala usahanya untuk meningkatkan laba yang lebih besar.
- 8) Glos, Steade and Lowry (1996): menurut Glos, Steade dan Lowry bisnis adalah: *“Business is the sum of all the activities organized*

by the people who engaged in commerce and industry that provides goods and services to the needs of maintaining and improving standards and quality of their lives.” - “Bisnis adalah keseluruhan dari semua aktivitas yang diorganisir oleh orang-orang yang bergerak dalam perdagangan dan industri yang menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan meningkatkan standar dan kualitas hidup mereka.”

- 9) Menurut Boone dan Kurtz (2002): Bisnis adalah semua aktivitas yang bertujuan untuk mencari laba dan perusahaan yang menghasilkan barang serta jasa yang dibutuhkan oleh sebuah sistem ekonomi. Sebagian bisnis menghasilkan barang seperti mobil, chip komputer, sereal untuk makan pagi. Sebagian lainnya memproduksi jasa seperti asuransi, hotel, salon, penginapan, konser music
- 10) Allan Afuah (2004): Allan Fuah, seorang Professor of Corporate Strategy and International Business, University of Michigan (UMICH) mendefinisikan bisnis sebagai: *“Business is the organized effort of individuals to produce and sell for a profit, the goods and services that satisfy needs societies. The general terms of business refer to all reviews such efforts within a society or within an industry. That business is an individual business activities organized to produce and sell goods and services in order to gain advantage in meeting the needs of the community and in the industry.”* - “Bisnis adalah usaha terorganisir para individu untuk menghasilkan dan menjual untuk keuntungan, barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan masyarakat. Secara umum bisnis merujuk kepada kajian terhadap upaya tersebut dalam suatu masyarakat atau dalam suatu industri. Bahwa bisnis adalah suatu aktivitas bisnis yang diorganisir untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan komunitas dan dalam suatu industri.”
- 11) Jeff Madura (2007) Menurut Jeff Madura, pengertian bisnis adalah perusahaan yang menyediakan produk atau layanan yang diinginkan oleh pelanggan. Setiap bisnis mengadakan transaksi dengan orang-orang. Orang-orang itu menanggung akibat karena

bisnis tersebut, mereka. Kerja sama lintas fungsional di dalam bisnis adalah dengan menekankan kebutuhan para manajer dari area fungsional yang berbeda untuk memaksimalkan laba dalam mencapai tujuan bersama.

- 12) Menurut Louis E. Boone (2007:5), bisnis (*bussines*) terdiri dari seluruh aktivitas dan usaha untuk mencari keuntungan dengan menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan bagi sistem perekonomian, beberapa bisnis memproduksi barang berwujud sedangkan yang lain memberikan jasa. Sedangkan perilaku merupakan tindakan seseorang dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, bisnis merupakan tindakan individu dan sekelompok orang yang menciptakan nilai melalui penciptaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan memperoleh keuntungan melalui transaksi.
- 13) Menurut Hooper (2008:35) Bisnis adalah Segala dan keseluruhan kompleksitas yang ada pada berbagai bidang seperti penjualan (*commerce*) dan industri, industri dasar, *processing*, dan industri manufaktur dan jaringan, distribusi, perbankan, asuransi, transportasi, dan seterusnya yang kemudian melayani dan memasuki secara utuh (*which serve and interpenetrate*) dunia bisnis secara menyeluruh.
- 14) L. R. Dicksee: Menurut L. R. Dicksee, definisi bisnis adalah suatu bentuk aktivitas yang utamanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan bagi yang yang mengusahakan atau yang berkepentingan dalam terjadinya aktivitas tersebut.
- 15) Prof.Owen: Bisnis ialah suatu perusahaan yang berkaitan dengan produksi dan distribusi barang untuk dijual kembali ke pasar atau memberikan harga dalam setiap barang ataupun jasa.
- 16) Urwick dan Hunt: Bisnis ialah setiap perusahaan yang memproduksi dan mendistribusikan serta menyediakan barang atau jasa yang diperlukan masyarakat dan atas dasar kesediaannya dalam membeli atau membayar.

- 17) Mc. Naughton: Bisnis merupakan suatu pertukaran barang, jasa ataupun uang dengan tujuan memperoleh keuntungan.
- 18) William Spregal: Mengatakan bahwa bisnis ialah suatu kegiatan yang berhubungan dengan produksi dan distribusi barang atau jasa yang bisa diklasifikasikan dalam kegiatan-kegiatan bisnis.
- 19) Hooper: Menyatakan bahwa bisnis merupakan keseluruhan yang kompleks pada bidang-bidang industri dan penjualan, industri dasar, prosesnya, industri manufaktur dan jaringan, asuransi, perbankan, distribusi, transportasi dan lainnya yang kemudian masuk secara menyeluruh dalam dunia bisnis. Tujuannya memperoleh keuntungan bagi yang mengusahakannya.
- 20) Merriam Webster: Bisnis merupakan segala aktifitas pembuatan dan jual beli barang jasa kemudian ditukar dengan uang, kegiatan atau kerja merupakan suatu pekerjaan dan jumlah kegiatan tersebut terselesaikan oleh sebuah perusahaan, pabrik ataupun toko.

b. Kepemilikan Bisnis

Bentuk kepemilikan bisnis di setiap Negara dapat berbeda-beda, namun ada beberapa bentuk yang dianggap umum. Bentuk kepemilikan tersebut adalah:

- 1) Perusahaan perseorangan. Perusahaan perseorangan adalah bisnis yang kepemilikannya dipegang oleh satu orang. Pemilik perusahaan perseorangan memiliki tanggung jawab tak terbatas atas harta perusahaan. Artinya, apabila bisnis mengalami kerugian, pemilik lah yang harus menanggung seluruh kerugian itu.
- 2) Persekutuan. Persekutuan adalah bentuk bisnis dimana dua orang atau lebih bekerja sama mengoperasikan perusahaan untuk mendapatkan profit. Sama seperti perusahaan perseorangan, setiap sekutu (anggota persekutuan) memiliki tanggung jawab tak terbatas atas harta perusahaan. Persekutuan dapat dikelompokkan menjadi persekutuan komanditer dan firma.

- 3) Perseroan. Perseroan adalah bisnis yang kepemilikannya dipegang oleh beberapa orang dan diawasi oleh dewan direktur. Setiap pemilik memiliki tanggung jawab yang terbatas atas harta perusahaan.
- 4) Koperasi adalah bisnis yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan. Koperasi bertujuan untuk menyejahterakan anggotanya. Karakteristik utama koperasi yang membedakan dengan badan usaha lain adalah anggota koperasi memiliki identitas ganda. Identitas ganda maksudnya anggota koperasi merupakan pemilik sekaligus pengguna jasa koperasi.

c. Tujuan Bisnis

Tujuan bisnis tersebut merupakan hasil akhir yang ingin dicapai oleh para pelaku bisnis dan dari bisnis yang mereka lakukan, serta merupakan cerminan berbagai hasil yang diharapkan bisa dilakukan oleh bagian-bagian organisasi perusahaan (produksi, pemasaran, sumber daya manusia, keuangan, akuntansi, dan seterusnya). Tujuan bisnis ini akan menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Secara umum tujuan bisnis adalah menyediakan produk berupa barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen serta memperoleh keuntungan dari aktivitas yang dilakukan.

Selain memenuhi kebutuhan konsumen, ada beberapa tujuan bisnis yang lain. Tujuan tersebut antara lain:

- 1) Untuk memperoleh semua keuntungan yang didapatkan dari kegiatan bisnis.
- 2) Menciptakan lapangan pekerjaan yang sangat berguna untuk masyarakat.
- 3) Untuk pengadaan barang-barang dan jasa yang memang dibutuhkan langsung oleh masyarakat.

- 4) Untuk bisa mencapai kesejahteraan pemilik dari faktor produksi dan juga masyarakat.
- 5) Untuk dapat meningkatkan kemajuan dan juga pertumbuhan di bidang ekonomi masyarakat dengan secara umum.
- 6) Untuk dapat menunjukkan eksistensi pada suatu perusahaan dalam jangka yang panjang.
- 7) Untuk dapat menunjukkan prestasi dan juga prestise.

Dalam jangka panjang, tujuan bisnis yang akan dicapai tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Ada banyak hal yang ingin dicapai oleh perusahaan dalam bisnisnya, antara lain:

- 1) *Market standing*, yaitu penguasaan pasar yang akan menjadi jaminan bagi perusahaan untuk memperoleh pendapatan penjualan dan profit dalam jangka panjang.
- 2) *Innovation* yaitu inovasi dalam produk (barang atau jasa) serta inovasi keahlian. Tujuan bisnis yang ingin dicapai melalui inovasi adalah menciptakan nilai tambah suatu produk.
- 3) *Physical and financial resources*, yaitu penguasaan terhadap sumber daya fisik dan keuangan untuk mengembangkan perusahaan menjadi semakin besar dan semakin menguntungkan.
- 4) *Performance and development*, yaitu pencapaian tujuan organisasi dalam bidang operasional. Untuk dapat mengelola perusahaan dengan baik, organisasi perlu memiliki berbagai kemampuan dan keahlian yang sesuai dengan profesinya. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan kinerja dan pengembangan kemampuan manager melalui serangkaian kegiatan kompensasi yang menarik dan program training and development yang berkelanjutan.
- 5) *Worker performance and attitude*, yaitu tujuan jangka panjang dalam hal tercapainya sikap karyawan terhadap perusahaan dan pekerjaannya. Untuk mencapai tujuan tersebut maka perusahaan perlu memperhatikan pekerjaan karyawan agar dapat dikerjakan

dengan baik dan dapat meningkatkan keterikatan karyawan pada perusahaan dan pekerjaannya.

- 6) *Public responsibility*, yaitu tanggung jawab sosial seperti memajukan kesejahteraan masyarakat, mencegah terjadinya polusi, dan menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat. Keuntungan merupakan selisih atau perbedaan antara hal yang didapatkan (*revenues*) dan hal yang dibayarkan atau dikeluarkan (*expenses*). Individu yang melakukan bisnis adalah orang mampu melihat kesempatan dengan menghasilkan produk, baik barang maupun jasa maupun orang yang menghasilkan barang atau jasa dengan harga yang lebih rendah daripada harga yang ada saat ini. Dapat dikatakan bahwa keuntungan merupakan penghargaan bagi para pemilik bisnis terhadap risiko yang mereka hadapi atau karena uang dan waktu yang telah mereka keluarkan untuk menghasilkan barang atau memberikan layanan tersebut.

d. Jenis Bisnis

Bisnis dapat dikelompokkan dengan cara atau kategori yang berbeda-beda karena bisnis terdiri dari berbagai macam tipe. Satu dari banyak cara yang dapat digunakan adalah dengan mengelompokkan bisnis berdasarkan aktivitas yang dilakukannya dalam menghasilkan keuntungan.

- 1) **Manufaktur** adalah bisnis yang memproduksi produk yang berasal dari barang mentah atau komponen-komponen, kemudian dijual untuk mendapatkan keuntungan. Contoh dari bisnis di bidang manufaktur adalah perusahaan yang memproduksi barang fisik seperti besi atau semen.
- 2) **Bisnis jasa** adalah bisnis yang menghasilkan barang *intangible*, dan mendapatkan keuntungan dengan cara meminta bayaran atas jasa yang mereka berikan. Contoh bisnis jasa adalah dokter dan akuntan.
- 3) **Pengecer dan Distributor** adalah pihak yang berperan sebagai perantara barang antara produsen dengan konsumen. Banyak

dari toko dan perusahaan yang berorientasi-konsumen adalah distributor atau pengecer.

- 4) **Bisnis Pertanian dan Pertambangan** adalah bisnis yang memproduksi barang-barang mentah, seperti tanaman atau mineral tambang.
- 5) **Bisnis Finansial** adalah bisnis yang mendapatkan keuntungan dari investasi dan pengelolaan modal.
- 6) **Bisnis Informasi** adalah bisnis menghasilkan keuntungan terutama dari penjualan-kembali properti intelektual (*intellectual property*).
- 7) **Utilitas** adalah bisnis yang mengoperasikan jasa untuk publik, seperti listrik dan air, dan biasanya didanai oleh pemerintah.
- 8) **Bisnis Real Estate** adalah bisnis yang menghasilkan keuntungan dengan cara menjual, menyewakan, dan mengembangkan properti, rumah, dan bangunan.
- 9) **Bisnis Transportasi** adalah bisnis yang mendapatkan keuntungan dengan cara mengantarkan barang atau individu dari sebuah lokasi ke lokasi yang lain.
- 10) **Bisnis Online** adalah bisnis yang dilakukan secara *online* lewat internet. Sebenarnya masih ada kerancuan yakni bisnis *online* sebagai jenis bisnis atau hanyalah metode atau media yang digunakan. Dalam bisnis *online*, barang apa saja bisa diperjualbelikan layaknya pada bisnis pada umumnya. Untuk bisa berbisnis secara *online*, banyak media yang bisa dimanfaatkan, misalnya website, facebook, instagram, WA dan sebagainya.

e. Keberhasilan Bisnis

Beberapa kegiatan bisnis harus didukung oleh penelitian pasar. Penelitian pasar merupakan kegiatan mendapatkan dan menganalisis informasi mengenai kebutuhan, keinginan, dan preferensi pelanggan

di pasar tertentu. Penelitian pasar dapat membantu bisnis dalam mengidentifikasi kesempatan, menganalisis permintaan, dan menanggapi permintaan pelanggan terhadap barang dan jasa. Bisnis membuat keputusan yang memengaruhi konsumen. Konsumen adalah orang yang menggunakan barang dan jasa atau layanan. Bisnis juga memutuskan produk yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Bisnis memengaruhi konsumen ketika memodifikasi kebutuhan atau menghentikan pembelian produk. Konsumen juga merupakan orang yang menentukan barang dan jasa manakah yang mereka butuhkan dan konsumen akan membelinya. Apabila konsumen memutuskan untuk tidak membeli produk maka bisnis akan gagal. Untuk menghindari kegagalan tersebut, bisnis dapat memodifikasi barang atau layanan yang diberikan untuk memuaskan konsumen. Bisnis yang berhasil atau bisnis yang sehat adalah kegiatan bisnis yang mampu mendatangkan keuntungan, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang (Fry et al., 2001). Ada lima indikator keberhasilan bisnis, yaitu:

- 1) Kinerja keuangan meliputi laba atau keuntungan yang dapat dicapai dan produktivitas bisnis tersebut. Keuntungan merupakan selisih antara pendapatan yang diterima dari produk atau layanan yang diberikan pada pelanggan dan biaya yang harus dibayarkan perusahaan untuk menghasilkan produk atau layanan tersebut. Produktivitas merupakan perbandingan antara produk dan jasa yang tersedia bagi pelanggan dan sumber daya yang digunakan untuk menghasilkan produk atau jasa tersebut.
- 2) Kebutuhan pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan kesadaran pelanggan terhadap kebutuhan dan keinginannya serta ketepatan waktu. Layanan kepada pelanggan merupakan kegiatan bisnis untuk memenuhi kebutuhan dan pilihan pelanggan dengan memerhatikan ketepatan dalam waktu. Layanan kepada pelanggan merupakan proses yang berlangsung secara terus-menerus dan tidak akan berakhir. Hal ini disebabkan kebutuhan dan harapan pelanggan selalu meningkat. Oleh karena itu, kegiatan bisnis harus bersifat proaktif terhadap kebutuhan dan harapan pelanggan di masa mendatang.

- 3) Kualitas produk dan jasa. Kualitas dan nilai merupakan fokus kegiatan bisnis saat ini. Pengelolaan kualitas selalu didasarkan pada filosofi yang dikenal dengan perbaikan secara terus-menerus dan berkesinambungan pada semua fase kegiatan operasional perusahaan.
- 4) Inovasi dan kreativitas. Kreativitas merupakan cara berpikir dan berperilaku yang berbeda dan baru. Kreativitas selalu dihubungkan dengan inovasi. Inovasi merupakan pendekatan dan pilihan yang baru sebagai hasil dari kreativitas kegiatan. Dengan kata lain, kreativitas dapat mendorong terjadinya inovasi dalam perusahaan yang melakukan kreativitas tersebut. Akhir-akhir ini, kegiatan bisnis didorong untuk beroperasi sebagai organisasi pembelajar. Organisasi pembelajar merupakan organisasi yang tidak hanya beradaptasi, melainkan selalu kreatif mencari cara baru dan lebih baik untuk melakukan kegiatan operasional untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan karyawan.
- 5) Komitmen karyawan. Organisasi atau perusahaan yang sehat selalu memperhatikan waktu dan usahanya dalam menemukan berbagai cara untuk membangun komitmen karyawan. Salah satu cara yang digunakan perusahaan adalah dengan memberi otoritas dan kewenangan dalam membuat keputusan dan mempertanggungjawabkan keputusan tersebut kepada perusahaan. Komitmen karyawan juga akan menguat apabila pemimpin memahami kemampuan kerja karyawan, menyesuaikan diri terhadap kebutuhan karyawan, dan berusaha memenuhi kebutuhan karyawan tersebut. Barang merupakan produk yang berwujud fisik (*tangible*) seperti komputer, mobil, sepeda motor, buku, pakaian, makanan, dan sebagainya. Sementara itu, layanan atau jasa merupakan produk yang tidak berwujud (*intangible*), seperti konsultan, pendidikan, salon, kursus, dan sebagainya. Ada beberapa produk yang tampaknya memiliki dua karakteristik tersebut, seperti penjahit, bengkel, yang memberikan layanan dan memberikan produk yang berwujud. Jenis bisnis tersebut harus mampu memberikan barang dan layanan yang memuaskan pelanggan. Baik barang maupun layanan harus sesuai dengan keinginan dan harapan pelanggan dan harus tepat sesuai dengan

harapan pelanggan, baik dalam kuantitas, kualitas, harga, maupun waktu. Perkembangan bisnis saat ini menyatakan bahwa antara barang dan layanan tidak dapat dipisahkan. Hal ini ditunjukkan dengan memberikan layanan yang memuaskan ketika produsen menyampaikan barang yang dihasilkannya. Apa tujuan sebuah bisnis? Tujuan utama bisnis adalah melayani kebutuhan pelanggan dan mendapatkan keuntungan atau profit (Madura, 2007).

Namun demikian, tidak semua bisnis mempunyai tujuan utama mendapatkan keuntungan. Organisasi nirlaba (*nonprofit organization*) merupakan organisasi bisnis yang menyediakan produk, baik barang maupun layanan, tetapi tidak mempunyai tujuan mendasar berupa keuntungan. Contoh organisasi tersebut adalah Palang Merah Indonesia, organisasi keagamaan, sekolah-sekolah, rumah sakit, dan berbagai organisasi-organisasi sosial yang ada di tengah masyarakat.

f. Perkembangan Orientasi Bisnis

Banyak orang melihat bahwa bisnis selama 200 tahun terakhir didorong oleh “mesin dan pasar”. Kapitalisme menjadi semakin mengakar dalam masyarakat di seluruh dunia. Teori-teori kapitalisme dipadatkan dalam karya Adam Smith tahun 1776, Sebuah Penyelidikan tentang Sifat dan Penyebab Kekayaan Bangsa-Bangsa, di mana ia menghancurkan gagasan merkantilisme¹. Sebaliknya, ia berpendapat bahwa mementingkan diri sendiri adalah kekuatan pendorong dalam masyarakat di seluruh dunia. Dengan demikian, bisnis pada periode ini mampu bertindak untuk kepentingan pribadi sambil tetap meningkatkan masyarakat secara keseluruhan. Robert L. Heilbroner menjelaskan teori ini dalam *The Worldly Philosophers* (1953):

¹ Istilah merkantilisme sendiri berasal dari bahasa Latin *mercari*, yang berarti “untuk mengadakan pertukaran,” yang berakar dari kata *merx*, berarti “komoditas.” Kata merkantilisme pada awalnya digunakan oleh para kritikus seperti Mirabeau dan Smith saja, namun kemudian kata ini juga digunakan dan diadopsi oleh para sejarawan. Merkantilisme adalah praktik dan teori ekonomi, yang dominan di Eropa abad 16 ke abad ke-18, yang dipromosikan lewat peraturan ekonomi pemerintahan suatu negara untuk tujuan menambah kekuasaan negara dengan mengorbankan kekuatan nasional saingannya. Ini adalah mitra dari politik ekonomi absolutisme atau monarki absolut. Merkantilisme termasuk kebijakan ekonomi nasional yang bertujuan untuk mengumpulkan cadangan moneter melalui keseimbangan perdagangan positif, terutama barang jadi. Secara historis, kebijakan tersebut sering menyebabkan perang dan juga termotivasi untuk melakukan ekspansi kolonial.

“A man who permits his self-interest to run away with him will find that competitors have slipped in to take his trade away; if he charges too much for his wares or if he refuses to pay as much as everybody else for his workers, he will find himself without buyers in the one case and without employees in the other.”

(“Seorang pria yang mengizinkan kepentingan dirinya untuk melarikan diri bersamanya akan menemukan bahwa pesaing telah menyelinap masuk untuk mengambil perdagangannya; jika dia membebankan terlalu banyak untuk barang dagangannya atau jika dia menolak untuk membayar sebanyak semua orang untuk pekerjanya, dia akan mendapati dirinya tanpa pembeli dalam satu kasus dan tanpa karyawan dalam yang lain. “)

Dengan demikian, persaingan pasar mengatur kepentingan pribadi dan mengarah pada jenis bisnis yang mendorong inovasi, meningkatkan standar hidup, dan meningkatkan kualitas hidup.

Masa imperialism – kolonialisme: Dalam perspektif ekonomi, perang memiliki peranan yang cukup penting. Imperialisme dilandasi oleh semangat Gold, yakni semangat untuk mencari pasokan emas. Kala itu, banyak negara yang menerapkan paham Merkantilisme, yakni paham yang mengakui kekayaan dan kemakmuran suatu negara yang diukur dengan kepemilikan suatu negara terhadap logam mulia. Hal ini yang turut memelopori berbagai ekspedisi untuk mencari pasokan emas (Spiegel, 1991). Banyak ahli sejarah yang menyatakan bahwa Merkantilisme merupakan paham yang menyebabkan terjadinya kolonialisme dan imperialism. Selain mencari pasokan emas, pada awalnya kolonialisme dan imperialism juga didorong oleh kepentingan untuk mencari rempah-rempah. Jatuhnya Konstantinopel pada 1453 ke kekuasaan Turki Usmani berakibat pada akses bangsa Eropa untuk mendapatkan rempah-rempah yang lebih murah di kawasan Laut Tengah menjadi tertutup. Harga rempah-rempah di pasaran Eropa melambung tinggi. Maka bangsa Eropa berusaha mencari dan menemukan daerah-daerah penghasil rempah-rempah ke dunia baru

di timur Eropa. Makin lama, motivasi tersebut berubah menjadi nafsu untuk menguasai dunia baru untuk memperoleh keuntungan ekonomi dan kejayaan politik.

Revolusi Industri menandai satu lagi perubahan besar dalam sejarah bisnis. Mulai abad ke-18, bisnis beralih dari produksi skala kecil di kota-kota kecil ke produksi skala besar di kota-kota besar. Dua hal memicu perubahan mendasar dalam bisnis ini, termasuk:

- **Ketersediaan Produksi Energi:** Bisnis tidak lagi dibatasi oleh energi skala kecil yang ditenagai oleh angin (yang tergantung cuaca) atau air jatuh (yang bergantung pada lokasi). Sebaliknya, mereka dapat mengandalkan teknologi seperti listrik, uap, mesin pembakaran internal, lokomotif, mobil, dan minyak. Ini memberi mereka sarana untuk membuat pabrik skala besar.
- **Ketersediaan Tenaga Kerja:** Populasi besar mulai pindah ke kota-kota Revolusi Industri mulai tahun 1700-an. Ini memberi para pengusaha kumpulan besar tenaga kerja murah yang bisa digunakan untuk bekerja.

Akhirnya, kekuatan pasar yang kuat ini akan memunculkan beberapa pengusaha dan inovator terhebat di dunia. Amerika memainkan peran yang sangat menonjol selama periode ini, sehingga memunculkan pengusaha seperti Andrew Carnegie, J. Morgan, John D. Rockefeller, Frank Kenan dan Henry Ford (Hossain, 2019).

Setelah Perang Dunia II, bisnis mulai berubah karena beberapa alasan berbeda. Pertama dan yang paling penting, ekonomi semakin global dan semakin global setiap dekade. Sarana pengiriman dan komunikasi yang lebih baik memudahkan pengusaha untuk menjual produk dan layanan kepada audiens global. Ekonomi besar-besaran seperti Amerika tidak lagi mampu berkonsentrasi hanya pada penjualan produk ke pasar Amerika. Ada juga faktor ekonomi mikro seperti jumlah orang yang memiliki mobil. Terutama di Amerika, kepemilikan mobil membuatnya lebih penting untuk memiliki jalan raya antara kota-kota besar. Karena jalan raya menjadi lebih penting, restoran dibutuhkan tempat orang bisa makan saat bepergian. Ini

adalah lingkungan di mana pengusaha seperti Ray Kroc menghasilkan jutaan dolar. Kroc menciptakan restoran standar yang mengurangi biaya dengan melayani sejumlah barang pria. Kemudian, dia meniru model itu. Perusahaan lain yang makmur selama periode ini termasuk General Electric, perusahaan pesawat terbang seperti Lockheed, IBM, dan Holiday Inns. Negara-negara lain di dunia mengalami peningkatan pertumbuhan yang serupa setelah Perang Dunia II. Jepang, misalnya, menjadi salah satu ekonomi terbesar di dunia dengan mengeksploitasi populasi besar yang tersedia dengan upah murah. Jerman mengalami lintasan yang serupa. Perkembangan dunia bisnis setelah perang dunia kedua yang berakhir tanggal 7 Mei 1945 telah bermutasi secara paradox. Orientasi bisnis korporasi pada masa itu adalah “yang penting uang” (*money oriented*) dengan filosofi bisnis yaitu “aku memberi padamu, supaya kamu memberi padaku (*do ut des*)”, sehingga korporasi multinasional banyak yang berkiprah menjadi pemasok logistic untuk keperluan militer, industry persenjataan dan pertahanan, karena menganggap “perang adalah bisnis” (*war is business*) tanpa memikirkan secara mendalam dampak keterlibatannya tersebut bagi kemanusiaan.

Setelah perang dunia kedua berakhir dan ilmu pengetahuan semakin maju, telah mengubah paradigm hubungan antar bangsa dengan lahirnya semangat pembangunan (*developmentalism*). Dalam suasana tersebut filosofi bisnis multinasional bergeser dari yang tadinya perang adalah bisnis menjadi “bisnis adalah perang” (*business is war*) dengan memperhalus sebutan target bisnis dari money oriented menjadi profit oriented (orientasi keuntungan). Akibatnya banyak korporasi yang menghalalkan segala cara demi mendapat keuntungan tersebut, misalnya melakukan penyuapan. Kapitalisme - NeoLiberalisme semakin menancapkan kakinya di tengah perekonomian dunia. Margareth Thatcher mengeluarkan sebuah pernyataan “*There Is No Alternative (TINA)*”!, yang maksudnya adalah tiada pilihan lain selain dari kapitalisme - neoliberalisme. Thatcher sendiri menegaskan bahwa sesungguhnya neoliberalisme dapat memperkuat sistem ekonomi negara, yang menyangkut perbaikan format hubungan antara negara, warga-negara, dan perekonomian. Thatcher menekankan doktrin kompetisi antar bangsa, wilayah,

perusahaan, dan individu. Inilah era di mana deregulasi pasar keuangan, privatisasi, pelemahan kelembagaan jaminan sosial, pelemahan serikat buruh dan perlindungan pasar tenaga kerja, pengurangan peran pemerintah, dan membuka pintu untuk arus barang dan modal internasional. Kebangkitan kembali NeoLiberalisme ini tak lepas dari peran negara. Dengan kata lain, kekuasaan negaralah yang menjadi kata kunci untuk mengartikulasikan paham ini.

Pola kerja perekonomian secara global telah berubah secara drastis dalam waktu tiga puluh tahun terakhir. Hal ini terjadi akibat adanya perubahan gelombang besar yang mengakibatkan gangguan baru (*a new wave of disruption*) yang saat ini melanda dunia. Fenomena ini disebut revolusi industri 4.0 atau revolusi digital. Proses relokasi industri dari yang semula berpusat di Negara-negara maju, khususnya Eropa dan Amerika telah berpindah menuju Asia (Indonesia, Vietnam, Thailand, Pakistan, India dan lain-lain) dan Amerika Latin (diwakili oleh Brazil). Perpindahan ini dimulai sejak tahun 1970-an. Dampak relokasi industri adalah aplikasi otomatisasi yang intensif dan masif yang merubah persyaratan pekerjaan yang bersifat digital. Faktor penting lain penyebab terjadinya revolusi industry 4.0 adalah akibat pengaruh kapitalisme keuangan (*financial capitalism*). Thompson dan Harley (2012) didukung Lazonick (2007) menyatakan bahwa situasi bisnis saat ini telah keluar dari tatanan *Knowledge Based Economics* (KBE). Dampak dari revolusi industry 4.0 adalah terbentuknya pasar yang hiperkompetitif. Menurut Handy (1998) pasar yang hiperkompetitif menuntut kreativitas dan inovasi, menguras sumber daya keuangan dan dapat mengucilkan sumber daya manusia dari lingkungan industri karena alasan efisiensi. Dalam era kapitalisme keuangan, laba yang didapatkan relatif besar dengan modal kecil. Laba diperoleh perusahaan bukan melalui produksi barang atau jasa, namun diperoleh melalui modal fenomenologis (McKenna, 2004). Contoh fenomenal di Indonesia adalah Gojek dan Traveloka. Nilai tambah (*added value*) atau laba yang diperoleh perusahaan bukan berasal dari margin antara pendapatan vs biaya, namun diperoleh melalui *self-valorizing things* seperti *derivatif*, *hedge fund*, *arbitrase*, *commodity* atau *future market* (pasar berjangka), *foreign exchange market* (forex), bit coin, dan sejenisnya. Bauman (1998) menyebut keuntungan atau kekayaan

dari bisnis semacam ini sebagai kekayaan ilusif (*the illusion of wealth*). Elemen penting dari jenis bisnis ini adalah kecepatan transaksi (Roberts & Armitage, 2006). Menurut Thompson dan Harley (2012), pasar keuangan ini menjadi semakin terpisah atau terlepas dari ekonomi riil (Montgomerie & Williams, 2009). Pada saat ini, kapitalisme keuangan tidak berdampak pada “ekonomi riil” di mana aktivitas bekerja secara nyata terjadi. Kondisi bisnis saat ini lebih mementingkan keuntungan para pemegang saham (*share holder value*) daripada tatanan dan nilai-nilai keadilan sosial (*social values*) dan ketersediaan lapangan pekerjaan dan upaya pengentasan kemiskinan. Orientasi bisnis yang demikian akan menimbulkan ketidakseimbangan dalam banyak hal.

Di tengah hiruk pikuk global mempersiapkanantisipasi dan transformasi Revolusi Industri 4.0, secara mengejutkan Jepang pada 21 Januari 2019 secara resmi meluncurkan “Society 5.0” dengan menjadikan manusia sebagai subjek utama (*human centered society*) dalam mengendalikan kemajuan ilmu dan teknologi. Bukan sebagai objek yang bakal terancam atau bahkan tergilas oleh Revolusi Industri 4.0. Iptek yang menjadi keunggulan kompetitif telah dijadikan momentum dahsyat untuk memengaruhi dunia global menembus batas imajiner negara. Jepang akan semakin terkenal di dunia dengan memanfaatkan internet of things (IoT), big data, artificial intelligence (AI), robot, dan sharing economy serta berfokus pada humanisme. Ini arah baru perpaduan era Revolusi Industri 4.0 dan Masyarakat 5.0. Seiring dengan kemitraan pemerintah dan swasta, Society 5.0 memanfaatkan AI untuk mengatasi masalah yang terus mengganggu masyarakat. Mereka melihat bagaimana AI dapat membantu perangkap populasi yang menua, polusi, dan yang paling penting, bagaimana menciptakan inisiatif penyapu yang juga cukup gesit menyesuaikan diri dengan perubahan konstan masyarakat setiap hari. Dengan berjalannya kemitraan pemerintah dan swasta di Jepang, Society 5.0 akan mengatasi populasi yang menua dan polusi. Tak hanya itu, negara maju di Asia Timur itu akan mencari cara untuk menyesuaikan diri dengan perubahan konstan masyarakat setiap hari. Tujuan dari tindakan yang dilakukan di Hitachi sekarang, untuk menciptakan Human-Centered Society. Teknologi dan inovasi perlu dimanfaatkan untuk membantu dan memajukan masyarakat, bukan untuk menggantikan

peran manusia. Ada empat sektor yang harus diperhatikan oleh para teknolog dan pengusaha untuk dapat mewujudkan Society 5.0 ala Jepang. Mulai dari kesehatan, infrastruktur, transportasi, dan teknologi finansial. Data hanya kode tanpa makna bagi pengguna. Namun, bila pengusaha menerapkan AI secara maksimal, akan ada perbedaan besar yang terlihat. Di Society 5.0, manusia dan mesin akan memecahkan masalah terbesar yang ada di abad ke-21. Konsep “Masyarakat 5.0/ Society 5.0” menjadikan manusia sebagai pusat pengendali teknologi. Manusia berperan lebih besar dengan mentransformasi big data dan teknologi bagi kemanusiaan demi tercapainya kehidupan yang lebih baik. Society 5.0 ini menjadi sebuah cetak biru dan strategi masa depan yang mendobrak kegilaan negara-negara selain Jepang akan Revolusi Industri 4.0. Di tengah banyaknya pekerjaan yang akan hilang karena otomatisasi, digitalisasi dan kapitalisme untuk mewujudkan efektivitas dan efisiensi industrialisasi, kehadiran Society 5.0 menjadi paradigma baru yang humanistik. Menurut TechCrunch² (4/2/2019): Masyarakat 5.0 mengacu pada enam pilar utama yang meliputi infrastruktur, teknologi keuangan, perawatan kesehatan, logistik, dan artificial intelligence (AI). Teknologi dan inovasi perlu dimanfaatkan untuk membantu dan memajukan masyarakat, bukan untuk menggantikan peran manusia. Sementara itu, Charles A Beard mengemukakan bahwa revolusi industri sebenarnya fokus pada material (membuat sesuatu) dan pada manusia (sosial).

2. Ekonomi Pasca Kapitalis dan Kapitalisme Religius

Kapitalisme walaupun diadopsi sebagai sistem ekonomi di sebagian besar negara di dunia ini namun menuai kritik yang tajam. Secara umum kritik terhadap kapitalisme karena sistem ini ternyata justru menciptakan kesenjangan ekonomi dan sosial (antar Negara dan di dalam Negara), menimbulkan distribusi yang tidak adil dari kekayaan dan kekuasaan, kecenderungan ada pihak yang memonopoli pasar atau oligopoli (dan pemerintah oleh oligarki), imperialisme, perang kontra-revolusioner dan berbagai bentuk eksploitasi ekonomi dan budaya; materialisme, represi pekerja dan anggota serikat buruh,

² TechCrunch adalah situs web berita yang berfokus pada perusahaan-perusahaan teknologi informasi, mulai dari perusahaan rintisan (startup) sampai perusahaan besar sekelas NASDAQ-100.

alienasi sosial, dan ketidakstabilan ekonomi. Ekonom Richard D. Wolff (2014) mendalilkan bahwa ekonomi kapitalis memprioritaskan keuntungan dan akumulasi modal atas kebutuhan sosial masyarakat, dan perusahaan kapitalis jarang pernah menyertakan pekerja dalam keputusan-keputusan dasar dari perusahaan.

Donella Meadows, seorang ilmuwan lingkungan Amerika, dalam bukunya yang berjudul *“Beyond the Limit : Global Collapse or Sustainable Future”* (1992), menyebut bahwa dalam sistem kapitalisme global seperti sekarang ini, setiap industri berpacu dengan percepatan produksinya sehingga setiap sumber daya alam digerogeti. Menurut Meadows penyebab krisis selalu sama, yakni adanya pergerakan dengan tempo tinggi, adanya batas dimana perubahan semestinya tidak melampauinya, dan adanya kesulitan dalam melakukan kontrol karena kelengahan, respon yang terlambat, dan momentum yang tidak tepat. Pertumbuhan ekonomi yang telah dicapai membuat pelaku ekonomi hanyut dalam keharusan pertumbuhan, seolah tidak ada batas pertumbuhan, bagi pembangunan. Akibatnya adalah hilang kontrol, dan tidak dapat melihat titik-titik lemah pertumbuhan yang terlalu kuantitatif tersebut. Dalam paradigma lama ini, terdapat benih-benih krisis, yang potensial menciptakan *chaos* yang berulang-ulang di masa depan. Paradigma ekonomi masa depan yang progresif sekaligus adil tentunya tidak dapat bertumpu pada satu model yang tidak lagi mampu mengontrol kompleksitas yang telah diciptakannya sendiri. Dengan demikian, mengubah beberapa fondasi sistem ekonomi global diperlukan untuk membuatnya makin berbagai bantingan krisis.

Banyak tokoh agama mengkritik bahkan menentang unsur-unsur tertentu dari kapitalisme. Tradisional Yahudi, Kristen, dan Islam melarang meminjamkan uang dengan bunga, meskipun metode alternatif perbankan telah dikembangkan. Beberapa orang Kristen telah mengkritik kapitalisme untuk aspek materialis dan ketidakmampuannya untuk memperhitungkan kesejahteraan semua orang. Banyak perumpamaan Yesus berurusan dengan masalah ekonomi: Pertanian, penggembalaan, berada di utang, melakukan kerja paksa, dikucilkan dari perjamuan dan rumah-rumah orang kaya, dan memiliki implikasi untuk kekayaan dan distribusi

kekuasaan. Paus Fransiskus dalam himbauan apostolik *Evangelii Gaudium* (2013) menggambarkan kapitalisme sebagai “tirani baru” dan menyerukan kepada para pemimpin dunia untuk memerangi meningkatnya kemiskinan dan ketidaksetaraan. Dalam surat terbaru (4 Oktober 2020) berjudul *Fratelli Tutti* (Semua Bersaudara), Paus Fransiskus menyerukan solidaritas kemanusiaan yang lebih besar untuk mengatasi berbagai masalah global, seperti ketidakadilan yang disebabkan oleh ketimpangan ekonomi. Paus Fransiskus mencela kapitalisme yang tidak menyelesaikan masalah kesetaraan tetapi justru menimbulkan kekerasan baru yang mengancam tatanan masyarakat. Paus menyerukan pentingnya memiliki sistem ekonomi proaktif yang mendukung keragaman produksi dan kreativitas bisnis dan memungkinkan lapangan kerja diciptakan.

M. Dawam Rahardjo, seorang pemikir Islam terkenal dari Indonesia, menilai bahwa memang ada kecenderungan masyarakat Muslim menolak sistem kapitalisme. Hampir semua wacana yang berkembang di dunia Islam awal abad ke-20 menempatkan Islam sebagai sesuatu yang tidak kompatibel bahkan anti-tesa terhadap kapitalisme. Sikap antagonistik masyarakat Muslim terhadap kapitalisme disebabkan oleh beberapa hal (Huda, 2016). Pertama, pengalaman pahit masyarakat Muslim berhadapan dengan kolonialisme selama beberapa abad menjadikan masyarakat Muslim menolak apa saja yang datang dari negaranegara kolonial, terutama kapitalisme. Kolonialisme dianggap sebagai bentuk implementasi sistem ekonomi kapitalistik. Kedua, sikap materialistik yang ada dalam sistem kapitalisme dinilai berbahaya bagi iman Islam yang menekankan kehidupan setelah mati. Ketiga, kapitalisme dianggap melegalkan dan mendorong budaya hedonistik, sesuatu yang tidak patut dan tercela dalam kehidupan masyarakat Islam. Keempat, kapitalisme dianggap sebagai biang keladi kesenjangan dan kemunduran ekonomi masyarakat Muslim saat ini. Lebih dari itu, kapitalisme dianggap tidak memiliki kepekaan sosial.

Melihat ketimpangan yang ditimbulkan oleh sistem ekonomi kapitalisme ini beberapa tokoh menawarkan sistem ekonomi yang lebih humanis dan religius. Sistem ekonomi tersebut yang dinamakan ekonomi pasca-kapitalis dan kapitalisme religius.

Sistem ekonomi Pasca-Kapitalis akan menjadi sistem sosial di mana persaingan antar karyawan akan sangat dibatasi; pertukaran antara kapita dan tenaga kerja berubah dengan menghilangkan paksaan pengangguran; keuangan tidak lagi dikendalikan oleh modal; dan pejabat publik akan secara agresif membatasi peran persaingan pasar.

a. Ekonomi Pasca Kapitalis

Orang-orang progresif seperti Peter Drucker, Paul Mason, dan sebagainya menanggapi sifat disfungsi yang jelas dari bentuk kapitalisme yang berlaku dengan mengusulkan kebijakan yang akan pindah ke sistem ekonomi “pasca-kapitalis”. Sebuah langkah penting bergerak melampaui kapitalisme. Namun demikian, ketika akan meninggalkan kapitalisme, harus jelas tentang apa yang ditinggalkan. Oleh karena itu, awal yang relevan untuk meletakkan kapitalisme di belakang adalah dengan mengidentifikasi sifat dasar dari kapitalisme itu sendiri. Itu memberikan panduan untuk apa yang harus berubah dan, dengan implikasinya, apa yang ingin kita bangun.

Yang dimaksud dengan ekonomi pasca kapitalis adalah suatu keadaan di mana sistem ekonomi dunia tidak lagi dapat digambarkan sebagai bentuk-bentuk kapitalisme. Berbagai individu dan ideologi politik berspekulasi tentang apa yang akan mendefinisikan dunia semacam itu. Menurut beberapa Marxis klasik dan beberapa teori evolusi sosial, masyarakat pasca-kapitalis dapat muncul sebagai hasil dari evolusi spontan ketika kapitalisme menjadi usang. Peter Drucker (1993) dalam bukunya *Post Capitalist Society* menguraikan kemungkinan evolusi masyarakat kapitalistik. Dalam buku tersebut Drucker menyatakan bahwa pengetahuan adalah basis baru kekayaan. Menurut Drucker “ Bangsa-Bangsa Dunia Pertama” dan khususnya Amerika Serikat telah memasuki sistem produksi pasca-kapitalisme di mana modal tidak lagi dimiliki oleh satu orang atau keluarga tetapi oleh serangkaian organisasi seperti sebagai perusahaan

asuransi, bank, dan sebagainya. Oleh karena itu, semua warga Negara menjadi pemilik perusahaan-perusahaan yang ada, karena itu menjadi pemilik modal. Dengan demikian mereka tidak akan menghancurkan kapitalisme, tetapi mengatasinya. Drucker dalam bukunya tersebut memperkirakan bahwa masyarakat pasca-kapitalis akan menjadi masyarakat organisasi di mana setiap organisasi akan sangat terspesialisasi dalam bidangnya masing-masing. Dalam buku itu, Drucker memperkirakan transformasi ke pasca-kapitalisme akan selesai pada 2010–2020. Drucker juga berpendapat untuk memikirkan kembali konsep kekayaan intelektual dengan menciptakan sistem lisensi universal.

Singkatnya, pasca-kapitalisme akan menjadi sistem sosial di mana persaingan antar karyawan akan sangat dibatasi; pertukaran antara kapita dan tenaga kerja berubah dengan menghilangkan paksaan pengangguran; keuangan tidak lagi dikendalikan oleh modal; dan pejabat publik akan secara agresif membatasi peran persaingan pasar. Ini adalah visi masyarakat di mana kita membuat kapitalisme cocok untuk kehidupan manusia bukan dengan “menjadi lokal”, kecil dan kompetitif, tetapi dengan membuat kecenderungan dalam kapitalisme untuk menghasilkan monopoli sebagai kendaraan untuk mengendalikan masyarakat demi kepentingan banyak orang.

Tahun 2015, Paul Mason, seorang jurnalis dan penulis dari Inggris, dalam bukunya *PostCapitalism: A Guide to Our Future* menyatakan bahwa kenaikan ketidaksetaraan pendapatan, dan kontribusi kapitalisme terhadap perubahan iklim telah mendorong para ekonom, pemikir politik, dan filsuf untuk mulai mempertimbangkan dengan serius bagaimana penampilan dan fungsi masyarakat pasca-kapitalisme. Menurut Mason pasca-kapitalisme diharapkan dimungkinkan dengan kemajuan lebih lanjut dalam otomatisasi dan teknologi informasi karena otomatisasi dan teknologi informasi menyebabkan biaya produksi cenderung ke nol. Evolusi dan peningkatan kecanggihan baik otomasi dan teknologi informasi dikatakan mengancam pekerjaan dan menyoroti kontradiksi internal dalam Kapitalisme yang pada akhirnya akan menyebabkan keruntuhannya.

Kehadiran teknologi informasi dalam beberapa tahun terakhir ini memungkinkan membawa perubahan ke arah Pasca-capitalisme.

“Pasca-kapitalisme diharapkan dimungkinkan dengan kemajuan lebih lanjut dalam otomatisasi dan teknologi informasi karena otomatisasi dan teknologi informasi menyebabkan biaya produksi cenderung ke nol” (Paul Mason).

Batas antara pekerjaan dan waktu luang telah dikaburkan oleh teknologi informasi, demikian juga dengan longgarnya hubungan antara pekerjaan dan upah. Informasi secara signifikan telah merusak kemampuan pasar untuk membentuk harga dengan benar. Dengan adanya informasi yang berlimpah memungkinkan bahwa barang apapun dapat ditiru secara bebas. Barang-barang yang memiliki biaya produksi tinggi

perangkat lunak, database atau music dapat disalin begitu saja tanpa batas. Dalam sistem kapitalisme harga barang-barang itu tinggi, namun teknologi informasi telah menjadikan barang-barang tersebut tanpa biaya reproduksi. Kapitalisme telah membuat perusahaan-perusahaan raksasa memonopoli barang dan informasi. Tetapi dalam era informasi digital semua itu sekarang gratis dan open-source, seperti Linux, Firefox, dan Wikipedia.

Teknologi informasi dalam 25 tahun terakhir ini membawa tiga perubahan besar yang membuat kapitalisme dimungkinkan mengalami perubahan menjadi pasca-kapitalisme. Tiga perubahan besar tersebut adalah: *Pertama*, teknologi informasi mengurangi kebutuhan akan pekerjaan, mengaburkan batas antara pekerjaan dan waktu luang dan melonggarkan hubungan antara pekerjaan dan upah. Gelombang otomatisasi yang akan datang, saat ini terhenti karena infrastruktur sosial kita tidak dapat menanggung akibatnya, akan sangat mengurangi jumlah pekerjaan yang dibutuhkan - tidak hanya untuk bertahan hidup tetapi untuk memberikan kehidupan yang layak bagi semua orang; *Kedua*, informasi merusak kemampuan pasar untuk membentuk harga dengan benar. Itu karena pasar didasarkan pada kelangkaan sementara informasi berlimpah. Mekanisme pertahanan sistem ini adalah untuk membentuk monopoli - perusahaan teknologi

raksasa - dalam skala yang tidak terlihat dalam 200 tahun terakhir, namun mereka tidak dapat bertahan lama. Dengan membangun model bisnis dan berbagi penilaian berdasarkan penangkapan dan privatisasi semua informasi yang diproduksi secara sosial, perusahaan semacam itu membangun bangunan perusahaan yang rapuh yang bertentangan dengan kebutuhan paling mendasar umat manusia, yaitu menggunakan ide secara bebas; *Ketiga*, kita melihat peningkatan spontan produksi kolaboratif: barang, jasa, dan organisasi muncul yang tidak lagi merespons perintah pasar dan hierarki manajerial. Produk informasi terbesar di dunia - Wikipedia - dibuat oleh sukarelawan secara gratis, menghapuskan bisnis ensiklopedia dan merampas pendapatan industri periklanan.

Paul Mason berpendapat bahwa revolusi digital memiliki potensi untuk membentuk kembali sepenuhnya gagasan kita tentang pekerjaan, produksi, dan nilai; dan untuk menghancurkan ekonomi berdasarkan pasar dan kepemilikan pribadi. Bahkan menurut Mason situasi yang demikian ini sudah terjadi. Mason mencontohkan adanya bukti-bukti poskapitalisme seperti Wikipedia, mata uang paralel, koperasi, dan ruang online yang dikelola sendiri. Menurut Mason dari abu krisis keuangan 2007-2008, kita memiliki peluang untuk menciptakan ekonomi global yang lebih adil secara sosial dan berkelanjutan. Mason membuat sketsa peta jalan menuju masyarakat global post-kapitalisme. Ada «lima prinsip transisi», semua dipertimbangkan beroperasi melalui jejaring sosial non-hirarkis, yaitu (Mason, 2015):

- 1) Menggunakan sejumlah besar data nyata untuk memahami, membuat model, dan menguji ide-ide untuk perubahan sosial sehingga cocok dengan tren yang dapat diamati dalam perilaku manusia.
- 2) Keberlanjutan ekologis.
- 3) Memastikan bahwa transisi ke pasca-kapitalisme tidak dikonseptualisasikan hanya dalam istilah ekonomi, tetapi dalam istilah manusia yang lebih luas.
- 4) Mengatasi masalah dengan beragam pendekatan, daripada mencoba solusi monolitik.

5) Maksimalkan kekuatan informasi.

Tujuan utamanya dari semua itu adalah:

- 1) Cepat mengurangi emisi karbon agar tetap di bawah 2° C pemanasan pada tahun 2050.
- 2) Menyetabilkan dan menyosialisasikan sistem keuangan global.
- 3) Memprioritaskan teknologi kaya informasi untuk memberikan kemakmuran materi dan memecahkan tantangan sosial seperti kesehatan yang buruk dan ketergantungan pada kesejahteraan.
- 4) Menggunakan teknologi untuk meminimalkan pekerjaan yang diperlukan, sampai pekerjaan menjadi sukarela dan manajemen ekonomi dapat fokus pada energi dan sumber daya daripada modal dan tenaga kerja.

Sarana yang disarankan untuk mencapai ini termasuk:

- 1) Modelkan kebijakan dengan seksama menggunakan data yang berlimpah sebelum mengimplementasikannya.
- 2) Mengatasi utang publik, bukan melalui privatisasi dan penghematan neoliberal, tetapi sebagian dengan menutup perbankan luar negeri dan dengan mempertahankan suku bunga di bawah tingkat inflasi.
- 3) Mempromosikan (sebagian melalui dukungan / regulasi negara) bentuk kerja sama kolaboratif / kooperatif / nirlaba dan produksi *creative commons*, daripada model bisnis yang sangat tidak merata, otokratis dan / atau mencari sewa.
- 4) Hancurkan monopoli atau, jika hal ini tidak praktis, sosialisasikanlah.
- 5) Sosialisasi sistem keuangan (melalui fase transisi mengatur kembali sektor keuangan).
- 6) Bayar semua orang penghasilan dasar.

Banyak orang yang menyatakan bahwa ide mengenai masa pasca-kapitalisme adalah sesuatu pemikiran yang utopis. Menghadapi tudingan tersebut, dua orang yang ikut mendukung gagasan Paul Mason mengenai ekonomi pasca-kapitalis yakni Michael Albert dan Robin Hahnel (1991) menjawab demikian:

“Are we being utopian? It is utopian to expect more from a system than it can possibly deliver. To expect equality and justice—or even rationality—from capitalism is utopian. To expect social solidarity from markets, or self-management from central planning, is equally utopian. To argue that competition can yield empathy or that authoritarianism can promote initiative or that keeping most people from decision making can employ human potential most fully: these are utopian fantasies without question. But to recognize human potentials and to seek to embody their development into a set of economic institutions and then to expect those institutions to encourage desirable outcomes is no more than reasonable theorizing. What is utopian is not planting new seeds but expecting flowers from dying weeds”.

(Apakah kita menjadi utopis? Adalah utopis untuk mengharapkan lebih banyak dari suatu sistem daripada yang bisa dihasilkannya. Mengharapkan kesetaraan dan keadilan — atau bahkan rasionalitas — dari kapitalisme adalah utopis. Mengharapkan solidaritas sosial dari pasar, atau manajemen diri dari perencanaan pusat, sama utopisnya. Untuk berargumen bahwa persaingan dapat menghasilkan empati atau bahwa otoritarianisme dapat mempromosikan inisiatif atau bahwa menjaga sebagian besar orang dari pengambilan keputusan dapat memanfaatkan potensi manusia sepenuhnya: ini adalah fantasi utopis tanpa pertanyaan. Tetapi untuk mengenali potensi manusia dan untuk berusaha mewujudkan perkembangan mereka ke dalam seperangkat lembaga ekonomi dan kemudian mengharapkan lembaga-lembaga itu untuk mendorong hasil yang diinginkan tidak lebih dari berteori wajar. Apa yang utopis bukanlah menanam benih baru tetapi mengharapkan bunga dari gulma yang sekarat.)

Robin Hahnel dalam bukunya *Of the People, By the People: The Case for a Participatory Economy* (2012) menggambarkan ekonomi pasca-kapitalis sebagai ekonomi partisipatif. Ekonomi

partisipatif adalah sistem ekonomi berdasarkan pengambilan keputusan partisipatif sebagai mekanisme ekonomi utama untuk alokasi dalam masyarakat. Dalam sistem, suara dalam pengambilan keputusan proporsional dengan dampak pada seseorang atau sekelompok orang. Ekonomi partisipatif adalah suatu bentuk ekonomi terencana yang didesentralisasi secara sosialis yang melibatkan kepemilikan bersama atas alat - alat produksi. Ekonomi partisipatif memungkinkan semua orang mencapai kesejahteraan dan jurang antara kaya dan miskin yang ditimbulkan oleh sistem ekonomi kapitalisme dapat dipersempit. Buku tersebut berakhir dengan tawaran Hahnel mengenai *Green New Deal*, paket kebijakan yang menangani perubahan iklim dan krisis keuangan.

Michael Albert, seorang anggota pendiri Organisasi Internasional untuk Masyarakat Partisipatif, pada tahun 2012, bersama Robin Hahnel bekerja menguraikan ide-ide mereka di sekitar ekonomi partisipatif. Mereka menerbitkan *Looking Forward and The Political Economy of Participatory Economics* (2016). Dalam bukunya *Realizing Hope: Life beyond Capitalism* (2006), Albert menggunakan kata "Parecon" untuk menggambarkan perencanaannya tentang sistem ekonomi yang menawarkan alternatif nyata untuk kapitalisme, dibangun di atas nilai-nilai yang mendasar. Nilai-nilai mendasar yang ingin diimplementasikan oleh parecon adalah kesetaraan, solidaritas, keragaman, manajemen mandiri pekerja, efisiensi (didefinisikan sebagai mencapai tujuan tanpa membuang-buang aset yang dihargai) dan keberlanjutan. Lembaga-lembaga parecon termasuk dewan pekerja dan konsumen yang menggunakan metode manajerial mandiri untuk pengambilan keputusan, kompleks pekerjaan yang seimbang, remunerasi berdasarkan upaya individu, dan perencanaan partisipatif yang luas. Dalam buku baru yang ambisius ini, Albert melangkah lebih jauh. Albert menawarkan visi tentang bagaimana seluruh bidang kehidupan dapat ditransformasikan dalam masyarakat pasca-kapitalis.

b. Kapitalisme Religius

Pada bagian sebelumnya sudah diuraikan bahwa ide mengenai masa pasca-kapitalisme bagi banyak orang adalah sesuatu pemikiran yang utopis. Francis Fukuyama, seorang warga Negara Amerika keturunan Jepang yang berprofesi akademisi, komentator politik, dan penasihat pemerintah Amerika Serikat, dalam tulisannya *“The End of History”* (1992) menyatakan bahwa kapitalisme masih akan terus berlanjut. Dengan runtuhnya sosialisme Uni Soviet kapitalisme liberal terbukti mampu mengalahkan sosialisme komunis. Bagi Fukuyama, kapitalisme adalah sebuah ideologi pemenang yang tanpa ada tanding. Sehingga, sebagaimana yang pernah dikatakan oleh Margaret Thatcher, Perdana Menteri Inggris era 70an, *“There Is No Alternative”*, tidak ada alternatif lain selain pilihan tunggal kapitalisme. Fukuyama menegaskan secara optimistik bahwa saat ini dunia dalam era penghujung sejarah dan masa depan tidak akan pernah lagi tersedia ruang bagi pertarungan antar ideologi besar. Pemenang pertarungan antar ideologi ini dari masa ke masa adalah ideologi demokrasi liberal barat yang didukung oleh sistem ekonomi kapitalis. Lester Thurow dalam *“The Future of Capitalism”* (1997), mengatakan bahwa kapitalisme masih akan berlanjut meskipun mengalami beberapa perubahan. Ia memajukan eksperimen sosial dengan menciptakan prinsip, norma, dan aturan-aturan sosial baru yang sesuai dengan perkembangan ekonomi. Sehingga, semakin berkembang ekonomi dan teknologi, semakin berkembang pula komponen normatif masyarakatnya.

“It’s still going to be capitalism, but it’s going to be a very different capitalism. In other words, we know the forces that are going to determine the future of capitalism. But we don’t know is the exact shape of the future, because that’s not determined by stars; it’s determined by what we do” (Lester Thurow).

Norma dan aturan baru yang dibutuhkan agar sistem ekonomi yang berjalan lebih humanis dan religius bersumber dari ajaran-ajaran universal agama. Sistem ekonomi yang dituntun oleh ajaran agama-

agama itu yang kemudian disebut Kapitalisme Religius. Jadi, Kapitalisme religius adalah sebuah *free market enterprise system* dimana aktivitas ekonomi para pelakunya – yang meliputi produksi, alokasi, konsumsi, dan distribusi kekayaan - dituntun oleh etika, moral, dan semangat keagamaan. Dapat dikatakan bahwa kapitalisme religius adalah sistem ekonomi yang holistik yang dituntun oleh prinsip, nilai, dan norma etika agama yang dibangun atas dasar keadilan dan kebaikan (*al-adl wa'l ihsan*) bagi kemanusiaan (Achsien, 1999).

Kemunculan kapitalisme pada mulanya erat sekali dengan dengan semangat religius terutama kaum protestan, sebagaimana diungkap Marx Weber dalam karyanya *The Protestant Ethic of Spirit Capitalism* (1930). Sebelum Kapitalisme Awal berkembang (1500 – 1750), pemikiran mengenai sistem ekonomi yang digerakkan oleh semangat religius telah menjadi pemikiran beberapa tokoh agama. Dari Gereja Katolik ada Santo Thomas Aquinas seorang filsuf dan pemimpin agama. Sementara dari Islam ada filsuf dan ekonom yaitu Ibn Tamiyya dan Ibn Khaldun. Mereka mempunyai gagasan tentang sistem ekonomi yang terkait dengan semangat religius dan yang dapat menghindarkan manusia dari keterasingan akibat sekularisme.

St. Thomas Aquinas, dalam karyanya "*Summa teologica*", menuliskan tentang doktrin pemikiran ekonomi yang menyangkut kepemilikan pribadi, *the just price*, tentang *distributive justice*, dan larangan rente (*usury*) atau *improper gains*. St. Thomas Aquinas yang tulisannya merepresentasikan ajaran Gereja Katolik, mendukung kepemilikan pribadi dengan dasar pemikiran bahwa hal tersebut sesuai dengan hukum alam menurut alasan kemanusiaan, untuk menfaat kehidupan manusia. Dikatakan pula bahwa *private production* akibat pengakuan *private property* memberikan stimulus yang lebih besar untuk aktivitas ekonomi dibandingkan dengan produksi bersama. Meski demikian, tidak lantas menjadi kepemilikan yang tidak terbatas seperti hukum Romawi. Aquinas merefleksikan ide *stewardship of wealth*. Bahwa yang lain memiliki hak untuk dibagi. Aquinas memperbolehkan pula pengaturan pemerintah untuk barang publik. Kemudian Aquinas mengakui pula pentingnya kegiatan komersial dan tindakan yang realistis dari adanya insentif.

Dengan menggunakan Qur'an dan Sunnah sebagai sumber yurisprudensi utama, Ibn Taymiyyah mendiskusikan dan menganalisa peranan al-hisba, market supervisor (pengawas pasar) dan pengembangan serta ciri kewajiban pemerintah. Dalam hal ini pemerintah seharusnya berperan dalam mendorong dilaksanakannya aturan main (*code of conduct*) yang Islami sehingga produsen, pedagang, dan agen ekonomi yang lain berlaku jujur dan adil dalam melakukan transaksi. Harus dapat dipastikan bahwa di pasar terjadi kompetisi yang adil, *even playing field*, sehingga bebas dari manipulasi dan eksploitasi. Menjadi kewajiban pemerintah juga untuk memastikan seluruh kebutuhan masyarakat terpenuhi. Pada pasar yang demikian, Ibn Taymiyya mengajukan konsep "*price of equivalent*" yang menjadi dasar "*reasonable profit*". "*Price of equivalent*" adalah konsep pragmatis yang dapat ditentukan dengan mempelajari kondisi pasar. Harga ditentukan dalam *a market free of imperfection* (Kahf, 1982) melalui kekuatan supply dan demand (Siddiqi, 1982). Pandangannya tentang market supervision ini dilatari oleh kepeduliannya yang sangat besar pada keadilan dan fair play. Pandangannya tentang hak kepemilikan dapat dikatakan menggunakan pendekatan *individualism conscious of mutual responsibilities*. Berdasarkan pandangan-pandangan tersebut, beberapa pengulasnya mengatakan bahwa pemikiran Ibn Tamiyya kurang lebih sejajar dengan konsep modern *welfare state*.

Ibn Khaldun kerap dianggap sebagai ekonom terbesar Islam, selain sebagai seorang sejarawan dan filosof. Karyanya yang monumental, "*Muqaddimah*", atau "*The prologema*" atau "*The Introduction*" dikerjakan selama empat tahun (1375-1379). Analisisnya yang hati-hati memberi kontribusi atas study tentang penyebab underdevelopment. Ciri khas dalam melakukan pendekatan terhadap persoalan ekonomi adalah kesediannya untuk menggunakan pertimbangan berbagai faktor seperti geografis, etnik, politik, dan sosiologis dalam situasinya. Beliau tidak membatasi pada apa yang disebut faktor ekonomi saja. Dapat dikatakan sebagai peletak awal analisis yang holistik dan integratif. Lingkup pemikirannya meliputi teori nilai, hukum *supply* dan *demand*, produksi, distribusi dan konsumsi kekayaan, uang dan modal, *division of labor*, *capital formation* dan pertumbuhan ekonomi, perdagangan internasional, *public finance*, dan tanggung jawab ekonomi pemerintah.

Rekomendasi kebijakannya didasari oleh analisisnya atas apa yang terjadi dengan mendasarkan pada *“the dictates of reason as well as ethics”*, menunjukkan pertimbangan positif sekaligus normatif. Yang diambil di sini adalah terkait dengan sistem ekonomi. Tentang mekanisme alokasi sumber daya, hak kepemilikan, dan institusi pengaturan. Ibn Khaldun menekankan pentingnya kepemilikan pribadi dan efisiensi ekonomis.

Pemikiran ketiga tokoh di atas seharusnya mencukupi untuk menjadi dasar pijakan membangun system ekonomi kapitalis religius. Gerakan kapitalisme religius dengan demikian berangkat dari dasar pemikiran yang sifatnya filosofis, moral, etis, religius, sekaligus rasional. Dengan demikian, system ekonomi yang dibangun tidak sekedar mekanisme aktivitas ekonomi yang mengatur alokasi sumber daya untuk memenuhi kebutuhan material dan fisik masyarakat, tapi juga untuk melengkapi kebutuhan spiritual dan intelektual. Dengan demikian, dalam kapitalisme religius pun diupayakan suatu optimisasi penggunaan sumber daya yang ramah lingkungan dengan memperhitungkan generasi mendatang, manajemen fiskal yang disiplin, dan adanya agenda kepedulian sosial yang melembaga.

Kapitalisme religius sebagai suatu sistem ekonomi dengan demikian memiliki prinsip-prinsip yang tidak boleh diabaikan. Prinsip yang kemudian terefleksi pada ciri dari kapitalisme religius yang akan diuraikan meliputi pandangan tentang manusia dan hubungannya dengan Tuhan sebagai dasar filosofis, pandangan atas kepemilikan pribadi, insentif yang mendorong tindakan, mekanisme alokasi, serta peran pemerintah dalam hal pemerataan keadilan (*distributive justice*).

Tentang Manusia dan Hubungannya dengan Tuhan. Sistem ekonomi tidak lepas dari filosofi kemanusiaan yang melatarinya. Adalah fakta bahwa sumber fenomena ekonomi dan sosial adalah manusia. Kondisi sosio-ekonomis dengan demikian diturunkan dari tindakan individu-individu dalam masyarakat. Maka, tindakan individu-masyarakat merupakan manifestasi dari moralitas, dan penampakan kasat mata tidak terpisahkan dengan kesadaran nilai dari dalam. Kapitalisme religius memiliki filosofi pengembangan kemanusiaan yang sekaligus menjadi asumsi yang melatarinya. Manusia dalam sistem ini dalam bahasa confusianism adalah chun tzu (*perfect man*) atau jen (*superior*

Kapitalisme religius sebagai suatu sistem ekonomi dengan demikian memiliki prinsip-prinsip yang tidak boleh diabaikan. Prinsip yang kemudian terefleksi pada ciri dari kapitalisme religius yang akan diuraikan meliputi pandangan tentang manusia dan hubungannya dengan Tuhan sebagai dasar filosofis, pandangan atas kepemilikan pribadi, insentif yang mendorong tindakan, mekanisme alokasi, serta peran pemerintah dalam hal pemerataan keadilan (*distributive justice*).

man) yang loyal terhadap moral dan memperlakukan yang lain seperti memperlakukan dirinya sendiri. Dalam tradisi Islam dikenal konsep insah salih atau insan kamil (*the virtuous/perfect man*) sebagai wakil Tuhan di muka bumi, khalifa Allah Fil-ard (*God vicegerent on earth*). Atau dalam konsep manusia Kristen adalah Imago Dei atau Pontifex, yang menjembatani dunia dan akhirat. Asumsi ini adalah cita-cita untuk mencapai kemuliaan kemanusiaan, *dignity of man*. Aspek lain yang perlu dikemukakan adalah bahwa manusia memiliki pula etika kehendak bebas sebagai individu maupun secara kolektif. Untuk memilih berbuat baik atau buruk. Etika kehendak bebas ini diimbangi dengan pertanggung-jawaban, amanah atau *accountability*.

Pandangan tentang *Property Right*. Tampaknya sistem ekonomi dibangun atas basis kepemilikan yang mengambil dua dimensi: (1) moral atau spiritual atau religius, dan (2) material. Pada permukaannya tampaknya kedua dimensi ini berada dalam konflik tak terhindarkan, tapi akan tetap hadir bersamaan (*coexist*) selama kegiatan ekonomi dilakukan dari produksi, alokasi, dan dan distribusi. Keseimbangannya bisa diwujudkan dengan filosofi realitas Tao, yaitu yin dan yang. Dengan demikian, kapitalisme religius tidak menolak kepemilikan pribadi. Tetapi kepemilikannya kemudian tidak lantas tidak terbatas, seperti pemikiran Aquinas dan Ibn Taymiyyah dan juga Ibn Khaldun. Dapat ditegaskan bahwa konsep kepemilikannya adalah terbatas dan relatif (*limited and relative ownership*). Bahwa pemilik dari segala pemilik adalah Tuhan Yang Maha Kuasa.

Persoalan Insentif. Ilmu ekonomi dapat dirangkumkan dalam satu kalimat, *“people responds to incentives”*. Dalam kapitalisme religius, dari konsep kepemilikan yang telah dijelaskan di atas, telah jelas bahwa pertimbangan yang menjadi dorongan adalah reason sekaligus ethics. Rasional dan juga intuitif. Positif sekaligus normatif.

Pandangan tentang Mekanisme Alokasi. Market orientation sebagai penggerak kapitalisme didorong betul. Seagaimana pula yang dijelaskan Ibn Khaldun, peradaban Islam ditandai dengan kuatnya semangat komersial dengan dorongan pasar. Dengan demikian, telah pula terlihat dari pemikiran Aquinas maupun Ibn Taymiyyah, bahwa kegiatan komersil tidak dilarang. Kekuatan pasar, faktor *demand* dan *supply* yang akan efisien, *free of imperfection*, akan mendorong terbentuknya *“just price”* ataupun *“price equivalent”*. Ditemukan pula bahwa terdapat kesamaan adanya pelarangan kegiatan rente, usury atau riba. Pembuktian yang komprehensif secara teoritis atas rasionalisasi pelarangan usury atau riba, termasuk di dalamnya pelarangan interest rate, dibahas oleh Umer Capra dalam *“Towards Just Monetary System”* (1985), dan juga Masudul Alam choudhury, dalam *“Contributions to Islamic Economic Theory: study in Social Economics”* (1986).

Tentang Peran Pemerintah dan Distributive justice. Meski kapitalisme religius menekankan betul peran pasar, terdapat pula institusi pemerintah atau hisba untuk mengawasi terjadinya aktivitas ekonomi secara adil, dan mencegah terjadinya manipulasi, eksploitasi, dan monopoli. Campur tangan atas penentuan harga tidak diperlukan dengan asumsi efisiensi pasar, *free of imperfection atau competition on even playing field*. Pemerintah mengambil tindakan saat terjadinya market failure akibat dilanggarnya code of conduct yang bermuatan moral dan semangat religius. Yang sangat patut dicegah adalah terjadinya government failure yang akan membuat ketidakseimbangan makin parah. Oleh karena itu, rekomendasi kebijakan yang diambil tetap harus dikembalikan pada pertimbangan rasional dan etis.

Perintah agama untuk mencegah akumulasi kekayaan yang berputar hanya pada sebagian golongan saja memberikan konsepsi tentang *distributive justice*. Instrumen yang dapat digunakan dalam hal ini, sebagaimana yang telah dicontohkan, adalah pajak dan atau

zakat (yang sifatnya wajib) dan waqaf (charity, yang sangat dianjurkan). Dengan demikian kapitalisme religius semestinya diinstrumentasikan dengan kebijakan publik yang hati-hati dan membawa manfaat bagi banyak pihak (masalah mursalah).

Weber dalam tulisannya telah menjelaskan bahwa semangat kapitalisme terdapat dalam ajaran Protestan. Dimana tujuan hidup adalah untuk mendapatkan kemakmuran dan kekayaan untuk melayani Tuhan. Dengan sikap sehari-hari yang bijaksana, rajin, dan bersungguh-sungguh dalam mengelola bisnis. Yang berarti pula sikap pencarian keuntungan yang rasional, efisien dan sistematis dengan penghitungan yang cermat dan berdasarkan situasi ekonomi yang diharapkan. Dalam hal ini, Afzalur Rahman dalam “Muhammad sang Pedagang” (2000) juga mencoba menekankan bahwa Islam menekankan betul etos ekonomi untuk berusaha dan memperoleh keuntungan. Muslim didorong untuk memperoleh karunia Tuhan (rezeki dari hasil perniagaan) di muka bumi. Beberapa ayat Qur’an dan hadist menunjukkan hal tersebut (lihat misalnya QS. 28:7). Kewajiban dalam Islam semacam zakat, shadaqah, waqaf, qurban, dan juga haji secara implisit menyuruh muslim untuk menjadi “orang kaya”. Karena mereka yang mempunyai kelebihan kekayaan sajalah yang dapat menjalankan kewajiban-kewajiban tersebut.

Dari sebab itu, bila berbicara tentang tujuan masyarakat yang lebih luas, maka sudah seharusnya berbicara tentang pertanyaan-pertanyaan mendasar yang menyangkut masalah-masalah manusia, masyarakat, dan arti kehidupan dalam hubungannya dengan agama. Kemampuan terbatas dari ideologi-ideologi keduniawian yang secara efektif digunakan untuk mengerahkan tenaga-tenaga pendorong di dalam bagian masyarakat tradisional kita ini, memiliki syarat yang berupa hubungan-hubungan tak terpisahkan dari nilai-nilai dan sikap budaya di dalam masyarakat kita dengan kepercayaan agama yang kompleks itu (Soedjatmoko, 1984). Oleh sebab itu, untuk meningkatkan pembangunan ekonomi yang didasari oleh sistem ekonomi yang kokoh, diperlukan penggiatan dorongan-dorongan yang mendasar. Dorongan mendasar tersebut tertanam dalam acuan budaya agama. Lagi pula, agama diturunkan untuk menjawab persoalan manusia

di dunia, baik dalam persoalan makro maupun mikro. Karena itu diperlukan “pembumian” ajaran langit. Dalam artian pengamalan agama dalam segenap aspek kehidupan manusia, termasuk persoalan ekonomi. Dengan demikian, sekulerisme sudah jelas ditolak karena hanya akan menimbulkan alienasi (keterasingan) secara individual maupun masyarakat. Yang selanjutnya dibutuhkan adalah penafsiran ajaran agama secara teoritis faktual sebagai dasar pengamalan, untuk insitusionalisasi dan instrumentasi ajaran. Menurut Muhammad Iqbal, periode kehidupan religius melalui masa *faith* (kepercayaan), kemudian *thought* (pemikiran) dan lantas *discovery* (penemuan). Penemuan ini adalah sampainya manusia pada Realitas Tertinggi (M. Iqbal, 1984). Dengan demikian, pada saat ilmu pengetahuan yang sifatnya empiris mulai menyeimbangkan diri norma, pada saat yang sama, ajaran agama pun diterjemahkan secara rasional. Catatannya adalah bahwa agama tetap mengakui baik pengalaman empirik dan spiritual sebagai sumber ilmu pengetahuan.

3. Entrepreneurship

Dalam sistem ekonomi pasca-kapitalis yang digambarkan di atas kehadiran para entrepreneur sangat dibutuhkan. Penggagas aplikasi Wikipedia, Gojek, Shopee dan lain-lain adalah para entrepreneur yang berpikir *out of the box*. Entrepreneur adalah orang yang mempunyai **keyakinan kuat untuk mengubah dunia melalui ide dan inovasinya**, sesuai dengan semangat pasca-kapitalis yang ingin keluar dari sistem ekonomi kapitalis yang sudah mapan dan banyak menimbulkan efek negatif. Dengan demikian para entrepreneurs menjadi partner yang sangat baik bagi sistem ekonomi pasca-kapitalis.

Istilah Entrepreneurship diadopsi dari bahasa Perancis *entreprenre* yang berarti melakukan (*to under take*), memulai atau berusaha melakukan tindakan mengorganisir dan mengatur. Istilah Entrepreneurship mulai diperkenalkan dalam tulisan Richard Cantillon yang berjudul *Essai Sur la Nature du Commerce en General* tahun 1755 (Hannah Orwa Bula, 2012). Menurut Cantillon entrepreneur adalah agen yang membeli alat produksi dengan harga tertentu untuk menggabungkannya. Sementara Schumpeter (1934) menyatakan

bahwa entrepreneur adalah seorang innovator. Para innovator ini mengimplementasikan perubahan-perubahan di pasar melalui kombinasi-kombinasi baru. Kombinasi yang dimaksud adalah memperoleh bahan baku baru, membuka pasar baru, atau mengelola sebuah industri dengan organisasi baru. Nampak bahwa Schumpeter mengaitkan entrepreneurship dengan konsep inovasi (Aldrich Howard, 2005).

Peter Drucker sebagai penggagas teori ekonomi pasca-kapitalist menyimpulkan bahwa telah terjadi pergeseran ekonomi manajemen ke ekonomi entrepreneurship. Dahulu penyerap tenaga kerja terbesar adalah perusahaan besar, sementara sekarang adalah industri kecil dan menengah (Peter Drucker, 1985). Entrepreneur adalah orang yang menggabungkan sumber daya berdasarkan ide-ide baru untuk menambah nilai pada produk baru atau yang sudah ada atau menambah inovasi dalam layanan yang diberikan.

Dalam jangka waktu yang lama, banyak orang menganggap bahwa entrepreneurship hanya sebatas persoalan ekonomi. Akan tetapi sebenarnya entrepreneurship jauh lebih luas daripada sekadar persoalan ekonomi. Entrepreneurship meliputi semua bidang kehidupan baik itu ekonomi, budaya, social politik, pendidikan, teknik dan sebagainya. Ada beberapa faktor yang berkontribusi terhadap munculnya dan berkembangnya entrepreneurship. Menurut teori penentuan nasib sendiri, entrepreneurship muncul karena keinginan seseorang atau sekelompok orang untuk mewujudkan otonomi mereka. Mereka ingin bekerja atau melakukan sesuatu secara mandiri tanpa tekanan dari pihak lain (Sheldon, 2001).

Namun lebih dari persoalan keinginan otonomi, Ini adalah tentang membayangkan cara-cara baru untuk menyelesaikan masalah dan menciptakan nilai. Ini karena, nilai-nilai penting bagi seorang entrepreneur untuk memahami entrepreneurship dan makna serta tujuan kegiatan entrepreneurship. Dalam buku ini entrepreneurship selanjutnya dikaitkan dengan spiritualitas karena persoalan makna, tujuan dan nilai-nilai juga merupakan elemen utama dari spiritualitas. Studi entrepreneurship hanya mungkin dilakukan dengan memahami nilai-nilai dan makna yang dimiliki oleh entrepreneurship. Semua

aktivitas mereka biasanya didasarkan pada nilai-nilai mereka, tujuan, dan makna yang mereka pegang. Nandram dan Borden (2009) menambahkan bahwa, spiritualitas dalam entrepreneurship adalah tentang kemauan yang kuat dan kemampuan untuk melihat, percaya, dan membayangkan masa depan yang tidak dilihat atau dipercaya oleh orang lain. Dengan cara ini, spiritualitas berfungsi sebagai kekuatan pendorong bagi para entrepreneur. Entrepreneur benar-benar orang spiritual. Ini adalah tentang upaya untuk mengatasi keterbatasan seseorang dan terlibat dalam mengikuti visi melalui menjelajah tidak peduli seberapa tidak berwujud atau sesaat tampaknya pada awalnya.

Seorang entrepreneur sejati akan diganggu oleh pertanyaan berkatatian dengan makna hidup: apa arti keberadaan saya di sini? Kontribusi apa yang saya buat dan apa yang saya tawarkan yang penting? Apa yang ingin saya tinggalkan di sini? Pertanyaan-pertanyaan tersebut yang mendasari pilihan tindakan seorang entrepreneur. Pertanyaan itu menghantar seorang entrepreneur menjadi orang yang berkomitmen dan memenuhi tujuan hidup yang lebih tinggi. Kepenuhan tujuan ini memberi seseorang alasan untuk hidup; itu membuat hidup lebih dari sekedar pencarian bertahan hidup, tetapi ia ingin memberi makna bagi dunia sekitarnya lewat pembedaan berupa inovasi-inovasi yang dibuatnya untuk membuat dunia menjadi lebih baik. Ini adalah kekuatan pendorong yang mendorong para entrepreneur untuk berhasil melakukan dalam bisnis.

Dalam khasanah bahasa Indonesia, entrepreneurship dapat diartikan sebagai kewirausahaan, dan kata entrepreneur diterjemahkan sebagai wirausaha atau wiraswasta, yakni seseorang yang bekerja untuk bisnis miliknya sendiri. Kata “Kewirausahaan” berasal dari kata **wira** dan **usaha**. Menurut Kamus Bahasa Indonesia, Wira berarti; pejuang, berani dan berwatak agung, berbudi luhur. Sedangkan kata Usaha berarti; bekerja, berbuat amal, berbuat sesuatu. Maka seorang wirausaha adalah orang berani berbuat sesuatu. Kewirausahaan adalah suatu proses untuk mengembangkan, mengidentifikasi, dan mewujudkan perubahan social dalam kehidupan. Perubahan itu bukan hanya demi dirinya sendiri, tetapi untuk orang lain, membebaskan dari belenggu ruang kreasi, dari yang kurang baik menuju kebaikan, dari

yang kurang adil menuju keadilan, dari yang kurang berguna menuju ke sangat berguna.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kriteria seorang *entrepreneur* bisa dilihat dari ciri – ciri sebagai berikut:

- Memiliki keyakinan untuk mengubah dunia menjadi lebih baik
- Suka berinovasi dan menemukan ide – ide baru yang membuat kehidupan lebih baik
- Mendirikan organisasi, lembaga, perusahaan sendiri (dikenal sebagai *founder*)
- Berani mengambil risiko untuk mewujudkan ide dan inovasinya
- Berorientasi pada *value* daripada *profit*.

Karena *entrepreneurship* sesungguhnya adalah sikap dan keyakinan, maka *entrepreneurship* juga tidak hanya ditemukan pada orang yang independen, tetapi juga dalam organisasi, perusahaan, instansi pemerintah, dan berbagai institusi lainnya. Untuk mereka yang berada dalam organisasi tertentu hal ini dinamakan dengan *intrapreneurship*. Berdasarkan hal tersebut di atas maka tolok ukur keberhasilan *entrepreneurship* adalah perubahan, perubahan, dan perubahan untuk dunia yang lebih baik.

4. Perbedaan bisnis dan entrepreneurship

Salah satu definisi bisnis yang telah dibahas di atas adalah seluruh aktivitas dan usaha untuk mencari keuntungan dengan menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat. Sementara entrepreneurship pertama-tama adalah soal adanya keyakinan kuat yang ada dalam diri seseorang untuk mengubah dunia melalui ide dan inovasinya, dan selanjutnya menggunakan daya upaya untuk mewujudkan ide tersebut menjadi kenyataan. Dari kedua definisi tersebut sangat jelas terlihat bahwa orientasi bisnis yang pertama dan utama adalah mencari keuntungan, sedangkan entrepreneurship orientasinya adalah ide dan inovasi untuk mengubah dunia yang tentunya menjadi lebih baik. Perbedaan bisnis dan entrepreneurship menjadi

lebih jelas dilihat dari sisi pelaku, yakni: pengusaha (bisnis) dan entrepreneur (entrepreneurship). Tidak semua pengusaha memiliki jiwa *entrepreneur*. Sedangkan seorang *entrepreneur* pasti memiliki jiwa pengusaha, di mana mereka dapat memanfaatkan peluang dari setiap bisnisnya atau orang yang terjun ke dalam suatu bisnis. Jika kita memiliki jiwa *entrepreneur*, dapat dipastikan bisnis yang akan dijalani akan dapat terus bertahan.

Dalam tulisan Istianingsih dan Suraji yang berjudul Kekuatan Spiritualitas Dalam Entrepreneurship (2020) disebutkan perbedaan antara pengusaha dan entrepreneur dapat dilihat dari segi: tujuan, waktu, sikap, resiko, ide dan definisi sukses. Dari sisi tujuan, jelas bahwa pengusaha menjalankan bisnisnya pertama-tama untuk mendapatkan keuntungan. Sementara seorang *entrepreneur* lebih peduli pada perubahan di sekitar dan mengejar *passion* untuk mencapai tujuan akhir yang memberikan kesenangan dan kepuasan. *Entrepreneur* kurang tertarik pada keuntungan secara finansial, tapi mereka fokus dalam mengembangkan produk atau jasa yang akan mereka tawarkan. Yang kedua, dari sisi waktu. Pada umumnya pengusaha tidak suka membuang waktu. Pengusaha akan selalu mengecek jam untuk memastikan tidak ada pekerjaan atau kegiatan yang tertunda dan harus diselesaikan di luar jam kantor. *Entrepreneur* dapat menghabiskan waktu lebih lama untuk menyelesaikan pekerjaannya dan membuat produknya lebih sempurna. Ketiga, soal sikap. Pengusaha biasanya akan merasa nyaman dengan apa yang telah dan rutin mereka lakukan. Sebaliknya, *entrepreneur* akan terus menyesuaikan dan mengikuti perkembangan zaman dan mengubah pola pikir untuk membuat perusahaan mereka sebesar mungkin tanpa ada batasan. Keempat, masalah risiko. Pengusaha akan selalu melakukan perhitungan dalam menjalankan bisnis, karena mereka akan mengambil risiko yang telah dihitung dan dikelola. Seorang *entrepreneur* dapat mengambil risiko yang tidak masuk akal sekalipun demi mengejar *passion* dan untuk mendapatkan hasil yang luar biasa. Kelima, dari segi ide. Seorang pengusaha akan memilih ide yang sedang tren di sekitarnya dan terlihat memiliki keuntungan yang besar. Sedangkan seorang *entrepreneur* adalah seorang pencipta ide produk atau bisnis pertama kalinya. *Entrepreneur* biasanya memiliki ide orisinal dan

berbeda dari yang pernah ada, bahkan terkadang idenya unik dan di luar dugaan kita. Keenam, cara memandang dan mendefinisikan sukses. Sukses menurut pengusaha adalah keberhasilan bisnis dan pelaksana kepentingan bisnis yang meliputi dirinya sendiri, partner bisnis, karyawan, pelanggan, investor, dan juga komunitas. Sedangkan menurut *entrepreneur* melakukan pekerjaannya dan membiarkan perjalanan bisnisnya yang akan mendefinisikan kesuksesan yang ia capai.

BAB III

PERAN SPIRITUALITAS DALAM ENTREPRENEURSHIP

Kiranya sudah bukan rahasia lagi bahwa banyak praktik bisnis ternyata merusak lingkungan dan merugikan masyarakat sekitarnya. Hal seperti itu terjadi karena aktifitas bisnis hanya berorientasi pada keuntungan semata. Dalam kondisi seperti ini sangat dibutuhkan spiritualitas yang dapat membantu para entrepreneur untuk mencapai solusi yang melayani komunitas, planet dan kehidupan itu sendiri. Spiritualitas harus menjadi nilai utama di dalam entrepreneurship karena spiritualitas mempromosikan kebaikan bersama, martabat manusia dan menjauh dari egosentrisme. Praktik entrepreneurship dan kegiatan manajerial harus menerapkan kerohanian untuk keberlangsungannya dan untuk dunia serta menjadi sehat secara lingkungan dan sehat secara etis.

“The spiritual in human beings makes us ask why we are doing what we are doing and makes us seek some fundamentally better way of doing it” (Zohar & Marshall).

Spiritualitas juga menjadi penting karena perusahaan yang menerapkan prinsip spiritualitas memungkinkan perusahaan tersebut untuk dapat menjaga loyalitas pelanggan. Inilah yang menjadi inti pembahasan dalam peran spiritualitas dalam entrepreneurship.

1. Spiritualitas

Spiritualitas secara umum dimengerti sebagai semangat atau jiwa, sesuatu yang menggerakkan dari dalam. Menurut Oxford English Dictionary, untuk memahami makna kata spiritual dapat diketahui dari arti kata-kata berikut ini: persembahan, dimensi supranatural, berbeda dengan dimensi fisik, perasaan atau pernyataan jiwa, kekudusan, sesuatu yang suci, pemikiran yang intelektual dan berkualitas, adanya perkembangan pemikiran dan perasaan, adanya perasaan humor, ada perubahan hidup, dan berhubungan dengan organisasi keagamaan. Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) kata spiritual berarti berhubungan dengan atau bersifat kejiwaan (rohani, batin). Menurut asal katanya, kata spiritualitas spiritualitas berasal dari kata benda bahasa Latin "Spiritus" yang berarti nafas dan kata kerja "spirare" yang mempunyai arti bernafas. Dari akar katanya tersebut spiritualitas juga dapat dimaknai sebagai hidup atau yang menghidupkan, karena hanya yang hiduplah yang bernafas. Lebih jauh lagi spiritualitas juga diartikan sebagai semangat, sukma, ruh, bersifat kejiwaan (batin) dan berhubungan dengan yang non-material atau yang transenden.

Spiritualitas mencakup seluruh aspek kehidupan manusia yang merupakan sarana pencerahan diri dalam menjalani kehidupan untuk mencapai tujuan dan makna hidup. Sedangkan menurut Danah Zohar dan Ian Marshall dalam bukunya *Spiritual Capital Wealth We Can Live By* (2010) mengemukakan bahwa Spiritual "*The spiritual in human beings makes us ask why we are doing what we are doing and makes us seek some fundamentally better way of doing it.*" - Pendapat tersebut menjelaskan bahwa spiritualitas dalam diri manusia membuat kita bertanya mengapa kita melakukan apa yang kita lakukan dan membuat kita mencari beberapa cara fundamental yang lebih baik untuk melakukannya.

Spiritualitas atau jiwa sebagaimana yang telah digambarkan oleh tokoh-tokoh sufi adalah suatu alam yang tak terukur besarnya, ia adalah keseluruhan alam semesta, karena ia adalah salinan dari-Nya. Segala hal yang ada di dalam alam semesta terjangkau di dalam jiwa, hal yang sama segala apa yang terdapat di dalam jiwa ada di alam semesta, oleh sebab inilah, maka ia yang telah menguasai alam semesta, sebagaimana juga ia yang telah diperintah oleh jiwanya pasti diperintah oleh seluruh alam semesta (Muvid, 2019). Spiritulitas merupakan kekuatan yang tidak terlihat yang memberikan nafas bagi kehidupan kita, menghidupkan kita, dan memberikan kita energi. Spiritualitas membantu kita dalam mendefinisikan kebenaran, keunikan diri yang sesungguhnya dalam diri kita dan menegaskan individualitas kita.

Sebagai manusia, kita dibentuk dari tubuh, pikiran, emosi dan jiwa (spirit). Spiritualitas memberikan ekspresi bahwa ada sesuatu di dalam diri kita; yang berkaitan dengan perasaan, dengan kekuatan yang datang dari dalam diri kita. Spiritualitas membuat kita dapat mengetahui diri kita yang terdalam. Spiritualitas merupakan sebuah istilah dimana banyak orang menginginkannya untuk dapat dimasukkan ke dalam kehidupan kita. Spiritualitas dapat merefleksikan nilai seperti memberikan kontribusi kepada umat manusia serta alam semesta. Peran spiritualitas sangat penting bagi kehidupan kita baik terhadap kehidupan berkeluarga, beragama bahkan pada kehidupan kerja kita.

Spiritualitas memiliki dua komponen yaitu vertikal dan horizontal. Komponen vertikal dalam spiritualitas adalah hasrat untuk melampaui ego atau self-esteem diri. Komponen vertikal ini bisa berkaitan dengan Tuhan, jiwa, alam semesta, kekuatan tertinggi atau sesuatu lainnya. Komponen vertikal lebih kepada perwujudan sesuatu yang tidak dapat dilihat. Sedangkan, komponen horizontal dalam spiritualitas adalah hasrat untuk melayani orang lain dan bumi. Komponen horizontal ini ditunjukkan dengan bagaimana seseorang berusaha untuk membuat perbedaan melalui tindakannya. Komponen horizontal ini lebih kepada perwujudan sesuatu yang dapat dilihat. Spiritualitas membantu individu dalam menemukan makna dan tujuan dalam hidup mereka dan lebih menunjukkan nilai personalnya.

Nilai personal ini merefleksikan hasrat untuk membuat perbedaan dan membantu untuk membuat dunia lebih bermakna. Maka dari itu, memiliki spiritualitas di kehidupan sehari-hari sangat penting untuk membuat kita menjadi individu yang utuh dan bermakna.

Dewit-Weaver mendefinisikan spiritualitas sebagai bagian dari dalam diri individu (*core of individuals*) yang tidak terlihat (*unseen, invisible*) yang berkontribusi terhadap keunikan serta dapat menyatu dengan nilai-nilai transendental yang memberikan makna, tujuan, dan keterhubungan (McEwen, 2004). Transendental di sini dimaknai sebagai kekuatan yang maha tinggi atau kekuatan Tuhan. Spiritualitas juga didefinisikan sebagai suatu tindakan untuk membuat dan mencari makna melalui rasa keterhubungan pada dimensi yang melebihi diri sendiri (Reed, 2008). Definisi lain menyatakan bahwa spiritualitas adalah prinsip hidup seseorang untuk menemukan makna dan tujuan hidup serta hubungan dan rasa keterikatan dengan sesuatu yang misteri, maha tinggi, Tuhan, atau sesuatu yang universal (Burkhardt, 1989). Tischler (2002) mengatakan bahwa spiritualitas mirip dengan suatu cara yang berhubungan dengan emosi atau perilaku dan sikap tertentu dari seorang individu. Menjadi seorang yang spiritual berarti menjadi seorang yang terbuka, memberi, dan penuh kasih. Larson (2003) menyatakan bahwa spiritualitas mengacu kepada orientasi seseorang terhadap pengalaman-pengalaman transedensi atau karakteristik hakiki dari kehidupan, seperti makna, arah dan tujuan hidup, serta keterkaitannya. Kadang-kadang spiritualitas mengacu pada pencarian hal-hal suci dalam kehidupan. Spiritualitas merupakan sebuah bentuk multidimensi dan dinamis. Emmons (2003) mengatakan bahwa sangatlah terlalu sederhana untuk menganggap spiritualitas sebagai tingkah laku yang pasif dan statis yang dimiliki seseorang, atau perilaku yang terikat di dalamnya, seperti ritual-ritual. Friedman (2006) mendefinisikan spritualitas sebagai proses aktif dan positif yang melibatkan pencarian aktivitas-aktivitas yang mengembalikan seseorang kepada rasa keterpaduan (*coherence*), menuju kualitas keutuhan dan kedamaian dalam diri.

2. Spiritualitas Perusahaan

Spiritualitas juga dapat dimaknai sebagai hidup atau yang menghidupkan, karena hanya yang hiduplah yang bernafas. Lebih jauh lagi spiritualitas juga diartikan sebagai semangat, sukma, ruh, bersifat kejiwaan (batin) dan berhubungan dengan yang non-material atau yang transenden. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Transenden berarti di luar segala kesanggupan manusia atau luar biasa. Berdasarkan pengertian di atas, maka orang yang memiliki spiritualitas adalah orang yang sudah mampu melakukan transendensi (pelampauan). Dalam konteks entrepreneurship, orang yang memiliki spiritualitas dapat memandang entrepreneurship melampaui batas-batas materi biasa, ruang biasa, waktu biasa, lokalitas biasa, pengetahuan biasa, pengalaman biasa, atau kemampuan biasa, tanpa kehilangan karakter “biasa”-nya. Dengan demikian pada saat kita bicara tentang spiritualitas entrepreneurship, maka kita bicara tentang konsep-konsep yang *beyond entrepreneurship* tanpa mengabaikan konsep normal (biasa) entrepreneurship itu sendiri.

Di sini menjadi penting untuk menegaskan soal karakter spiritual dalam perusahaan karena kata perusahaan telah tereduksi menjadi sekedar masalah keuntungan, uang atau *making money* saja. Hal ini akan membuat ketidakseimbangan dan akhirnya menuju krisis moral dalam perusahaan. Banyak perusahaan yang berdampak negatif bagi lingkungannya, baik lingkungan sosial maupun lingkungan alam. Dalam hal ini dapat dipahami pernyataan terkenal E. F. Schumacher (1999) yang mengatakan bahwa semua krisis bermula dari krisis spiritual. Dapat dipahami bahwa krisis spiritual adalah terhambatnya proses-proses transendensi yang selanjutnya terjadi pemiskinan, pendangkalan, mono-dimensionalisme, dan sekali lagi krisis. Sedangkan spiritualitas perusahaan yang merupakan buah dari transendensi atas segenap aspek-aspek perusahaan adalah proses yang memperkaya, memperdalam, memperluas, mengembangkan multi-dimensionalisme dan pluralisme, serta holisme dan integritas. Proses-proses tersebut akan mendatangkan kekuatan dan stabilitas serta kemajuan organisme dan ekosistem perusahaan itu sendiri. Transendensi dapat dilakukan dalam bentuk pendalaman atas realitas di sekitar bisnisnya yang kemudian dikaji

dengan menggunakan seluruh hati dan akal budi. Kajian tersebut pada akhirnya akan membuahkan konsep, teori, atau paradigma; dan kemudian dapat mengubah praktik-praktik kehidupan. Untuk tingkat individual, jika transendensi tersebut dilakukan dengan benar dan baik maka akhirnya orang akan dapat mengalami perubahan kualitas hidupnya karena ia sekarang memakai *worldview* yang lebih luas dan lebih tinggi. Orang yang demikian ini akan tampil menjadi pribadi yang lebih bijaksana, baik perkataannya maupun perbuatannya.

Beberapa peneliti meyakini bahwa spiritualitas mestinya dianggap sebagai modal oleh entrepreneur. Modal spiritual dimengerti sebagai kekuatan, pengaruh, dan disposisi yang diciptakan oleh keyakinan, pengetahuan, dan praktik spiritual seseorang atau organisasi (Liu, 2015). Dalam pemahaman ini, modal spiritual dianggap sebagai kapasitas individu atau kolektif yang merupakan buah dari penegasan dan pemeliharaan nilai-nilai spiritual intrinsik setiap orang. Perwujudan modal spiritual paling baik ditunjukkan melalui kehidupan yang dikhususkan untuk pelayanan (Zohar, 2010). Zohar menulis bahwa dengan mencari makna dalam kehidupannya dan bertindak sesuai dengan nilai-nilai terdalam, orang sanggup berkomitmen pada kehidupan pelayanan atas dasar kapasitas yang paling sesuai dengan apa pun yang dipilihnya untuk dilakukan secara pribadi atau profesional. Middlebrooks dan Noghiu (2010) mempertegas hal ini dengan menyebutkan bahwa, praktik modal spiritual diwujudkan melalui layanan. Oleh karena pelayanan merupakan ekspresi praktis dari kapasitas yang mendasarinya yang terkait dengan modal spiritual. Sikap batin layanan individu yang sangat berkembang menjadi hal penting dalam pengembangan modal spiritual pada tingkat organisasi. Ini merupakan hal yang harus dimiliki oleh setiap entrepreneur. Pelayanan atas dasar spiritualitas adalah situasi yang dibutuhkan oleh ekonomi pasca kapitalis. Kondisi sekarang ini adalah transisi dari ekonomi kapitalis yang menekankan pada maksimalisasi laba ke dalam ekonomi pasca kapitalis yang lebih menekankan persoalan nilai. Hal ini akan sangat mempengaruhi pilihan para pebisnis modern.

Banyak ahli mendiskusikan tentang membangun sistem ekonomi yang dijiwai oleh nilai-nilai. Misalnya, Kenneth Boulding (1970), menyatakan agama memberikan pengaruh yang tak dapat

diabaikan dalam perekonomian. Agama menentukan keputusan jenis komoditas yang diproduksi, kelembagaan ekonomi, dan perilaku ekonomi. Sedangkan Robert Bellah (1985) menyatakan bahwa Agama Tokugawa menjadi penggerak kesuksesan Jepang. Sementara itu, Robert Hahnel dalam bukunya *Of the People, By the People: The Case for a Participatory Economy* (2012) menyatakan bahwa ekonomi partisipatif akan mengembalikan empati pada keberadaan manusia (pekerja migran) di balik barang-barang yang dibeli dan dikonsumsi. Hazel Handerson dalam bukunya yang berjudul *Building A Win-Win World* (1995) mengusulkan *paradigma greenomics*, yang katanya berpandangan jauh ke depan, *beyond economics*. Beberapa ciri dari *greenomics* ini di antaranya adalah sifat yang holistik, integral, kualitatif, win-win solution, dengan indikator-indikator baru pembangunan yang menekankan pada tujuan sosial, investasi yang bertanggung jawab secara sosial, orientasi pada pengembangan diri ketimbang gaya hidup, produk dan konsumsi hijau dan seterusnya.

Ekonomi pasca kapitalis dihidupkan oleh pandangan mengenai harus adanya keseimbangan antara nilai-nilai spiritual dan material serta penghormatan terhadap kondisi manusia generasi mendatang. Hal ini mendukung konsumsi produk etis yang sehat dan bertanggung jawab. Dalam dunia ekonomi yang digerakkan oleh nilai-nilai, laba dan pertumbuhan bukan merupakan tujuan akhir lagi, akan tetapi laba dan pertumbuhan merupakan elemen dalam rangkaian nilai yang lebih luas. Salah satu dari nilai-nilai itu adalah spiritualitas yang meliputi kepercayaan, nilai-nilai moral, serta kebijaksanaan. Spiritualitas meliputi kebaikan bersama, dan bukan hanya kebaikan pribadi karena kebaikan ini terbuka untuk semua orang. Ini adalah gratis, tidak diatur oleh pasar serta tidak ditegakkan oleh hukum.

Spiritualitas memberikan kontribusi yang besar dan signifikan bagi institusi perusahaan dan juga bagi karyawan. Dengan menghidupi spiritualitas, perusahaan dapat berkembang dan meningkat, sementara itu pergantian karyawan dapat menurun karena mereka menikmati kedamaian dalam kerja dan menemukan makna khusus dalam melakukan pekerjaan mereka. Pekerja harus mencari makna dari pekerjaan mereka, karena mereka kenyataannya menghabiskan lebih banyak waktu di tempat kerja mereka daripada di rumah mereka. Harus

disadari bahwa bekerja bukan hanya untuk mendapatkan uang, tetapi hal yang lebih penting yaitu membangun kehidupan. Di sini, spiritualitas lebih ditekankan pada aspek personal daripada aspek kolektif. Penghayatan individu atas tradisi keagamaan mereka, khususnya tentang spiritualitas semakin meningkat. Hal ini berarti bahwa semua orang dari lapisan masyarakat, baik religius atau ateis, kelompok atau individu, dapat hidup dengan cara spiritual. Hal ini, menjadikan makna transendensi berubah. Transendensi bukanlah sesuatu di luar diri, atau hanya alam ilahi, atau di luar keprihatinan duniawi, tetapi transendensi lebih disadari sebagai pengalaman pertumbuhan dan perkembangan pribadi. Pengalaman tersebut memungkinkan seseorang untuk melampaui keterbatasan diri dan keadaan pribadi. Barangkali orang berpikir bahwa spiritualitas tidak ada hubungannya dengan manajemen. Kenyataannya adalah sebaliknya, karena manajemen mempunyai sisi eksistensial-spiritual yang tidak dapat disangkal. Setiap keputusan dari manager akan berakibat besar bagi manusia dan lingkungannya.

Beberapa peneliti menemukan bahwa banyak praktik perusahaan ternyata merusak lingkungan. Spiritualitas dalam kondisi seperti ini sangat dibutuhkan karena dapat membantu para pemimpin perusahaan untuk mencapai solusi yang melayani komunitas, planet dan kehidupan itu sendiri. Dalam hal ini spiritualitas mempromosikan kebaikan bersama, martabat manusia dan menjauh dari egosentrisme. Inilah yang menjadi alasan mengapa spiritualitas harus menjadi nilai utama dalam perusahaan. Praktik perusahaan dan kegiatan manajerial harus menerapkan kerohanian untuk keberlangsungannya dan untuk dunia serta menjadi sehat secara lingkungan dan sehat secara etis. Spiritualitas menjadi penting karena memungkinkan untuk dapat menjaga loyalitas pelanggan. Loyalitas hanya dimungkinkan apabila organisasi atau industri perusahaan menawarkan layanan dengan kualitas yang lebih baik dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Artinya, peran manajemen dalam industri perusahaan adalah bagaimana melayani orang lain dengan lebih baik. Spiritualitas dengan pemahaman yang demikian ini juga merupakan sumber keunggulan kompetitif untuk praktik perusahaan terbaik saat ini.

Spiritualitas yang baik akan mendorong entrepreneur untuk menciptakan peluang di mana orang lain tidak dapat melihat.

Lewat spiritualitas, para entrepreneur dapat tampil lebih baik dalam berwirausaha dan hasilnya melebihi harapan mereka. Praktik perusahaan pada umumnya berakhir dengan kehancuran lingkungan hidup, sementara praktik entrepreneurship spiritual selalu menciptakan kondisi kerja yang baik dan melestarikan lingkungan. Spiritualitas dalam entrepreneurship bukanlah ilusi, tetapi sebuah fenomena baru (Rose, 2001; Seaward, 2001). Spiritualitas sekarang menjadi modal yang sangat penting bagi para entrepreneur. Entrepreneur yang baik dan sukses adalah orang yang memiliki dan menerapkan spiritualitas secara strategis dalam memberikan layanan berkualitas bagi orang lain.

Dengan menghidupi nilai-nilai spiritualitas di dalam perusahaan tatanan kerja yang terbangun dalam perusahaan tersebut kemudian dapat menjadi 'lebih sakral' dibanding dengan sekadar mendapatkan keuntungan keuangan dan perkembangan perusahaan semata. Spiritualitas mampu membuahkan sekurang-kurangnya lima hal, sebagai berikut: (a) integritas atau kejujuran, kesadaran akan keberadaan dirinya lebih-lebih berhadapan dengan yang transenden membuat orang bekerja dengan integritas yang tinggi; (b) energi atau semangat, spiritualitas membuat orang bekerja dengan penuh semangat karena menyadari bahwa bekerja bukan hanya demi uang namun pekerjaan mempunyai nilai ibadah; (c) inspirasi atau ide dan inisiatif, spiritualitas membuat hidup orang menjadi tenang sehingga ia mempunyai kecerahan budi; (d) wisdom atau bijaksana, ketenangan hati memungkinkan orang untuk menimbang semua perkara yang dihadapinya sehingga membuahkan kebijaksanaan dalam kata dan tindakannya; serta (e) keberanian dalam mengambil keputusan, orang yang hatinya bersih dan tidak mempunyai pamrih yang tersembunyi tidak akan pernah ragu, apalagi takut dalam mengambil keputusan.

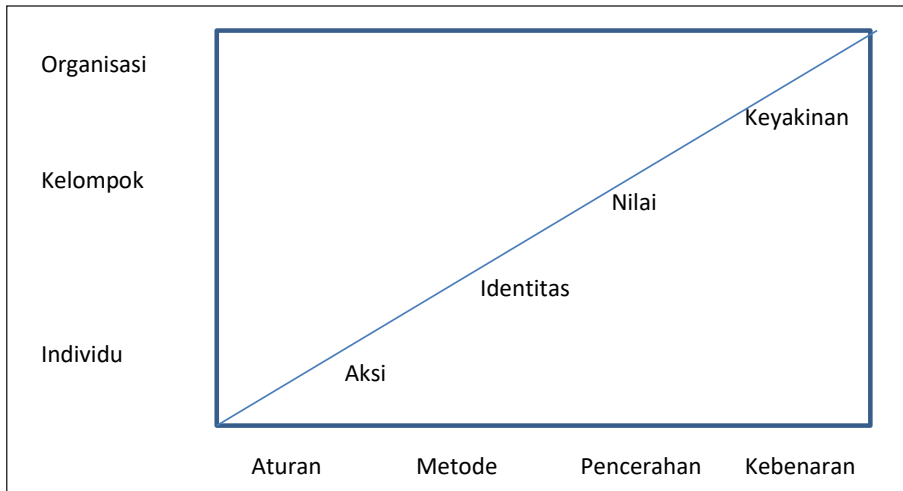
Hendrawan (2009) menjelaskan bahwa secara sederhana model spiritual perusahaan mempunyai tiga dimensi, yaitu:

- (1) Dimensi vertikal, dimensi ini berkaitan dengan tingkatan sistem yang menjadi obyek spiritualisasi, meliputi individu, kelompok dan organisasi.

- (2) Dimensi horizontal, dimensi ini merupakan analogi dari konsep perjalanan kaum sufi dalam meraih pengalaman spiritual tertinggi yang dikenal dengan istilah syariah, thariqah, haqiqah dan ma'rifah.
- (3) Dimensi diagonal. Dimensi ini mencoba menyatukan berbagai unsur kehidupan yang terpisah, yaitu unsur aksi, identitas, nilai dan keyakinan.

Ketiga dimensi yang ada pada spiritual perusahaan tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1. Spiritualitas Perusahaan



Sumber. Hendrawan, 2009

Interaksi dari dimensi model spiritualitas perusahaan sebagaimana yang tertera pada gambar di atas akan menghasilkan peningkatan, pendalaman dan perluasan kesadaran individu dalam bentuk: (1) pengenalan diri, (2) intuisi, dan (3) harmonisasi. Perubahan kesadaran yang menghasilkan pengalaman spiritual universal yang oleh Huxley (dalam Hendrawan, 2009) disebut dengan kearifan abadi, *perennial wisdom*. Dampak yang ditimbulkan dari perubahan kesadaran akan menciptakan penguasaan diri dari tingkat individu, keberhasilan kelompok, dari tingkatan kelompok dan pengelolaan dari

dalam diri pada tingkatan organisasi (Hendrawan, 2009). Selanjutnya dijelaskan bahwa ketiga dimensi tersebut merupakan unsur vital bagi efektifitas organisasi dalam menghadapi lingkungan perusahaan yang semakin kompetitif.

3. Peran Spiritualitas Dalam Entrepreneurship

Di atas sudah dibahas bahwa spiritualitas tidak sama dengan agama. Spiritualitas lebih bersifat personal, sedang agama ada kaitannya dengan lembaga. Namun dalam agama harus ada spiritualitas, sebagai dimensi penggerak yang menghidupkan agama. Dalam bagian ini penggunaan kata spiritualitas dan agama akan bercampur. Tak dapat dipungkiri bahwa spiritualitas (agama) telah menjadi factor yang menjadi penentu bagi perubahan di tengah masyarakat. Kenneth Ewart Boulding (1910 -1993), seorang filsuf ekonomi terkemuka Amerika, dalam karyanya *Economics as a Science (1970)* menyatakan bahwa spiritualitas (agama) memberikan pengaruh yang tak dapat diabaikan dalam perekonomian. Perubahan sosial di tengah masyarakat dapat terjadi dengan kuat apabila faktor keyakinan (agama) yang menjadi pendorongnya, karena agama mampu memberikan legitimasi yang ampuh. Kemampuan agama tersebut, menurut Peter L. Berger (1991) karena legitimasi agama itu berasal dari sesuatu yang transenden dan melampaui keberadaan manusia di dunia ini.

Di banyak tempat dalam belahan dunia ini agama menjadi faktor penyebab atau terlibat sebagai penggerak perubahan-perubahan. Di sisi lain, agama dianggap kurang relevan dengan situasi aktual karena ajarannya banyak membahas kehidupan setelah mati, sehingga kadang agama ditinggalkan dalam perubahan. Namun, tak dapat dipungkiri, kesadaran keagamaan tidak hanya berkenaan dengan ritual ketuhanan dan menggapai keselamatan akhirat. Namun, agama juga menjadi rujukan dalam menyelesaikan problem hidup di dunia. Sejarah telah mencatat bahwa agama juga menempatkan dirinya sebagai penggerak perubahan masyarakat seperti yang telah ditulis oleh Weber mengenai agama Protestan dan Bellah tentang agama Tokugawa.

Fenomena perubahan sosial dewasa ini menggambarkan dan menjelaskan kepada kita bahwa agama menjadi salah satu faktor perubahan sosial itu sendiri. Agama sebagai hasil kebudayaan, yang ada, hidup dan berkembang dalam masyarakat memiliki peranan penting dalam perubahan sosial tersebut. Dalam hal ini, menggagas pemikiran tentang hubungan antara agama dan perubahan sosial bertitik-tolak dari pengandaian bahwa perubahan sosial merupakan suatu fakta yang sedang berlangsung, yang diakibatkan oleh kekuatan-kekuatan yang sebagian besar berada di luar kontrol kita, bahwa tidak ada kemungkinan sedikitpun untuk menghentikannya. Di sini, disposisi agama, pada satu sisi dapat menjadi penentang, sebagaimana tercermin dalam ucapan Marx bahwa —agama adalah candu bagi rakyat. Menurutnya, karena ajaran agamalah maka rakyat menerima saja nasib buruk mereka dan tidak tergerak untuk berbuat sesuatu untuk memperbaiki keadaan. Agama pada sisi lain dapat menjadi pendorong adanya perubahan sosial. Agama, sampai batas tertentu, dapat dikatakan —hidup sehingga masyarakat secara aktual mengenali acuan-acuan transenden dari sistem signifikasi atau lambang keagamaan sebagai sesuatu yang benar dengan sendirinya.

Dengan adanya perubahan sosial, agama diharapkan tidak melakukan tindakan ekstrim dengan memasang tembok tebal penolakan datangnya perubahan sosial dengan selalu mengacu pada keadaan-keadaan tradisional tempo dulu. Agama diharapkan mampu berkontekstualisasikan dirinya, mempersiapkan umatnya untuk mempengaruhi arah perubahan sosial dengan memperkuat struktur-struktur yang ada, agar bisa menyaring pengaruh negatif dari perubahan-perubahan sosial itu. Agama harus melakukan fungsinya menenangkan umatnya menghadapi situasi ini dengan jalan mempertajam kesadaran umatnya, bukan justru sebaliknya menarik garis ekstrim atau melegalisasi dan mendorong umatnya melakukan tindakan-tindakan anarkis sebagai wujud kefrustasian atas keadaan

Agama memiliki nilai-nilai bagi kehidupan manusia sebagai perorang maupun dalam hubungannya dengan kehidupan bermasyarakat. Selain itu, agama juga memberi dampak bagi kehidupan sehari-hari. Karena agama mempunyai suatu sistem nilai yang memuat norma-

norma tertentu, maka dari itu para pengikut agama dalam menentukan sikapnya dalam hal menerima atau menolak perubahan dengan berpatokan kepada nilai-nilai dan norma-norma yang ada dalam agama tersebut. Penjelasan di atas merupakan salah satu fungsi agama sebagai nilai etik, karena dalam melakukan suatu tindakan, seseorang akan terikat pada ketentuan antara mana yang boleh dilakukan dan mana yang dilarang sesuai dengan ajaran agamanya.

Agama sebagai kausal variabel secara sederhana mengandung pengertian agama sebagai sebab musabab terjadinya suatu perubahan dalam masyarakat. Sebab, apabila kehadiran agama di tengah-tengah hingar bingar akselerasi kehidupan manusia tidak dapat menawarkan semangat perubahan, maka eksistensi agama akan menjadi pudar. Dengan kata lain, kalau sudah demikian, tidak mustahil agama akan ditinggalkan oleh umatnya dan boleh jadi belakangan menjadi gulung tikar karena dianggap sudah tidak *up to date*. Oleh karena itu, para pemuka agama atau bahkan pengikut agama secara individual melakukan pemikiran ulang atau yang lebih kita kenal dengan istilah ijtihad terhadap suatu hal yang telah tercantum dalam dalil-dalil agama. Dari situ, agama akan menentukan, menerima atau menolak perubahan. Hal itu juga dilakukan agar agama tetap eksis di tengah perubahan dan memunculkan sifat-sifatnya yang adaptif. Tanpa itu, dapat dipastikan semakin lama sesuai dengan tuntutan zaman, agama akan ditinggalkan oleh pemeluknya dan pada akhirnya gulung tikar. Meskipun acap kali tidak mudah untuk mensosialisasikan agama sebagai bagian dari spirit proses perubahan sosial.

Memang tidak selamanya perubahan yang diakibatkan sepak terjang agama dapat berdampak kemajuan peradaban bagi manusia. Tidak sedikit perubahan yang mengarah pada kemunduran (*regress*) sebuah peradaban bangsa tertentu seperti terjadi konflik-konflik yang mengatasnamakan agama. Sedangkan perubahan yang mengarah pada kemajuan (*progress*) peradaban manusia, posisi agama pun memberikan kontribusi yang sangat besar. Dengan agama, manusia dapat menebarkan perdamaian dan cinta kasih di antara sesama optimis dalam menatap masa depan, menciptakan alat-alat teknologi untuk peningkatan kesejahteraan, menegakkan keadilan,

sekaligus pemihakan terhadap golongan lemah yang menyebabkan stabilitas sosial. Namun di sisi lain, agama tidak hanya menjamin stabilitas sosial, tetapi kadang-kadang juga mendukung konservatisme yang ekstrim.

Wacana agama dan perubahan sosial saat ini menjadi penggalan pendek sejarah peradaban. Hubungan tersebut di bangun dari rumusan pertanyaan dan ragam argumentasi mengenai letak agama dalam perubahan sosial. Merujuk pada Max Weber (1864-1920), agama-lah yang berjasa melahirkan perubahan sosial yang paling spektakuler dalam sejarah peradaban manusia. Dengan nilai-nilai keagamaan mendorong penganutnya untuk melakukan perubahan sosial dalam rangka melahirkan peradaban yang lebih humanis. Dalam bukunya yang berjudul *Etika Protestan dan Semangat Kapitalisme*, Weber mengemukakan bahwa aspek-aspek tertentu dalam etika Protestan merupakan perangsang yang kuat dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi kapitalis dalam tahap-tahap pembentukannya. Meskipun dalam perkembangan selanjutnya kapitalisme sudah meninggalkan nilai-nilai spiritual yang membentuknya.

Dalam waktu yang lama dunia wirausaha, dalam hal ini kapitalisme, larut dalam jebakan *provit oriented* bahkan kadang dengan sengaja mengabaikan kemanusiaan dan spiritualitas. Wirausaha di satu sisi mendatangkan uang bagi sekelompok orang, namun menimbulkan bencana bagi orang lain. Namun begitu, belakangan ini sinergi antara entrepreneurship dan spiritualitas menjadi tren baru bagi seorang entrepreneur yang sukses. Transformasinya tidak hanya pada tingkat individu pengusaha, tetapi sudah merambah tingkat institusi atau korporasi (Patricia Abundene, 2010: 113). Tren ini juga dibenarkan oleh Hendricks dan Kate Ludeman dalam *Corporate Mystic* (1996), Danah Zohar dan Ian Marshall dalam *Spiritual Quotient* (2000), dan Stephen Covey dalam *The 8th Habit* (2004).

Dunia wirausaha akhirnya sampai pada titik spiritualitas manakala berhadapan dengan problema industri itu sendiri. Kemajuan industri ternyata membawa efek samping yang luar biasa, mulai rusaknya alam, mekanisasi, penumpukan beban kerja, ketimpangan, kecurangan, stress, dan lain-lain. Kondisi ini akhirnya menggiring

mereka pada belunggu baru, dimana manusia mengalami proses dehumanisasi. Saat itulah muncul upaya menggabungkan dunia usaha dengan spiritualitas. Hendricks dan Ludeman, dalam bukunya *The Corporate Mystic: A Guidebook for Visionaries with Their Feet on The Ground* (2002) menulis bahwa pada masa lampau orang-orang suci hanya dapat ditemukan di tempat suci (ibadah). Dalam buku tersebut Hendricks dan Ludeman menyatakan bahwa sekarang dalam era pasar global, orang-orang suci, mistikus, atau para sufi dapat ditemukan di perusahaan-perusahaan besar atau organisasi modern, bukan di masjid, wihara, kuil atau gereja. Hendrik dan Ludeman menyebutkan bahwa para entrepreneur yang sukses itu biasanya memiliki sifat-sifat yang lazim dimiliki oleh para mistikus dan orang-orang suci. Mereka menjalani hidup dari suatu basis spiritual, dan terus memelihara hubungan mereka dengan sifat spiritual diri mereka, orang lain dan dunia di sekeliling mereka. Mereka terlibat dalam suatu kegiatan wirausaha dengan hati dan jiwa mereka.

Keuntungan yang didapat di dunia ini disadari oleh para Mistikus Korporat bukan sebagai tujuan akhir dari kerja kerasnya. Motif-motif suci tersembunyi (kebahagiaan abadi) yang membuat mereka berbeda dengan manusia kebanyakan, meskipun mereka juga tetap manusia biasa dengan kaki mereka yang masih menjejak bumi. Manusia-manusia yang lebih sibuk dengan sesuatu yang kini dan di sini. Para mistikus korporat melihat perusahaan sebagai perwujudan kolektif ruh (spirit), jumlah total ruh individu-individu yang bekerja di dalamnya. Mereka mengandalkan intuisinya dan tahu bagaimana cara menggunakannya pada saat diperlukan. Para mistikus korporat menjalani hidup dari suatu basis spiritual, dan terus memelihara hubungan mereka dengan sifat spiritual diri mereka, orang lain, dan dunia di sekeliling mereka. Mereka terlibat dalam suatu kegiatan wirausaha dengan hati dan jiwa mereka sebagaimana dengan dompet mereka. Sejalan dengan itu, mereka berada dalam wirausaha juga untuk mendukung hati dan jiwa orang-orang yang bekerja bersama mereka. Para mistikus korporat bergerak dengan mudah dari dunia spiritual ke dunia entrepreneurship. Mereka adalah para visioner dengan kaki yang tegak di atas tanah. Mereka mementingkan kesatuan segala sesuatu tetapi pada saat yang sama, mereka mampu memusatkan perhatian pada detail.

Spiritualitas entrepreneurship, dengan demikian, merupakan proses transendensi untuk membentuk perusahaan melampaui pengertian perusahaan itu sendiri seperti yang selama ini dipahami. Spiritualitas entrepreneurship tidak hanya berbicara tentang tentang profit, transaksi, manajemen, akunting, dan strategi, namun juga mempersoalkan pelayanan, pengembangan, tanggungjawab sosial, lingkungan hidup, dan keadilan. Spiritualitas tidak lagi terkungkung oleh aturan-aturan formal yang malah memberi peluang untuk berbuat curang, namun bermain dengan dengan aturan-aturan moral, etika, dan kemanusiaan yang bermuara pada keadilan dan kejujuran. Dengan naungan spiritualitas, perusahaan dipahami sebagai ekosistem, bukan medan perang; perusahaan adalah komunitas; bukan mesin; manajemen adalah pelayanan, bukan control; manajer adalah coach, bukan mandor; karyawan adalah sejawat, bukan pembantu; motivasi datang dari visi, bukan rasa takut; dan; perubahan adalah pertumbuhan, bukan kemunduran.

Meskipun keberhasilan wirausaha seseorang sebagai pengusaha tergantung pada tingkat kecerdasannya, namun diyakini keberhasilan itu juga sangat tergantung — juga — pada tingkat kekuatan spiritualnya. Dengan demikian, setiap orang harus cenderung spiritual dan sadar akan perusahaannya untuk unggul di atas harapan orang-orang dan dirinya sendiri. Spiritualitas membantu seorang entrepreneur dalam banyak hal walaupun banyak dari mereka cenderung menghindarinya karena keyakinan mereka bahwa spiritualitas dan entrepreneurship tidak dapat disatukan.

Dengan diresapi nilai-nilai spiritualitas, tujuan perusahaan bukan hanya memproduksi barang dan jasa semata-mata untuk keuntungan atau meningkatkan pangsa pasar, tetapi harus melayani realisasi diri dari orang-orang yang terlibat termasuk para manajer, karyawan, dan pelanggan. Spiritualitas dapat memiliki dampak nyata pada manajemen melalui peningkatan kualitas pribadi manajer. Spiritualitas juga memperdalam nilai-nilai moral manajer dan mengarahkan mereka untuk membuat keputusan bisnis yang menguntungkan semua orang. Terlepas dari keragaman pengalaman spiritual yang kaya, spiritualitas melibatkan peningkatan cinta, kasih

sayang, penghormatan mendalam terhadap kehidupan dan empati. Melalui, spiritualitas kita mengembangkan sistem nilai-nilai baru yang tidak didasarkan pada norma konvensional, ajaran, perintah, dan rasa takut akan hukuman, tetapi berdasarkan pada pengetahuan dan pemahaman tentang tatanan universal. Disadari bahwa manusia adalah bagian integral dari ciptaan dan bahwa dengan menyakiti orang lain, artinya akan menyakiti diri sendiri, dengan mensejahterakan orang lain juga membuat dirinya semakin sejahtera.

BAB IV

SPIRITUALITAS ENTREPRENEURSHIP DALAM ISLAM

Entrepreneurship menurut agama Islam adalah suatu yang diharamkan

Entrepreneurship yang dilakukan oleh seorang muslim tidak hanya memiliki keuntungan untuk diri sendiri melainkan juga dapat memberikan manfaat yang banyak kepada banyak orang. Hal ini sesuai dengan prinsip Islam yang rahmatan lil alamin.

bahkan sangat dianjurkan oleh Islam. **entrepreneurship** bahkan dilakukan oleh Nabi dan Sahabat Rasulullah di zaman dahulu. Banyak sahabat-sahabat Nabi yang merupakan para wirausahawan dan dari hartanya tersebut dapat memberikan manfaat yang sangat besar bagi perkembangan Islam. Islam memperbolehkan **entrepreneurship** asalkan bukan hal hal yang mengarah kepada riba, judi, penyediaan produk atau layanan yang mengandung barang-barang haram. Untuk itu di balik **entrepreneurship** menurut Islam yang diharamkan ini tentu saja ada

etika dan manfaat yang dapat diperoleh. Islam pun mengharapkan agar **entrepreneurship** yang dilakukan oleh seorang muslim tidak hanya memiliki keuntungan untuk diri sendiri melainkan juga dapat memberikan manfaat yang banyak kepada banyak orang. Hal ini sesuai dengan prinsip Islam yang *rahmatan lil alamin*.

Islam menyebut istilah kegiatan wirausaha dengan *tijarah*. Pengertian wirausaha itu sendiri tidak dibatasi urusan dunia, tetapi mencakup pula seluruh kegiatan di dunia yang “diusahakan” (diniatkan sebagai ibadah) untuk meraih keuntungan atau pahala akhirat. Pernyataan ini secara tegas disebut dalam Al-Quran, Surat Ash-Shaff ayat 10-11:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا هَلْ اَدْرٰكُكُمْ عَلٰى تِجَارَةٍ تُنْجِيْكُمْ مِّنْ عَذَابِ اَلِيْمٍ
تُّؤْمِنُوْنَ بِاللّٰهِ وَرَسُوْلِهِۦٓ وَتُجَاهِدُوْنَ فِيْ سَبِيْلِ اللّٰهِ بِاَمْوَالِكُمْ وَاَنْفُسِكُمْ ؕ ذٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ اِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُوْنَ

“Hai, orang-orang yang beriman, sukakah kamu aku tunjukkan suatu perniagaan (bisnis) yang dapat menyelamatkan kamu dari azab pedih? (yaitu) kamu beriman kepada Allah dan Rasul-Nya dan berjihad di jalan Allah dengan jiwa dan hartamu. Itulah yang lebih baik bagimu jika kamu mengetahui” (QS. Ash-Shaff [61]: 10 – 11).

Menurut Ar-Raghib Al-Asfahani At-Tijarah bermakna pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan. Sedangkan menurut Ibn Farabi, *fulanun tajirun bi kadza* yang berarti seseorang yang mahir dan cakap yang mengetahui arah dan tujuan yang diupayakan dalam usahanya. Ada empat hal yang akan dibahas dalam bab ini yaitu: prinsip entrepreneurship dalam Al-Quran, entrepreneurship Nabi dan para Sahabat, urgensi spiritualitas entrepreneurship dalam Islam, dan peran spiritualitas Islam dalam entrepreneurship.

1. Prinsip Entrepreneurship Dalam Al-Quran

Secara umum, Al-Quran menjabarkan bahwa ada 3 aspek dalam dunia entrepreneurship yang harus diperhatikan setiap muslim, yaitu:

- 1) Larangan untuk memiliki dan mengelola harta (barang/jasa) yang terlarang atau yang haram.

- 2) Larangan dalam cara dan proses memperoleh harta (barang/jasa) serta pengelolaan dan pengembangannya.
- 3) Perhatian dan kehati-hatian dalam pengelolaan harta (barang/jasa) serta efek pengembangannya.

Dari ketiga aspek tersebut, lahirlah beberapa prinsip entrepreneurship Islami yang tertuang di berbagai ayat Al-Quran, antara lain:

a. Prinsip *tauhid* (kesatuan atau *unity*)

Perhatikan firman Allah Swt dalam QS. Al-Baqarah : 21-22 yaitu,

يَا أَيُّهَا النَّاسُ اعْبُدُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ وَالَّذِينَ مِنْ قَبْلِكُمْ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ. الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ فِرَاشًا
وَالسَّمَاءَ بِنَاءً وَأَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجَ بِهِ مِنَ الثَّمَرَاتِ رِزْقًا لَكُمْ فَلَا تَجْعَلُوا لِلَّهِ أَنْدَادًا وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ.

“Hai manusia, sembahlah Tuhanmu yang telah menciptakanmu dan orang-orang yang sebelumnya, agar kamu bertakwa. Dialah yang menjadikan bumi sebagai hamparan bagimu dan langit sebagai atap, dan Dia menurunkan air (hujan) dari langit, lalu Dia menghasilkan dengan hujan itu segala buah-buahan sebagai rezki untukmu; karena itu janganlah kamu mengadakan sekutu-sekutu bagi Allah, padahal kamu mengetahui” (QS Al-Baqarah [2]: 21-22).

Kandungannya:

- (1) Alam semesta dan manusia sendiri adalah ciptaan Allah. Dia Maha sempurna dari makhluk-makhlukNya. Allah memberikan batas-batas kemanfaatan antara individu manusia tanpa mengorbankan hak individu yang lain.
- (2) Semua pranata sosial, politik, agama, moral dan hukum diatur secara tersistem dan terpadu sehingga mampu mengarahkan manusia membentuk ethical organizational climate dalam aktivitas bisnis.
- (3) Mewujudkan kesadaran bagi para pelaku usaha, bahwa usaha yang dijalankan adalah upaya untuk mendekatkan diri kepada Allah (ibadah) bukan hanya mencari keuntungan semata-mata.

b. Prinsip keseimbangan dan keadilan

Firman Allah Swt dalam QS. Al-Maidah: 8 yaitu,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا إِيْدِلُوا
هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

“Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”. (QS. Al-Maidah [5]: 8).

Kandungannya:

- (1) Berlaku adil maka akan sangat dekat dengan taqwa, sehingga dalam entrepreneurship dilarang menggunakan cara-cara yang tidak adil, misalnya menipu, mengurangi takaran atau timbangan. Ini harus ditinggalkan karena menjurus kepada kezaliman (moral hazard).
- (2) Mewujudkan keseimbangan hidup di dunia dan di akhirat juga merupakan target para pebisnis muslim. Selain mencari keuntungan, entrepreneurship juga merupakan sarana untuk mencapai kebahagiaan di akhirat.
- (3) Para entrepreneur muslim juga harus menjaga keseimbangan usaha yang dijalankannya, dengan memperhatikan hal-hal yang mudharat (kesulitan) dan yang mafsadat (kerusakan). Ini berlaku mulai dari produksi-distribusi hingga konsumsi, baik barang/jasa.

c. Prinsip kebebasan memilih dan berusaha (ikhtiyar)

Firman Allah Swt dalam QS. Al-Maidah: 11 yaitu,

لَهُ مَعْقِبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمَنْ خَلْفَهُ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُعَيِّرُوهُ مَا بَانْتَسِبُهُمْ
وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَالَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ آلٍ

“Hai orang-orang yang beriman, ingatlah kamu akan nikmat Allah (yang diberikan-Nya) kepadamu, di waktu suatu kaum bermaksud hendak menggerakkan tangannya kepadamu (untuk berbuat jahat), maka Allah menahan tangan mereka dari kamu. Dan bertakwalah kepada Allah, dan hanya kepada Allah sajalah orang-orang mukmin itu harus bertawakkal” (QS. Al-Maidah [5]: 11).

Kandungannya:

- (1) Ayat ini sering menjadi landasan bagi menerapkan kebebasan ekonomi. Dari ayat ini, manusia diberi kebebasan untuk ikhtiyar usaha tanpa diintervensi oleh pihak manapun. Otoritas pasar sepenuhnya diberikan kepada masyarakat, bukan ketentuan Negara atau monopoli dari sektor swasta.
- (2) Dari ayat ini juga difahami bahwa persaingan usaha itu ada, tetapi cara-cara bersaingnya mesti sesuai dengan syari'at agama, tanpa menzalimi orang lain.
- (3) Semua hasil produksi yang didistribusikan harus dilandasi keyakinan bahwa Allah Ta'ala yang menentukan nilai keuntungannya. Manusia hanya berusaha.

d. Prinsip tanggung jawab (*responsibility*)

Firman Allah Swt dalam QS. Al-Nisa: 85 yaitu,

مَنْ يَشْفَعْ شَفَاعَةً حَسَنَةً يَكُنْ لَهُ نَصِيبٌ مِنْهَا وَمَنْ يَشْفَعْ شَفَاعَةً سَيِّئَةً يَكُنْ لَهُ كِفْلٌ مِنْهَا
وَكَانَ اللَّهُ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ مُقْبِتًا

“Barangsiapa yang memberikan syafa'at yang baik, niscaya ia akan memperoleh bahagian (pahala) dari padanya. Dan barangsiapa memberi syafa'at yang buruk, niscaya ia akan memikul bahagian (dosa) dari padanya. Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu” (QS. Al-Nisa [4] : 85).

Kandungannya:

- (1) Dalam keyakinan umat Islam, setiap perbuatan manusia pasti akan diminta pertanggung jawabannya oleh Allah. Bila perbuatan itu baik, maka baik pula balasannya dan bila buruk, maka buruk pula balasannya. Lihat juga QS. Al-Zalzalah: 7-8.

- (2) Setiap pelaku entrepreneurship Islami akan berupaya menjaga kehalalan dan kebaikan (*halalan thayyiban*) dari harta (barang/jasa) yang dikelolanya. Karena selain kepada Allah, pelaku entrepreneurship islami juga meyakini adanya pertanggung jawaban terhadap sesama manusia.
- (3) Dari ayat ini juga difahami bahwa tanggung jawab dalam dunia entrepreneurship terdiri dari dua tingkatan. Yaitu tanggung jawab mikro yang bersifat individual dan tanggung jawab makro yang bersifat organisasional dan sosial. Keduanya haru dipraktekkan secara seimbang.

e. Prinsip kebaikan (*benevolence*)

Firman Allah SWT dalam QS. Al-Qashash: 77 yaitu,

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ
وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan”
(QS. Al-Qashash [84]: 77).

Kandungannya:

- (1) Ihsan (kebaikan) dalam dunia entrepreneurship harus dimotivasi oleh tiga perbuatan, yaitu: (a) kemurahan hati (*ieniency*) (b) Motif pelayanan (*service motives*) (c) Kesadaran akan adanya Allah dan aturan yang berkaitan dengan pelaksanaan yang menjadi prioritas (*consciousness of Allah and of His prescribed priorities*).
- (2) Imam Ghazali menguraikan contoh implementasi Ihsan dalam entrepreneurship kepada tiga bentuk, yaitu : (a) Memberikan kelonggaran waktu kepada fihak terutang untuk membayar utangnya. (b) Menerima pengembalian barang yang telah

dibeli, karena mungkin rusak atau kurang kualitasnya. (c) Membayar hutang sebelum tiba penagihannya.

- (3) Dari ayat tersebut, para pelaku entrepreneurship diwajibkan untuk memperhatikan tiga skala prioritas bisnis dalam Al-Quran, yaitu: (a) Lebih memilih penghargaan akhirat ketimbang penghargaan duniawi. (b) Lebih memilih tindakan yang bermoral ketimbang yang tidak bermoral. (c) Lebih memilih yang halal ketimbang yang haram.

2. Kegiatan Entrepreneurship Nabi dan Para Sahabat

Dalam agama Islam konsep penyatuan **entrepreneurship** dengan spiritual sebenarnya bukanlah hal yang baru. Hal ini sangat jelas dicontohkan oleh Nabi Muhammad saw. dan para shahabatnya. Nabi dan para sahabat tidak memisahkan antara kegiatan **wirausaha** dan nilai-nilai spiritual. Mereka tidak membuat dikotomi antara yang suci dan profane, antara ibadah dan wirausaha, antara masjid dan pasar. Hal ini mencerminkan bahwa ajaran Islam itu integral, ada ketersambungan antara kerja dan ibadah.

Dari mempelajari ajaran Al-Qur'an dan Hadis, dapat disimpulkan bahwa Islam memerintahkan umatnya untuk menjadi kaya. Hal ini dapat dipahami karena banyak ajaran-ajaran Islam yang dalam perwujudannya membutuhkan harta banyak. Salah satu contohnya adalah ibadah haji. Demikian juga kalau dilihat dari perwujudan ajaran yang lebih luas berkaitan dengan nilai Islam yang integral seperti pendidikan, kesehatan, pengembangan teknologi dan lain-lain yang semuanya membutuhkan pembiayaan. Sungguh tepat ketika nabi bersabda, *salahu ummati bi al-'ilmi wa al-mal* (umatku akan baik dengan harta dan ilmu).

Dalam konteks memahami Nabi secara proporsional menarik mencermati apa yang ditulis Muhammad Syafi' (2007) di dalam bukunya yang berjudul, *Muhammad SAW, The Super Leader Super Manager*. Muhammad SAW mempunyai keunikan tersendiri mengenai kekayaan. Pada kondisi tertentu beliau menjadi orang kaya dan pada kondisi yang lain menjadi orang miskin. Pada saat-saat tertentu beliau

juga berada pada posisi antara keduanya. Hidup sederhana dan bersahaja. Tentu saja hal ini tidak terlepas kedudukan beliau sebagai *uswat hasanah*. Nabi bisa menjadi contoh bagi siapa saja, orang kaya yang dermawan dan beriman, orang sederhana yang selalu bersyukur atau orang miskin yang sabar dan tabah. Sulit membayangkan jika Nabi itu tidak kaya, padahal ia mampu membayar mahar kepada Khadijah dalam jumlah besar; 20 ekor unta terbaik ditambah 12 ons (uqiyah) emas. Satu jumlah yang cukup besar jika dikonversi dengan mata uang kita saat ini.

Lebih dari dua puluh tahun Nabi Muhammad Saw berkiprah di bidang wirausaha (perdagangan), sehingga beliau dikenal di Yaman, Syiria, Basrah, Iraq, Yordania, dan kota-kota perdagangan di Jazirah Arab. Namun demikian, uraian mendalam tentang pengalaman dan keterampilan dagangnya kurang memperoleh pengamatan selama ini. Sejak sebelum menjadi *mudharib (fund manager)* dari harta Khadijah, ia kerap melakukan lawatan untuk urusan wirausaha, seperti ke kota Busrah di Syiria dan Yaman. Dalam Sirah Halabiyah dikisahkan, ia sempat melakukan empat lawatan dagang untuk Khadijah, dua ke Habsyah dan dua lagi ke Jorasy, serta ke Yaman bersama Maisarah. Ia juga melakukan beberapa perlawatan ke Bahrain dan Abisinia. Perjalanan dagang ke Syiria adalah perjalanan atas nama Khadijah yang kelima, di samping perjalanannya sendiri yang keenam termasuk perjalanan yang dilakukan bersama pamannya ketika Nabi berusia 12 tahun.

Di pertengahan usia 30-an, ia banyak terlibat dalam bidang perdagangan seperti kebanyakan pedagang-pedagang lainnya. Tiga dari perjalanan dagang Nabi setelah menikah, telah dicatat dalam sejarah: pertama, perjalanan dagang ke Yaman, kedua, ke Najd, dan ketiga ke Najran. Diceritakan juga bahwa di samping perjalanan-perjalanan tersebut, Nabi terlibat dalam urusan dagang yang besar, selama musim-musim haji, di festival dagang Ukaz dan Dzul Majaz. Sedangkan musim lain, Nabi sibuk mengurus perdagangan grosir pasar-pasar kota Makkah. Dalam menjalankan bisnisnya Nabi Muhammad jelas menerapkan prinsip-prinsip manajemen yang jitu dan handal sehingga bisnisnya tetap untung dan tidak pernah merugi.

Dalam perspektif Al-Qur'an kekayaan itu harus diusahakan. Ia tidak datang tanpa sebab dan alasan yang rasional. Tidak ada orang yang bangun tidur langsung menjadi kaya. Oleh sebab itu, ajaran Al-Qur'an tentang profesionalitas, penghargaan terhadap waktu, otonomi manusia, kerja sebagai jihad harus dilihat dalam rangkaian perspektif Islam tentang kaya. Di atas segala-galanya, ajaran Islam tentang kaya tidaklah bermaksud membawa ummat ini menjadi hedonis, menikmati kekayaan untuk kesenangan sendiri. Menjadi kaya paralel dengan ajaran berkhidmah (mengabdikan untuk kemanusiaan). Semakin banyak hartanya berarti semakin besar pula kesempatannya berkhidmah untuk kemanusiaan. Dengan kata lain, berkhidmah (mengabdikan) kepada Allah tidak akan pernah bermakna sepanjang kita tidak berkhidmah kepada sesama manusia.

Muhammad Sulaiman PhD dan Aizuddinur Zakaria dalam *Jejak Bisnes Rasul* (2010) menuturkan, terdapat empat sifat nabi yang harus ada dalam diri seorang pengusaha. Empat sifat tersebut yaitu:

- (1) shiddiq (jujur), yakni jujur pada diri sendiri dan orang lain akan melahirkan sifat keyakinan dan keberanian menghadapi ujian;
- (2) amanah (dapat dipercaya), mendorong seseorang untuk bertanggung jawab, membangun kekuatan diri dan memperbaiki kualitas hubungan sosial;
- (3) tablig (komunikatif), yang berarti pebisnis harus menjadi marketing yang hebat dan seorang pembicara yang unggul; dan
- (4) fathonah (cerdik), yaitu pebisnis harus memiliki kemampuan melihat sesuatu dari sudut pandang berbeda, lalu muncul kreativitas, ide, dan wawasan.

Dengan sifat seperti itu, maka produk atau jasa yang dihasilkan menjadi unggulan. Beberapa contoh prinsip-prinsip entrepreneurship yang digali dari sifat Rasulullah, menurut Sulaiman dan Zakaria, misalnya, *re-branding* dengan mengubah Yatsrib menjadi Madinah. Contoh lain yakni pemasaran holistik terlihat dari strategi rasul membagi empat pasukan saat fathul makkah. Berikutnya adalah sifat visioner: rasul menyetujui perjanjian hudaibiyah yang merugikan saat perjanjian itu ditandatangani, namun menguntungkan di masa yang akan datang.

Sebagaimana kita ketahui dari riwayat hidupnya, Nabi Muhammad Saw sudah mengimplementasikan nilai-nilai manajemen dalam kehidupan dan praktek wirausahanya. Ia telah dengan sangat baik mengelola proses, transaksi, dan hubungan wirausaha dengan seluruh elemen wirausaha serta pihak yang terlihat di dalamnya. Bagaimana gambaran beliau mengelola usahanya, Prof. Afzalul Rahman dalam buku *Muhammad as A Trader* (1982), mengungkapkan: *“Muhammad did his dealing honestly and fairly and never gave his customers to complain. He always kept his promise and delivered on time the goods of quality mutually agreed between the parties. He always showed a great sense of responsibility and integrity in dealing with other people”* (Muhammad melakukan transaksi dengan jujur dan adil dan tidak pernah memberikan pelanggannya untuk mengeluh. Dia selalu menepati janjinya dan mengirimkan barang-barang berkualitas tepat waktu yang disepakati bersama antara para pihak. Dia selalu menunjukkan rasa tanggung jawab dan integritas yang tinggi dalam berurusan dengan orang lain). Bahkan dia mengatakan: *“His reputation as an honest and truthful trader was well established while he was still in his early youth”* - Reputasinya sebagai pedagang yang jujur dan jujur sudah mapan saat ia masih muda.

Berdasarkan tulisan Afzalurrahman di atas, dapat diketahui bahwa Nabi Muhammad adalah seorang pedagang yang jujur dan adil dalam membuat perjanjian wirausaha. Ia tidak pernah membuat para pelanggannya komplain. Dia sering menjaga janjinya dan menyerahkan barang-barang yang di pesan dengan tepat waktu. Dia senantiasa menunjukkan rasa tanggung jawab yang besar dan integritas yang tinggi dengan siapapun. Reputasinya sebagai seorang pedagang yang jujur dan benar telah dikenal luas sejak beliau berusia muda.

Pada zamannya, Nabi Muhammad menjadi pelopor perdagangan berdasarkan prinsip kejujuran, transaksi wirausaha yang fair, dan sehat. Ia tak segan-segan mensosialisasikannya dalam bentuk edukasi langsung dan statemen yang tegas kepada para pedagang. Pada saat beliau menjadi kepala negara, *law enforcement* benar-benar ditegakkan kepada para pelaku wirausaha nakal. Beliau pula yang memperkenalkan asas *“Facta Sur Servanda”* yang kita kenal sebagai

asas utama dalam hukum perdata dan perjanjian. Di tangan para pihaklah terdapat kekuasaan tertinggi untuk melakukan transaksi, yang dibangun atas dasar saling setuju “Sesungguhnya transaksi jual-beli itu (wajib) didasarkan atas saling setuju (ridla)...” Terhadap tindakan penimbunan barang, beliau dengan tegas menyatakan: “Tidaklah orang yang menimbun barang (ihtikar) itu, kecuali pasti pembuat kesalahan (dosa)!!!” Sebagai debitor, Nabi Muhammad tidak pernah menunjukkan wanprestasi (default) kepada krediturnya. Ia kerap membayar sebelum jatuh tempo seperti yang ditunjukkannya atas pinjaman 40 dirham dari Abdullah Ibn Abi Rabi’. Bahkan kerap pengembalian yang diberikan lebih besar nilainya dari pokok pinjaman, sebagai penghargaan kepada kreditur. Suatu saat ia pernah meminjam seekor unta yang masih muda, kemudian menyuruh Abu Rafi’ mengembalikannya dengan seekor unta bagus yang umurnya tujuh tahun. “Berikan padanya unta tersebut, sebab orang yang paling utama adalah orang yang menebus utangnya dengan cara yang paling baik” (HR-Muslim).

Menurut Sulaiman dan Zakaria (2010), Rasulullah sukses dalam berwirausaha karena meyakini kerja sebagai ibadah. Beliau sangat kreatif, visioner, *the power of love*, dan pandai bersyukur. “Sukses bisnis Rasulullah karena manajemen yang andal, memahami konsumen, serta pintar melihat pangsa pasar”. Setelah Rasulullah SAW dan para sahabat diizinkan Allah SWT hijrah ke Madinah, di kota yang dulu bernama Yatsrib ini, Rasulullah mempersaudarakan orang-orang Muhajirin dan Anshar. Abdurrahman bin Auf dipersaudarakan dengan Sa’ad bin Rabi. Sa’ad berkata kepadanya, “Wahai saudaraku, aku adalah orang yang paling banyak harta di Madinah, maka pilihlah olehmu separuh hartaku dan ambillah. Aku juga mempunyai dua orang istri, lihatlah siapa diantara mereka berdua yang engkau sukai, maka aku akan menceraikannya (dan menikahkannya denganmu).” Abdurrahman bin Auf berkata, Laa (Tidak), “Semoga Allah memberkatimu, dalam harta dan keluargamu, akan tetapi Abdurrahman bin Auf berkata kepada Saad bin Rabi, “Tunjukkanlah kepadaku pasar “. Maka Saad pun menunjukkan kepada Abdurrahman bin Auf jalan menuju pasar dan segera Abdurrahman bin Auf bergegas menuju ke pasar. Di sana Abdurrahman bin Auf melakukan “riset pasar”, melihat peluang apa

yang bisa dikelolanya. Di dalam pengamatannya Abdurrahman bin Auf merasa bahwa harga sewa di pasar Madinah sangat mahal, dan seketika itu juga Abdurrahman bin Auf melihat lahan di samping pasar yang tidak dikelola dan Dia segera bergegas menemui Saad bin Rabi. Sesampainya di rumah Saad, Abdurrahman bin Auf menawarkan kerjasama dengan Saad terkait lahan tersebut, lalu Saad menyetujuinya dan segera Saad membeli lahan tersebut dan seketika itu juga tanah tersebut dibangun dan dikavling-kavling. Sehingga jadilah Kavlingan Pasar. Seketika itu Abdurrahman bin Auf menjadi pebisnis kavling pasar (*Property*) hingga Beliau menjadi salah orang terkaya di Zamannya.

Khalifah Utsman dikenal sebagai sahabat yang paling kaya raya, bahkan kekayaannya konon melebihi saudagar Abdurrahman bin Auf. Kisahnya yang mahsyur adalah ketika beliau membeli setengah kepemilikan sumur Bi'ru, di Madinah dari seorang Yahudi yang sangat oportunis. Khalifah Utsman mewakafkannya untuk umat muslim ketika itu. Karena pertumbuhan Muslim yang banyak, akhirnya ia membeli lagi sisa kepemilikan sumur tersebut dengan harga 38.000 dirham. Dan sampai dengan sekarang pemerintah Arab Saudi masih mendapatkan hasil wakaf dari sumur tersebut bahkan rekening atas nama Ustman bin Affan masih ada di Bank Saudi Arabia. Maka ketika memasuki masa perang, Utsman bin Affan. Beliau juga pernah menyumbangkan untuk keperluan perang sebanyak 950 ekor unta (jika seekor unta berkisar 14 juta), dan 50 ekor kuda perang Arab (sekitar 1,2 M per ekor) serta uang tunai 1.000 dinar (1 dinar senilai Rp 4,25 gram, jika 1 Gramnya sebesar Rp 500.000).

Sahabat Nabi lainnya yaitu Umar bin Khattab dikenal sangat sederhana. Tidur siangya beralaskan tikar dan batu bata di bawah pohon kurma, dan ia hampir tak pernah makan kenyang, menjaga perasaan rakyatnya. Akan tetapi, ketika Umar bin Khattab wafat, beliau meninggalkan (properti) ladang pertanian sebanyak 70.000 ladang, yang katanya kalau di konversi ke dalam rupiah saat ini, ladangnya sebesar Rp 160 juta, Jika dikonversi berarti Khalifah Umar meninggalkan warisan sebanyak 11,2 Trilyun. Rata-rata penghasilan ladang pertanian tersebut menghasilkan sedikitnya 40 jutaan per tahun. Berarti Sahabat Umar mendapatkan penghasilan 2,8 Trilyun,

atau 233 Milyar per bulan, maka dari itu, Umar bin Khattab pun memiliki bisnis property yang nilainya sangat besar (Haritsi, 2006).

3. Urgensi Spiritualitas Entrepreneurship Dalam Islam

a. Integrasi Hidup

Agama Islam turunkan ke bumi sebagai petunjuk bagi hidup manusia. Agama Islam memiliki karakter komprehensif dan integral, maka dalam Islam tidak dikenal pemisahan berbagai aspek kehidupan, baik ekonomi, sosial, maupun politik. Dalam Islam juga tidak dikenal pemisahan antara aspek duniawi dan akhirat. Tidak ada aspek duniawi yang terpisah dari nilai ukhrawi, karena sekecil apa pun yang dilakukan di dunia ini akan berdampak di akhirat, karena Allah telah berfirman dalam surat Az-Zalzalah ayat 7-8:

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ

“Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya” (QS. Az-Zalzalah [99]: 7)

وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ

“Dan barangsiapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrahpun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya pula” (QS. Az-Zalzalah [99]: 8).

Dalam konteksnya dengan ekonomi Islam, bahwa ekonomi Islam merupakan sekumpulan dasar-dasar umum ekonomi yang disimpulkan dari Alquran dan as-sunah dan merupakan bangunan perekonomian yang didirikan atas dasar-dasar tersebut sesuai dengan lingkungan dan masanya. Dalam berbagai pengertian ekonomi, baik yang dikemukakan oleh para pakar ekonomi Barat maupun oleh para pakar ekonomi Islam sendiri menempatkan individu (manusia) sebagai obyek kajian ekonomi. Namun demikian, konsep ekonomi Islam tidak hanya mengkaji individu sebagai makhluk sosial, sebagaimana yang menjadi kajian ekonomi Barat, tapi lebih dari itu. Konsep ekonomi Islam

juga menempatkan individu sebagai makhluk yang mempunyai potensi religius.

Oleh sebab itu, dalam pemenuhan kebutuhannya, atau aktifitas ekonomi lainnya, ekonomi Islam menempatkan nilai-nilai Islam sebagai dasar pijakannya. Berbeda dengan konsep ekonomi Barat yang menempatkan kepentingan individu sebagai landasannya. Nilai-nilai Islam tidak hanya berkaitan dengan proses ekonomi, tapi juga berkaitan dengan tujuan dari kegiatan ekonomi. Islam menempatkan bahwa tujuan ekonomi tidak hanya kesejahteraan duniawi saja, tapi juga untuk kepentingan yang lebih utama, yaitu kesejahteraan akhirat. Dengan demikian ekonomi Islam dan dakwah bertujuan agar manusia memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat (Falah). Ekonomi Islam dan dakwah merupakan sarana untuk menyeru manusia agar dalam tindak tanduknya sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam.

b. Entrepreneurship bernilai ibadah

Allah menciptakan manusia dengan tujuan untuk beribadah (QS. 51:56).

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

“Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku. (QS. Adz-Dzariyat [51]: 56)

Oleh karena itu, entrepreneurship harus bernilai ibadah. Hal tersebut diperkuat dengan perintah untuk bekerja, “... dan orang-orang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian karunia Allah, dan orang-orang yang lain lagi berperang di jalan Allah...” (QS. 73:20). Rasulullah bersabda, “berbisnislah kamu, karena sembilan dari sepuluh pintu rezeki ada dalam bisnis” (HR. Ahmad).

Secara harfiah ibadah berarti bakti kepada Allah swt, sebab didorong dan dibangkitkan oleh aqidah atau tauhid. Dalam terminologi Islam, ibadah adalah kepatuhan kepada Allah yang

didorong oleh rasa kekaguman dan ketakutan. Ibadah juga yang membuat “aqidah Islamiyyah” menjadi hidup dalam jiwa yang melakukannya, dan yang menyalurkan aqidah Islamiyyah dari tingkat penalaran menuju tingkat penghayatan, sehingga nurani manusia dapat mengidentifikasi segala suatu yang potensial pada dirinya. Dalam konteks pengembangan entrepreneurship, kesadaran manusia atas potensi yang terdapat dalam dirinya merupakan modal utama terciptanya kreativitas dan inovasi, yang pada akhirnya bisa bermuara pada terbentuknya karya ataupun entitas entrepreneurship.

Al-Qur’an telah mempopulerkan berbagai bentuk ibadah selain ibadah wajib. Shalat, dzikir dsb. Berkaitan dengan ibadah adalah amal saleh yang memberi manfaat secara individual. Namun ada amal saleh yang bermanfaat bagi pelaku sekaligus bermanfaat bagi orang lain, hal tersebut adalah amal kemasyarakatan, seperti halnya membuka lapangan pekerjaan baru, membebaskan orang dari kebodohan, keterbelakangan, kemiskinan dan menolong orang yang sedang berada dalam kesulitan. Menurut Islam, amal sosial ini bernilai lebih tinggi daripada amal individual. Karya yang berkembang di tengah masyarakat akan diberi ganjaran lebih besar daripada aktivitas yang menguntungkan diri sendiri. Pemahaman doktrin ibadah secara dangkal akan menjerumuskan umat Islam. Hal ini bisa dilihat bahwa sampai saat ini masih banyak yang menafsirkan ibadah dengan cara yang sangat sempit atau hanya yang menyangkut aspek ritual saja, seperti shalat, puasa, haji dsb., akibatnya ibadah seringkali kemudian berseberangan dengan aktivitas seseorang ketika sedang bekerja dalam berbagai sektor. Padahal sebenarnya doktrin ibadah lebih luas dari sekedar itu. Surat Adz-Dzariyat: 56 di atas dapat ditafsirkan bahwa setiap aktivitas manusia sesungguhnya adalah ibadah dan keseluruhan muara dari semua aktivitas tersebut adalah kesejahteraan manusia di dunia maupun kemenangan di akhirat. Kesejahteraan itu sendiri erat kaitannya dengan keuntungan yang didapatkan oleh manusia. Konsep beruntung dalam Islam memiliki tiga dimensi: yakni jangka pendek (dunia), jangka menengah (alam kubur); dan jangka panjang (akhirat).

Dalam konteks penafsiran ayat suci di atas, maka entrepreneurship seharusnya tidak boleh berhenti untuk kepentingan jangka pendek, atau entrepreneurship itu sendiri, bukan pula hanya sekedar mencari keuntungan pragmatis tetapi bisnis sekaligus sebagai ibadah. Aktifitas entrepreneurship menjadi bagian penting dari ibadah, sehingga jalan yang ditempuh seyogyanya juga sesuai dengan ajaran Islam itu sendiri. Islam memandang penting semua itu agar manusia bisa dengan lebih mudah menjalankan bentuk ibadah-ibadah lainnya seperti memberi nafkah terhadap keluarga, menyantuni anak yatim, membayar zakat, dan sebagainya. Oleh karena itu, bercita-cita menjadi kaya dan bekerja keras sebagai aktualisasinya termasuk ke dalam ranah ibadah. Adapun demikian, fakta yang menunjukkan bahwa belum banyak umat Islam yang mampu berdaulat secara ekonomi seringkali diidentifikasi sebagai akibat dari belum kaffahnya aktifitas entrepreneurship mereka mengadopsi prinsip-prinsip Ibadah dalam aktifitas entrepreneurship mereka.

Teladan dari Rasulullah saw yang juga merupakan seorang entrepreneur sebagaimana dibahas di atas dapat dijadikan aset yang sangat berharga dalam konsep bisnis yang Islami. Nilai-nilai kejujuran (*shiddîq*), *'amânah* (dapat dipercaya), *fathânah* (kecerdasan), *tablîg* (komunikatif) yang diteladankan Nabi dalam entrepreneurship—sebagaimana telah dibahas di atas—merupakan pilar utama yang harus dimiliki oleh seorang entrepreneur. Sebagai pelaku entrepreneurship dan juga rasul, Nabi Muhammad saw tak henti-hentinya menghimbau umatnya untuk berbisnis guna mencari rezeki Allah yang halal. Islam mengajarkan bahwa rezeki tidak ditunggu tapi dicari bahkan dijemput. Allah menurunkan rezeki sesuai dengan usaha yang dilakukan manusia sesuai prinsip bisnis universal, yaitu amanah dan terpercaya, di samping mengetahui dan memiliki keterampilan bisnis yang baik dan benar. Oleh karena itu, seberapa besar manusia mencurahkan pikiran dan tenaga, sebesar itu pula curahan rezeki yang dikaruniakan Allah Swt.

Umat Islam dan entrepreneur seharusnya bersyukur atas sebab Rasulullah membekali umat Islam untuk menghadapi

perbedaan. Beliau menegaskan bahwa perbedaan itu adalah rahmat, apabila pandai dan arif menangani perbedaan itu. Islam juga mengajarkan agar perbedaan dan kemajemukan dikembangkan sebagai pendorong untuk melaksanakan perbuatan baik bagi sesama, serta berulang kali mengajarkan untuk *br-fastabiqul khairah*, berlomba-lomba untuk berbuat kebaikan, termasuk berkompetisi dalam entrepreneurship secara sehat untuk mencapai kesejahteraan dunia maupun kebahagiaan akhirat.

Motivasi yang diajarkan oleh Islam adalah semangat untuk beribadah dengan sungguh-sungguh dan bekerja keras untuk mencari ridha Allah Swt. Melalui kerja keras inilah umat Islam akan mampu menempuh kehidupan dengan bekal kekuatan yang mantab. Sedangkan berdiam diri akan menjerumuskan kepada titik lemah dan ketidak berdayaan. Islam senantiasa mengajak penganutnya untuk senantiasa bergairah, optimis dalam menjalani hidup, bukan menjadi makhluk yang lemah dan miskin. Sebab Islam juga merupakan agama yang berorientasi pada masa depan, yakni kejayaan di dunia dan di akhirat. Sebagaimana firman Allah Swt dalam surat al-Kahfi 7-8:

إِنَّا جَعَلْنَا مَا عَلَى الْأَرْضِ زِينَةً لَهَا لِنَبْلُوهُمْ أَيُّهُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا () وَإِنَّا لَجَاعِلُونَ مَا عَلَيْهَا صَعِيدًا جُرُزًا

“Sesungguhnya Kami telah menjadikan apa yang di bumi sebagai perhiasan baginya, agar Kami menguji mereka siapakah di antara mereka yang terbaik perbuatannya dan Sesungguhnya Kami benar-benar akan menjadikan (pula) apa yang di atasnya menjadi tanah rata lagi tandus” (QS. Al-Kahfi [18]: 7-8).

Ayat tersebut menunjukkan kepada manusia bahwa bumi ini hanya sebagai tempat bagi manusia-manusia terbaiknya untuk mencari dan mengembangkan fasilitas ibadah dan amaliah, manusia dipersilakan untuk mengeksplorasi bumi dan isinya guna kepentingan ibadah, seperti kejayaan diri, keluarga, negara dan umat manusia pada umumnya. Setiap orang yang tidak mau memanfaatkan waktu dan kesempatan akan merugi.

c. Transendensi Diri

Transendensi diri dalam segala hal. Allah berfirman dalam surat At-Talaq ayat 3:

بَلِّغِ اللَّهَ إِنَّ ۖ حَسْبُهُ فَهُوَ اللَّهُ عَلَىٰ يَتَوَكَّلُ وَمَنْ ۖ يَحْتَسِبُ لَا حَيْثُ مِنْ وَيَرْزُقُهُ
قَدْرًا شَيْءٍ لِّكُلِّ اللَّهُ جَعَلَ قَدْ ۖ أَمْرَهُ

“Dan memberinya rezeki dari arah yang tiada disangka-sangkanya. Dan barangsiapa yang bertawakkal kepada Allah niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan)nya. Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan yang (dikehendaki)Nya. Sesungguhnya Allah telah mengadakan ketentuan bagi tiap-tiap sesuatu” (QS.At-Talaq [65]:3).

Ayat ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang linear antara tawakkal dan rezeki. Orang yang mentrandensi diri akan selalu berserah dan tawakkal pada Allah. Ada kewajiban bagi manusia untuk berusaha semaksimal mungkin dan menyerahkan hasilnya kepada Allah yang maha menentukan rezeki.

Transendensi-diri merujuk pada tingkatan paling tinggi, paling holistik, serta paling inklusif berkenaan dengan perihal kesadaran manusia, cara berperilaku, maupun upaya untuk menemukan keterkaitan yang terdapat di antara diri dengan orang-orang terdekat, diri dengan sesama manusia, diri dengan makhluk hidup lain, diri dengan lingkungan, dan juga diri dengan sang pencipta (Maslow, 1971). Orang yang sudah mentransendensikan diri akan Nampak dalam sikap hidupnya yang tawakal, berserah diri, dan dapat dipercaya karena kesatuan kata dan tindakannya.

Melihat pentingnya aspek kepercayaan dalam bisnis secara umum, maka ketika seorang wirausaha ingin terjun ke dalam dunia entrepreneurship dan pemasaran islam, ia harus selalu menerapkan kepercayaan transenden dalam setiap aktivitasnya. Seluruh jajaran direksi perusahaan, para distributor, penjual, pembeli dan seluruh elemen masyarakat, hendaknya berusaha mengaplikasikan beberapa aksi secara efektif yang bisa menimbulkan sistem ekonomi entrepreneurship yang selama ini banyak diliputi oleh anti trust.

Aspek kepercayaan transenden salam bisnis dan pemasaran islam, selalu berkaitan erat dengan bagaimana seorang pengusaha dapat mengubah persepsi dirinya, mitra, dan lawan jenisnya. Kepercayaan transenden juga akan mengubah cara pandang, bicara, perilaku dan kerja seseorang pengusaha menjadi lebih baik dan berkualitas. Kepercayaan akan yang transenden dalam entrepreneurship adalah suatu reaksi dari beberapa aksi yang meliputi bagaimana cara memandang, berbicara, berperilaku dan bekerja, sesuai dengan ajaran-ajaran islam, mencakup karakter dan kompetensi yang bersifat kongkret, nyata dan terukur, yang dapat mempengaruhi aktivitas bisnis.

Kepercayaan transenden merupakan fondasi yang harus ada dalam setiap diri seorang entrepreneur muslim, karena kepercayaan transenden dalam diri seorang entrepreneur muslim merupakan kunci adanya kepercayaan transenden dalam suatu hubungan entrepreneurship. Kemudian kepercayaan transenden dalam hubungan wirausaha akan membentuk suatu circle antar beberapa pihak, dan bisa menimbulkan efek kepercayaan transenden dalam organisasi. Jika kepercayaan akan yang transenden dalam suatu organisasi terorganisasi dengan baik, maka ini akan menjadi suatu embrio yang baik untuk pembentukan kepercayaan akan yang transenden dalam suatu pasar. Walhasil, iklim kepercayaan akan yang transenden yang sudah sangat baik akan secara otomotis membentuk sirkulasi kepercayaan akan yang transenden yang sangat kuat dan mengakar dalam masyarakat.

4. Peran Spiritualitas Islam Dalam Entrepreneurship

a. Daya kreasi

Berbeda dengan malaikat, manusia adalah makhluk spiritual yang mempunyai unsur fisik. Allah berfirman dalam surah Al-Hijr 15:29:

فَإِذَا سَوَّيْتُهُۥ وَنَفَخْتُ فِيهِ مِنْ رُوحِي فَقَعُوا لَهُۥ سَاجِدِينَ

“Maka apabila aku telah menyempurnakan kejadiannya, dan telah meniupkan kedalamnya ruh (ciptaan)-Ku, Maka tunduklah kamu kepadanya dengan bersujud.” (QS. Al-Hijr [15]:29).

Dari sisi spiritual, manusia terhubung dengan Yang Ilahi dan dapat mengerti pesan-pesan yang diterima dari-Nya. Sementara dari sisi fisiknya, manusia mampu mewujudkan pesan ilahi tersebut dalam tataran materi dengan menggunakan materi tersebut. Unsur spiritual dalam diri manusia menyimpan gelora idealisme, dan unsur itu yang memberikan kekuatan kepadanya untuk mengadakan dan menciptakan semua sarana bagi hidupnya. Itulah sebabnya mengapa manusia juga disebut sebagai *co-creator*.

Unsur spiritual itu juga membuat sisi batin yang terdalam dari manusia selalu terarah kepada Yang Ilahi. Sementara aspek materi memberi jalan untuk mewujudkan idealism tersebut menjadi nyata. Keberadaan daya kreasi inilah yang dapat menjelaskan mengapa orang-orang seperti Abu Bakar dan Ustman bin Affan berani menginfakkan seluruh hartanya. Abu Bakar dan Usman percaya pada daya cipta material yang mereka miliki. Dengan daya kreasinya manusia dapat mengubah lingkungan hidupnya, maka manusia juga disebut sebagai makluk pencipta lingkungan hidupnya. Daya kreasi ini dapat membuat manusia dan lingkungannya menjadi lebih baik, tetapi bisa juga terjadi sebaliknya. Ketika daya kreasi tidak disertai oleh kesadaran siapa dirinya, maka daya kreasi tersebut bisa menjadi bencana bagi kehidupan.

b. Fungsi Kontrol

Spiritualitas yang dimilikinya akan mampu menghindarkan manusia dari jebakan pengabdian pada materi semata. Bagi orang yang memiliki spiritualitas yang kuat, kesulitan materi tidak akan membuat dirinya menyerah. Unsur materi yang ada dalam diri manusia memang akan cenderung menaruh perhatian pada hal-hal yang sifatnya adalah materi. Namun spiritualitas akan memungkinkan manusia menghidupi nilai-nilai dasar dan luhur seperti kesucian, kejujuran, kemuliaan, kebesaran, keiklasan, kesabaran, kesyukuran dan keyakinan. Nabi shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda:

أَلَا وَإِنَّ فِي الْجَسَدِ مُضْغَةً إِذَا صَلَحَتْ صَلَحَ الْجَسَدُ كُلُّهُ ، وَإِذَا فَسَدَتْ فَسَدَ
الْجَسَدُ كُلُّهُ . أَلَا وَهِيَ الْقَلْبُ

“Ingatlah bahwa di dalam tubuh manusia ada segumpal daging. Jika ia baik, maka baik pulalah seluruh anggota tubuh. Jika ia rusak, maka rusak pulalah seluruh tubuh manusia. Ingatlah, segumpal daging itu adalah qalbu.” (HR. Bukhari no. 52 dan Muslim no. 1599).

Kekuatan spiritual tersebut akan mendorongnya untuk bangkit dan menciptakan materi sebagai sarana mewujudkan cita-cita hidup mulia. Hal inilah yang menjelaskan mengapa ketika Sa’ad Ibnu Rabi’ (dari kalangan Anshar) menawarkan modal kerja pada Abdur Rahman bin ‘Auf (dari kalangan Muhajirin) maka Abdur Rahman bin ‘Auf menolak, lalu ia meminta untuk ditunjukkan saja letak pasar madinah.

Kekuatan spiritual yang ada dalam diri manusia dalam entrepreneurship merupakan asset yang luar biasa yang dapat digali dan dimanfaatkan secara maksimal. Kekuatan spiritual ini kalau dihidupi akan menangkal dari berbagai sikap negatif yang muncul karena sisi materi (daging) yang ada dalam diri manusia. Dalam kondisi materi berlimpah, kekuatan spiritualitas akan menghindarkan orang dari sikap sombong dan arogan. Baginya keberhasilan entrepreneurship yang dicapainya bukanlah karena keunggulan dirinya, tetapi karena rahmat Yang Mahakuasa. Pribadi seperti itu tidak akan pernah lupa bahwa rezeki yang ada di tangannya adalah titipan Allah semata yang kelak harus dipertanggungjawabkannya. Dengan demikian ia akan berhati-hati dari cara memperolehnya dan bagaimana membelanjakannya. Spiritualitas mengutamakan kemuliaan daripada kemenangan, keberkahan daripada keuntungan. Rendahnya nilai moral dalam dunia entrepreneurship, lama kelamaan akan menjadi bumerang bagi entrepreneurship itu sendiri, lantaran hilangnya kepercayaan. Situasi inilah yang harusnya menjadi dorongan bagi para entrepreneur untuk menjalankan kegiatan entrepreneurshipnya dengan moralitas.

c. Stabilisator

Kekuatan spiritualitas menyadarkan para pelaku entrepreneurship untuk memberikan ruang bagi kehadiran dan keterlibatan Allah mulai dari permulaan kegiatan entrepreneurshipnya, pada prosesnya, dan hingga hasilnya (Abdul Jalil, 2013). Dengan demikian, spiritualitas mestinya menanamkan dalam hati para entrepreneur bahwa motif entrepreneurship adalah pertamanya karena Allah, dan dalam prosesnya harus sesuai dengan nilai-nilai Ilahiah, dan segala hasilnya haruslah disyukuri, dievaluasi demi perbaikan pada masa yang akan datang. Oleh karena itu, tidak ada kata rugi dalam bingkai kaca mata spiritual entrepreneurship, karena semua yang terjadi bermakna ibadah. Memisahkan entrepreneurship dengan spiritual justru dapat menyeret manusia pada kegersangan hidup yang membuat dirinya bersikap arogan. Hal itu akan membuatnya kehilangan jati dirinya, dan akhirnya akan menciptakan disharmonisasi irama kehidupannya.

Allah SWT berfirman dalam surah Adz-Dzariyat ayat 56:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

“Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku” (QS. Adz-Dzariyat [51]: 56).

Berdasarkan firman Allah SWT dalam Al-Qur’an di atas, spiritual bagi seorang muslim adalah penyerahan diri sepenuhnya hanya untuk yang menciptakannya. Spiritual menjadikan Allah SWT sebagai tujuan akhir kehidupannya, sehingga apapun yang dia lakukan di atas permukaan bumi ini semuanya merupakan wahana untuk pengabdian kepada Allah SWT. Oleh karena itu, dalam setiap kerja yang dilakukannya, semua dianggap sebagai ibadah kepada Allah SWT.

Orang yang memiliki kecerdasan spiritual dan menjadikannya sebagai pedoman hidup, maka orang tersebut akan bersikap bahwa harta, profesi, dan jabatan hanyalah amanah dari yang Mahakuasa yang kelak harus dipertanggung jawabkan di hadapannya. Orang

yang memiliki spiritual yang tinggi akan dapat melihat substansi persoalan dengan lebih jernih. Dengan demikian kemegahan dunia tidak membuatnya silau dan menjadi terlena. Spiritualitas Islam dalam entrepreneurship akan membuat entrepreneur muslim mengalami ketentraman lahir dan batin.

BAB V

TRIPLE BOTTOM LINE (TBL) DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)

Keberadaan suatu perusahaan di tengah masyarakat memiliki peran yang luas karena perusahaan tinggal dan hidup di tengah masyarakat, menggunakan sumberdaya yang ada di sekitarnya dan memasarkan produk mereka ke seluruh dunia. Di satu sisi, keberadaan wirausaha diterima masyarakat karena memberikan manfaat berupa sumber penghasilan baru, alih teknologi, dan pemanfaatan sumber daya manusia. Demikian pula untuk pemerintah suatu negara yang mendapat keuntungan dari sektor pajak, retribusi, dan pungutan lainnya. Di sisi lain, dampak negatif dari kegiatan wirausaha tidak dapat kita pungkiri karena sebagian kegiatan wirausaha justru ikut mencemari lingkungan hidup dengan beragam limbah yang dihasilkan dari kegiatan wirausaha tersebut. Perusahaan-perusahaan yang seperti itu kerap kali juga tidak memanfaatkan tenaga kerja dari lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. Oleh karena itu, perusahaan dituntut tanggungjawabnya terhadap masyarakat, lingkungan sekitar, dan generasi yang akan datang. Tanggungjawab tersebut menurut John Elkington dalam tiga hal yang disebut *Triple Bottom Line*, dan diwujudkan dalam bentuk CSR. Dua hal tersebut akan dibahas dalam bab keenam ini.

1. *Triple Bottom Line* (John Elkington)

Situasi sekarang ini menuntut kegiatan wirausaha untuk tidak hanya berorientasi pada *profit oriented*. Perusahaan-perusahaan diharapkan memperhatikan aspek yang lebih luas, selain bertujuan untuk mendapatkan keuntungan, namun perusahaan juga harus memperhatikan kondisi sekitar dimana di dalamnya termasuk aspek masyarakat dan lingkungan hidup. Ketiga aspek ini disebut juga sebagai *Triple Bottom Line* (TBL). Pendekatan model TBL ini mulai dikenal di Indonesia sejak awal tahun 2007 di Indonesia seiring perkembangan pendekatan *full cost accounting* yang banyak digunakan oleh perusahaan sektor publik. Pada perusahaan sektor swasta, salah satu bentuk TBL diterapkan dalam penerapan tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility/CSR*). Sebenarnya, apakah TBL itu? John Elkington sebagai penggagas ide tersebut dalam bukunya yang berjudul *Cannibals with Forks* (1998), menjelaskan bahwa *Triple Bottom Line* adalah kerangka keberlanjutan yang meneliti dampak sosial, lingkungan, dan ekonomi perusahaan. Dalam tulisannya yang berjudul *25 Years Ago I Coined the Phrase "Triple Bottom Line." Here's Why It's Time to Rethink It* yang terbit 25 Juni 2018 Elkington menjelaskan bahwa "..... 2019 marks the 25th anniversary of the "triple bottom line," a term I coined in 1994, I propose a strategic withdrawal to make some adjustments". (2019 menandai peringatan 25 tahun "triple bottom line," istilah yang saya ciptakan pada tahun 1994, saya mengusulkan penarikan strategis untuk melakukan beberapa penyesuaian). Artinya, Triple Bottom Line (TBL) pertama kali diperkenalkan oleh Elkington pada tahun 1994.

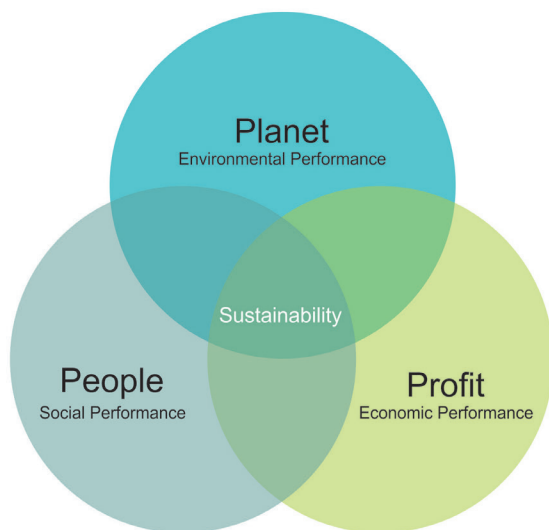
Menurut Elkington (1998) beberapa perusahaan beroperasi sebagai "belalang" yang merusak sepanjang siklus hidup mereka; yang lain hanya menampilkan perilaku mirip belalang sesekali. Ada perusahaan belalang di mana-mana merusak nilai sosial dan lingkungan dan merusak fondasi untuk pertumbuhan ekonomi masa depan. Di antara karakteristik utama dari perusahaan belalang adalah:

- a. Penghancuran modal alam, manusia, sosial dan ekonomi;
- b. Secara kolektif, 'tingkat pembakaran' yang tidak berkelanjutan, berpotensi menciptakan regional atau bahkan dampak global;

- c. Model wirausaha yang tidak berkelanjutan dalam jangka panjang;
- d. Periode tembus pandang, ketika sulit untuk membedakan ancaman yang akan datang
- e. Kecenderungan untuk berkerumun (berpikir emas terburu-buru), membebani kapasitas sistem sosial, ekosistem atau ekonomi; dan
- f. Ketidakmampuan untuk memperkirakan efek sistem negatif, ditambah dengan keengganan untuk mengindahkan peringatan dini dan belajar dari kesalahan.

Ketika sebagian besar perusahaan adalah belalang perusahaan, pemerintah harus mengambil inisiatif untuk melakukan serangan. Tugas utama adalah untuk membasmi pelanggar terburuk dan seperti belalang perilaku dalam wirausaha secara keseluruhan. Dalam dunia yang mengglobal, satu tantangan utama untuk lembaga perlindungan lingkungan adalah untuk memperluas pengaturan dan penegakan hukum mereka menjangkau perusahaan bermasalah yang beroperasi di luar yurisdiksi formal mereka.

Konsep TBL mengimplikasikan bahwa perusahaan harus lebih mengutamakan kepentingan *stakeholder* (semua pihak yang terlibat dan terkena dampak dari kegiatan yang dilakukan perusahaan) daripada kepentingan *shareholder* (pemegang saham). Kepentingan *stakeholder* ini dapat dirangkum menjadi tiga bagian yaitu kepentingan dari sisi keberlangsungan laba (*Profit*), sisi keberlangsungan masyarakat (*People*), dan sisi keberlangsungan lingkungan hidup (*Planet*). *Profit* di sini lebih dari sekadar keuntungan. Profit di sini berarti menciptakan *fair trade* dan *ethical trade* dalam berbisnis. *People* menekankan pentingnya praktik bisnis suatu perusahaan yang mendukung kepentingan tenaga kerja. Secara lebih spesifik, konsep ini melindungi kepentingan tenaga kerja dengan menentang adanya eksploitasi yang mempekerjakan anak di bawah umur, menerapkan pembayaran upah yang wajar, lingkungan kerja yang aman dan jam kerja yang dapat ditoleransi.



Triple Bottom Line

Gambar TBL

Ukuran keberhasilan atau kegagalan entrepreneurship sebuah perusahaan secara keberlanjutan tidak dapat diukur hanya dalam hal untung dan rugi. Melainkan juga harus diukur dalam hal kesejahteraan miliaran orang dan kesehatan planet kita, dan catatan sektor keberlanjutan dalam menggerakkan jarum pada tujuan-tujuan tersebut jelas telah dicampur-adukkan. Meskipun ada keberhasilan, iklim, sumber daya air, lautan, hutan, tanah, dan keanekaragaman hayati kita semakin terancam. Inilah saatnya untuk melangkah maju - atau keluar dari jalan. Untuk tujuan ini, jika kita membalikkan agenda keberlanjutan saat ini, jelas bahwa elemen kuat dari kode genetiknya adalah *Triple Bottom Line* (TBL). Secara kritis, tujuan TBL sejak awal adalah *perubahan sistem* - mendorong transformasi kapitalisme. Itu seharusnya tidak hanya menjadi sistem akuntansi. Ini awalnya dimaksudkan sebagai kode genetik, *triple helix* perubahan untuk kapitalisme masa depan, dengan fokus pada perubahan terobosan, gangguan, pertumbuhan asimetris (dengan sektor-sektor yang tidak berkelanjutan dikesampingkan secara aktif), dan penskalaan solusi pasar generasi mendatang.

Konsep *triple bottom line* (TBL) mengindikasikan bahwa prioritas utama perusahaan pada kepentingan *stakeholder*, ini menyangkut semua instrumen yang terlibat dalam perusahaan.

- (1) *People* menekankan pentingnya praktik entrepreneurship suatu perusahaan yang mendukung kepentingan tenaga kerja. Lebih spesifik konsep ini melindungi kepentingan tenaga kerja dengan menentang adanya eksplorasi yang mempekerjakan anak di bawah umur, pembayaran upah yang wajar, lingkungan kerja yang aman dan jam kerja yang dapat ditoleransi. Termasuk melindungi dari berbagai resiko dan kemungkinan yang menghilangkan hak pekerja, misalnya lingkungan kerja yang sehat, hak cuti dan lain lain, termasuk upaya upaya untuk mengembangkan dan mengup-grade kualitas SDM, baik bidang pendidikan maupun kesehatan tenaga kerja. Perhatian perusahaan kepada masyarakat sekitar menunjukkan kesadaran perusahaan bahwa masyarakat sekitar merupakan salah satu *stakeholder* penting bagi perusahaan karena dukungan masyarakat sekitar sangat diperlukan untuk keberadaan, kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan. Perusahaan perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat. Selain itu, operasi perusahaan berpotensi memberikan dampak kepada masyarakat sekitar. Tanggung jawab sosial perusahaan didasarkan pada keputusan perusahaan tersebut tidak bersifat paksaan atau tuntutan masyarakat sekitar. Untuk memperkuat komitmen dalam tanggung jawab sosial diperlukan pandangan mengenai *Corporate Social Responsibility*. Melalui kegiatan sosial perusahaan maka itu dapat dikatakan melakukan investasi masa depan dan timbal baliknya masyarakat juga akan ikut serta menjaga eksistensi perusahaan.
- (2) *Planet* berarti memiliki tingginya *awareness* terhadap kondisi lingkungan, terutama yang berkaitan dengan konsumsi energi dari sumber daya alam yang sudah semakin langka dan tidak bisa diperbarui. Mengurangi hasil limbah produksi dan mengolah kembali menjadi limbah yang aman bagi lingkungan, mengurangi emisi CO₂ ataupun pemakaian energi, merupakan praktik yang

banyak dilakukan oleh perusahaan yang telah menerapkan konsep ini. Lingkungan merupakan sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang kehidupan perusahaan. Hubungan perusahaan dan lingkungan adalah hubungan sebab akibat yaitu jika perusahaan merawat lingkungan maka lingkungan akan bermanfaat bagi perusahaan. Sebaliknya jika perusahaan merusak lingkungan maka lingkungan juga akan tidak memberikan manfaat kepada perusahaan. Dengan demikian, penerapan konsep *Triple Bottom Line* yakni profit, people, dan planet sangat diperlukan sebuah perusahaan dalam menjalankan operasinya. Sebuah perusahaan tidak hanya keuntungan saja yang dicari melainkan juga memperdulikan masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan. Sebagai contoh misalnya bagaimana perusahaan mengelola secara cerdas limbah produksi terutama CO2 dan didaur ulang untuk menjadi produk yang ramah lingkungan.

- (3) *Profit*: Keuntungan merupakan unsur terpenting dan menjadi tujuan utama dari setiap kegiatan usaha. Keuntungan sendiri pada hakikatnya merupakan tambahan pendapatan yang dapat digunakan untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Akan tetapi, fokus dan aktifitas perusahaan tidak semata mata mengejar keuntungan, melainkan lebih berfokus kepada upaya menciptakan *fair trade* dan *ethical trade* praktik bisnis yang fair dan beretika. Pada tahap-tahap awal, upaya ini akan menyedot biaya yang sangat tinggi, apalagi beberapa perusahaan menerapkan model peduli lingkungan ini untuk meredam tingginya gejala masyarakat di sekitar lingkungan perusahaan yang menerima dampak langsung dari limbah.

Dalam akuntansi bisnis tradisional dan penggunaan umum, "*bottom line*" mengacu pada "laba" atau "kerugian", yang biasanya dicatat di baris paling bawah pada laporan pendapatan dan pengeluaran. Selama 50 tahun terakhir, aktivis lingkungan dan pendukung keadilan sosial telah berjuang untuk membawa definisi garis bawah yang lebih luas ke dalam kesadaran publik dengan memperkenalkan akuntansi biaya penuh. Misalnya, jika sebuah perusahaan menunjukkan keuntungan moneter,

tetapi tambang asbes mereka menyebabkan ribuan kematian akibat asbestosis, dan tambang tembaga mereka mencemari sungai, dan pemerintah akhirnya menghabiskan uang pembayar pajak untuk perawatan kesehatan dan pembersihan sungai, bagaimana kita melakukan analisis manfaat biaya sosial penuh? *Triple bottom line* menambahkan dua lagi “*bottom line*”: kepedulian sosial dan lingkungan (ekologis). Dengan ratifikasi standar PBB dan ICLEI TBL untuk akuntansi perkotaan dan komunitas pada awal 2007, ini menjadi pendekatan yang dominan untuk akuntansi biaya penuh sektor publik. Standar PBB yang serupa berlaku untuk pengukuran modal manusia dan modal sosial untuk membantu dalam pengukuran yang disyaratkan oleh TBL, misalnya standar *EcoBudget* untuk melaporkan jejak ekologis.



People, Garis Bawah Tanggungjawab Sosial

People atau masyarakat merupakan *stakeholders* yang sangat penting bagi perusahaan, karena dukungan masyarakat sangat diperlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan. Maka dari itu perusahaan perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat.

Harus menjadi kesadaran bahwa operasi perusahaan berpotensi memberi dampak kepada masyarakat, karena itu perusahaan perlu untuk melakukan berbagai kegiatan yang dapat menyentuh kebutuhan masyarakat.

Garis bawah tanggungjawab sosial TBL mengacu pada melakukan praktik entrepreneurship yang menguntungkan dan adil untuk tenaga kerja, modal manusia, dan masyarakat. Idenya adalah bahwa praktik-praktik ini memberikan nilai kepada masyarakat dan “memberikan kembali” kepada masyarakat. Orang-orang, keadilan sosial, atau modal dasar sumber daya manusia berkaitan dengan praktik bisnis yang adil dan bermanfaat terhadap tenaga kerja dan masyarakat serta wilayah di mana perusahaan menjalankan bisnisnya. Perusahaan yang menerapkan TBL mengandung struktur sosial timbal balik di mana kesejahteraan kepentingan perusahaan, tenaga kerja, dan pemangku kepentingan lainnya saling bergantung. Sebuah perusahaan yang didedikasikan untuk *Triple Bottom Line* berupaya memberikan manfaat bagi banyak konstituensi dan tidak mengeksploitasi atau membahayakan kelompok mana pun dari mereka. «Pengaliran» sebagian dari keuntungan dari pemasaran barang jadi kembali ke produsen asli bahan baku, misalnya, seorang petani dalam praktik pertanian perdagangan yang adil, adalah fitur umum. Secara konkret, bisnis TBL tidak akan menggunakan pekerja anak dan memantau semua perusahaan yang dikontrak untuk eksploitasi pekerja anak, akan membayar gaji yang adil kepada para pekerjanya, akan mempertahankan lingkungan kerja yang aman dan jam kerja yang dapat ditoleransi, dan tidak akan mengeksploitasi suatu komunitas atau tenaga kerja. Bisnis perusahaan yang berorientasi TBL juga biasanya berusaha untuk “memberi kembali” dengan berkontribusi pada kekuatan dan pertumbuhan komunitasnya dengan hal-hal seperti perawatan kesehatan dan pendidikan. Mengkuantifikasi garis bawah ini relatif baru, bermasalah dan seringkali subyektif. *Global Reporting Initiative (GRI)* telah mengembangkan pedoman yang memungkinkan perusahaan dan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) untuk melaporkan dampak sosial dari suatu kegiatan wirausaha.

Planet, Garis Bawah Kepedulian Lingkungan

Planet atau Lingkungan adalah sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang dalam kehidupan manusia, karena semua kegiatan yang dilakukan oleh manusia sebagai makhluk hidup selalu berkaitan dengan lingkungan. Namun sebagian besar dari perusahaan masih kurang peduli terhadap lingkungan sekitar. Hal ini disebabkan karena tidak ada keuntungan langsung yang bisa diambil di dalamnya, karena keuntungan merupakan inti dari dunia bisnis dan itu merupakan hal yang wajar. Manusia sebagai pelaku industri hanya mementingkan bagaimana menghasilkan uang sebanyak-banyaknya tanpa melakukan upaya apapun untuk melestarikan lingkungan. Padahal dengan melestarikan lingkungan, manusia justru akan memperoleh keuntungan yang lebih, terutama dari sisi kesehatan, kenyamanan, di samping ketersediaan sumber daya yang lebih terjamin kelangsungannya.

Garis bawah kepedulian lingkungan TBL mengacu pada keterlibatan dalam praktik yang tidak membahayakan sumber daya lingkungan untuk generasi mendatang. Ini berkaitan dengan penggunaan sumber daya energi yang efisien, mengurangi pemanasan global dan emisi gas rumah kaca, dan meminimalkan penggunaan kertas yang merusak hutan, dan lain-lain (Goel, 2010). Planet, garis dasar lingkungan, atau garis dasar modal alam mengacu pada praktik lingkungan yang berkelanjutan. Perusahaan dengan TBL berupaya untuk memberi manfaat pada tatanan alam sebanyak mungkin atau setidaknya tidak membahayakan dan meminimalkan dampak lingkungan. Upaya TBL mengurangi jejak ekologisnya dengan, antara lain, mengelola konsumsi energi dan non-terbarukan dengan hati-hati dan mengurangi limbah pabrik serta mengurangi limbah beracun sebelum membuangnya dengan cara yang aman dan legal. *“Cradle to grave”* adalah yang paling utama dalam pemikiran bisnis manufaktur TBL, yang biasanya melakukan penilaian siklus hidup produk untuk menentukan berapa biaya lingkungan sebenarnya dari pertumbuhan dan pemanenan bahan baku untuk pembuatan hingga distribusi hingga akhirnya dibuang pada akhir pengguna. Saat ini, biaya pembuangan produk yang tidak dapat terdegradasi atau beracun ditanggung secara finansial oleh pemerintah dan lingkungan oleh penduduk di dekat lokasi pembuangan dan di tempat lain. Dalam

pemikiran TBL, perusahaan yang memproduksi dan memasarkan produk yang akan menimbulkan masalah limbah tidak boleh diberikan tumpangan gratis oleh masyarakat. Akan lebih adil bagi bisnis yang memproduksi dan menjual produk bermasalah untuk menanggung sebagian biaya pembuangan akhir.

Praktik yang merusak secara ekologis, seperti penangkapan ikan yang berlebihan atau penipisan sumber daya yang membahayakan dihindari oleh perusahaan TBL. Seringkali kelestarian lingkungan adalah jalan yang lebih menguntungkan bagi bisnis dalam jangka panjang. Argumen bahwa biayanya lebih ramah lingkungan sering bermusuhan ketika rangkaian bisnis dianalisis selama periode waktu tertentu. Secara umum, metrik pelaporan keberlanjutan lebih baik dikuantifikasi dan terstandarisasi untuk masalah lingkungan daripada untuk masalah sosial.

Profit, Garis Bawah Nilai Ekonomi

Profit atau keuntungan menjadi tujuan utama dan terpenting dalam setiap kegiatan usaha. Tidak heran bila fokus utama dari seluruh kegiatan dalam perusahaan adalah mengejar profit dan mendongkrak harga saham setinggi-tingginya sebagai bentuk tanggung jawab ekonomi yang paling esensial terhadap pemegang saham. Aktivitas yang dapat ditempuh untuk mendongkrak profit antara lain dengan meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya. Peningkatan produktivitas bisa diperoleh dengan memperbaiki manajemen kerja mulai penyederhanaan proses, mengurangi aktivitas yang tidak efisien, menghemat waktu proses dan pelayanan. Sedangkan efisiensi biaya dapat tercapai jika perusahaan menggunakan material sehemat mungkin dan memangkas biaya serendah mungkin dengan resiko menimbulkan “kerugian” untuk jangka panjang baik untuk perusahaan maupun bagi lingkungan.

Garis bawah nilai ekonomi kerangka kerja TBL mengacu pada dampak praktik bisnis organisasi pada sistem ekonomi. Ini berkaitan dengan kemampuan ekonomi sebagai salah satu subsistem keberlanjutan untuk bertahan hidup dan berkembang ke masa depan

untuk mendukung generasi yang akan datang (Spangenberg, 2005). Keuntungan atau keuntungan ekonomi berkaitan dengan nilai ekonomi yang diciptakan oleh organisasi setelah dikurangi biaya semua input, termasuk biaya modal yang diikat. Oleh karena itu, berbeda dari definisi akuntansi laba tradisional. Dalam konsep aslinya, dalam kerangka keberlanjutan, aspek “keuntungan” perlu dilihat sebagai manfaat ekonomi nyata yang dinikmati oleh masyarakat tuan rumah. Ini adalah dampak ekonomi nyata organisasi terhadap lingkungan ekonominya. Hal ini sering membingungkan karena terbatas pada laba internal yang dibuat oleh perusahaan atau organisasi (yang tetap merupakan titik awal yang penting untuk perhitungan). Oleh karena itu, pendekatan TBL asli tidak dapat diartikan hanya sebagai laba akuntansi perusahaan tradisional ditambah dampak sosial dan lingkungan kecuali “laba” dari entitas lain dimasukkan sebagai manfaat sosial.

TBL kini terus diperhatikan oleh organisasi untuk melaporkan tanggapan mereka terkait isu keberlangsungan dari sisi lingkungan hidup, sosial, dan kinerja ekonomi. Tiga pilar ini saling mendukung untuk tercapainya keberlangsungan (*sustainability*). Ketiga pilar ini bersifat tidak *mutually exclusive* dan dapat menjadi *mutually reinforcing*, sehingga seringkali disebut sebagai *triple bottom line sustainability*. Pengukuran kinerja dari sisi sosial dan lingkungan seringkali disebut juga sebagai Corporate Social Responsibility (CSR).

2. CSR (*Corporate Social Responsibility*)

Prinsip keseimbangan *Triple Bottom Line* (TBL) dalam 3P di atas dalam pelaksanaannya diwujudkan dalam bentuk kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang biasanya merupakan kegiatan social perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar. Meskipun dalam praktiknya ada perusahaan yang melakukan CSR hanya supaya memperoleh pengurangan pajak, belum sebagai perwujudan keseimbangan TBL-nya Elkington. Sesudah hampir 70 tahun sejak diperkenalkan, CSR masih saja menjadi perdebatan, misalnya soal apakah CSR harus menjadi kewajiban hukum perusahaan atau sukarela

sebagai sikap etis, apakah CSR harus melayani perusahaan sendiri atau harus altruistic (Drucker, 1984), dan sebagainya.

Corporate Social Responsibility (CSR) pertama kali didefinisikan oleh Howard Bowen dalam bukunya *Social Responsibilities of Businessman* (1953) sebagai *“the obligation of businessmen to pursue those policies, to make those decisions, or to follow those lines of action which are desirable in terms of the objectives and values of our society”* (kewajiban pengusaha untuk mengejar kebijakan itu, untuk membuat keputusan itu, atau untuk mengikuti garis tindakan yang diinginkan dalam hal tujuan dan nilai-nilai masyarakat kita). Menurutnya, CSR dikembangkan terkait dengan kewajiban para pengusaha (*businessmen*) untuk membuat kebijakan, keputusan dan tindakan yang bernilai bagi masyarakat. Frase *businessmen* terus dipakai sampai pertengahan 1960-an terkait dengan CSR. Pemaknaan terhadap CSR terus berkembang dari hanya bersifat karitatif sampai dianggap sebagai bentuk investasi dan partisipasi perusahaan dalam pembangunan berkelanjutan.

Dalam bukunya yang berjudul *“Business and Society”* (1963) J. McGuire mendefinisikan CSR sebagai *“the corporation has not only economic and legal obligations, but also certain responsibilities to society which extend beyond these obligations”* (Korporasi tidak hanya memiliki kewajiban ekonomi dan hukum, tetapi juga tanggung jawab tertentu kepada masyarakat yang melampaui kewajiban ini). Sedangkan Peter F. Drucker yang mencetuskan ekonomi pasca-kapitalist, dalam karyanya *‘The New Meaning of Corporate Social Responsibility’* (1984) menyatakan bahwa CSR merupakan *“to tame the dragon, that is to turn a social problem into economic opportunity and economic benefit, into productive capacity, into human competence, into well-paid jobs, and into wealth”* (menjinakkan naga, yaitu mengubah masalah sosial menjadi peluang ekonomi dan manfaat ekonomi, menjadi kapasitas produktif, menjadi kompetensi manusia, menjadi pekerjaan bergaji tinggi, dan menjadi kekayaan). Selanjutnya Drucker (1984) mengatakan:

“... society is not just the environment of the enterprise. Even the most private of business enterprise is an organ of society and serves a social function... the very nature of the modern business enterprise imposes responsibilities on the manager.” ... what is most important is that management realize that it must consider the impact of every business policy and business action upon society. It has to consider whether the action is likely to promote the public good, to advance the basic beliefs of our society, to contribute to its stability, strength and harmony.”

(... masyarakat bukan hanya lingkungan perusahaan. Bahkan perusahaan bisnis yang paling pribadi adalah organ masyarakat dan melayani fungsi sosial ... sifat dari perusahaan bisnis modern memaksakan tanggung jawab pada manajer. “ ... yang paling penting adalah manajemen menyadari bahwa ia harus mempertimbangkan dampak dari setiap kebijakan bisnis dan tindakan bisnis terhadap masyarakat. Itu harus mempertimbangkan apakah tindakan itu mungkin untuk mempromosikan barang publik, untuk memajukan kepercayaan dasar masyarakat kita, untuk berkontribusi pada stabilitas, kekuatan dan harmoni).

Kotler and Lee (2005) dalam bukunya *Corporate Social Responsibility; Doing the Most Good you're your Company and Your Cause*, menyatakan bahwa CSR adalah *“a commitment to improve community well-being through discretionary business practices and contributions of corporate resource”* (suatu komitmen untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui praktik bisnis yang bebas dan kontribusi sumber daya perusahaan). Sedangkan Andreas Georg Scherer and Guido Palazzo (2011) dalam tulisannya yang berjudul *The New Political Role of Business in a Globalized World—A Review of a New Perspective on CSR and Its Implications for the Firm, Governance, and Democracy*, menyatakan *“In a nutshell, political CSR suggests an extended model of governance with business firms contributing to global regulation and providing public goods. It goes beyond the instrumental view on politics in order to develop a*

new understanding of global politics where private actors such as corporations and civil society organizations play an active role in the democratic regulation and control of market transactions” (Singkatnya, CSR yang bersifat politis menyarankan model tata kelola yang diperluas dengan perusahaan-perusahaan bisnis berkontribusi terhadap global regulasi dan penyediaan barang publik. Ini melampaui pandangan instrumental tentang politik untuk mengembangkan yang baru memahami politik global di mana aktor swasta seperti perusahaan dan organisasi masyarakat sipil memainkan peranan penting peran aktif dalam regulasi dan kontrol transaksi pasar yang demokratis.)

Melalui konsep *Triple Bottom Line*, John Elkington mengemukakan bahwa perusahaan yang ingin terus menjalankan usahanya harus memperhatikan 3P yaitu profit, people dan planet. Perusahaan selain untuk meraih keuntungan (profit), mereka juga harus mengambil bagian dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat (people) dan berpartisipasi dalam pelestarian lingkungan (planet). Dalam tataran praktis, konsep yang dikembangkan Elkington ini selanjutnya menjadi rujukan dalam pelaksanaan CSR tersebut, mendorong perusahaan untuk secara serius melaksanakan program yang benar-benar bermanfaat dan dinikmati masyarakat. Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang dikenal dengan *Corporate Sosial Responsibility* merupakan bentuk tanggung jawab atas dampak operasional perusahaan bagi masyarakat.

Keberadaan suatu perusahaan dan kegiatan wirausaha di tengah masyarakat memiliki peran yang luas karena perusahaan tinggal dan hidup di tengah masyarakat, menggunakan sumberdaya yang ada di sekitarnya dan memasarkan produk mereka ke seluruh dunia. Di satu sisi, keberadaan bisnis diterima masyarakat karena memberikan manfaat berupa sumber penghasilan baru, alih teknologi dan pemanfaatan sumber daya manusia. Demikian pula untuk pemerintah suatu negara yang mendapat keuntungan dari sektor pajak, retribusi dan pungutan lainnya. Di sisi lain, dampak negatif dari kegiatan wirausaha tidak dapat kita pungkiri karena sebagian kegiatan wirausaha justru ikut mencemari lingkungan hidup dengan beragam limbah yang dihasilkan dari kegiatan wirausaha tersebut. Oleh Karena itu,

sekarang ini kegiatan dunia wirausaha mendapat sorotan yang tajam, hal ini tentu karena kegiatan dari wirausaha tersebut menyebabkan kerusakan lingkungan hidup. Perusahaan dituding sebagai pihak yang bertanggung-jawab atas penurunan kualitas lingkungan hidup yang mengakibatkan polusi di air, tanah dan udara serta pemanasan global. Ironisnya, perusahaan yang diklaim sebagai biang kerusakan lingkungan hidup justru bertindak semakin tidak peduli terhadap masa depan lingkungan hidup. Perusahaan-perusahaan yang seperti itu kerap kali juga tidak memanfaatkan tenaga kerja dari lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada.

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu tanggung jawab sosial perusahaan adalah upaya pendekatan yang dilakukan kepada masyarakat untuk memperkuat citra perusahaan di mata masyarakat. Melihat berbagai gejala kerusakan lingkungan yang jamak dikait-kaitkan dengan keberadaan kegiatan wirausaha, apakah masalah lingkungan merupakan bagian dari program CSR? Banyak pakar ekonomi yang beranggapan bahwa masalah lingkungan hidup bukan sebagai bagian dari program CSR, melainkan *Corporate Environmental Responsibility* (CER) yaitu tanggungjawab lingkungan hidup perusahaan. Program lingkungan hidup yang dilakukan oleh perusahaan adalah suatu kewajiban sama halnya dengan membayar pajak serta retribusi.

Tanggungjawab perusahaan terhadap lingkungan hidup tentu saja memainkan peranan penting dalam kegiatan wirausaha saat ini dan masa depan, karena kerusakan lingkungan yang kita hadapi saat ini telah mengancam akan kelangsungan hidup makhluk hidup. Telah banyak masalah lingkungan yang kita hadapai saat ini, mulai dari kebiasaan membuang sampah sembarangan hingga polusi udara dan air yang tidak terkendali. Berbagai upaya dan tindakan nyata terus digulirkan pemerintah dan pihak perusahaan untuk dapat menyelamatkan kelangsungan hidup dengan melestarikan lingkungan hidup. Sebagian ekonom menilai perbaikan lingkungan dapat diselesaikan melalui program CER oleh perusahaan. Banyak perusahaan yang menunjukkan kepeduliannya terhadap lingkungan dengan program menanam pohon secara berkesinambungan.

Paul Hawken, dalam buku *The Ecology of Commerce A Declaration of Sustainability* (2010), Paul Hawken menulis:

“.....any commercial action or business transaction, contributes to the destruction of the environment. Hawken believes we need to think about business differently. He thinks that daily business actions must be made to help preserve the environment, but this does not coincide with our current economic thinking.....”

(setiap tindakan komersial atau transaksi bisnis, ikut merusak lingkungan. Hawken percaya kita harus berpikir mengenai bisnis secara berbeda. Ia berpikir bahwa tindakan bisnis sehari-hari harus dibuat untuk membantu melestarikan lingkungan, tetapi hal ini tidak terjadi bersamaan dengan pemikiran ekonomi kita saat ini).

Lebih lanjut dia mengatakan:

“We should not be surprised then, that there is deep-seated unwillingness to face the necessary reconstruction of our commercial institutions so that they function on behalf of our lives. Business believes that if it does not continue to grow and instead cuts back and retreats, it will destroy itself. Ecologists believe that if business continues its unabated expansion it will destroy the world around it”. (Kita seharusnya tidak terkejut ketika itu, bahwa ada keengganan yang mendalam untuk menghadapi rekonstruksi yang diperlukan dari lembaga komersial kita sehingga mereka berfungsi atas nama hidup kita. Pebisnis percaya bahwa jika itu tidak terus tumbuh dan bukannya memotong kembali dan mundur, ia akan menghancurkan dirinya sendiri. Pecinta lingkungan percaya bahwa jika bisnis terus berlanjut tanpa henti, ia akan menghancurkan dunia di sekitarnya).

“Kita harus berpikir mengenai bisnis secara berbeda, tindakan bisnis sehari-hari harus dibuat untuk membantu melestarikan lingkungan” (P.Hawken).

Perusahaan diharapkan dapat menjadi agen lingkungan hidup dengan melakukan fungsi sebagai pengelola sumber daya alam berbasis lingkungan. Demikian, perusahaan seperti ini berpeluang untuk memenangkan kompetisi saat ini dan di masa depan. Upaya berbasis lingkungan adalah upaya yang dilakukan perusahaan untuk

memenuhi kebutuhan konsumen dengan cara mengembangkan produk-produk yang sejalan dengan perubahan pandangan masyarakat tentang cara pemenuhan kebutuhan yang lebih baik dan aman bagi lingkungan. Konsep ini dimaksudkan agar perusahaan dalam mengelola kepuasan pelanggan didukung oleh pengembangan teknologi berwawasan lingkungan.

Era entrepreneurship berbasis lingkungan tidak berarti menghambat produktivitas. Tetapi, justru harus sejalan dengan upaya menjaga kualitas lingkungan. Dalam entrepreneurship berbasis lingkungan, tidak hanya berkaitan dengan upaya untuk menurunkan emisi gas rumah kaca, tetapi juga untuk mengurangi dampak pencemaran lainnya seperti pencemaran air dan tanah.

Pada era entrepreneurship berbasis lingkungan, persaingan pasar justru menunjukkan keunggulan perusahaan dalam hal teknologi mereka yang semakin tinggi dan semakin ramah lingkungan. Terlebih lagi, perusahaan yang berhasil adalah perusahaan yang terus membangun produk untuk memenuhi keinginan dan imajinasi konsumen, yaitu dengan produk berkualitas, teknologi dan tentu saja ramah lingkungan.

Dari uraian di atas maka pengertian CSR adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggungjawab mereka terhadap lingkungan sosial dan lingkungan alam sekitar dimana perusahaan itu berada. Contoh bentuk tanggung jawab itu bermacam-macam mulai dari melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan

masyarakat dan perbaikan lingkungan pemberian beasiswa untuk anak tidak mampu pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum sumbangan untuk desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut berada. *Corporate Social Responsibility* merupakan fenomena strategi perusahaan yang mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan stakeholder-nya. CSR timbul sejak era dimana kesadaran akan sustainability perusahaan jangka panjang adalah lebih penting daripada sekedar profitability perusahaan kegiatan (CSR) akan menjamin keberlanjutan wirausaha yang dilakukan. Hal ini disebabkan karena menurunnya gangguan sosial yang sering terjadi akibat pencemaran lingkungan bahkan dapat menumbuhkan kebanggaan dukungan atau pembelaan masyarakat setempat. Terjaminnya pasokan bahan baku secara berkelanjutan untuk jangka panjang. Tambahan keuntungan dari unit wirausaha baru yang semula merupakan kegiatan (CSR) yang dirancang oleh korporat.

Secara teori berdasarkan uraian di atas maka keberadaan perusahaan yang melaksanakan CSR akan menjadi berkah bagi masyarakat dan alam sekitarnya, karena CSR adalah bentuk tanggungjawab perusahaan terhadap lingkungan social dan lingkungan alam sekitar dimana perusahaan itu berada. Keberadaan CSR ini bisa jadi merupakan perwujudan dari Ekonomi Pasca-kapitalis atau Kapitalisme Religius seperti telah diuraikan di atas. Namun demikian dalam pelaksanaannya masih menjadi pertanyaan, apakah perusahaan melaksanakan CSR itu karena didorong sebagai perwujudan tanggungjawabnya atautkah CSR tersebut dilaksanakan sekedar formalitas untuk kepentingan perusahaan sendiri. Sebagai contoh beberapa perusahaan mendirikan sekolah untuk kepentingan penyaluran CSR-nya. Oleh karenanya, CSR masih menjadi pertanyaan, CSR untuk kepentingan siapa?

CSR dari sudut pandang kepentingan perusahaan dapat dikelompokkan menjadi dua mazhab. **Pertama**, CSR dilaksanakan untuk meningkatkan keuntungan wirausaha sendiri. Mazhab yang memahami bahwa CSR diperlukan karena menjadi salah satu faktor

pendorong kemajuan perusahaan sehingga harus dilaksanakan secara sukarela, tanpa didasarkan pada dampak operasional perusahaan. Mazhab ini beranggapan bahwa CSR dilaksanakan hanya untuk shareholder saja. **Kedua**, mazhab yang beranggapan bahwa CSR dilaksanakan sebagai tanggung jawab dampak operasional perusahaan (Hond, 2007: 2-3). CSR yang dimaknai sebagai tanggung jawab terhadap dampak operasional perusahaan, terutama pada perusahaan yang terkait dengan sumber daya alam, lebih tepat karena akan menjamin program CSR dirasakan oleh masyarakat sekitar yang terkena dampak. Sebagai contoh pada perusahaan tambang, jika lebih berorientasi untuk meningkatkan profit, maka CSR akan cenderung diberikan kepada pihak yang memiliki posisi tawar, bukan kepada masyarakat lokal yang ada di sekitar tambang.

Aras dan Crowther (2004) mengungkapkan istilah CSR telah bergeser menjadi *sustainability*. Ada empat aspek yang mereka catat yang harus dicermati sebagai dasar analisis pentingnya *sustainability* yaitu:

- (1) *Societal influence* yang mencerminkan dampak sosial dari operasional perusahaan terhadap *stakeholder*;
- (2) *Environmental impact* yang merupakan dampak kegiatan perusahaan terhadap lingkungan geofisik;
- (3) *Organisational culture* yang menggambarkan hubungan antara perusahaan dengan internal *stakeholder* dan
- (4) *Finance* yang menunjukkan kecukupan hasil dari resiko yang telah diambil (Aras dan Crowther, 2004: 25).

Pada hakikatnya pelaksanaan CSR didasari oleh adanya dampak operasional perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan alam. CSR merupakan salah satu bentuk peran perusahaan untuk memecahkan persoalan kemasyarakatan dan ekologi. CSR harus merefleksikan perbedaan-perbedaan masyarakat dan memperhatikan kebutuhan riil masyarakat setempat.

Menurut Idemudia (2011), dalam CSR masih terjadi tarik menarik antara prioritas lokal dengan harapan masyarakat global. Hal ini seperti yang ditulis Frynas (2009) bahwa CSR tidak dapat dipisahkan

dari kenyataan politik, ekonomi dan masalah sosial lokal. Karena itu, bentuk dan prioritas CSR pada satu masyarakat dengan masyarakat lain bisa jadi berbeda. Tekanan dari komunitas internasional yang mengharuskan perusahaan menjalankan program CSR sebagai salah satu syarat dalam interaksi bisnis mendorong program CSR menjadi bagian wajib perusahaan. Itu mencerminkan bahwa program CSR pada umumnya tidak memiliki program yang didasari oleh kepentingan masyarakat, tetapi hanya untuk pemenuhan syarat interaksi bisnis internasional. Hal itu tidak sejalan dengan filosofi tujuan CSR. CSR tidak lagi dipahami sebagai bentuk kedermawanan atau donasi perusahaan, tetapi merupakan bagian dari upaya menjaga keberlanjutan perusahaan. CSR sebagai filantropi, karitatif, atau kedermawanan merupakan pemaknaan yang tidak tepat karena mengabaikan perkembangan dampak dari perusahaan (Aras dan Crowther, 2009).

Aras dan Crowther (2009) menekankan bahwa aktivitas CSR didasarkan kepada tiga prinsip: *sustainability*, *accountability* dan *transparency*. Tiga prinsip tersebut mengharuskan program CSR berlandaskan akuntabilitas, keterbukaan dan keberlanjutan. *Sustainability* (keberlanjutan) berhubungan dengan kepentingan program CSR dan perusahaan itu sendiri. *Sustainability* mencerminkan bahwa CSR bermanfaat bagi perusahaan dan juga bagi semua *stakeholder* secara berkelanjutan. Dalam satu istilah, akuntabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk melaporkan atau mempertanggungjawabkan sesuatu kepada pihak tertentu. Akuntabilitas mewajibkan perusahaan untuk membuat laporan kepada *stakeholder*. Itu mencerminkan hubungan perusahaan dengan *stakeholder*. Akuntabilitas adalah bagian integral dari proses implementasi program CSR (Henriques, 2004).

Di sisi lain, transparansi sering disebut berhubungan dengan akuntabilitas. Transparansi sangat penting untuk akuntabilitas karena berimplikasi terhadap tidak adanya suap dan korupsi (Henriques, 2004). Prinsip CSR tersebut menegaskan kembali keberpihakan perusahaan kepada *good governance* yang bebas korupsi. Penegakan transparansi dan akuntabilitas menjadi poin penting peran CSR dalam

melawan praktik korupsi. Prinsip tersebut cukup untuk menjadi dasar bahwa CSR harus dilaksanakan dengan bersih dan bukan justru menjadi membuka peluang baru untuk korupsi. Salah satu persoalan CSR adalah kecenderungan hanya melibatkan pihak-pihak yang dianggap mempengaruhi perusahaan. Dengan kata lain, program CSR dilaksanakan untuk pihak yang dianggap dapat mempengaruhi atau menekan perusahaan. Riset menunjukkan bahwa CSR cenderung lebih mementingkan pihak-pihak yang memiliki kekuatan untuk mempengaruhi perusahaan (*shareholder*) dan sangat sedikit untuk masyarakat serta lingkungan (Aras dan Crowther, 2009).

Program CSR lebih diarahkan untuk pihak-pihak yang dapat memberikan tekanan atau ancaman operasional perusahaan. Karena itu, salah satu pertimbangan pemberian dana CSR adalah kekuatan pihak tersebut dalam mempengaruhi jalannya perusahaan. Itulah yang dimaksud Pedersen dan Neergaard (2007) bahwa salah satu motif eksternal CSR adalah respons terhadap tekanan kelompok masyarakat (NGO) atau individu. Hal itu dikritik Frynas (2009) yang menyebutkan bahwa program *community development* perusahaan sering ditafsirkan sebagai membeli dukungan komunitas (*buying the local communities support*).

Garriga & Mele (2004) mencoba memetakan konsep-konsep CSR ke dalam empat kelompok besar, sebagai berikut:

- (1) Kelompok pertama yang berasumsi bahwa perusahaan adalah instrumen untuk menciptakan kesejahteraan dan bahwa ini merupakan satu-satunya tanggung jawab sosial. Hanya aspek ekonomi dari interaksi antara bisnis dan masyarakat yang dipertimbangkan. Jadi sekiranya terdapat aktivitas sosial yang diterima, jika dan hanya jika hal tersebut konsisten dengan penciptaan kesejahteraan. Kelompok teori ini dapat disebut *instrumental theories* karena mereka memahami CSR sebagai alat belaka untuk memperoleh keuntungan.
- (2) Kelompok kedua yang melihat kekuatan sosial dari perusahaan yang menjadi tekanan, khususnya dalam hubungannya dengan masyarakat dan tanggung jawabnya dalam arena politis berkaitan dengan kekuatan ini. Hal tersebut mengarahkan perusahaan untuk

menerima tugas-tugas dan hak-hak sosial atau berpartisipasi dalam kerjasama sosial tertentu. Kita dapat menyebut kelompok ini dengan *political theories*.

- (3) Kelompok ketiga termasuk teori-teori yang mempertimbangkan bisnis seharusnya *to integrate* tuntutan sosial. Biasanya berpendapat bahwa bisnis tergantung pada masyarakat untuk kelanjutan dan pertumbuhannya, bahkan untuk keberadaan bisnisnya sendiri. Kelompok ini adalah *integrative theories*.
- (4) Kelompok keempat teori dari pemahaman hubungan antara bisnis dan masyarakat adalah penanaman nilai-nilai etis. Hal tersebut mengarahkan visi CSR dari suatu perspektif etis dan sebagai konsekuensinya, perusahaan harus menerima tanggung jawab sosial sebagai sebuah kewajiban etis di atas

Menurut Chuck Williams (2001) tujuan perusahaan menerapkan CSR agar dapat memberi manfaat yang terbaik bagi *stakeholders* dengan empat cara, yaitu: memenuhi tanggung jawab ekonomi, hukum, etika dan kebijakan. Keempat tanggungjawab tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

- (1) Tanggung jawab ekonomis. Kata kuncinya adalah: *make a profit*. Motif utama perusahaan adalah menghasilkan laba. Laba adalah pondasi perusahaan. Perusahaan harus memiliki nilai tambah ekonomi sebagai prasyarat agar perusahaan dapat terus hidup (*survive*) dan berkembang.
- (2) Tanggung jawab legal. Kata kuncinya: *obey the law*. Perusahaan harus taat hukum. Dalam proses mencari laba, perusahaan tidak boleh melanggar kebijakan dan hukum yang telah ditetapkan pemerintah.
- (3) Tanggung jawab etis. Perusahaan memiliki kewajiban untuk menjalankan praktek bisnis yang baik, benar, adil dan fair. Norma-norma masyarakat perlu menjadi rujukan bagi perilaku organisasi perusahaan. Kata kuncinya: *be ethical*.
- (4) Tanggung jawab filantropis. Selain perusahaan harus memperoleh laba, taat hukum dan berperilaku etis, perusahaan dituntut agar dapat memberikan kontribusi yang dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat. Tujuannya adalah untuk meningkatkan

kualitas kehidupan semua. Kata kuncinya: *be a good citizen*. Para pemilik dan pegawai yang bekerja di perusahaan memiliki tanggung jawab ganda, yakni kepada 22 perusahaan dan kepada publik yang kini dikenal dengan istilah *nonfiduciary responsibility*.

Semakin meningkatnya *global warming*, kemiskinan yang semakin meningkat, serta memburuknya kesehatan masyarakat memicu perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungannya. CSR memegang peranan yang penting dalam strategi perusahaan di berbagai sektor yang terjadi ketidakkonsistenan antara keuntungan perusahaan dan tujuan sosial, atau perselisihan yang dapat terjadi karena isu-isu tentang kewajaran yang berlebihan (Heal, 2004). CSR merupakan suatu bentuk kepedulian sosial perusahaan untuk melayani kepentingan organisasi maupun kepentingan publik eksternal (masyarakat). CSR adalah komitmen perusahaan untuk mempertanggungjawabkan dampak operasi dalam dimensi sosial, ekonomi serta lingkungan. Dengan atau tanpa aturan hukum, sebuah perusahaan harus menjunjung tinggi moralitas. Parameter keberhasilan suatu perusahaan dalam sudut pandang CSR adalah pagedepankan prinsip moral dan etis, yakni menggapai suatu hasil terbaik, tanpa merugikan kelompok masyarakat yang lainnya.

Perusahaan harus semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungannya tempat perusahaan beroperasi. Hal ini selaras dengan *legitimacy theory* yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai keadilan, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan (Haniffa & Cooke, 2005). Jika terjadi ketidakselarasan antara sistem nilai perusahaan dan sistem nilai masyarakat, maka perusahaan akan kehilangan legitimasinya, yang selanjutnya akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri (Lindblom, 1994 dalam Haniffa & Cooke, 2005 dan Sayekti & Wondabio, 2007).

Pertanyaannya kemudian bagaimana perusahaan mengungkapkan sistem nilai yang mereka hidupi. Pengungkapan

secara kontekstual adalah bagian integral dari pelaporan keuangan, sedangkan secara teknis pengungkapan adalah langkah akhir dalam proses akuntansi yaitu penyajian informasi dalam bentuk penuh laporan keuangan (Suwardjono, 2005). Hendriksen (1991) mendefinisikan pengungkapan sebagai penyajian sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal yang efisien. Pengungkapan mengandung arti bahwa sebuah laporan harus memberikan informasi dan penjelasan yang cukup mengenai hasil aktivitas suatu unit usaha (Ghozali & Chariri, 2007).

Tujuan pengungkapan secara umum adalah menyajikan informasi yang dipandang perlu untuk mencapai tujuan pelaporan keuangan dan melayani berbagai pihak yang memiliki kepentingan berbeda (Suwardjono, 2005). *Security Exchange Committee* (SEC) menuntut lebih banyak pengungkapan karena pelaporan keuangan memiliki aspek sosial dan publik. Oleh karena itu, pengungkapan dituntut lebih dari sekedar pelaporan keuangan, tetapi meliputi pula penyampaian informasi kualitatif dan kuantitatif, baik yang mandatory (wajib) maupun voluntary (sukarela) (Chrimawati, 2007).

Tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan pengungkapan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*) memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengonsumsi produk dapat terpenuhi. Pengungkapan sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan umumnya bersifat *voluntary* (sukarela), *unaudited* (belum diaudit), dan *unregulated* (tidak dipengaruhi oleh peraturan tertentu).

BAB VI

SURAH AR-RAHMAN 7 – 9 Prinsip Keseimbangan Menurut Al-Quran

“Dan langit telah ditinggikan-Nya dan Dia ciptakan keseimbangan, agar kamu jangan merusak keseimbangan itu, dan tegakkanlah keseimbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi keseimbangan itu”
(QS. Ar-Rahman [55]: 7-9).

Aturan al-Quran dan hadis tentang ekonomi lebih banyak bersifat umum. Hal ini memberikan peluang dan ruang bagi umat Islam untuk mengembangkan kreasinya di berbagai bidang ekonomi. Penekanan al-Quran dan hadis hanya kepada substansi yang terkandung di dalam aktivitasnya serta sasaran yang akan dicapai. Jadi, kegiatan ekonomi dibolehkan, jika tidak ada larangan, mendatangkan

kemaslahatan, dan tidak menimbulkan madarat bagi perorangan maupun sosial. Aturan-aturan tentang ekonomi, yang diajarkan al-Quran dan hadis bertujuan memberi keseimbangan dalam kehidupan manusia secara holistik; mencakup keseimbangan fisik dengan mental, material dengan spiritual, individu dengan sosial, masa kini dan masa

depan, serta dunia dengan akhirat. Keseimbangan fisik dengan mental, atau material dengan spiritual akan menciptakan kesejahteraan holistik bagi manusia.

Untuk mencapai keseimbangan dalam berbagai aspek kehidupan manusia yang merupakan tujuan ekonomi dalam Islam, al-Quran dan hadis memberi landasan dan arahan yang jelas dalam melakukan interaksi dan transaksi. Misalnya, kegiatan ekonomi dilandasi tauhid, amanah, tidak melanggar aturan, berorientasi pada kemaslahatan. al-Quran dan hadis juga melarang berbagai bentuk transaksi yang akan merusak keseimbangan hidup manusia, seperti riba, menipu, menimbun atau monopoli, eksploitasi manusia, dan lain sebagainya.

Konsep Al-Quran mengenai entrepreneurship dipandang dari seluruh aspek perjalanan hidup manusia dalam hubungannya dengan Allah, alam semesta, sesama dan dirinya sendiri. Dalam kegiatan bisnis seorang muslim pertama-tama harus memperhatikan prinsip tauhid, karena prinsip tauhid adalah dasar dari setiap bentuk aktivitas kehidupan manusia. Quraish Shihab menyatakan bahwa tauhid mengantar manusia dalam kegiatan ekonomi untuk meyakini bahwa kekayaan apapun yang dimiliki seseorang adalah milik Allah. Keyakinan demikian mengantar seseorang muslim untuk menyatakan: “Sesungguhnya sembahyangku, ibadatku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam.” (Shihab, 2009). Keyakinan atau pandangan hidup seperti ini, akan membawa pada keyakinan dunia akhirat secara simultan dan seimbang, sehingga seorang pengusaha tidak mengejar keuntungan materi semata. Kesadaran ketauhidan juga akan mengendalikan seorang atau pengusaha muslim untuk menghindari segala bentuk eksploitasi terhadap sesama manusia. Dari sini dapat dipahami mengapa Islam melarang transaksi yang mengandung unsur riba, pencurian, penipuan terselubung, bahkan melarang menawarkan barang pada konsumen pada saat konsumen tersebut bernegosiasi dengan pihak lain.

“Sesungguhnya sembahyangku, ibadatku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam.”
(Shihab, 2009).

Dampak positif lainnya dari prinsip tauhid dalam sistem ekonomi Islam adalahantisipasi segala bentuk monopoli dan pemusatan kekuatan ekonomi pada seseorang atau satu kelompok saja. Atas dasar ini pulalah al-Quran membatalkan dan melarang melestarikan tradisi masyarakat Jahiliyah, yang mengkondisikan kekayaan hanya beredar pada kelompok tertentu saja, firman Allah dalam surah al-Hasyr ayat 7:

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ
وَالْمَسْكِينِ وَآبِنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ ۚ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا
نَهَانَكُمْ عَنْهُ فَأَنْتَهُوا ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“Apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota maka adalah untuk Allah, untuk Rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu, maka terimalah. Dan apa yang dilarangnya bagimu, maka tinggalkanlah. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah amat keras hukumannya”
(QS. Al-Hasyr [59]: 7).

Ayat di atas juga menjadi dalil yang bersifat umum atas tidak boleh monopoli pada berbagai praktik ekonomi yang berorientasi untuk mendapatkan keuntungan semata, tanpa mempertimbangkan kemaslahatan yang lebih luas.

Secara faktual, seperti diakui oleh Quraish Shihab, sebagian manusia sangat sukar mengendalikan keinginannya untuk mendapatkan keuntungan meskipun pada waktu yang sama ia menganiaya manusia maupun makhluk lain. Karena itu, menurut Quraish, jika sepirit ketuhanan atau peran moral sebagian masyarakat pelaku ekonomi kurang memadai untuk mengendalikan keinginannya, maka demi kemaslahatan yang seimbang antara peluang dan kesulitan orang lain, pemerintah dibenarkan melakukan intervensi untuk mengontrol, misalnya, harga-harga kebutuhan pokok, walaupun pada dasarnya harga barang termasuk kebutuhan pokok diserahkan pada mekanisme pasar (Shihab, 2009).

Kegiatan entrepreneurship yang sehat adalah yang membawa keseimbangan. Sebagaimana dinyatakan firman Allah dalam surah Ar-Rahman ayat 7-9 bahwa bumi dan langit telah diciptakan dalam keseimbangan serta bahwasanya manusia dilarang merusak keseimbangan tersebut.

وَالسَّمَاءَ رَفَعَهَا وَوَضَعَ الْمِيزَانَ
أَلَّا تَطْغَوْا فِي الْمِيزَانِ
وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ

“Dan langit telah ditinggikan-Nya dan Dia ciptakan keseimbangan, agar kamu jangan merusak keseimbangan itu, dan tegakkanlah keseimbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi keseimbangan itu” (QS. Ar-Rahman [55]: 7-9).

Tiga ayat tentang keseimbangan ini, disebut di sela-sela ayat-ayat yang berbicara tentang nikmat-nikmat Allah yang ada di daratan, lautan dan udara. Ini masih diselingi 31 kali pengulangan kalimat *fabiayyi aalaa-i rabbikumaa tukazzibaan* (maka nikmat Tuhan kamu yang manakah yang kamu dustakan?). Ini mencerminkan bahwa nikmat Allah yang ada di daratan, lautan dan udara, baru bisa dinikmati kalau terjadi keseimbangan dalam ekosistem. Pangkal permasalahan dalam lingkungan hidup sekarang karena adanya ketidakseimbangan. Alquran misalnya, memberikan perhatian besar pada pohon dan tetumbuhan, yang sejatinya harus dipelihara. Bahkan dalam Alquran, banyak disebut tentang pepohonan dan tumbuhan serta fungsi-fungsinya. Menurut sebagian besar ahli tafsir, hampir 115 ayat suci Alquran, berbicara tentang pepohonan dan tumbuh-tumbuhan.

Keseimbangan alam diatur dan ditetapkan oleh Tuhan Yang Maha Esa, pemilik alam semesta ini. Keseimbangan tercipta agar bumi dapat berputar pada porosnya, pergantian siang dan malam untuk keberlangsungan hidup, hujan dan panas untuk kehidupan bumi dan seisinya, ada Kutub Utara dan Kutub Selatan sebagai penyeimbang alam seluruh dunia, ada matahari dan bulan sebagai penyeimbang grafitasi dan penyubur kehidupan, dan semacamnya. Keseimbangan menduduki peran yang sangat menentukan dalam kehidupan manusia untuk mencapai kemenangan. *Falah*, yang seharusnya menjadi obsesi

setiap muslim dalam hidupnya dapat dicapai hanya jika manusia hidup dalam keseimbangan (*equilibrium*). Sebab, keseimbangan merupakan sunnah Allah. Kehidupan yang seimbang merupakan salah satu esensi ajaran Islam, sehingga umat Islam pun disebut sebagai umat pertengahan (*Ummatan Wasathan*). Ekonomi Islam bertujuan untuk menciptakan kehidupan yang seimbang, yang mencakup antara lain keseimbangan fisik dengan mental, material dengan spiritual, individu dengan sosial, masa kini dengan masa depan, serta dunia dengan akhirat. Keseimbangan fisik dengan mental, atau material dengan spiritual akan menciptakan kesejahteraan holistik bagi manusia.

Pembangunan ekonomi yang terlalu mementingkan aspek material dan mengabaikan aspek spiritual hanya akan melahirkan kebahagiaan semu, bahkan justru menimbulkan petaka. Keadilan maupun kezaliman bisa dilakukan oleh seseorang terhadap diri sendiri maupun orang lain. Contoh orang yang zalim terhadap diri sendiri adalah orang yang hanya mengejar dunia namun meninggalkan akhiratnya. Sibuk mengejar kebutuhan fisik dan melupakan kebutuhan rohaninya. Termasuk zalim terhadap diri sendiri adalah melanggar aturan agama dengan melakukan sesuatu yang diharamkan. Implikasi dari prinsip keadilan ini, hukum harus diterapkan secara merata tanpa pandang bulu. Semua orang berkedudukan sama di hadapan hukum, tanpa membedakan asal keturunan, warna kulit maupun tingkat kebudayaan dan peradaban yang dicapai. Tidak ada kelompok, golongan, etnis, atau komunitas apapun yang dipandang lebih tinggi atau lebih mulia dari lainnya. Semua manusia sama. Yang membedakan satu dengan lainnya hanyalah derajat ketakwaannya.

Apa yang diperintahkan oleh Allah dalam ayat tertulis di atas sangat jelas, yakni agar para entrepreneur pun senantiasa menjaga keseimbangan dalam berwirausaha. Keseimbangan yang dimaksud adalah bahwa manusia adalah makhluk spiritual, makhluk sosial, makhluk berpribadi dan merupakan bagian dari semesta. Dengan demikian ia harus seimbang dalam hubungannya dengan Yang Mahakuasa, dengan sesamanya, dengan dirinya sendiri dan dengan alam semesta. Entrepreneurship yang sehat harus memperhatikan empat dimensi tersebut. Para entrepreneur harus sadar bahwa dalam kekayaan materi yang dimilikinya, ada bagian yang merupakan titipan Allah

untuk sesamanya. Ia bertugas untuk mengelola dan membagikannya secara adil kepada sesama.

Tanpa adanya keseimbangan, sistem kehidupan dan tata surya akan hancur. Allah telah mengukur dan menciptakan alam semesta ini dengan tepat dan seimbang.

الَّذِي خَلَقَ سَبْعَ سَمَاوَاتٍ طِبَاقًا مَّا تَرَى فِي خَلْقِ الرَّحْمَنِ مِن تَفْوُوتٍ فَآرْجِعِ الْبَصَرَ هَلْ تَرَى مِن فُطُورٍ

"... Kamu sekali-kali tidak melihat pada ciptaan Tuhan Yang Maha Pemurah sesuatu yang tidak seimbang. Maka lihatlah berulang-ulang, adakah kamu lihat sesuatu yang tidak seimbang?"
(QS. Al-Mulk [67]: 3).

Demikian pula dengan penciptaan manusia. Allah menjadikan kita makhluk yang sempurna dan dalam struktur tubuh yang seimbang.

يَا أَيُّهَا الْإِنْسَانُ مَا غَرَّكَ بِرَبِّكَ الْكَرِيمِ
الَّذِي خَلَقَكَ فَسَوَّاكَ فَعَدَلَكَ
فِي أَيِّ صُورَةٍ مَّا شَاءَ رَكَّبَكَ

"Hai manusia, apakah yang telah memperdayakan kamu (berbuat durhaka) terhadap Tuhanmu Yang Maha Pemurah. Yang telah menciptakan kamu lalu menyempurnakan kejadianmu dan menjadikan (susunan tubuhmu) seimbang, dalam bentuk apa saja yang Dia kehendaki, Dia menyusun tubuhmu." (QS. Al-Infithaar [82]: 6-8).

Konsep keseimbangan yang Allah ajarkan baik melalui sistem tata surya maupun dalam penciptaan kita, tiada lain adalah untuk diambil sebagai pelajaran. Secara individu, konsep keseimbangan yang diterapkan akan membawa kepada kebahagiaan dan kesejahteraan. Islam mendudukan secara seimbang kepentingan duniawi dan ukhrawi. Allah berfirman dalam surah Al-Qashash 77:

وَأَتَّبِعْ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ
كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.”
(QS. Al-Qashash [28]: 77).

Tanpa keseimbangan, yang terjadi adalah kerusakan.

Dalam konteks kelestarian alam, Alquran dengan tegas memberikan peringatan bahwa akan ada dampak buruk jika lingkungan diabaikan dan dirusak. Di bagian lain, Alquran mengajarkan sebuah konsep pembangunan yang seimbang di mana pendayagunaan sumber daya alam, baik di daratan maupun di lautan harus memperhatikan kondisi lingkungan sekitarnya. Allah berfirman dalam surah Ar-Rum 41:

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ الَّذِي عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ
يَرْجِعُونَ

“Telah tampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan oleh perbuatan tangan manusia, supaya Allah merasakan kepada mereka sebahagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar).”
(QS. Ar-Rum [30]: 41).

Karena faktor dominan manusia terhadap alam terutama kerusakan lingkungan yang ada maka Allah mengingatkan dalam surat Al a`raf ayat 56:

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَةَ
اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ

“Dan janganlah kamu berbuat kerusakan di muka bumi, sesudah Allah memperbaikinya dan berdo`alah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik.”
(QS. Al-A`raf [7]: 56).

Kewajiban manusia untuk menjaga lingkungan juga sangat terkait dengan posisi manusia sebagai *khalifah* di muka bumi dalam bahasa arab diartikan sebagai wakil Allah di muka bumi. Oleh karenanya, manusia memiliki tanggung jawab untuk mengelola bumi dengan sebaik-baiknya sebagai sebuah amanah yang diberikan Allah Swt. Menurut Quraisy Shihab (1999) kekhalfahan ini mempunyai tiga unsur yang saling berkait, kemudian ditambah unsur keempat yang berada di luar, namun sangat menentukan arti kekhalfahan dalam pandangan Al Qur'an. Ketiga unsur pertama:

- (1) Manusia, yang dalam hal ini dinamai khalifah
- (2) Alam raya, yang ditunjuk oleh Allah sebagai bumi
- (3) Hubungan antara manusia dengan alam dan segala isinya, termasuk dengan manusia (istikhlaf atau tugas-tugas kekhalfahan)

Itulah ketiga unsur yang saling kait-berkait. Sedangkan unsur keempat yang berada di luar adalah yang memberi penugasan itu yakni Allah Swt. Dalam hal ini yang ditugasi harus memperhatikan kehendak yang menugasinya. Hubungan anatara manusia dengan alam atau hubungan manusia dengan sesamanya bukan merupakan hubungan antara penakluk dan yang ditaklukkan atau antara tuan dengan hamba tetapi hubungan kebersamaan dalam ketundukan kepada Allah Swt. Karena kemampuan manusia dalam mengelola bukanlah akibat kekuatan yang dimilikinya tetapi akibat anugerah Allah Swt. Hal ini tergambar dalam surat Ibrahim ayat 32 :

اللَّهُ الَّذِي خَلَقَ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضَ وَأَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجَ بِهِ مِنَ الثَّمَرَاتِ رِزْقًا لَكُمْ وَسَخَّرَ لَكُمُ الْفُلْكَ لِتَجْرِيَ فِي الْبَحْرِ بِأَمْرِهِ وَسَخَّرَ لَكُمُ الْأَنْهَارَ

“Allahlah yang telah menciptakan langit dan bumi dan menurunkan air dari langit Kemudian dengan air hujan itu Dia mengeluarkan berbagai buah-buahan sebagai rizki untukmu dan Dia telah menundukan kapal bagimu agar berlayar di lautan dengan kehendaknya dan Dia telah menundukan sungai-sungai bagimu” (QS. Ibrahim [14]: 32).

Dan surat Az Zukhruf ayat 13:

لَتَسْتَوُوا عَلَىٰ ظُهُورِهِ ثُمَّ تَذْكُرُوا نِعْمَةَ رَبِّكُمْ إِذَا اسْتَوَيْتُمْ عَلَيْهِ وَتَقُولُوا سُبْحَانَ الَّذِي
وَمَا كُنَّا لَهُ مُقْرِنِينَ

“Agar kamu duduk di atas punggungnya kemudian kamu ingat nikmat Tuhanmu apabila kamu telah duduk di atasnya dan agar kamu mengucapkan ‘maha suci Allah yang telah menundukkan semua ini bagi kami padahal kami sebelumnya tidak mampu menguasainya” (QS. Az-Zukhruf [43]: 13).

Ada dua ajaran dasar yang harus diperhatikan umat Islam keterkaitan dengan etika lingkungan. Yang pertama, *rabbul `alamin*. Islam mengajarkan bahwa Allah Swt itu adaah Tuhan semesta alam. Jadi bukan Tuhan manusia atau sekelompok manusia saja. Tetapi Tuhan seluruh alam. Alam dihadapan Tuhan, sama. Semuanya dilayani oleh Allah sama dengan manusia. Kedua, *rahmatat lil`alamin*. Artinya manusia diberikan amanat untuk mewujudkan segala perilakunya dalam rangka kasih sayang terhadap seluruh alam. Manusia bertindak dalam semua tindakannya berdasarkan kasih sayang terhadap seluruh alam. Jika makna *rabbul `alamin* dan *rahmatat lil`alamin* difahami dengan baik maka tidak akan merusak alam lingkungan.

Di atas sudah dibahas teori Triple Bottom Line-nya Elkington dalam 3P (*Profit, People, and Planet*). Sebagai sebuah konsep akuntansi TBL cukup menggambarkan arah yang akan membawa perusahaan menjaga keseimbangan, walaupun dalam pelaksanaannya TBL masih mengalami keterbatasan soal tolok ukurnya. Diingatkan oleh Surah Al Rahman 7 – 9, dari sisi spiritualitas religious TBL Elkington akan menjadi lebih seimbang jika ditambah satu P lagi, yaitu *Prophet* (Nabi). *Prophet* inilah yang menuntun pebisnis untuk mempunyai spiritualitas yang selalu menjadi kekuatan dan kesadaran baginya, baik saat sedang jaya dan berada di atas, maupun ketika sedang jatuh dan berada di bawah. Sisi spiritualitas – dalam 4P (*Profit, People, Planet and Prophet*) baca sebagai sisi kenabian - perusahaan akan membuat perusahaan lebih memiliki *Sustainability*. Perusahaan yang

menerapkan Quartle Bottom Line dalam 4P (*Profit, People, Planet and Prophet*) akan dapat mencapai keharmonisan dengan lingkungan sosial dan lingkungan alam, dan didukung oleh seluruh karyawan karena nilai-nilai spiritualitas yang dihidupi bersama sehingga keberlangsungan perusahaan akan terjaga. Perusahaan yang demikian juga dapat menjadi Nabi di jaman post-modern ini dengan menebar kebaikan dan harmoni bagi alam semesta.

Marilah mulai menjaga keseimbangan dari diri kita sendiri.

Perusahaan yang menerapkan Quartle Bottom Line dalam 4P (*Profit, People, Planet and Prophet*) akan dapat mencapai keharmonisan dengan lingkungan sosial dan lingkungan alam, dan didukung oleh seluruh karyawan karena nilai-nilai spiritualitas yang dihidupi bersama sehingga keberlangsungan perusahaan akan terjaga. Perusahaan yang demikian juga dapat menjadi Nabi di jaman post-modern ini dengan menebar kebaikan dan harmoni bagi alam semesta.

Sejak awal diciptakan oleh “Sang Kreator Agung di Langit” (Allah), bumi dan isinya berada dalam wujud yang seimbang dan tiada bercacat. Sehingga dalam perjalanannya, atas restu Allah sendiri maka dihadirkan keberadaan manusia yang dalam fitrahnya, yaitu untuk mengelola isi bumi sambil memenuhi hasrat kebutuhannya (jasmani), tetapi juga sekaligus menjaga keseimbangan terhadap bumi beserta isinya. Manusia adalah salah satu bagian kecil dari karya Allah pencipta dalam semesta. Oleh Sang Kreator, manusia ditunjuk sebagai karya paling istimewa dibanding makhluk lainnya dengan menjadikannya mitra Allah. Karena ia menjadi wakil dan mitra Allah, maka kekuasaan manusia adalah kekuasaan perwakilan dan perwalian. Kekuasaan itu adalah kekuasaan yang terbatas dan hendaknya dipertanggungjawabkan kepada pemberi kuasa, yaitu Allah. Dalam kehidupan dunia yang modern saat ini, manusia tidak lagi harus ke hutan untuk berburu guna memenuhi kebutuhan jasmaninya, akan tetapi sistem pasar telah menyediakan kemudahan bagi manusia untuk menjangkau kebutuhannya tersebut. Dalam sistem pasar inilah

beberapa manusia yang lain telah mengambil pilihan bertindak sebagai pelaku-pelaku bisnis demi alasan pemenuhan kebutuhan sesama makhluk di bumi. Akan tetapi, tak dapat dipungkiri bahwa kemajuan suatu organisasi bisnis sangat tergantung pada bagaimana orang-orang yang ada dalam organisasi tersebut. Rendahnya komitmen dapat disebabkan oleh banyak hal, tetapi seringkali secara potensial terjadi karena orang-orang di dalam organisasi tidak tahu apa yang dapat diperolehnya dengan pekerjaannya itu selain hanya sekedar uang.

Kita tidak bisa mengerahkan seluruh fokus perhatian kita hanya pada aspek tertentu, dan mengabaikan aspek atau bidang lain yang juga penting dalam hidup kita. Ibarat konser musik yang apik dan indah terjadi bila ada harmoni antara bunyi alat-alat musik yang dimainkan dalam konser tersebut. Demikian pula harmoni dalam hidup terjadi bila kita mampu menjaga fokus perHATian secara seimbang antara aspek-aspek hidup. Benar bahwa kadang kita lebih fokus pada aspek tertentu tetapi mesti ada waktu juga untuk memerhatikan aspek lain.

Hidup itu seperti mengendarai sepeda; untuk menjaga keseimbangan, Anda harus terus bergerak
(Albert Einstein).

BAB VII

PENUTUP

Spiritualitas yang identik dengan kesalehan kerap dipertentangkan dengan bisnis yang identik dengan dunia secular (jauh dari kesalehan). Namun demikian, berdasar uraian dalam buku ini spiritualitas dengan entrepreneurship adalah suatu keniscayaan. Spiritualitas entrepreneurship adalah soal bagaimana orang menggunakan kecerdasan spiritual dalam proses berpikirnya, dalam membuat keputusan, dan hal-hal yang dipikir layak untuk dilakukan. Termasuk di dalam keputusan itu adalah bagaimana orang mengalokasikan kekayaannya (Zohar dan Marshall, 2004). Mengenai modal spiritual yang dibahas dalam bab dua, dipahami sebagai kekuatan, pengaruh, dan disposisi yang diciptakan oleh iman, pengetahuan, dan praktik spiritual seseorang atau organisasi (Liu, 2015). Zohar (2010) menyebutkan bahwa modal spiritual terwujudkan secara baik dalam kehidupan yang dikhususkan untuk melayani sesama. Di dalam perusahaan pelayanan tersebut diwujudkan dalam orientasi perusahaan pada pelayanan kepada customer secara maksimal.

Kapitalisme sebagai sistem ekonomi meskipun kelahiran awalnya didorong oleh spiritualitas tertentu, namun dalam perjalanannya telah menjauh dari nilai-nilai spiritualitas. Pengabaian terhadap nilai-nilai spiritualitas tersebut menjadikan kapitalisme sebagai sistem yang melahirkan kesenjangan ekonomi dan sosial, menimbulkan distribusi

kekayaan dan kekuasaan yang tidak adil, kecenderungan ada pihak yang memonopoli pasar, imperialisme, dan berbagai bentuk eksploitasi ekonomi dan budaya; materialisme, represi pekerja dan anggota serikat buruh, alienasi sosial, dan ketidakstabilan ekonomi. Atas keadaan tersebut maka muncul gagasan adanya sistem ekonomi yang dihidupi iman dan semangat humanistik. Sistem tersebut dinamakan sistem ekonomi pasca kapitalis dan kapitalisme religius. Norma dan aturan baru yang dibutuhkan agar sistem ekonomi yang berjalan lebih humanis dan religius bersumber dari ajaran-ajaran universal agama. Sistem ekonomi baru yang digagas tersebut ternyata berkesesuaian dengan semangat entrepreneurship sebagai suatu **keyakinan kuat untuk mengubah dunia melalui ide dan inovasinya.**

Dalam konteks entrepreneurship, perusahaan-perusahaan yang menghidupi nilai-nilai spiritualitas dapat memandang bisnis melampaui batas-batas materi biasa, ruang biasa, waktu biasa, pengetahuan biasa, pengalaman biasa, atau kemampuan biasa, tanpa kehilangan karakter “biasa”-nya. Dengan demikian menjadi penting untuk menegaskan soal karakter spiritual dalam entrepreneurship karena kata bisnis telah tereduksi menjadi sekedar masalah keuntungan, uang atau *making money* saja. Hal ini akan membuat ketidakseimbangan dan akhirnya menuju krisis moral dalam kegiatan bisnis. Spiritualitas membantu seorang entrepreneur dalam banyak hal terutama berkaitan dengan bagaimana kegiatan wirausahanya memberi dampak yang positif bagi banyak orang. Dalam terang iman, tujuan wirausaha bukan hanya memproduksi barang dan jasa semata-mata untuk keuntungan atau meningkatkan pangsa pasar, tetapi harus melayani realisasi diri dari orang-orang yang terlibat termasuk para manajer, karyawan, dan pelanggan.

Terlepas dari keragaman pengalaman spiritual yang kaya, spiritualitas melibatkan peningkatan cinta, kasih sayang, penghormatan mendalam terhadap kehidupan dan empati. Melalui, spiritualitas kita mengembangkan sistem nilai-nilai baru yang tidak didasarkan pada norma konvensional, ajaran, perintah, dan rasa takut akan hukuman, tetapi berdasarkan pada pengetahuan dan pemahaman tentang tatanan universal. Disadari bahwa manusia adalah bagian

integral dari ciptaan dan bahwa dengan menyakiti orang lain, artinya akan menyakiti diri sendiri, dengan membahagiakan orang lain juga membuat dirinya bahagia.

Iman Islam mengajarkan bahwa entrepreneurship adalah suatu yang diharamkan bahkan sangat dianjurkan. Islam memperbolehkan berwirausaha asalkan bukan hal hal yang mengarah kepada riba, judi, penyediaan produk atau layanan yang mengandung barang-barang haram. Islam pun mengharapkan agar kegiatan wirausaha yang dilakukan oleh seorang muslim tidak hanya memiliki keuntungan untuk diri sendiri melainkan juga dapat memberikan manfaat yang banyak kepada banyak orang. Hal ini sesuai dengan prinsip islam yang *rahmatan lil alamin*. Islam turunkan ke bumi sebagai petunjuk bagi hidup manusia, maka ajaran Islam memiliki karakter komprehensif dan integral. Islam tidak mengenal pemisahan antara berbagai aspek kehidupan, baik ekonomi, sosial, maupun politik. Dalam Islam juga tidak dikenal pemisahan antara aspek duniawi dan aspek rohani. Semua tindakan di dunia ini harus dipertanggungjawabkan di akhirat nanti. Oleh karena itu, harus ada keseimbangan antara aspek rohani dan duniawi.

Prinsip keimbangan ini dapat ditemukan dalam sistem ekonomi moden dalam konsep *Triple Bottom Line* (TBL) dalam 3P (*Profit, People, and Planet*) yang digagas oleh John Elkington (2007). TBL ini mengimplikasikan bahwa perusahaan harus lebih mengutamakan kepentingan *stakeholder* (semua pihak yang terlibat dan terkena dampak dari kegiatan yang dilakukan perusahaan) daripada kepentingan *shareholder* (pemegang saham). Kepentingan *stakeholder* ini dapat dirangkum menjadi tiga bagian yaitu kepentingan dari sisi keberlangsungan laba (**Profit**), sisi keberlangsungan masyarakat (**People**), dan sisi keberlangsungan lingkungan hidup (**Planet**). *Profit* di sini lebih dari sekadar keuntungan. Profit di sini berarti menciptakan *fair trade* dan *ethical trade* dalam berbisnis. People menekankan pentingnya praktik bisnis suatu perusahaan yang mendukung kepentingan tenaga kerja. Secara lebih spesifik, konsep ini melindungi kepentingan tenaga kerja dengan menentang adanya eksploitasi yang mempekerjakan anak di bawah umur, menerapkan pembayaran upah

yang wajar, lingkungan kerja yang aman dan jam kerja yang dapat ditoleransi.

Prinsip keseimbangan *Triple Bottom Line* (TBL) dalam 3P di atas dalam pelaksanaannya diwujudkan dalam bentuk kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang biasanya merupakan kegiatan sosial perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar. Meskipun dalam praktiknya ada perusahaan yang melakukan CSR hanya supaya memperoleh pengurangan pajak, belum sebagai perwujudan keseimbangan sebagaimana diungkapkan dalam TBL-nya Elkington. Sesudah hampir 70 tahun sejak diperkenalkan, CSR masih saja menjadi perdebatan, misalnya soal apakah CSR harus menjadi kewajiban hukum perusahaan atau sukarela sebagai sikap etis, apakah CSR harus melayani perusahaan sendiri atau harus altruistic³ (Drucker, 1984). Termasuk menjadi pertanyaan etik adalah soal perusahaan yang mendirikan unit usaha lain (misalnya sekolah) dan menyalurkan CSR-nya ke unit usaha lain tersebut, apakah ini sesuatu yang etis?

Sebagai sebuah konsep akuntansi TBL cukup menggambarkan arah yang akan membawa perusahaan menjaga keseimbangan, walaupun dalam pelaksanaannya TBL masih mengalami keterbatasan soal tolok ukurnya. Diingatkan oleh Surah Al Rahman 7 – 9, dari sisi spiritualitas religius TBL Elkington akan menjadi lebih seimbang jika ditambah satu P lagi, yaitu *Prophet* (Nabi). Yang dimaksud dengan *Prophet* adalah kesadaran akan keberadaan manusia di dunia sebagai makhluk ciptaan Allah. Kalau 3P (*Profit, People, Planet*) berdimensi horizontal maka *Prophet* ini bersifat vertical. *Prophet* inilah yang menuntun entrepreneur untuk mempunyai spiritualitas yang selalu menjadi kekuatan dan kesadaran baginya, baik saat sedang jaya dan berada di atas, maupun ketika sedang jatuh dan berada di bawah. Sisi spiritualitas perusahaan akan membuat perusahaan lebih memiliki *Sustainability*.

3 Altruisme adalah perhatian terhadap kesejahteraan orang lain tanpa memperhatikan diri sendiri. Perilaku ini merupakan kebajikan yang ada dalam banyak budaya dan dianggap penting oleh beberapa agama.

DAFTAR PUSTAKA

1. Afzalurrahman, 2000, *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang*, Jakarta: Yayasan Swarna Bhumy.
2. Alisyahbana, Sutan Takdir, 1992, *Pemikiran Islam dalam Menghadapi Globalisasi dan Masa Depan Umat Manusia*, Jakarta: Dian Rakyat.
3. Angeles, Peter A., 1981, *Dictionary of Philosophy*, New York: Barnes & Noble Books.
4. Antonio, Muhammad Syafi', 2007, *Mummad SAW, The Super Leader Super Manager*, Jakarta: ProLM Centre.
5. Bourdieu, Pierre. 2010. *Arena Produksi Kultural*. Jogjakarta: Pustaka Pelajar.
6. Boulding, Kenneth Ewart, 1970, *Economics as a Science*, McGraw-Hill.
7. Burkhardt, M A 1989, *Spirituality: an analysis of the concept*, Holist Nurs Pract
8. Drucker, Peter F., 1984, *The New Meaning of Corporate Social Responsibility*, California Management Review.

9. Drucker, Peter, 1993, *The Post-Capitalist Society*, Harvard Business.
10. Elkington, J., 1997, *Cannibals with forks – Triple bottom line of 21 century business*, Stoney Creek, CT: New Society Publishers.
11. Goel, P., 2010, *Triple bottom line reporting: An analytical approach for corporate sustainability*. *Journal of Finance, Accounting, and Management*, 1(1), 27-42.
12. Hahnel, Robert (2012). *Of the People, By the People: The Case for a Participatory Economy*. AK Press Distribution
13. Haritsi, Jaribah Ahmad, 2006, *Fikih ekonomi Umar bin al-Khathab*, Jakarta, Khalifa.
14. Hendrawan, Sanerya, 2009, *Spiritual Management: From Personal Enlightenment Towards God Corporate Governance*, Bandung: Mizan.
15. Hendricks, Dr. Gay dan Ludeman, Dr. Kate, 2002, *The Corporate Mystic: Berbisnis Dengan Hati*, Jakarta, Mizan.
16. Hossain, Ekram, Dr. Md., 2019, *Innovation and Entrepreneurship Ecosystem in China*, <https://www.researchgate.net/publication/339933827>.
17. Howard, S., 2002, A spiritual perspective on learning in the workplace, *Journal of managerial psychology*, 17 (3), 230-242
18. Kearney, A., 2009, "Green" winners: The performance of sustainability-focused organizations during the financial crisis, Retrieved September 12, 2009 from http://www.sustaincommworld.com/pdfs/ATKearney_Green_Winners.pdf.
19. Kotler, Philip dan Nancy Lee. 2005. *Corporate Social Responsibility; Doing the Most Good you're your Company and Your Cause*. New Jersey; JohnWiley& Sons,Inc
20. Madura, Jeff, 2007, *Introduction to Business, 4th ed*, Singapore, South-Western.

21. Mason, Paul, 2015, *PostCapitalism: A Guide to Our Future*, Britania, Allen Lane.
22. Middlebrooks, Anthony dan Noghiu, Alain, 2010, *Leadership and Spiritual Capital: Exploring the Link between Individual Service Disposition and Organizational Value*, Internationsl Journal of Leadership Studies, Vol. 6, Iss. 1.
23. Muvid, Muhammad Basyrul, 2019, *Melacak Pemikiran dan Gerakan Spiritual Tokoh Sufi Nusantara dan Dunia*, Jakarta, Aswaja Pressendo.
24. Naisbitt, John and Patricia, Aburdene, 1990, *Megatrend 2000*, Jakarta, Binarupa Aksara.
25. Rahman, Prof. Afzalul, 1982, *Muhammad as A Trader*, London, The Muslim School Trust.
26. Reed P.G., 2008, *Theory of Self Trancendence*, New York, NY: Springer.
27. Schreurs, Agneta, 2006, *Spirituality Relationships as an Analytical Instrument in Psychotherapy With Religious Patients*, dalam journal of Philosophy, Psychiatry, & Psychology – Vol. 13, no. 3.
28. Schumacher, E. F., 1999, *Small Is Beautiful: Economics As If People Mattered*, Hartley & Marks Publishers.
29. Shihab, Quraisy. 1999, *Membumikan Al Qur`an*. Bandung: Mizan.
30. Spangenberg, J., 2005, *Economic sustainability of the economy: Constructs and indicators*, International Journal of Sustainable Development, 8(1/2), 47-64
31. Sulaiman, Muhammad, Ph.D dan Zakaria, Aizuddinur, 2010, *Jejak Bisnes Rasul*, Malaysia, PTS Profesional Publishing.
32. Swasono, Sri Edi ed., 1987, *Sistem Ekonomi dan Demokrasi ekonomi*, Jakarta:UIP.
33. Thurow, Lester, 1996, *The future of Capitalism*, London; Nicholas Brealey Pub.

34. Verter, Bradford, 2003, (e-book) *Spiritual Capital: Theorizing Religion with Bourdieu against Bourdieu* (<https://doi.org/10.1111/1467-9558.00182>).
35. Weber, Marx, 1974, *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*, London, Allen & Unwin.
36. Zamor, J. C. G., 2003. Workplace Spirituality and Organizational Performance. *Public Administration Review*. May/June. Vol. 63. No. 3. p. 355-363.
37. Zohar, Danah dan Marshall, Ian, 2002, *SQ: memanfaatkan kecerdasan Spiritual dalam Berpikir Integralistik dan Holistik untuk Memaknai Kehidupan*, Jakarta: Mizan.
38. Zohar, Danah, 2010, *Exploring Spiritual Capital: An Interview with Danah Zohar*, News Letter Spirituality High Education, VOLUME 5, ISSUE 5 AUGUST 2010.
39. Zohar, Danah dan Marshall, Ian, *Spiritual Capital Wealth We Can Live By*, California: Berrett-Koehler.
40. Zoreh, Ahghari, 1991, "*The Origin and Evolution of Islamic Economic Thought*", Dissertation, The Florida State University.