
EKONOMI BERBASIS NILAI

Jalan Tengah Menuju Bisnis yang Berkeadaban



Penulis:

Binti Masruroh, M.E

EKONOMI BERBASIS NILAI

Jalan Tengah Menuju Bisnis yang Berkeadaban

UU No. 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta pada Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Perlindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. Penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual.
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. Penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

- Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan /atau pidana denda paling banyak Rp 100.000 (seratus juta rupiah).
- Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah).

EKONOMI BERBASIS NILAI
Jalan Tengah Menuju Bisnis yang Berkeadaban

Penulis:

Binti Masruroh, M.E



2026

EKONOMI BERBASIS NILAI

Jalan Tengah Menuju Bisnis yang Berkeadaban

Jumlah halaman : vii, 80 halaman

Ukuran halaman : 15,5 x 23 cm

ISBN e-book: 978-602-7989-97-9 (PDF)

Penulis:

Binti Masruroh, M.E

Desain Cover:

Nurhakim As'ad Wicaksono

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

Siapapun dilarang keras menerjemahkan, mencetak, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit.

Cetakan pertama:

Juli 2026

Diterbitkan oleh:

Universitas Bakrie Press

Penerbit Anggota IKAPI No. 638/Anggota Luar Biasa/DKI/2024



Komplek Rasuna Epicentrum

Jl. HR. Rasuna Said, Setiabudi,

Kuningan Jakarta 12920

Email: ubakriepress@bakrie.ac.id

Website: ubakriepress.bakrieuniversity.ac.id

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulisan buku ini yang berjudul *"Ekonomi Berbasis Nilai: Jalan Tengah Menuju Bisnis yang Berkeadaban"* dapat terselesaikan dengan baik.

Buku ini lahir dari keprihatinan sekaligus harapan. Keprihatinan terhadap praktik ekonomi modern yang semakin menjauh dari nilai-nilai etis dan kemanusiaan, serta harapan akan tumbuhnya kesadaran baru di kalangan pelaku ekonomi, pendidik, pembuat kebijakan, dan masyarakat luas untuk menjadikan nilai sebagai fondasi utama dalam berbisnis. Di tengah arus globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat, kita menyaksikan bagaimana ketimpangan sosial, kerusakan lingkungan, dan krisis moral menjadi konsekuensi dari pendekatan ekonomi yang terlalu berorientasi pada profit semata.

Melalui buku ini, penulis berupaya menghadirkan pandangan alternatif yang mengintegrasikan prinsip-prinsip spiritualitas, etika, dan keberlanjutan dalam kegiatan ekonomi. Pendekatan ini bukan sekadar idealisme, tetapi sebuah kebutuhan mendesak untuk mewujudkan sistem ekonomi yang inklusif, adil, dan berkeadaban, khususnya dalam konteks Indonesia yang mayoritas pelaku usahanya adalah UMKM dan komunitas berbasis lokal.

Penulis menyadari bahwa buku ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, masukan dan kritik yang membangun dari para pembaca sangat diharapkan guna perbaikan di masa mendatang. Semoga buku ini dapat memberikan kontribusi nyata dalam membangun paradigma ekonomi yang lebih manusiawi dan berkelanjutan.

Trenggalek, 30 April 2026

Binti Masruroh, M.E

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vi
PENDAHULUAN KENAPA EKONOMI BUTUH NILAI?	1
BAB 1 PARADIGMA LAMA DAN KRISIS EKONOMI MODERN	3
A. Kapitalis dan Problem Etika.....	4
B. Dampak Sosial dan Ekologis dari Orientasi Laba.....	7
BAB 2 KONSEP DASAR EKONOMI BERBASIS NILAI	12
A. Definisi dan Ciri Utama	13
B. Dimensi Nilai dalam Aktivitas Ekonomi.....	14
C. Basis Spiritual dan Moral Ekonomi	16
BAB 3 ETIKA EKONOMI DALAM PERSPEKTIF AGAMA DAN BUDAYA	19
A. Ajaran Islam tentang Keadilan dan Distribusi	20
B. Nilai Lokal dalam Praktik Ekonomi Masyarakat Adat.....	22
C. Etika Bisnis Lintas Budaya.....	24
BAB 4 PRINSIP EKONOMI ISLAM SEBAGAI SUMBER NILAI.....	26
A. Maqasid al-Shariah dalam Praktik Ekonomi	27
B. Konsep Keadilan dan Larangan Riba.....	28
C. Wakaf, Zakat, dan Model Bisnis Sosial dalam Ekonomi Islam	29
BAB 5 MODEL BISNIS BERBASIS NILAI	32
A. Social Enterprise.....	33
B. Bisnis Berbasis Komunitas.....	34
C. Strategi Berkelanjutan.....	36
BAB 6 CSR, ESG, DAN TRANSFORMASI STRATEGI BISNIS	38
A. Mengelola Dampak Sosial dan Lingkungan.....	38
B. ESG sebagai Ukuran Kinerja Masa Depan.....	40

C. Studi Perusahaan Nasional dan Global.....	42
BAB 7 EKONOMI DIGITAL DAN TANTANGAN NILAI	46
A. Bisnis Platform dan Disrupsi Etika.....	47
B. Teknologi dan Tanggung Jawab Sosial.....	48
C. AI, Privasi, dan Keadilan Digital.....	50
BAB 8 STUDI KASUS INSPIRATIF DARI INDONESIA DAN DUNIA.....	53
A. Koperasi Petani Berbasis Syariah: KSU Berkah Mandiri Sejahtera (Indonesia).....	54
B. Start-Up yang Mendorong Ekonomi Sirkular: Waste4Change (Indonesia).....	55
C. Perusahaan Global Dengan Pendekatan Spiritual: <i>Patagonia</i> (Amerika Serikat)	56
BAB 9 TANTANGAN DAN PELUANG IMPLEMENTASI	59
A. Hambatan Struktural dan Budaya	59
B. Peran Pendidikan, Regulasi, dan Komunitas	61
C. Strategi Perubahan	62
BAB 10 MENUJU EKONOMI YANG BERKEADABAN	65
A. Roadmap Transformasi Nilai: Jalan Menuju Ekonomi yang Berkeadaban.....	66
B. Membangun Ekosistem Ekonomi yang Manusiawi	68
C. Peran Kita Semua: Membangun Ekonomi yang Berkeadaban secara Kolektif.....	70
BIODATA PENULIS.....	80

PENDAHULUAN

KENAPA EKONOMI BUTUH NILAI?

Dalam dunia yang semakin kompleks dan saling terhubung, sistem ekonomi tidak bisa lagi dipandang sebagai sekadar mesin produksi dan distribusi barang dan jasa. Krisis multidimensi dari ketimpangan sosial yang memburuk, kerusakan ekologis yang meluas, hingga krisis kepercayaan terhadap institusi keuangan—telah menyadarkan banyak pihak bahwa ekonomi tidak cukup hanya dibangun atas dasar logika rasionalitas pasar, efisiensi, dan akumulasi kapital. Realitas ini menunjukkan bahwa pendekatan ekonomi yang bebas nilai (*value-free economics*), seperti yang sering diasumsikan oleh ekonomi neoklasik, telah menemui keterbatasannya. Maka, muncul pertanyaan mendasar: **apakah mungkin ekonomi berjalan tanpa nilai?**

Ekonomi, pada dasarnya, adalah aktivitas manusia. Dan setiap aktivitas manusia, baik individu maupun kolektif selalu dipengaruhi oleh nilai, keyakinan, dan orientasi moral tertentu. Nilai menentukan apa yang dianggap penting, layak diperjuangkan, dan dijadikan tujuan. Ketika nilai-nilai yang mendasari sistem ekonomi hanya berfokus pada keuntungan semata (*profit-maximization*), maka hasilnya sering kali adalah ketimpangan struktural, eksploitasi sumber daya alam, dan pengabaian terhadap kesejahteraan sosial. Maka, untuk menjawab tantangan zaman dan membangun peradaban yang lebih adil dan berkelanjutan, ekonomi perlu diletakkan kembali dalam kerangka nilai yakni nilai kemanusiaan, keadilan, keberlanjutan, solidaritas, dan spiritualitas.

Nilai tidak hanya berfungsi sebagai panduan etis dalam pengambilan keputusan ekonomi, tetapi juga sebagai fondasi untuk menciptakan sistem ekonomi yang lebih manusiawi dan holistik. Sebagai contoh, dalam tradisi ekonomi Islam, nilai-nilai seperti *keadilan* (*'adl*), *kemaslahatan* (*maslahah*), dan *keseimbangan* (*tawazun*) menjadi prinsip dasar dalam merancang struktur dan praktik ekonomi. Nilai-nilai ini tidak hanya hidup dalam konsep, tetapi juga

diwujudkan melalui instrumen konkret seperti zakat, wakaf, larangan riba, dan distribusi kekayaan yang adil. Hal yang serupa juga terjadi dalam wacana ekonomi alternatif kontemporer, seperti *wellbeing economy*, *doughnut economics*, atau *green economy*, yang mengedepankan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dan kelestarian ekologi, antara pencapaian material dan kesejahteraan spiritual.

Lebih dari itu, nilai juga memiliki kekuatan transformatif. Ia menjadi daya dorong perubahan baik pada tingkat individu (etika pribadi) maupun pada tingkat sistemik (struktur sosial dan kelembagaan). Nilai mendorong para pelaku ekonomi untuk tidak hanya berpikir dalam kerangka “apa yang menguntungkan?”, tetapi juga “apa yang benar?”, “apa yang baik?”, dan “apa yang berdampak positif bagi banyak orang?”. Maka, ekonomi yang berakar pada nilai tidak hanya memproduksi barang, tetapi juga membentuk karakter dan budaya; tidak hanya mengejar efisiensi, tetapi juga mengupayakan kebermaknaan.

Dengan demikian, pertanyaan “kenapa ekonomi butuh nilai?” bukan hanya penting untuk diajukan, tetapi juga mendesak untuk dijawab. Jawabannya tidak terletak pada wacana abstrak semata, tetapi pada usaha nyata untuk mengembalikan ekonomi sebagai alat untuk menciptakan kehidupan yang lebih adil, berkelanjutan, dan bermakna. Ekonomi tanpa nilai hanyalah mesin yang berjalan tanpa arah. Ekonomi dengan nilai adalah jalan menuju peradaban.

BAB 1

PARADIGMA LAMA DAN KRISIS EKONOMI MODERN

Dunia hari ini menghadapi paradoks besar dalam wajah ekonominya: di satu sisi, kita menyaksikan kemajuan yang luar biasa—teknologi digital melesat cepat, otomatisasi menyentuh hampir semua lini produksi, kekayaan global meningkat pesat, dan akses terhadap pasar terbuka lebih luas dibandingkan era manapun sebelumnya dalam sejarah manusia. Laporan-laporan ekonomi menunjukkan pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) di banyak negara, angka inovasi meningkat, dan investasi lintas negara melonjak tajam. Namun di balik kilau statistik itu, tersembunyi krisis yang mendalam. Jurang ketimpangan antara si kaya dan si miskin makin menganga, kerusakan lingkungan mencapai titik kritis, dan yang paling mengkhawatirkan kepercayaan masyarakat terhadap institusi ekonomi, politik, bahkan sains semakin merosot. Mengapa ini bisa terjadi? Bagaimana bisa sistem yang menghasilkan kemajuan begitu besar justru menciptakan penderitaan di sisi lain?

Akar dari kontradiksi ini dapat ditelusuri dari paradigma ekonomi lama sebuah cara pandang yang memandang ekonomi semata-mata sebagai mekanisme efisiensi dan pertumbuhan laba, dan menjadikan manusia sebagai instrumen produksi belaka. Paradigma ini berakar kuat pada sistem kapitalisme murni, yang sejak awal dibangun atas asas kepemilikan pribadi, kebebasan pasar, dan kompetisi terbuka, namun mengabaikan dimensi moral, sosial, dan ekologis. Dalam sistem ini, keberhasilan hanya diukur dengan indikator finansial: seberapa besar laba yang dicapai, seberapa banyak produk terjual, dan seberapa cepat aset berputar tanpa mempertanyakan dampaknya terhadap masyarakat atau lingkungan.

Prinsip-prinsip seperti keadilan distribusi, tanggung jawab sosial, dan kelestarian alam kerap dianggap sebagai tambahan, bukan bagian inti dari ekonomi. Nilai moral dan spiritual terpisah dari logika pasar, dan bahkan sering

diposisikan sebagai “gangguan” terhadap efisiensi. Maka tidak mengherankan, jika dalam sistem seperti ini, yang kuat bertambah kuat, yang lemah semakin tertinggal, dan lingkungan hanya diperlakukan sebagai komoditas yang bisa dieksploitasi tanpa batas.

Inilah yang menjadi sumber krisis peradaban hari ini krisis yang bukan sekadar bersifat ekonomi, tetapi eksistensial, menyentuh makna hidup, arah pembangunan, dan hubungan kita dengan sesama dan alam semesta. Untuk memahami lebih dalam, kita perlu menelusuri bagaimana kapitalisme berkembang dan mengapa, dalam bentuknya yang ekstrem, ia menjadi sistem yang rapuh secara etis.

Bab ini akan mengurai akar dari paradigma lama, mengupas kegagalan sistemik kapitalisme dalam menjawab tantangan zaman, dan menunjukkan urgensi untuk membangun ekonomi dengan landasan nilai—sebuah ekonomi yang tidak hanya mengejar angka, tetapi juga menjaga harkat manusia dan masa depan bumi.

A. Kapitalis dan Problem Etika

Kapitalisme, sebagai sistem ekonomi dominan saat ini, telah menjadi arsitek utama dari peradaban ekonomi modern. Fondasi ideologinya bertumpu pada tiga pilar utama: kepemilikan pribadi, persaingan bebas, dan kebebasan pasar. Dalam kerangka ini, setiap individu diberi hak untuk memiliki dan mengelola sumber daya ekonomi, bersaing dalam pasar terbuka, dan menentukan harga berdasarkan mekanisme penawaran dan permintaan. Sistem ini menghapus dominasi negara dan menyerahkan kendali ekonomi kepada mekanisme pasar yang diyakini akan secara otomatis menciptakan keseimbangan dan kemakmuran.

Tak dapat dimungkiri, kapitalisme telah membawa berbagai pencapaian yang luar biasa. Sejak revolusi industri, sistem ini mendorong produktivitas yang belum pernah terjadi sebelumnya dalam sejarah umat manusia. Efisiensi produksi meningkat, inovasi teknologi berkembang pesat, dan standar hidup di banyak negara maju melonjak signifikan. Kapitalisme juga dianggap mampu

mempercepat mobilitas sosial, memberi ruang bagi kewirausahaan, serta memperluas pilihan konsumen.

Namun, keberhasilan kapitalisme juga dibayangi oleh jejak problematik yang kompleks. Sejak kelahirannya, sistem ini sudah menjadi sasaran kritik dari berbagai kalangan: filsuf, teolog, ekonom, sosiolog, bahkan aktivis lingkungan. Kritik yang paling mendasar menasar pada pengabaian terhadap dimensi etika dan kemanusiaan dalam praktik ekonomi kapitalistik. Dalam kapitalisme modern, keberhasilan ekonomi diukur secara sempit, dengan tolok ukur seperti produk domestik bruto (PDB), laba bersih korporasi, dan angka pertumbuhan produktivitas. Sementara itu, nilai-nilai non-ekonomi seperti keadilan sosial, kesejahteraan buruh, dan kelestarian lingkungan diperlakukan sebagai isu periferal, bahkan sering dianggap sebagai penghambat pertumbuhan. Dalam kalkulasi sistem ini, apa pun yang tidak menghasilkan keuntungan langsung, cenderung dianggap tidak penting.

1. Problem Etika dalam Kapitalisme Kontemporer

Berikut beberapa manifestasi nyata dari krisis etika dalam praktik kapitalisme global:

a. Eksploitasi Tenaga Kerja

Demi menekan biaya dan meningkatkan margin keuntungan, banyak perusahaan menjalankan strategi *“race to the bottom”*, yakni memindahkan pabrik ke negara-negara dengan upah murah, regulasi lemah, dan perlindungan buruh yang minim. Fenomena sweatshop di negara berkembang menjadi contoh nyata: buruh bekerja dalam kondisi buruk, jam kerja panjang, upah rendah, dan minim perlindungan sosial. Hak asasi buruh terabaikan, dan tenaga manusia diperlakukan sekadar sebagai *cost of production*. Di beberapa pabrik garmen Asia Tenggara, pekerja perempuan masih menerima upah di bawah standar hidup layak, meskipun merek-merek yang mereka produksi menjual produknya dengan harga tinggi di pasar global.

b. Konsumerisme Berlebihan

Kapitalisme tidak hanya memproduksi barang, tetapi juga memproduksi kebutuhan. Melalui iklan dan rekayasa budaya populer, individu didorong untuk membeli bukan karena kebutuhan riil, tetapi karena tekanan sosial dan simbol status. Hal ini melahirkan budaya konsumsi tanpa batas, di mana kesuksesan diukur dari seberapa banyak seseorang memiliki dan membeli, bukan seberapa besar kontribusinya pada kehidupan. Dampaknya: Pemborosan sumber daya, meningkatnya limbah elektronik dan plastik, serta ketergantungan psikologis terhadap kepemilikan benda sebagai identitas diri.

c. Korporatisasi Politik dan Pengaruh Pasar terhadap Kebijakan Publik

Kapitalisme ekstrem telah melahirkan korporasi-korporasi raksasa dengan kekuatan ekonomi yang melampaui negara-negara kecil. Dengan kekuatan modal yang sangat besar, perusahaan-perusahaan ini mampu membiayai kampanye politik, memengaruhi regulasi, bahkan menekan pemerintah agar membuat kebijakan yang menguntungkan mereka. Fenomena ini dikenal sebagai *corporate capture*, di mana kekuasaan ekonomi menyandera kekuasaan politik. Contohnya sektor pertanian, perusahaan agrokimia dan benih dapat memengaruhi regulasi pangan dan monopoli pasokan bibit, meminggirkan petani kecil.

2. **Kapitalisme Tanpa Etika: Yang Benar Adalah Yang Menguntungkan?**

Di tengah semua krisis tersebut, **etika bisnis yang seharusnya menjadi fondasi moral** kerap dipandang sebagai beban atau tambahan opsional. Dalam banyak ruang kuliah bisnis modern, keberhasilan dipersepsikan secara linear dengan profitabilitas. Sementara konsep tanggung jawab sosial atau keberlanjutan kadang hanya menjadi strategi *branding*, bukan komitmen yang sungguh-sungguh.

Kapitalisme ekstrem telah melahirkan adagium tak tertulis: **“yang benar adalah yang menguntungkan.”** Jika suatu tindakan menghasilkan keuntungan, maka ia sah secara sistem; meskipun secara moral keliru. Inilah yang menyebabkan banyak skandal korporasi terjadi secara sistemik bukan karena individu jahat, tetapi karena sistem yang membenarkan tindakan tidak etis selama itu menghasilkan profit. Apakah kita ingin hidup dalam dunia di mana "menang" adalah satu-satunya ukuran benar? Di mana kehormatan manusia dinilai dari daya belinya? Di mana alam dinilai dari seberapa banyak yang bisa diambil darinya?

3. Menuju Etika Ekonomi yang Baru

Mengingat berbagai realitas ini, maka menjadi jelas bahwa **kapitalisme, dalam bentuknya yang tak terkendali, telah melahirkan ketimpangan, krisis ekologi, dan kehampaan spiritual.** Dunia membutuhkan **rekonstruksi etika ekonomi**, sebuah paradigma baru yang tidak menolak efisiensi dan inovasi, tetapi menempatkannya dalam kerangka nilai, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial.

“Ekonomi bukan sekadar tentang bagaimana dunia bekerja, tapi tentang bagaimana dunia seharusnya dijalankan.” - Ha-Joon Chang

B. Dampak Sosial dan Ekologis dari Orientasi Laba

Salah satu ciri utama dari paradigma ekonomi lama adalah orientasi laba sebagai pusat gravitasi dari segala keputusan bisnis. Dalam kerangka ini, tujuan utama dari setiap aktivitas ekonomi adalah memaksimalkan keuntungan dalam waktu sesingkat-singkatnya, bahkan jika itu mengorbankan nilai-nilai jangka panjang seperti keadilan sosial, keseimbangan ekologis, atau stabilitas komunitas. Efisiensi menjadi mantra, dan segala sesuatu yang tidak memberikan kontribusi langsung terhadap profit etika, lingkungan, kesejahteraan buruh, sering kali dianggap beban atau *externalities* yang bisa diabaikan.

Namun, konsekuensi dari pola pikir ini tidaklah sepele. Justru sebaliknya, orientasi semata-mata pada laba telah menciptakan berbagai krisis multidimensi yang saling terkait dan saling memperparah. Dua yang paling mencolok adalah krisis sosial dan krisis ekologis, yang kini mengancam tidak hanya kualitas hidup manusia, tetapi juga kelangsungan peradaban itu sendiri.

1. **Krisis Sosial: Ketimpangan dan Komodifikasi Kehidupan**

a. Ketimpangan Ekonomi yang Mengakar

Menurut laporan Oxfam (2023), 1% orang terkaya di dunia menguasai hampir setengah dari seluruh kekayaan global. Sementara itu, lebih dari 3 miliar orang hidup dengan pendapatan kurang dari \$5,50 per hari. Ini bukan sekadar ketimpangan biasa, tetapi ketimpangan struktural yang bersifat sistemik dan berkelanjutan. Kapitalisme ekstrem memperkuat pola akumulasi kekayaan di tangan segelintir orang dan menyisakan mayoritas dalam ketidakpastian ekonomi.

Ketimpangan ini tidak hanya menciptakan kesenjangan materiil, tetapi juga ketimpangan akses terhadap kekuasaan, pendidikan, dan kesempatan. Mereka yang miskin tidak hanya tidak memiliki uang, tetapi juga tidak memiliki suara.

b. Marjinalisasi Kelompok Rentan

Dalam sistem yang mengukur nilai seseorang dari produktivitas atau daya belinya, kelompok-kelompok rentan seperti perempuan, disabilitas, masyarakat adat, dan pekerja informal kerap tersingkir. Mereka dianggap tidak produktif secara ekonomi dan karena itu tidak mendapat prioritas dalam perumusan kebijakan ekonomi. Misalnya, dalam pengembangan kawasan industri, banyak komunitas adat yang digusur tanpa kompensasi yang adil. Dalam dunia kerja, perempuan masih menghadapi diskriminasi upah dan beban kerja ganda yang tidak diakui sistem ekonomi formal.

c. Komodifikasi Segala Aspek Kehidupan

Kapitalisme ekstrem cenderung mengkomodifikasi segala sesuatu termasuk hal-hal yang secara moral dan historis dianggap sebagai hak dasar. Pendidikan, kesehatan, air bersih, bahkan informasi, kini diperdagangkan seperti barang dagangan lainnya. Ketika hidup diukur dari nilai pasar, maka martabat manusia pun bisa dipertaruhkan demi efisiensi atau keuntungan. Akibatnya, kesenjangan tidak hanya terjadi dalam kekayaan, tetapi juga dalam akses terhadap kehidupan yang layak. Orang miskin hidup lebih singkat, lebih sakit, lebih rentan terhadap kekerasan, dan lebih sedikit didengar suaranya.

2. Krisis Ekologis: Ketamakan yang Menggerus Alam

a. Eksploitasi Sumber Daya Alam

Orientasi laba mendorong eksploitasi sumber daya alam secara besar-besaran dan serampangan. Hutan ditebang untuk komoditas ekspor, tambang digali tanpa reklamasi, sungai tercemar limbah industri. Dalam logika pasar bebas, selama kegiatan itu menguntungkan, maka dianggap sah even jika merusak alam secara permanen. Indonesia, misalnya, kehilangan jutaan hektare hutan tropis dalam dua dekade terakhir akibat ekspansi perkebunan kelapa sawit dan tambang batubara. Ironisnya, banyak dari hasil sumber daya itu tidak dinikmati masyarakat lokal, melainkan terpusat pada segelintir elite ekonomi.

b. Pencemaran dan Perubahan Iklim

Model ekonomi berbasis bahan bakar fosil dan produksi massal telah menjadi penyumbang utama gas rumah kaca. Akibatnya, dunia kini menghadapi krisis iklim: suhu bumi meningkat, permukaan laut naik, bencana alam makin sering dan makin ekstrem. Tidak ada wilayah yang benar-benar aman. Industri-industri besar juga menjadi penyumbang utama limbah plastik, logam berat, dan polutan udara.

Semua ini memperburuk kesehatan masyarakat, merusak produktivitas pertanian, dan menambah beban negara.

c. Hilangnya Keanekaragaman Hayati

Kapitalisme modern juga mengabaikan pentingnya **keanekaragaman hayati**, yang menjadi tulang punggung ekosistem. Konversi hutan menjadi monokultur, penggunaan pestisida dan herbisida kimia, serta reklamasi pesisir telah menyebabkan **spesies-spesies punah** setiap tahun. Alam menjadi korban dari sistem ekonomi yang tidak mengenal cukup.

3. Lebih dari Sekadar Eksternalitas: Ini Krisis Peradaban

Kerusakan sosial dan ekologis yang ditimbulkan oleh paradigma ekonomi lama sering disebut sebagai “biaya eksternalitas” dalam bahasa ekonomi neoklasik. Namun, dalam kenyataannya, ini bukan sekadar “biaya”. Ini adalah tanda bahaya dari krisis peradaban. Ketika sistem ekonomi menyebabkan penderitaan massal dan kehancuran ekologis, maka yang perlu diubah bukan hanya kebijakan, tetapi fundasi cara berpikir kita tentang ekonomi itu sendiri. Krisis ini menunjukkan bahwa keseimbangan ekologis dan keadilan sosial bukanlah konsekuensi dari pertumbuhan ekonomi, tetapi syarat dasarnya. Tidak ada ekonomi yang sehat dalam masyarakat yang sakit. Tidak ada keuntungan jangka panjang dalam ekosistem yang runtuh.

Penutup: Mencari Jalan Baru

Bab ini menegaskan bahwa paradigma ekonomi lama yang berpusat pada kapitalisme murni dan orientasi laba jangka pendek telah kehilangan relevansi moral dan keberlanjutannya secara praktis. Dunia saat ini menuntut pendekatan baru, bukan hanya pada tingkat teknis atau regulasi, tetapi pada tingkat paradigma dan nilai dasar. Kita membutuhkan model ekonomi baru yang tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan, tetapi juga menempatkan keadilan sosial, keberlanjutan lingkungan, dan martabat manusia sebagai pusat pengambilan keputusan. Sebuah ekonomi yang bukan hanya *efisien*, tetapi juga berkeadaban di mana manusia tidak hanya diposisikan sebagai konsumen atau pekerja, tetapi sebagai makhluk bermoral yang hidup dalam relasi sosial dan ekologi yang saling tergantung. Bab selanjutnya akan mengupas lebih dalam konsep ekonomi berbasis nilai sebagai alternatif yang lebih manusiawi dan lestari. Di sinilah harapan baru ekonomi masa depan dapat dibangun.

“Krisis ini bukan hanya krisis finansial atau ekologis, tetapi krisis tentang bagaimana kita memahami kehidupan itu sendiri.” - Vandana Shiva

BAB 2

KONSEP DASAR EKONOMI BERBASIS NILAI

Paradigma ekonomi modern yang dominan dalam beberapa dekade terakhir secara umum ditandai oleh orientasi rasionalitas instrumental dan efisiensi maksimal. Model ini menjadikan pertumbuhan ekonomi dan akumulasi keuntungan sebagai tujuan utama, sering kali dengan mengesampingkan dimensi etis, spiritual, dan sosial. Konsekuensinya, muncul berbagai permasalahan struktural dalam sistem ekonomi global, seperti meningkatnya ketimpangan sosial, eksploitasi sumber daya alam, krisis lingkungan, serta menurunnya tingkat kepercayaan publik terhadap institusi ekonomi. Hal ini menunjukkan adanya keterputusan antara tujuan ekonomi dan nilai-nilai dasar kemanusiaan.

Dalam merespons kondisi tersebut, berkembang suatu pendekatan alternatif yang dikenal sebagai **ekonomi berbasis nilai**. Pendekatan ini berpijak pada asumsi bahwa aktivitas ekonomi tidak dapat dipisahkan dari konteks moral dan spiritual manusia. Ekonomi, dalam kerangka ini, diposisikan sebagai bagian integral dari kehidupan sosial yang harus mencerminkan keadilan, keberlanjutan, dan keberpihakan terhadap kemaslahatan kolektif. Dengan demikian, ekonomi berbasis nilai tidak hanya bertujuan mencapai efisiensi dan produktivitas, tetapi juga mengintegrasikan dimensi etik dan tanggung jawab sosial dalam proses dan hasil kegiatan ekonomi.

Bab ini bertujuan untuk membahas secara konseptual fondasi utama ekonomi berbasis nilai. Pembahasan meliputi tiga aspek utama: (1) definisi dan ciri-ciri ekonomi berbasis nilai sebagai pembeda dari paradigma ekonomi konvensional; (2) dimensi nilai yang mewarnai aktivitas ekonomi, baik pada tataran individu, institusi, maupun kebijakan; serta (3) basis spiritual dan moral sebagai landasan normatif yang memberi arah dan makna terhadap aktivitas ekonomi. Ketiga aspek ini diharapkan dapat memberikan kerangka teoretis yang memadai bagi

pemahaman dan pengembangan model ekonomi yang lebih adil, manusiawi, dan berkelanjutan.

A. Definisi dan Ciri Utama

Ekonomi berbasis nilai merupakan sebuah pendekatan yang memandang aktivitas ekonomi tidak semata-mata sebagai proses rasional untuk mencapai keuntungan maksimal, tetapi sebagai arena pengabdian terhadap nilai-nilai luhur seperti keadilan, kemanusiaan, spiritualitas, dan tanggung jawab sosial. Pendekatan ini menempatkan dimensi moral dan etika sebagai bagian integral dalam setiap pengambilan keputusan ekonomi. Dengan kata lain, ekonomi berbasis nilai mencoba menjembatani antara kepentingan pasar dengan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan hidup. Dalam paradigma ini, kegiatan ekonomi tidak hanya diukur melalui indikator finansial, tetapi juga melalui kontribusinya terhadap kesejahteraan kolektif dan keberlanjutan kehidupan.

Berbeda dari pendekatan ekonomi konvensional yang cenderung mengedepankan efisiensi produksi, logika keuntungan, dan pertumbuhan ekonomi linear, ekonomi berbasis nilai memberikan perhatian besar terhadap aspek sosial dan ekologis. Ia mengusulkan koreksi terhadap sistem ekonomi yang terlalu individualistik dan eksploitatif dengan menekankan pentingnya keberimbangan antara kepentingan ekonomi dan nilai-nilai kemanusiaan yang transenden.

Ciri utama dari ekonomi berbasis nilai dapat diidentifikasi melalui lima karakteristik penting. Pertama, pendekatan ini berorientasi pada keberlanjutan (sustainability), di mana pertimbangan jangka panjang atas dampak lingkungan dan sosial menjadi prioritas utama. Aktivitas ekonomi tidak boleh merusak ekosistem atau mengorbankan generasi mendatang demi keuntungan sesaat. Kedua, ia menjunjung tinggi keadilan dan inklusivitas, dengan memastikan akses yang adil terhadap sumber daya ekonomi dan peluang usaha, termasuk bagi pelaku UMKM dan kelompok rentan. Ketiga, ekonomi berbasis nilai

mengedepankan transparansi dan akuntabilitas, yang berarti bahwa semua proses bisnis dan keputusan ekonomi harus dapat dipertanggungjawabkan secara terbuka, etis, dan jujur kepada seluruh pemangku kepentingan.

Keempat, pendekatan ini mengintegrasikan nilai spiritual dan moral dalam keputusan ekonomi, yang mencerminkan kesadaran bahwa kegiatan ekonomi tidak dapat dipisahkan dari nilai-nilai kehidupan yang luhur. Dalam konteks masyarakat religius seperti Indonesia, hal ini dapat bermakna bahwa aktivitas ekonomi juga harus sejalan dengan nilai-nilai keimanan, seperti amanah, keadilan, dan larangan terhadap penipuan maupun eksploitasi. Kelima, ekonomi berbasis nilai juga mendorong penguatan komunitas dan solidaritas sosial, dengan membangun model ekonomi kolaboratif yang berbasis pada nilai gotong royong, partisipasi komunitas, dan kepedulian sosial. Model ini sangat kontekstual dengan budaya lokal Indonesia yang menekankan pada hubungan sosial yang erat dan berkeadaban.

Pendekatan ekonomi berbasis nilai ini kini mendapatkan perhatian lebih luas di berbagai negara, seiring dengan meningkatnya kritik terhadap sistem ekonomi global yang cenderung menimbulkan kesenjangan sosial dan degradasi lingkungan. Beberapa studi menunjukkan bahwa bisnis yang menjunjung nilai-nilai etis cenderung lebih bertahan dalam jangka panjang dan lebih dipercaya oleh konsumen serta pemangku kepentingan lainnya (Zsolnai, 2023; Maucuer & Renaud, 2022). Karena itu, integrasi antara etika dan ekonomi bukan hanya idealisme, tetapi juga strategi adaptif dan berdaya saing dalam era ketidakpastian global.

B. Dimensi Nilai dalam Aktivitas Ekonomi

Aktivitas ekonomi pada hakikatnya tidak berlangsung dalam ruang steril atau bebas nilai. Ia selalu melekat pada sistem sosial, budaya, dan moral masyarakat tempat ia berkembang. Setiap tindakan ekonomi, mulai dari keputusan produksi, konsumsi, investasi, hingga distribusi, secara langsung maupun tidak langsung melibatkan pertimbangan nilai—baik yang disadari secara eksplisit maupun yang

berlangsung secara implisit dalam kebijakan atau perilaku pelaku ekonomi. Namun demikian, dalam praktik ekonomi modern, dimensi nilai ini kerap terpinggirkan oleh logika pasar dan efisiensi semata. Karena itu, ekonomi berbasis nilai hadir untuk mengingatkan kembali pentingnya mengintegrasikan tiga dimensi nilai utama dalam seluruh aktivitas ekonomi.

Pertama, terdapat nilai instrumental, yaitu nilai-nilai yang berkaitan dengan efisiensi, efektivitas, produktivitas, dan pencapaian tujuan ekonomi yang konkret. Nilai ini biasanya menjadi fokus utama dalam pendekatan ekonomi konvensional karena menyangkut hasil nyata dan performa bisnis yang terukur. Namun, ekonomi berbasis nilai tidak menolak pentingnya nilai instrumental ini, melainkan menempatkannya dalam kerangka yang lebih luas. Nilai instrumental seharusnya tidak menjadi satu-satunya pedoman, karena tanpa dikendalikan oleh dimensi etika dan sosial, ia bisa menjadi instrumen yang membenarkan segala cara demi keuntungan (Schwartz & Sharpe, 2020).

Kedua, adalah nilai etis-moral yang menjadi pengarah dalam bertindak agar setiap aktivitas ekonomi tetap berada dalam koridor kebaikan dan tanggung jawab. Nilai ini mencakup kejujuran, keadilan, integritas, dan kepercayaan. Tanpa adanya dimensi etis, aktivitas ekonomi berpotensi merugikan banyak pihak, memperparah ketimpangan sosial, dan bahkan menciptakan kerusakan sistemik. Etika ekonomi sangat penting untuk menumbuhkan kepercayaan antara pelaku ekonomi, yang pada akhirnya menjadi fondasi stabilitas dan keberlanjutan pasar. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa perusahaan yang beroperasi berdasarkan nilai etis cenderung lebih dihargai konsumen dan lebih tahan terhadap krisis reputasi (Aguinis & Glavas, 2024).

Ketiga, yaitu nilai sosial-kemanusiaan, yang menekankan pentingnya kepedulian terhadap kesejahteraan bersama, khususnya terhadap kelompok rentan dalam masyarakat. Nilai ini mendorong agar aktivitas ekonomi tidak bersifat eksklusif dan elitis, tetapi mampu menjangkau kebutuhan dasar masyarakat luas dan memperkuat solidaritas sosial. Konsep nilai sosial ini juga menjadi fondasi bagi

ekonomi solidaritas dan ekonomi partisipatif, yang mendorong inklusi sosial, distribusi kekayaan yang adil, dan penguatan komunitas lokal (Raworth, 2021).

Penerapan ketiga dimensi nilai ini dapat ditemukan dalam berbagai contoh nyata. Misalnya, kebijakan perusahaan yang memastikan upah layak dan kondisi kerja yang adil bagi karyawan menunjukkan komitmen terhadap nilai etis dan sosial. Demikian pula program Corporate Social Responsibility (CSR) yang tidak sekadar formalitas pencitraan, tetapi dirancang untuk memberikan dampak nyata bagi masyarakat dan lingkungan sekitar. Selain itu, tren konsumen yang memilih produk-produk berkelanjutan dan adil secara sosial, seperti produk organik, fair trade, atau ramah lingkungan, mencerminkan kesadaran nilai sosial dan moral dalam keputusan konsumsi.

Dengan demikian, ekonomi berbasis nilai tidak hanya memperluas cakupan pertimbangan dalam pengambilan keputusan ekonomi, tetapi juga menawarkan alternatif arah pembangunan ekonomi yang lebih adil, manusiawi, dan berkelanjutan.

C. Basis Spiritual dan Moral Ekonomi

Salah satu kekuatan fundamental dari pendekatan ekonomi berbasis nilai terletak pada integrasi dimensi spiritual dan moral dalam seluruh aktivitas ekonomi. Dalam konteks masyarakat Indonesia yang kaya akan nilai-nilai religius dan kearifan lokal, spiritualitas seharusnya bukan hanya menjadi urusan pribadi atau ritual keagamaan, tetapi juga menjadi inspirasi utama dalam perilaku ekonomi sehari-hari. Pendekatan ini melihat ekonomi tidak semata sebagai arena kompetisi bebas, tetapi sebagai ruang pengabdian kepada nilai-nilai luhur yang bersumber dari agama, budaya, dan nurani kemanusiaan.

Spiritualitas ekonomi berangkat dari pemahaman bahwa manusia bukan hanya homo economicus yang bertindak rasional demi kepentingan pribadi, melainkan juga sebagai khalifah (wakil Tuhan) di muka bumi yang memiliki mandat moral untuk menjaga keseimbangan dan menciptakan kemaslahatan. Dalam pandangan ini, kegiatan ekonomi adalah bagian dari amanah ilahiyah yang harus dijalankan

dengan integritas, keadilan, dan kepedulian sosial. Prinsip ini sejalan dengan konsep *tazkiyah al-mal* (pensucian harta), di mana kekayaan bukan untuk ditimbun dan dimonopoli, tetapi untuk dimanfaatkan demi kebaikan bersama (Mirakhor & Askari, 2022).

Dalam praktiknya, spiritualitas ekonomi menuntut agar etika bisnis dan transaksi dilandasi oleh kejujuran, keadilan, dan larangan terhadap praktik ekonomi yang tidak sah, seperti riba, gharar (ketidakjelasan), penipuan, dan eksploitasi. Etika ini tidak hanya relevan dalam sistem ekonomi Islam, tetapi juga ditemukan dalam ajaran moral agama lain dan kearifan lokal di Indonesia, seperti prinsip *gotong royong*, *musyawarah*, dan *keadilan sosial*. Oleh karena itu, spiritualitas ekonomi memiliki dimensi lintas agama dan budaya yang memperkuat pijakan moral dalam sistem ekonomi nasional.

Selain itu, tanggung jawab sosial tidak boleh dipandang sebagai aktivitas tambahan atau aksesori perusahaan (seperti CSR simbolik), melainkan sebagai bagian integral dari model bisnis yang berkelanjutan. Pelaku usaha yang memiliki kesadaran spiritual akan terdorong untuk memastikan bahwa keberhasilan bisnisnya juga membawa dampak positif bagi masyarakat sekitar, lingkungan, dan generasi mendatang. Hal ini menciptakan apa yang disebut sebagai *spiritual-based sustainability*, yaitu keberlanjutan yang berpijak pada kesadaran etis dan transendental (Gümüşay, 2023).

Lebih jauh lagi, spiritualitas ekonomi juga melahirkan kesadaran akan pertanggungjawaban akhirat, yang mendorong para pelaku ekonomi untuk tidak hanya mengejar laba duniawi, tetapi juga nilai-nilai keberkahan, keadilan, dan kebaikan kolektif (*maslahah*). Dalam kerangka ini, laba tidak hanya diukur dari angka profit, tetapi juga dari seberapa besar manfaat sosial yang ditimbulkan. Kesadaran ini menjadikan pelaku usaha lebih mawas diri dalam bertindak, menghindari eksploitasi, dan senantiasa menjunjung nilai-nilai moral dalam setiap keputusan ekonomi.

Nilai-nilai spiritual dan moral ini bukan monopoli satu agama saja, melainkan hadir secara universal. Dalam agama Hindu, misalnya, dikenal konsep *dharma* sebagai prinsip kebenaran dan tanggung jawab; dalam Kristen, terdapat ajaran kasih sebagai landasan etika bisnis; sementara dalam budaya lokal Indonesia, nilai-nilai seperti *harmoni alam*, *kebersamaan*, dan *keadilan sosial* telah lama menjadi bagian dari cara pandang hidup masyarakat. Oleh karena itu, basis spiritual dan moral dalam ekonomi berbasis nilai bukan hanya merupakan warisan keagamaan, tetapi juga cerminan dari kebijaksanaan kolektif umat manusia.

“Spirituality in economics transforms the market from a battlefield into a field of service.”

Laszlo Zsolnai,

profesor etika bisnis dan spiritualitas ekonomi

BAB 3

ETIKA EKONOMI DALAM PERSPEKTIF AGAMA DAN BUDAYA

Etika ekonomi merupakan elemen integral dalam analisis perilaku ekonomi yang tidak hanya bersifat rasional-instrumental, tetapi juga normatif dan reflektif. Dalam berbagai peradaban historis maupun masyarakat kontemporer, aktivitas ekonomi tidak berdiri dalam ruang hampa nilai, melainkan selalu terikat oleh sistem kepercayaan, norma sosial, dan pedoman moral yang tumbuh dari akar budaya dan religius masyarakat tersebut. Konsepsi ini mengafirmasi bahwa ekonomi sejatinya merupakan bagian dari sistem sosial yang lebih luas, yang membawa dimensi nilai dalam setiap proses produksi, distribusi, dan konsumsi.

Di negara-negara dengan karakter multikultural seperti Indonesia, praktik ekonomi senantiasa berinteraksi dengan pluralitas nilai yang berasal dari agama-agama besar (seperti Islam, Kristen, Hindu, Budha) serta dari budaya lokal dan adat istiadat yang masih hidup dan dinamis dalam masyarakat. Dalam konteks ini, *etika ekonomi* tidak hanya menjadi landasan moral individu dalam mengambil keputusan ekonomi, tetapi juga menjadi kerangka kolektif dalam menilai legitimasi sosial dari praktik ekonomi tertentu.

Etika ekonomi dalam perspektif agama dan budaya memberikan arah normatif terhadap berbagai isu ekonomi kontemporer, seperti kesenjangan distribusi kekayaan, eksploitasi tenaga kerja, dan praktik bisnis yang tidak adil. Ajaran Islam, misalnya, secara eksplisit menekankan prinsip keadilan (*al-'adl*), keberkahan (*barakah*), dan keseimbangan dalam distribusi harta (*tawazun*). Sementara itu, masyarakat adat di berbagai wilayah Nusantara memiliki sistem nilai yang menekankan keseimbangan antara manusia dan alam, gotong royong, serta pembagian hasil yang adil sebagai bentuk kearifan ekonomi berbasis komunitas.

Dalam dunia yang semakin terdigitalisasi dan saling terhubung secara lintas budaya, etika bisnis lintas budaya menjadi semakin relevan. Perbedaan sistem nilai dan norma dalam interaksi ekonomi global menuntut pemahaman lintas-budaya agar bisnis dapat berjalan secara adil, menghargai hak-hak pihak lain, dan tetap menghormati konteks lokal.

Bab ini akan mengkaji tiga dimensi utama dari etika ekonomi dalam perspektif agama dan budaya, yaitu: pertama, ajaran Islam tentang keadilan dan distribusi; kedua, nilai-nilai lokal dalam praktik ekonomi masyarakat adat; dan ketiga, dinamika etika bisnis dalam konteks lintas budaya. Dengan memahami kerangka nilai ini, diharapkan praktik ekonomi dapat dikembangkan secara berkelanjutan, etis, dan kontekstual dalam berbagai sistem sosial.

A. Ajaran Islam tentang Keadilan dan Distribusi

Dalam kerangka ajaran Islam, keadilan ('adl) merupakan prinsip dasar yang mengatur seluruh aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas ekonomi. Islam memandang bahwa keadilan bukan hanya nilai etis, tetapi juga tujuan normatif yang wajib ditegakkan dalam struktur sosial dan sistem ekonomi. Keadilan dalam Islam bersifat menyeluruh (holistik), meliputi keadilan distributif, keadilan komutatif, dan keadilan legal, yang kesemuanya diarahkan pada pencapaian kemaslahatan umum (masalah 'ammah) dan penghapusan kesenjangan sosial.

Dalam Al-Qur'an, prinsip distribusi kekayaan yang adil ditegaskan secara eksplisit. Surah Al-Hasyr ayat 7 mengandung prinsip penting bahwa kekayaan tidak boleh hanya beredar di kalangan orang kaya saja: *"supaya harta itu jangan hanya beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu."* Ayat ini menjadi dasar teologis bagi penolakan Islam terhadap sistem ekonomi yang eksploitatif dan monopolistik.

Sebagai bentuk implementasi prinsip keadilan, Islam mengatur mekanisme redistribusi kekayaan melalui berbagai instrumen syariah yang memiliki fungsi sosial dan ekonomi yang kuat. Zakat, misalnya, merupakan kewajiban finansial

bagi orang kaya untuk disalurkan kepada delapan golongan mustahik sebagaimana disebutkan dalam Q.S. At-Taubah ayat 60. Tujuannya adalah untuk mengurangi kesenjangan sosial dan memastikan pemerataan ekonomi. Selain itu, Islam mendorong infaq dan sedekah sebagai bentuk pemberian sukarela yang tidak hanya memperkuat solidaritas sosial, tetapi juga mempercepat pertumbuhan ekonomi melalui semangat kerelawanan dan empati. Wakaf juga menjadi instrumen penting dalam sistem ekonomi Islam, yakni berupa pemberian aset produktif untuk kepentingan umum yang bersifat jangka panjang, seperti pendidikan, layanan kesehatan, dan fasilitas sosial lainnya.

Di sisi lain, Islam secara tegas melarang praktik-praktik ekonomi yang merusak tatanan keadilan. Praktik riba dilarang karena merupakan bentuk keuntungan yang diperoleh tanpa usaha dan risiko, yang berpotensi mengeksploitasi pihak lemah. Gharar atau ketidakjelasan dalam transaksi juga dilarang karena dapat menyebabkan kerugian akibat informasi yang tidak transparan. Demikian pula maysir, yaitu kegiatan spekulatif yang menyerupai perjudian dan mengandung unsur ketidakpastian ekstrem, yang dapat mengganggu stabilitas dan keadilan ekonomi. Semua larangan ini mencerminkan komitmen Islam terhadap keadilan, transparansi, dan tanggung jawab dalam aktivitas ekonomi. Dalam paradigma Islam, kegiatan ekonomi tidak berdiri sendiri sebagai aktivitas material semata, tetapi merupakan bagian integral dari ibadah sosial (mu'amalah). Oleh karena itu, pelaku ekonomi wajib bertanggung jawab secara horizontal (terhadap sesama manusia) dan vertikal (terhadap Allah SWT). Ekonomi menjadi sarana untuk mewujudkan nilai-nilai tauhid, ukhuwah, dan keadilan sosial dalam kehidupan masyarakat (Chapra, 2021; Asutay, 2019).

Ajaran Islam menghendaki sebuah tatanan ekonomi yang inklusif dan partisipatif, di mana distribusi kekayaan tidak menjadi sumber dominasi, tetapi alat pemberdayaan dan pemerataan. Dengan demikian, keadilan dalam Islam bukan hanya tujuan ideal, melainkan norma praktis yang harus dijalankan dalam

kehidupan sehari-hari melalui regulasi sosial dan kebijakan publik yang berorientasi pada kesejahteraan bersama.

B. Nilai Lokal dalam Praktik Ekonomi Masyarakat Adat

Nilai lokal dalam praktik ekonomi masyarakat adat merupakan cerminan dari sistem sosial yang menjunjung tinggi kebersamaan, keseimbangan, dan keberlanjutan. Di berbagai komunitas adat di Indonesia seperti masyarakat Baduy di Banten, masyarakat Kasepuhan Ciptagelar di Jawa Barat, atau masyarakat adat Ammatoa di Sulawesi Selatan, aktivitas ekonomi dijalankan bukan untuk mengejar keuntungan maksimal secara individual, tetapi untuk menjaga keseimbangan antara kepentingan individu, kolektif, dan lingkungan.

Dalam konteks ini, ekonomi tidak dipahami sebagai sistem terpisah dari aspek budaya dan spiritual, melainkan sebagai bagian integral dari tatanan hidup yang holistik. Praktik-praktik seperti *sasi* di Maluku, yang mengatur larangan sementara terhadap pemanfaatan sumber daya alam demi menjaga keberlanjutan, menunjukkan adanya pemikiran ekologis yang mendalam jauh sebelum konsep “green economy” atau “ekonomi berkelanjutan” menjadi tren global. Demikian pula dalam tradisi gotong royong dan musyawarah, terdapat mekanisme distribusi kerja dan hasil yang menekankan kesetaraan, partisipasi, dan solidaritas. Dalam pembagian hasil panen, misalnya, masyarakat adat sering kali menggunakan prinsip adil berdasarkan kontribusi kerja dan kebutuhan, bukan semata logika pasar. Bahkan pengelolaan tanah dan sumber daya dalam komunitas adat cenderung bersifat komunal, di mana hak milik bukan hak eksklusif tetapi bagian dari tanggung jawab kolektif. Hal ini memperlihatkan bahwa masyarakat adat telah memiliki model ekonomi alternatif yang tidak eksploitatif, namun berakar pada nilai-nilai lokal yang menghargai keberlanjutan ekologis, keadilan sosial, dan spiritualitas sebagai fondasi etika ekonomi mereka (Rahmina et al., 2023; Sirait, 2021).

Nilai-nilai lokal yang melekat dalam praktik ekonomi masyarakat adat tidak hanya menjadi warisan budaya, tetapi juga menawarkan alternatif paradigma ekonomi yang lebih manusiawi dan berkelanjutan. Di tengah krisis lingkungan global, ketimpangan sosial, dan krisis etika dalam sistem ekonomi modern, praktik ekonomi masyarakat adat menghadirkan pelajaran penting tentang bagaimana membangun ekonomi yang berlandaskan keseimbangan, bukan dominasi; pada keberlangsungan, bukan eksploitasi.

Misalnya, dalam budaya masyarakat Dayak di Kalimantan, sistem *ladang berpindah* bukan sekadar teknik bercocok tanam, melainkan manifestasi dari hubungan sakral antara manusia dan alam. Penetapan masa bera (masa istirahat tanah) didasarkan pada perhitungan tradisional yang mempertimbangkan keseimbangan ekosistem, bukan sekadar efisiensi produksi. Di Tanah Papua, sistem *noken* sebagai simbol pertukaran dan solidaritas antar keluarga juga memperlihatkan dimensi ekonomi yang sarat makna sosial dan spiritual. Begitu pula dalam sistem *Mapalus* di Minahasa, praktik tolong-menolong dalam aktivitas pertanian menjadi sarana memperkuat jejaring sosial, menghindari kesenjangan, dan mempererat nilai kebersamaan.

Nilai-nilai seperti *hormat terhadap leluhur*, *larangan eksploitasi berlebihan terhadap alam*, serta pentingnya *musyawarah mufakat* dalam pengambilan keputusan ekonomi menjadi kerangka etika yang membedakan praktik ekonomi masyarakat adat dengan ekonomi pasar bebas yang bersifat individualistik dan kompetitif.

Praktik ini juga menunjukkan bahwa indikator keberhasilan ekonomi dalam masyarakat adat tidak diukur semata dari akumulasi kapital atau pertumbuhan angka-angka statistik, melainkan dari keseimbangan relasi sosial, kelestarian alam, dan keharmonisan spiritual. Dalam banyak kasus, ekonomi masyarakat adat berjalan secara sirkular menghindari limbah, memperkuat relasi antargenerasi, dan menjamin keberlangsungan hidup jangka panjang. Dengan demikian, nilai-nilai lokal ini tidak hanya memiliki relevansi budaya, tetapi juga

relevansi struktural dalam membangun sistem ekonomi alternatif yang lebih adil, lestari, dan berakar pada kearifan lokal.

Sebagai refleksi, pendekatan ekonomi berbasis nilai dari masyarakat adat dapat menjadi rujukan penting dalam merancang kebijakan pembangunan yang lebih inklusif dan kontekstual. Kolaborasi antara negara, masyarakat sipil, dan komunitas adat diperlukan untuk mengintegrasikan praktik-praktik ekonomi lokal ke dalam arsitektur ekonomi nasional dan global, tanpa menghilangkan otonomi budaya dan spiritualitas yang menjadi jantung ekonomi adat.

C. Etika Bisnis Lintas Budaya

Globalisasi ekonomi tidak hanya membuka peluang perdagangan dan investasi antarnegara, tetapi juga menciptakan ruang interaksi yang intens antara pelaku usaha dari berbagai latar belakang budaya, agama, dan sistem nilai. Dalam konteks ini, pemahaman yang mendalam terhadap *etika bisnis lintas budaya* menjadi aspek krusial dalam menjalin kemitraan yang harmonis dan berkelanjutan. Setiap budaya memiliki cara pandang unik terhadap konsep etis seperti kejujuran, tanggung jawab, waktu, dan hubungan sosial—yang semuanya memengaruhi praktik bisnis. Misalnya, dalam budaya Jepang, nilai *keishiki* (kesopanan dan tata krama dalam bentuk) dan *wa* (harmoni sosial) bukan sekadar formalitas, tetapi menjadi prinsip mendasar dalam pengambilan keputusan, struktur organisasi, dan manajemen konflik. Di sisi lain, budaya bisnis Barat cenderung mengutamakan legalitas kontraktual, efisiensi waktu, dan keterbukaan komunikasi sebagai tolok ukur profesionalisme.

Sementara itu, di banyak negara Timur dan masyarakat tradisional, relasi personal, loyalitas kelompok, serta tanggung jawab moral kolektif seringkali lebih ditekankan dibandingkan sekadar hitam-putihnya isi kontrak. Di Timur Tengah dan Asia Selatan, praktik bisnis tidak jarang dimulai dari jalinan hubungan kekeluargaan atau kepercayaan antarindividu yang dijalin dalam jangka panjang. Ketidaktahuan atau pengabaian terhadap keragaman nilai ini dapat menimbulkan gesekan budaya, kesalahpahaman etis, bahkan kegagalan

kerja sama. Misalnya, gaya komunikasi yang terlalu langsung dan konfrontatif dalam budaya Barat bisa dianggap tidak sopan atau ofensif di budaya Timur yang lebih menekankan keharmonisan dan *face-saving* (menjaga harga diri pihak lain).

Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan yang adaptif, dialogis, dan berempati dalam membangun kolaborasi ekonomi lintas budaya. *Cross-cultural competence* yakni kemampuan memahami, menghargai, dan menyesuaikan diri dengan nilai-nilai budaya lain, harus menjadi bagian dari etos kerja global. Perusahaan dan organisasi internasional perlu mengembangkan kebijakan etika yang inklusif dan kontekstual, yang mampu menjembatani perbedaan tanpa mengabaikan prinsip-prinsip universal seperti kejujuran, integritas, saling menghormati, dan tanggung jawab sosial.

Etika lintas budaya tidak berarti relativisme moral yang membenarkan semua praktik atas nama budaya, tetapi mencari titik temu nilai yang memuliakan martabat manusia dan menciptakan keadilan ekonomi global. Riset terkini menunjukkan bahwa perusahaan multinasional yang secara aktif menghargai pluralitas budaya dan mengintegrasikan nilai-nilai lokal ke dalam kebijakan perusahaannya cenderung memiliki reputasi yang lebih baik, loyalitas karyawan yang lebih tinggi, dan daya saing yang lebih kuat dalam pasar global yang semakin sadar akan isu etika dan keberlanjutan (Donaldson & Dunfee, 2022; Hofstede Insights, 2023; Schwartz, 2023).

Dengan demikian, integrasi antara kepekaan budaya dan prinsip etika universal menjadi kebutuhan strategis dalam membentuk tata kelola bisnis yang tidak hanya kompetitif, tetapi juga berkeadaban dan berkelanjutan. Hal ini menjadi landasan penting dalam membangun arsitektur ekonomi global yang lebih manusiawi dan bertanggung jawab.

“Islamic economics is not about maximizing profit, but about maximizing justice and human dignity.” - Umer Chapra

BAB 4

PRINSIP EKONOMI ISLAM SEBAGAI SUMBER NILAI

Ekonomi Islam bukan sekadar sistem teknis dalam mengelola sumber daya, tetapi merupakan sistem nilai yang menyatu dengan ajaran agama dan etika moral yang komprehensif. Dalam paradigma ini, kegiatan ekonomi tidak dipandang sebagai aktivitas yang terlepas dari dimensi spiritual, melainkan sebagai bagian integral dari pengabdian kepada Allah (ibadah), yang memiliki implikasi sosial dan moral. Manusia dalam ekonomi Islam tidak hanya diposisikan sebagai *homo economicus* yang mengejar keuntungan semata, tetapi lebih dari itu, sebagai *khalifah fi al-ardh* (wakil Allah di bumi) yang memikul amanah untuk menjaga keberlanjutan lingkungan, menegakkan keadilan sosial, dan membangun kesejahteraan kolektif.

Prinsip-prinsip utama seperti keadilan (*al-'adl*), kejujuran (*shidq*), tanggung jawab (*amanah*), dan solidaritas (*ta'awun*) menjadi landasan etis dalam setiap transaksi dan aktivitas ekonomi. Keadilan tidak hanya berarti memberi sesuai hak, tetapi juga menghapuskan segala bentuk ketimpangan struktural yang menindas pihak lemah. Kejujuran menciptakan kepercayaan dalam relasi ekonomi, sementara tanggung jawab menuntut integritas dalam pengelolaan aset dan sumber daya. Prinsip *ta'awun* mendorong kolaborasi sosial dan kepedulian terhadap sesama, yang tercermin dalam praktik seperti zakat, infaq, dan wakaf.

Ekonomi Islam juga menolak akumulasi kekayaan yang tidak produktif dan bersifat eksploitatif. Alih-alih mendorong akumulasi tanpa batas, sistem ini mengedepankan distribusi kekayaan yang merata melalui mekanisme sosial yang terstruktur, dengan tujuan memberdayakan kelompok marginal dan memastikan terciptanya keseimbangan sosial. Oleh karena itu, dalam konteks ekonomi Islam, kekayaan bukanlah tujuan akhir, melainkan alat untuk mewujudkan maslahat umat, membangun keadilan distributif, serta memenuhi maqasid al-shariah (tujuan-tujuan syariah) seperti perlindungan terhadap agama, jiwa, akal,

keturunan, dan harta. Dengan demikian, ekonomi Islam tidak hanya rasional dan fungsional, tetapi juga berorientasi spiritual dan berlandaskan nilai-nilai luhur.

A. Maqasid al-Shariah dalam Praktik Ekonomi

Maqasid al-Shariah, atau tujuan-tujuan utama dari syariah Islam, merupakan fondasi etis dan normatif yang menjadi pedoman dalam setiap aspek kehidupan umat Muslim, termasuk dalam aktivitas ekonomi. Maqasid mencakup lima tujuan pokok: menjaga agama (*hifz al-din*), jiwa (*hifz al-nafs*), akal (*hifz al-'aql*), keturunan (*hifz al-nasl*), dan harta (*hifz al-mal*). Dalam praktik ekonomi, kerangka ini mengarah pada terciptanya sistem yang bukan hanya efisien secara teknis, tetapi juga adil secara sosial dan etis, dengan menekankan pemenuhan kebutuhan dasar, perlindungan hak milik, dan pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan.

Misalnya, larangan terhadap *riba* bukan hanya ditujukan untuk menghindari keuntungan yang tidak adil, tetapi juga sebagai bentuk perlindungan terhadap harta masyarakat agar tidak terjadi eksploitasi yang merusak keseimbangan sosial. Demikian pula, sistem *zakat*, *infaq*, dan *wakaf* mencerminkan orientasi syariah dalam menciptakan distribusi kekayaan yang merata, mengurangi kemiskinan, serta membangun solidaritas sosial yang kuat. Implementasi maqasid juga tercermin dalam penyediaan layanan keuangan mikro syariah yang inklusif, yang memungkinkan masyarakat kecil dan marginal untuk mengakses pembiayaan dengan prinsip keadilan dan tanggung jawab sosial.

Lebih lanjut, maqasid al-Shariah juga mencakup kepedulian terhadap kelestarian lingkungan dan keseimbangan ekosistem, yang merupakan bagian dari menjaga kehidupan (*hifz al-nafs*) dan keberlanjutan sumber daya (*hifz al-mal*). Oleh karena itu, sistem ekonomi Islam tidak hanya menolak aktivitas ekonomi yang merusak seperti eksploitasi sumber daya secara berlebihan, tetapi juga mendorong konsep bisnis yang ramah lingkungan dan berorientasi pada maslahat publik. Dalam hal ini, maqasid bertindak sebagai panduan praktis untuk

menyelaraskan antara pertumbuhan ekonomi, keadilan sosial, dan keberlanjutan lingkungan.

Sebagai konsekuensinya, maqasid al-Shariah menempatkan aktivitas ekonomi sebagai bagian dari ibadah dan tanggung jawab sosial. Ekonomi tidak dilihat sebagai ruang bebas nilai, tetapi sebagai sarana untuk merealisasikan kemaslahatan (*maslahah*) umat secara menyeluruh. Dengan panduan maqasid, ekonomi Islam berupaya membentuk tatanan ekonomi yang tidak hanya unggul dalam aspek produktivitas, tetapi juga menyejahterakan manusia secara holistik—lahir dan batin, dunia dan akhirat (Chapra, 2008; Dusuki & Bouheraoua, 2011; Kamali, 2020).

B. Konsep Keadilan dan Larangan Riba

Keadilan (*al-'adl*) merupakan prinsip utama dan landasan etis dalam sistem ekonomi Islam. Keadilan dalam Islam bukan hanya dipahami sebagai kesetaraan dalam hak dan kewajiban, tetapi juga mencakup keadilan distributif, keadilan dalam proses (prosedural), dan keadilan korektif. Dalam kerangka ekonomi, konsep ini menuntut bahwa setiap individu diperlakukan dengan setara dalam mengakses sumber daya, memperoleh peluang ekonomi, serta terlibat dalam transaksi yang transparan dan tidak merugikan salah satu pihak. Keadilan bukanlah sekadar ideal normatif, tetapi menjadi tujuan nyata dari seluruh kebijakan ekonomi Islam.

Islam menolak bentuk-bentuk ketimpangan sosial yang muncul akibat praktik ekonomi eksploitatif, seperti monopoli (*ihtikar*), manipulasi harga, penimbunan barang, dan terutama riba. Ketimpangan yang muncul dari sistem kapitalistik yang mementingkan akumulasi kekayaan oleh segelintir elite dianggap bertentangan dengan prinsip keseimbangan dan kesetaraan yang diajarkan dalam Al-Qur'an dan Sunnah. Oleh karena itu, pelarangan riba tidak bisa hanya dimaknai sebagai larangan ritual-formal, tetapi sebagai langkah konkret untuk

menghapus praktik ekonomi yang menindas dan menciptakan jurang antara si kaya dan si miskin.

Riba, yang dalam istilah kontemporer sering dikaitkan dengan bunga pinjaman yang tetap dan eksploitatif, menciptakan sistem yang menguntungkan satu pihak (kreditur) tanpa mempertimbangkan risiko yang ditanggung pihak lain (debitur). Dalam sistem riba, keuntungan menjadi hak mutlak pemberi pinjaman, sementara kerugian sepenuhnya dibebankan kepada peminjam. Ini sangat bertentangan dengan prinsip syariah yang menekankan pada keadilan risiko dan keuntungan.

Sebagai alternatif, sistem ekonomi Islam memperkenalkan prinsip *profit and loss sharing* melalui akad-akad seperti *mudharabah* dan *musyarakah*, di mana kedua belah pihak berbagi risiko dan keuntungan berdasarkan kesepakatan dan kepercayaan. Pendekatan ini menciptakan hubungan ekonomi yang lebih etis dan berorientasi pada kemitraan, bukan dominasi.

Larangan riba juga mendorong terbentuknya institusi keuangan syariah yang berbasis nilai dan partisipatif. Lembaga-lembaga ini tidak hanya menyediakan pembiayaan tanpa bunga, tetapi juga terlibat dalam pembangunan ekonomi masyarakat, khususnya bagi kalangan yang selama ini terpinggirkan oleh sistem keuangan konvensional. Keuangan Islam menjadi instrumen penting dalam mewujudkan keadilan sosial dan inklusi keuangan (Mirakhor & Askari, 2010).

Dengan demikian, larangan riba bukan hanya merupakan penegakan terhadap ketentuan syariat, tetapi juga sebuah usaha sistemik untuk membentuk struktur ekonomi yang lebih adil, manusiawi, dan berkelanjutan.

C. Wakaf, Zakat, dan Model Bisnis Sosial dalam Ekonomi Islam

Instrumen sosial dalam Islam seperti zakat dan wakaf bukan sekadar mekanisme filantropi, melainkan instrumen ekonomi strategis yang mencerminkan prinsip solidaritas (ta'awun), keadilan sosial (al-'adl al-ijtima'i), dan tanggung jawab kolektif (mas'uliyah ijtima'iyah). Dalam kerangka maqasid al-shariah, zakat dan wakaf berperan penting dalam menjamin pemenuhan hak-hak dasar

masyarakat, mengentaskan kemiskinan, serta menciptakan redistribusi kekayaan yang adil dan merata.

Zakat, sebagai kewajiban individu terhadap sebagian harta yang dimiliki, memiliki peran ganda: spiritual dan sosial-ekonomi. Dari sisi spiritual, zakat menyucikan jiwa dan harta; dari sisi sosial, zakat adalah alat redistribusi kekayaan secara langsung kepada mustahiq—mereka yang membutuhkan. Zakat mampu menstimulasi permintaan agregat melalui peningkatan daya beli kelompok rentan, serta memperkuat stabilitas sosial dengan mengurangi kesenjangan ekonomi (Sadeq, 2002). Dalam tataran praktis, institusi zakat saat ini telah berkembang dengan pendekatan produktif—seperti zakat untuk modal usaha mikro dan pelatihan keterampilan—yang mendorong kemandirian ekonomi dan keberlanjutan.

Sementara itu, wakaf memiliki fungsi jangka panjang dalam pembangunan ekonomi umat. Wakaf bukan hanya terbatas pada tanah kuburan atau masjid, melainkan dapat berkembang menjadi wakaf tunai (cash waqf), wakaf produktif, dan wakaf aset yang dikelola secara profesional untuk pembiayaan sektor-sektor publik seperti pendidikan, layanan kesehatan, riset ilmiah, hingga pemberdayaan ekonomi. Institusi wakaf modern telah menjadi bagian dari strategi pembangunan nasional di berbagai negara Muslim, karena sifatnya yang tidak habis pakai (perpetual), sehingga menciptakan kesinambungan manfaat (al-intifa' al-mustamir) bagi masyarakat luas (Cizakca, 2011).

Lebih dari itu, konsep-konsep ini menjadi fondasi bagi berkembangnya model bisnis sosial dalam konteks ekonomi Islam. Model bisnis sosial—baik dalam bentuk koperasi syariah, baitul maal wat tamwil (BMT), maupun fintech syariah—beroperasi dengan prinsip “profit with purpose”, yaitu menggabungkan tujuan keuntungan ekonomi dengan misi sosial dan keberkahan. Mereka tidak semata mencari laba maksimal, tetapi juga memprioritaskan pemberdayaan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan perlindungan terhadap kelompok lemah. Contohnya adalah platform fintech wakaf atau zakat digital yang

menghubungkan donatur dengan penerima manfaat secara efisien dan transparan melalui teknologi.

Dengan mengintegrasikan wakaf, zakat, dan model bisnis sosial ke dalam sistem ekonomi, Islam membangun pilar-pilar ekonomi yang tidak hanya stabil dan efisien, tetapi juga inklusif, berkeadilan, dan berorientasi pada maqasid al-shariah. Oleh karena itu, transformasi sosial-ekonomi umat Islam tidak cukup hanya mengandalkan sektor komersial, tetapi harus diiringi dengan penguatan sektor sosial yang berakar dari nilai-nilai keadilan, kepedulian, dan keberlanjutan (Antonio, 2022; Obaidullah, 2015; Mohd Noor et al., 2023).

“The objective of Islamic economics is to realize the maqasid al-shariah in economic life: justice, equity, and well-being for all.”
- Monzer Kahf

BAB 5

MODEL BISNIS BERBASIS NILAI

Dalam lanskap ekonomi kontemporer, semakin banyak pelaku usaha yang menyadari pentingnya mengintegrasikan nilai-nilai sosial, etika, dan keberlanjutan dalam model bisnis mereka. Model bisnis berbasis nilai menekankan penciptaan nilai tidak hanya bagi pemilik modal, tetapi juga untuk masyarakat dan lingkungan. Model ini muncul sebagai respons terhadap krisis kapitalisme konvensional yang kerap menempatkan keuntungan di atas segala-galanya, sehingga mengabaikan dimensi sosial dan ekologis.

Dalam konteks ekonomi Islam, pendekatan ini sangat sejalan dengan maqasid al-shariah yang menekankan perlindungan lima aspek utama: agama (din), jiwa (nafs), akal ('aql), keturunan (nasl), dan harta (mal). Model bisnis berbasis nilai tidak hanya mengejar profitabilitas, tetapi juga menjamin bahwa aktivitas ekonomi tidak bertentangan dengan prinsip moral dan kemaslahatan publik. Dengan demikian, bisnis menjadi sarana ibadah dan kontribusi nyata terhadap kesejahteraan umat.

Contoh konkret dari model bisnis berbasis nilai antara lain adalah social enterprise, yang berfokus pada penyelesaian masalah sosial dengan pendekatan kewirausahaan. Dalam Islam, konsep ini paralel dengan bisnis berbasis *masalahah* dan semangat *ta'awun* (kerjasama). Sementara itu, bisnis berbasis komunitas menumbuhkan kemandirian ekonomi lokal melalui partisipasi kolektif dan distribusi manfaat yang merata. Bentuk ini menghidupkan kembali semangat *ukhuwah* dan *keadilan distributif*.

Lebih lanjut, strategi berkelanjutan dalam bisnis tidak hanya memprioritaskan kelangsungan usaha, tetapi juga menjaga keberlanjutan lingkungan dan keseimbangan sosial. Pendekatan ini konsisten dengan prinsip *amanah* dan *khalifah* dalam Islam, yang menekankan tanggung jawab manusia terhadap bumi sebagai titipan Tuhan.

Dengan demikian, model bisnis berbasis nilai menawarkan jalan tengah antara idealisme moral dan realitas ekonomi. Ia menghadirkan peluang untuk membangun sistem ekonomi yang inklusif, adil, dan berorientasi jangka panjang selaras dengan nilai-nilai luhur Islam dan kebutuhan zaman.

A. Social Enterprise

Social enterprise atau usaha sosial merupakan entitas bisnis yang menggabungkan orientasi keuntungan (profit-oriented) dengan misi sosial yang kuat. Tidak seperti bisnis konvensional yang berfokus pada akumulasi laba bagi pemegang saham, tujuan utama dari *social enterprise* adalah menyelesaikan permasalahan sosial dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

Dalam konteks ekonomi Islam, *social enterprise* memiliki akar yang dalam pada tradisi filantropi Islam seperti wakaf, zakat, dan sedekah. Ketiga instrumen ini tidak hanya berfungsi sebagai redistribusi kekayaan, tetapi juga sebagai landasan pembangunan sosial berbasis nilai. Dengan semangat tersebut, *social enterprise* dalam Islam mengambil bentuk modern dari amal yang produktif dan berdampak jangka panjang.

Misalnya, sebuah lembaga pendidikan berbasis wakaf produktif yang membiayai operasional sekolah dari hasil usaha retail atau properti. Contoh lain adalah klinik kesehatan berbasis wakaf tunai yang memberikan layanan kepada masyarakat kurang mampu, atau startup teknologi syariah yang menyediakan akses pembiayaan mikro bagi pelaku usaha kecil di daerah terpencil. Di Indonesia, beberapa lembaga seperti Dompot Dhuafa dan Rumah Zakat telah merintis berbagai model *social enterprise* berbasis wakaf dan zakat yang berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi umat¹.

Model bisnis ini selaras dengan maqasid al-shariah, yakni prinsip-prinsip dasar hukum Islam yang bertujuan menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. *Social enterprise* dalam kerangka Islam tidak hanya berorientasi pada efisiensi dan profitabilitas, melainkan juga menjunjung tinggi tanggung jawab sosial

(*mas'uliyah ijtimaiyyah*), keadilan (*al-'adl*), dan keberlanjutan (*istidamah*). Dengan demikian, konsep *maslahah* atau kemanfaatan umum menjadi poros utama yang mendorong terciptanya struktur ekonomi yang inklusif dan berbasis nilai spiritual.

Model ini juga menjawab kebutuhan dunia modern akan pendekatan bisnis yang lebih manusiawi, beretika, dan tanggap terhadap persoalan ketimpangan. Sebuah studi oleh Iqbal dan Mirakhor (2022) menekankan bahwa transformasi ekonomi berbasis nilai Islam melalui *social enterprise* dapat menjadi solusi jangka panjang dalam membangun keadilan sosial dan kesejahteraan yang merata

B. Bisnis Berbasis Komunitas

Bisnis berbasis komunitas merupakan pendekatan ekonomi yang mengedepankan keterlibatan masyarakat lokal secara aktif dalam merancang, mengelola, dan menikmati hasil dari kegiatan ekonomi yang mereka bangun sendiri. Tujuan utama dari model ini adalah untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui kepemilikan bersama atas sumber daya dan hasil ekonomi, bukan sekadar mengejar keuntungan pribadi atau korporatif. Model ini juga mendorong peningkatan kapasitas masyarakat agar mampu mandiri secara ekonomi.

Dalam perspektif Islam, prinsip bisnis berbasis komunitas sejalan dengan nilai-nilai seperti *ukhuwah ijtimaiyyah* (solidaritas sosial), *ta'awun* (tolong-menolong), dan *maslahah* (kemanfaatan umum). Islam mendorong umatnya untuk tidak hanya berorientasi pada diri sendiri, tetapi juga berkontribusi aktif dalam menciptakan tatanan masyarakat yang adil dan sejahtera. Al-Qur'an menekankan pentingnya prinsip keadilan distribusi dan pelarangan penimbunan kekayaan pada segelintir orang (QS. Al-Hasyr: 7), yang menjadi dasar etika untuk penguatan ekonomi berbasis komunitas

Contoh konkret dari bisnis berbasis komunitas dalam praktik ekonomi Islam dapat ditemukan dalam berbagai inisiatif yang menekankan pada keadilan,

kebersamaan, dan keberlanjutan. Salah satunya adalah *koperasi syariah*, yang memberikan kesempatan kepada para anggotanya untuk memperoleh pembiayaan dan keuntungan secara adil melalui prinsip bagi hasil, seperti *mudharabah* dan *musyarakah*. Selain itu, usaha mikro berbasis masjid menjadi inovasi penting dalam menjadikan masjid tidak hanya sebagai pusat ibadah, tetapi juga sebagai pusat pemberdayaan ekonomi lokal, tempat pelatihan usaha, dan penyedia akses modal syariah. Bentuk lain yang menonjol adalah pertanian kolektif berbasis wakaf tanah, di mana tanah-tanah produktif yang diwakafkan diolah secara bersama-sama untuk kesejahteraan umat, menciptakan manfaat sosial yang berkelanjutan. Tak kalah penting, *UMKM* yang memperoleh pembiayaan melalui skema syariah, seperti *qardhul hasan* atau *wakalah bil ujarah*, memberikan akses keuangan yang inklusif dan bebas riba kepada pelaku usaha kecil, sehingga memungkinkan mereka untuk tumbuh tanpa terbebani sistem bunga yang eksploitatif. Keempat contoh ini menggambarkan bagaimana prinsip-prinsip Islam dapat diimplementasikan secara nyata dalam memperkuat ekonomi berbasis komunitas.

Model ini menjadi alternatif yang kuat terhadap sistem kapitalisme yang seringkali eksklusif dan sosialisme yang terlalu sentralistik. Pendekatan *bottom-up* yang digunakan mendorong inklusi ekonomi dan memperkuat daya tahan komunitas terhadap krisis global, sebagaimana terlihat dalam beberapa studi tentang ketahanan ekonomi berbasis lokal selama pandemi COVID-19 (Azzam & Kurniawati, 2023).

Dengan menggabungkan prinsip ekonomi Islam dan pendekatan pemberdayaan, bisnis berbasis komunitas menciptakan ruang ekonomi yang tidak hanya produktif tetapi juga penuh makna sosial dan spiritual.

C. Strategi Berkelanjutan

Strategi berkelanjutan dalam konteks bisnis masa kini tidak hanya terbatas pada efisiensi energi atau praktik ramah lingkungan semata, tetapi mencakup dimensi yang lebih komprehensif, yakni keberlanjutan sosial, ekonomi, dan spiritual. Dalam perspektif Islam, keberlanjutan merupakan perwujudan dari tanggung jawab manusia sebagai *khalifatullah fi al-ard* (wakil Allah di bumi), yang mengemban amanah untuk menjaga keseimbangan (*mizan*), mencegah kerusakan (*fasad*), dan memelihara kelestarian kehidupan secara menyeluruh (QS. Al-Baqarah [2]: 30; QS. Ar-Rahman [55]: 7–9). Prinsip ini mengarahkan pelaku usaha agar tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga berkontribusi positif terhadap lingkungan dan kesejahteraan sosial.

Bisnis yang berorientasi pada keberlanjutan umumnya menekankan investasi jangka panjang, pengelolaan risiko yang bijak, dan akuntabilitas kepada seluruh pemangku kepentingan (*stakeholders*), termasuk lingkungan dan komunitas sekitar. Dalam praktiknya, penerapan prinsip ESG (*Environmental, Social, and Governance*) menjadi kerangka strategis yang sangat relevan, dan dapat bersinergi secara harmonis dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Saat ini, banyak institusi keuangan syariah mulai mengadopsi pendekatan *sustainable Islamic finance*, yaitu pembiayaan berbasis syariah yang sekaligus mempertimbangkan aspek keberlanjutan sosial dan lingkungan, sebagaimana didorong oleh inisiatif global seperti *Islamic Finance and the UN Sustainable Development Goals (SDGs)* oleh UNDP dan IsDB (2022).

Dengan demikian, model bisnis berbasis nilai tidak hanya berfungsi sebagai strategi etis, tetapi juga sebagai perwujudan nyata dari paradigma ekonomi Islam yang menekankan keberkahan (*barakah*), keadilan distribusi, serta perlindungan terhadap semua aspek kehidupan. Ini menandai transformasi dari sekadar pencapaian ekonomi menuju tujuan spiritual dan sosial yang lebih holistik dan transformatif.

“Doing business with purpose is not just a trend—it’s a return to the Islamic roots of commerce: honesty, mutual benefit, and social responsibility.”

- Muhammad Taqi Usmani

BAB 6

CSR, ESG, DAN TRANSFORMASI STRATEGI BISNIS

Dalam era bisnis yang semakin kompleks dan terdampak oleh berbagai krisis global mulai dari krisis iklim, ketimpangan sosial, hingga disrupsi teknologi perusahaan dituntut untuk tidak hanya mengejar keuntungan ekonomi, tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap keberlanjutan sosial dan lingkungan. Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang sebelumnya dianggap sebagai bentuk tanggung jawab moral, kini berkembang menjadi pendekatan strategis yang berpengaruh langsung terhadap reputasi, keberlanjutan operasional, dan kepercayaan publik.

Lebih jauh lagi, konsep Environmental, Social, and Governance (ESG) hadir sebagai kerangka yang lebih terstruktur untuk mengukur kinerja keberlanjutan perusahaan secara menyeluruh. ESG telah menjadi salah satu indikator utama bagi investor dalam mengevaluasi risiko dan potensi jangka panjang suatu perusahaan. Perusahaan yang mampu mengintegrasikan CSR dan ESG secara efektif menunjukkan ketahanan yang lebih baik terhadap krisis, serta memperoleh keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Bab ini akan membahas bagaimana perusahaan modern mengelola dampak sosial dan lingkungan, menjadikan ESG sebagai ukuran kinerja masa depan, serta menyajikan studi kasus dari perusahaan nasional dan global yang telah berhasil mentransformasikan strategi bisnis mereka secara berkelanjutan.

A. Mengelola Dampak Sosial dan Lingkungan

Dalam konteks bisnis modern yang semakin terdorong oleh tuntutan keberlanjutan, tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility/CSR*) telah berevolusi dari sekadar kegiatan filantropi menjadi bagian integral dari strategi inti perusahaan. CSR tidak lagi hanya tentang memberi donasi atau menyelenggarakan program sosial sesekali, tetapi

mencerminkan komitmen jangka panjang untuk mengelola dampak sosial dan lingkungan secara sistematis dan terukur (Carroll & Shabana, 2010).

Paradigma bisnis kini bergeser dari *profit-oriented* menjadi *people-planet-profit*, yang juga dikenal sebagai prinsip *triple bottom line* (Elkington, 1998). Perusahaan semakin dituntut untuk menilai tidak hanya keberhasilan finansial mereka, tetapi juga kontribusi terhadap masyarakat dan keberlanjutan lingkungan.

Mengelola dampak sosial berarti memastikan bahwa aktivitas bisnis memberikan nilai positif kepada komunitas tempat perusahaan beroperasi. Hal ini mencakup perlakuan adil terhadap karyawan, pemberdayaan ekonomi lokal, dukungan terhadap pendidikan dan kesehatan masyarakat, serta perlindungan terhadap kelompok rentan. Ketika perusahaan abai terhadap aspek sosial, risiko seperti konflik dengan masyarakat, kerusakan reputasi, hingga gangguan operasional bisa saja terjadi (Porter & Kramer, 2011).

Dampak lingkungan, di sisi lain, berhubungan dengan bagaimana operasional perusahaan mempengaruhi ekosistem, kualitas udara, air, dan tanah, serta ketersediaan sumber daya alam. Mengelola dampak ini berarti mengadopsi teknologi bersih, efisiensi energi, daur ulang limbah, serta strategi mitigasi dan adaptasi terhadap perubahan iklim (GRI, 2021). Banyak perusahaan global kini telah mengadopsi *science-based targets* untuk mengurangi emisi karbon mereka secara signifikan, sebagai bentuk komitmen terhadap Perjanjian Paris.

Praktik terbaik dalam pengelolaan dampak sosial dan lingkungan mencakup penerapan prinsip kehati-hatian (*precautionary principle*), transparansi melalui laporan keberlanjutan, pelibatan aktif pemangku kepentingan, serta integrasi nilai-nilai keberlanjutan ke dalam seluruh rantai pasok (*supply chain sustainability*). Hal ini tidak hanya meningkatkan ketahanan perusahaan dalam jangka panjang, tetapi juga memperkuat kepercayaan investor, pelanggan, dan masyarakat (Eccles, Ioannou, & Serafeim, 2014).

Sebagai contoh, perusahaan seperti Unilever dan Danone mengembangkan strategi bisnis mereka dengan landasan keberlanjutan, di mana dampak terhadap manusia dan planet menjadi pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan bisnis. Di Indonesia, PT Pertamina dan PT Bank Syariah Indonesia telah mulai mengintegrasikan prinsip keberlanjutan dalam pengelolaan program CSR dan pelaporan kinerja non-keuangan mereka

B. ESG sebagai Ukuran Kinerja Masa Depan

Dalam beberapa dekade terakhir, paradigma penilaian kinerja perusahaan telah mengalami pergeseran signifikan. Jika sebelumnya indikator utama adalah pertumbuhan laba dan nilai saham, kini semakin banyak pemangku kepentingan terutama investor, regulator, dan konsumen—yang menjadikan *Environmental, Social, and Governance* (ESG) sebagai parameter utama dalam mengukur keberlanjutan dan nilai jangka panjang suatu perusahaan (Friede, Busch, & Bassen, 2015).

ESG menawarkan kerangka kerja yang komprehensif untuk mengevaluasi sejauh mana perusahaan bertanggung jawab terhadap lingkungan, sosial, dan tata kelola korporat. Ketiganya saling terkait dan mempengaruhi daya tahan serta keunggulan kompetitif perusahaan di masa depan:

- **Environmental (E):** mencakup segala aspek terkait pengaruh operasional bisnis terhadap lingkungan alam. Hal ini meliputi efisiensi energi, pengurangan emisi gas rumah kaca, konservasi sumber daya alam, pengelolaan limbah, dan adaptasi terhadap perubahan iklim. Perusahaan yang memiliki strategi lingkungan yang baik dianggap lebih siap menghadapi kebijakan dekarbonisasi dan regulasi hijau di masa depan (Task Force on Climate-related Financial Disclosures [TCFD], 2017).
- **Social (S):** berhubungan dengan relasi perusahaan dengan pekerja, komunitas, dan masyarakat luas. Ini termasuk kebijakan keberagaman dan inklusi, perlindungan hak asasi manusia, jaminan keselamatan dan

kesehatan kerja, serta keterlibatan komunitas secara bermakna. Perusahaan yang unggul dalam aspek sosial cenderung memiliki loyalitas pelanggan yang tinggi dan risiko reputasi yang rendah (OECD, 2020).

- **Governance (G):** berfokus pada praktik tata kelola perusahaan yang baik, seperti independensi dewan, transparansi pelaporan, mekanisme pengawasan internal, dan perlindungan terhadap hak pemegang saham. Aspek ini penting untuk menjaga integritas perusahaan serta mencegah terjadinya skandal dan penyalahgunaan kekuasaan manajerial (Gompers, Ishii, & Metrick, 2003).

Tren global menunjukkan bahwa investor institusional kini semakin menekankan kriteria ESG dalam strategi alokasi portofolio mereka. Laporan *Global Sustainable Investment Review* (GSIR, 2021) menunjukkan bahwa aset global yang dikelola berdasarkan prinsip keberlanjutan mencapai lebih dari USD 35 triliun, mencerminkan peningkatan permintaan terhadap perusahaan yang memiliki kinerja ESG tinggi.

Lebih dari sekadar alat ukur, ESG telah menjadi bagian dari transformasi strategis perusahaan. Perusahaan tidak hanya dituntut untuk *melaporkan* (reporting), tetapi juga untuk *bertindak* (acting) dan *berinovasi* berdasarkan prinsip ESG. Hal ini meliputi pengembangan produk ramah lingkungan, penerapan rantai pasok berkelanjutan, investasi dalam energi terbarukan, serta pembentukan budaya organisasi yang etis dan inklusif (KPMG, 2022).

Implementasi ESG yang kuat dapat menghasilkan keunggulan reputasi, daya saing yang lebih tinggi, dan akses yang lebih mudah terhadap pembiayaan hijau. Selain itu, perusahaan yang mengadopsi ESG dengan serius juga cenderung memiliki risiko operasional dan hukum yang lebih rendah, serta nilai perusahaan yang lebih stabil dalam jangka panjang (Eccles & Klimenko, 2019).

C. Studi Perusahaan Nasional dan Global

Untuk memahami bagaimana konsep CSR dan ESG diterapkan secara nyata, penting untuk mengkaji praktik dan strategi yang telah diterapkan oleh perusahaan-perusahaan yang berhasil mentransformasikan arah bisnis mereka secara berkelanjutan. Studi kasus berikut menunjukkan bagaimana perusahaan nasional maupun global telah menjadikan keberlanjutan sebagai inti dari strategi bisnis mereka, sekaligus memberikan contoh konkret bagi sektor lain.

1. PT Bank Syariah Indonesia (BSI) – Indonesia

BSI merupakan contoh institusi keuangan syariah yang mengadopsi pendekatan CSR berbasis maqashid syariah, yakni prinsip-prinsip syariah yang menekankan pada perlindungan agama (hifz al-din), jiwa (hifz al-nafs), akal (hifz al-'aql), harta (hifz al-mal), dan keturunan (hifz al-nasl). Dalam laporan keberlanjutan terbarunya, BSI secara eksplisit menyatakan integrasi nilai-nilai ini dalam program-program CSR dan ESG mereka, seperti penguatan literasi keuangan syariah, pendampingan UMKM, program Ziswaf (zakat, infak, sedekah, dan wakaf), dan pembiayaan ramah lingkungan (green financing) (BSI, 2023).

Program BSI Maslahat menjadi wajah utama dari tanggung jawab sosial bank ini, dengan fokus pada pengembangan ekosistem ekonomi umat berbasis masjid, pemberdayaan petani dan nelayan, serta pendampingan pendidikan keuangan untuk masyarakat rentan. Di bidang lingkungan, BSI menerapkan efisiensi energi dan digitalisasi layanan sebagai bagian dari upaya mengurangi dampak operasionalnya terhadap lingkungan.

2. Unilever – Global

Unilever adalah pelopor dalam integrasi ESG melalui Unilever Sustainable Living Plan (USLP) yang diluncurkan sejak 2010. Perusahaan ini telah menetapkan target ambisius untuk mengurangi separuh dampak lingkungan dari produk-produknya, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta

mendorong praktik tata kelola yang etis di seluruh rantai pasok globalnya. Beberapa program ESG Unilever yang menonjol termasuk:

- Pengurangan emisi karbon dan penggunaan energi terbarukan di seluruh fasilitas produksinya.
- Kemitraan dengan petani kecil untuk menciptakan rantai pasok yang inklusif dan berkelanjutan.
- Kampanye kesetaraan gender dan inklusi sosial yang dilaksanakan secara global.
- Transparansi pelaporan melalui standar GRI dan integrasi ESG dalam penilaian risiko korporat (Unilever, 2022).

Komitmen Unilever menjadikannya salah satu perusahaan global yang paling dihargai dalam indeks keberlanjutan, termasuk MSCI ESG Ratings dan Dow Jones Sustainability Index (DJSI).

3. **Pertamina – Indonesia**

Sebagai perusahaan energi milik negara, Pertamina menghadapi tantangan besar dalam transisi menuju energi bersih. Melalui berbagai inisiatif keberlanjutan, Pertamina telah mengintegrasikan prinsip CSR dan ESG ke dalam operasi bisnis dan strateginya. Pertamina menjalankan sejumlah proyek energi baru dan terbarukan, termasuk pengembangan bioenergi, panas bumi (geothermal), hidrogen hijau, serta SPBU berbasis energi bersih. Dalam aspek sosial, Pertamina mengembangkan program Pertamina Sobat Bumi yang mencakup pemberdayaan masyarakat melalui wirausaha sosial, konservasi lingkungan, dan edukasi energi (Pertamina, 2023).

Program CSR juga diarahkan untuk menciptakan nilai bersama (shared value) bagi masyarakat sekitar wilayah operasi, termasuk pelatihan vokasional, bantuan pendidikan, dan penguatan ekonomi desa. Pertamina juga melaporkan kinerja ESG-nya melalui laporan keberlanjutan yang mengacu pada standar GRI dan SDGs.

4. Tesla – Global

Tesla Inc. menjadi simbol perusahaan yang dibangun dengan DNA keberlanjutan. Misi Tesla sejak awal adalah "mempercepat transisi dunia menuju energi berkelanjutan". Hal ini tercermin dalam produk-produk seperti kendaraan listrik (EV), solar roof, dan sistem penyimpanan energi (Powerwall), yang tidak hanya mengurangi emisi karbon tetapi juga mendesain ulang industri otomotif dan energi global.

Di aspek lingkungan, Tesla menyatakan bahwa mobilnya telah mencegah lebih dari 20 juta metrik ton CO₂ pada tahun 2023 saja. Perusahaan ini juga meningkatkan penggunaan material daur ulang dan mengurangi konsumsi air dalam produksi baterai (Tesla, 2023). Namun demikian, Tesla juga menghadapi tantangan serius dalam aspek sosial dan tata kelola, seperti kritik terhadap kondisi kerja di pabrik dan keterbukaan dalam manajemen. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun aspek E (environmental) sangat kuat, S dan G masih memerlukan penguatan. Kendati demikian, Tesla tetap menjadi contoh nyata bagaimana ESG dapat menjadi strategi inti dalam membentuk model bisnis masa depan.

Transformasi strategi bisnis pada era modern tidak lagi dapat dilepaskan dari peran penting CSR (Corporate Social Responsibility) dan ESG (Environmental, Social, and Governance) sebagai landasan keberlanjutan jangka panjang. Perusahaan tidak hanya dituntut untuk menciptakan nilai ekonomi, tetapi juga untuk secara aktif mengelola dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh aktivitas bisnisnya.

Mengelola dampak sosial dan lingkungan kini menjadi komponen utama dalam membangun reputasi yang kredibel, memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan, dan mengurangi risiko operasional serta hukum. Hal ini dilakukan melalui integrasi prinsip kehati-hatian, pelibatan komunitas, transparansi, dan penguatan nilai-nilai keberlanjutan dalam seluruh rantai nilai perusahaan.

Di sisi lain, ESG telah berkembang sebagai indikator kunci kinerja masa depan, di mana keberhasilan perusahaan tidak lagi diukur semata-mata dari sisi finansial, tetapi juga dari bagaimana perusahaan bertanggung jawab terhadap lingkungan, memperhatikan hak dan kesejahteraan sosial, serta menerapkan tata kelola yang baik. ESG memungkinkan investor dan publik menilai ketahanan serta integritas strategis sebuah perusahaan dalam menghadapi dinamika global seperti krisis iklim, pandemi, atau ketidakpastian geopolitik.

Melalui studi kasus nasional dan global, terlihat bahwa perusahaan-perusahaan seperti PT Bank Syariah Indonesia, Pertamina, Unilever, dan Tesla telah membuktikan bahwa keberhasilan implementasi CSR dan ESG dapat mendorong inovasi, efisiensi, loyalitas pelanggan, serta daya saing jangka panjang. Meskipun tantangan tetap ada, integrasi CSR dan ESG ke dalam inti strategi bisnis adalah kunci untuk membangun perusahaan yang relevan, resilien, dan bertanggung jawab di masa depan.

Dengan demikian, CSR dan ESG bukan lagi pilihan, melainkan kebutuhan strategis dalam era bisnis yang makin mengedepankan nilai bersama (shared value), keberlanjutan (sustainability), dan akuntabilitas sosial (social accountability).

“Keberlanjutan bukan hanya tentang bertahan, tetapi tentang tumbuh dengan bertanggung jawab terhadap bumi dan sesama.”

- Binti Masruroh

BAB 7

EKONOMI DIGITAL DAN TANTANGAN NILAI

Perkembangan ekonomi digital telah melahirkan inovasi luar biasa dalam dunia bisnis, teknologi, dan interaksi sosial manusia. Teknologi digital, mulai dari platform e-commerce, media sosial, hingga kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI), telah mempercepat proses globalisasi dan menghadirkan efisiensi serta konektivitas yang belum pernah terjadi sebelumnya. Namun, kemajuan yang tampak begitu menjanjikan ini tidak datang tanpa risiko.

Di balik berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh platform digital, tersembunyi dinamika kekuasaan baru yang sering kali tidak terdeteksi oleh pengguna awam. Algoritma yang mengatur konten, preferensi, dan bahkan keputusan pembelian tidak hanya menjadi alat bantu, tetapi juga instrumen kontrol sosial dan ekonomi. Bisnis berbasis platform seperti Gojek, Tokopedia, Shopee, maupun raksasa global seperti Amazon dan Google telah menggeser struktur bisnis konvensional, memunculkan bentuk kapitalisme baru yang sangat tergantung pada data dan atensi pengguna. Hal ini melahirkan tantangan etika yang signifikan, mulai dari monopoli digital, eksploitasi pekerja gig economy, hingga disinformasi massal.

Kecanggihan teknologi seperti AI juga membuka babak baru dalam tantangan nilai. Di satu sisi, AI mampu menyelesaikan permasalahan kompleks dalam hitungan detik. Di sisi lain, ia menimbulkan pertanyaan serius tentang tanggung jawab moral dan sosial: Siapa yang bertanggung jawab atas keputusan algoritma? Bagaimana memastikan bahwa AI tidak melanggar bias struktural atau diskriminasi digital? Apakah privasi individu masih mungkin dipertahankan dalam dunia yang serba terhubung dan terdigitalisasi?

Integrasi teknologi dalam kehidupan sehari-hari tidak hanya menantang nilai-nilai etika, tetapi juga memaksa kita untuk merefleksikan ulang makna keadilan, otonomi, dan kemanusiaan dalam lanskap digital. Dalam bab ini, kita akan mengeksplorasi bagaimana ekonomi digital tidak hanya membentuk ulang cara

bisnis dijalankan, tetapi juga menuntut lahirnya tanggung jawab sosial baru. Kita akan menelaah tiga isu utama: bisnis platform dan disrupsi etika, teknologi dan tanggung jawab sosial, serta AI, privasi, dan keadilan digital.

Dengan pendekatan interdisipliner dan reflektif, bab ini mengajak pembaca untuk tidak hanya menjadi konsumen teknologi, tetapi juga menjadi warga digital yang sadar nilai dan bertanggung jawab.

A. Bisnis Platform dan Disrupsi Etika

Bisnis platform seperti Gojek, Tokopedia, Grab, Shopee, hingga Amazon telah merevolusi model bisnis tradisional menjadi sistem yang lebih terbuka, adaptif, dan terhubung melalui teknologi digital. Model ini menawarkan efisiensi, skalabilitas, serta kemudahan akses bagi pengguna dan penyedia jasa. Namun di balik keberhasilannya, terdapat tantangan etika yang serius dan beragam implikasi nilai yang sering kali luput dari perhatian publik maupun regulator.

1. Masalah Ketimpangan dan Relasi Kuasa

Salah satu kritik paling mendasar terhadap ekonomi platform adalah relasi kerja yang timpang antara perusahaan dan para pekerja (mitra). Pekerja lepas, seperti pengemudi ojek daring atau kurir, berada dalam posisi yang rentan secara hukum dan ekonomi. Mereka tidak dikategorikan sebagai karyawan tetap, sehingga tidak memperoleh hak-hak dasar seperti jaminan sosial, asuransi kesehatan, cuti berbayar, atau perlindungan hukum saat mengalami kecelakaan kerja. Padahal, beban dan risiko pekerjaan yang mereka tanggung setara dengan atau bahkan melebihi pekerja formal. Menurut ILO (2021), model kerja gig economy telah memunculkan tantangan baru terhadap norma ketenagakerjaan global, khususnya dalam aspek keadilan upah, waktu kerja layak, dan perlindungan sosial.

2. Persoalan Monopoli dan Ketergantungan

Platform digital besar sering kali menjalankan strategi bisnis berbasis data dan dominasi pasar yang menciptakan efek *winner-takes-all*. Hal ini menyebabkan mereka sulit disaingi oleh pemain kecil, bahkan mampu

mengatur pasar secara sepihak melalui algoritma yang tertutup. Ketergantungan pelaku UMKM terhadap platform semacam ini menjadikan mereka rentan terhadap perubahan kebijakan sepihak, penurunan visibilitas dalam sistem pencarian, hingga tekanan biaya komisi yang tinggi. Fenomena monopoli digital dikritik oleh banyak pakar ekonomi karena mengancam keadilan pasar dan daya tawar pelaku usaha kecil. Salah satu contohnya adalah kasus investigasi antitrust terhadap Amazon dan Google di Amerika Serikat dan Uni Eropa.

3. Etika Data dan Eksploitasi Konsumen

Salah satu kekuatan utama bisnis platform adalah kemampuannya mengumpulkan, mengelola, dan memonetisasi data pengguna. Namun, praktik ini sering dilakukan tanpa transparansi yang memadai dan minim persetujuan sadar dari pengguna. Dalam beberapa kasus, algoritma yang digunakan memicu bias perilaku, seperti manipulasi preferensi belanja, pengiklanan yang hiper-personal, atau penargetan konsumen rentan. Ketika data digunakan untuk *micro-targeting*, muncul risiko diskriminasi tersembunyi dan pelanggaran privasi. Cambridge Analytica menjadi contoh nyata bagaimana data pengguna bisa dimanfaatkan untuk manipulasi politik. Hal ini menunjukkan bahwa data bukan hanya aset ekonomi, tapi juga instrumen kekuasaan yang harus diatur dengan ketat secara etis dan hukum.

B. Teknologi dan Tanggung Jawab Sosial

Kemajuan teknologi telah membuka jalan bagi transformasi sosial-ekonomi yang luar biasa. Inovasi seperti kecerdasan buatan (AI), blockchain, Internet of Things (IoT), dan big data menciptakan peluang besar dalam mempercepat pembangunan berkelanjutan, efisiensi operasional, serta perluasan akses layanan publik. Namun, di balik semua potensi tersebut, ada tanggung jawab sosial yang melekat dan tidak bisa diabaikan oleh pelaku industri digital.

1. Keadilan Akses dan Inklusi Digital

Salah satu tantangan utama dari ekonomi digital adalah kesenjangan akses teknologi, yang dikenal sebagai digital divide. Ketimpangan ini bukan hanya soal kepemilikan perangkat, tetapi juga tentang literasi digital, kualitas jaringan, dan kemampuan memanfaatkan teknologi secara produktif. Tanggung jawab sosial dalam konteks ini berarti menyusun strategi yang menjamin bahwa kelompok marginal—seperti masyarakat di wilayah terpencil, difabel, lansia, dan kelompok ekonomi rendah—tidak tertinggal dalam arus transformasi digital. Perusahaan, pemerintah, dan lembaga pendidikan harus berkolaborasi menyediakan infrastruktur, pelatihan, dan platform inklusif bagi semua kalangan (Word Bank, 2021).

2. Dampak Sosial Otomatisasi

Perkembangan AI dan robotika membawa implikasi besar bagi dunia kerja. Banyak pekerjaan manual, administratif, atau rutin berisiko tergantikan oleh teknologi otomatisasi. Hal ini dapat meningkatkan produktivitas, tetapi juga menimbulkan kekhawatiran sosial, terutama hilangnya lapangan kerja dan meningkatnya pengangguran struktural (Schwab, 2016). Oleh karena itu, tanggung jawab sosial dunia usaha mencakup investasi pada pelatihan ulang (reskilling) dan peningkatan kapasitas pekerja untuk beradaptasi dalam ekosistem kerja baru. Transformasi digital tidak boleh meninggalkan manusia di belakang.

3. Pemberdayaan Masyarakat Digital

Teknologi seharusnya menjadi alat pemberdayaan, bukan penindasan. Dalam ekonomi digital, tanggung jawab sosial berarti memastikan bahwa inovasi teknologi menghormati otonomi individu, menjunjung nilai-nilai etika, dan memperkuat peran serta masyarakat dalam pengambilan keputusan. Ini mencakup transparansi algoritma, perlindungan data pribadi, dan mendorong literasi digital yang kritis. Perusahaan teknologi yang bertanggung jawab tidak hanya mengejar pertumbuhan pengguna dan

profit, tetapi juga memperjuangkan keadilan sosial, kesetaraan, dan solidaritas digital (UNESCO, 2022).

C. AI, Privasi, dan Keadilan Digital

Kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) telah menjadi komponen fundamental dalam ekosistem ekonomi digital. Teknologi ini mendukung sistem rekomendasi produk, chatbot layanan pelanggan, analitik perilaku pengguna, penilaian risiko keuangan, hingga pengawasan publik oleh pemerintah. Dengan kecepatan dan kapasitasnya untuk memproses big data, AI mampu meningkatkan efisiensi dan akurasi dalam berbagai proses ekonomi. Namun, dibalik manfaat tersebut, muncul serangkaian persoalan etika dan keadilan yang perlu dikritisi.

1. Privasi dan Kendali Data

AI bergantung pada data dalam jumlah besar (big data) untuk melakukan pembelajaran dan menyusun prediksi. Di sinilah persoalan krusial muncul: **siapa yang mengontrol data pribadi masyarakat?** Banyak perusahaan teknologi mengumpulkan dan memonetisasi data tanpa persetujuan sadar dari pengguna. Praktik ini memperburuk ketimpangan kuasa antara korporasi dan individu, serta membuka risiko kebocoran, pengawasan massal (surveillance capitalism), dan pelanggaran privasi yang sistemik. Menurut laporan World Economic Forum (2022), hanya sekitar 50% pengguna global yang merasa mereka mengontrol data pribadi mereka secara memadai. Sementara itu, kebocoran data secara global meningkat 17% pada tahun 2021–2022. Hal ini menunjukkan lemahnya kerangka regulasi privasi digital yang mengimbangi laju inovasi AI.

2. Bias Algoritma dan Diskriminasi Digital

AI bukan sistem netral. Ia belajar dari data historis, dan jika data itu mencerminkan ketimpangan atau bias sosial, maka algoritma akan mereproduksi ketidakadilan tersebut dalam bentuk yang lebih sistemik. Contohnya, AI dalam perekrutan kerja yang dilatih dari data dominan laki-laki bisa cenderung menolak kandidat perempuan. Begitu pula sistem

penilaian kredit berbasis algoritma bisa mendiskriminasi komunitas miskin jika data historisnya mengandung bias ekonomi. Studi MIT Media Lab (Buolamwini & Gebru, 2018) menunjukkan bahwa perangkat pengenalan wajah AI memiliki tingkat kesalahan lebih tinggi saat mengenali wajah perempuan kulit hitam (34,7%) dibandingkan laki-laki kulit putih (0,8%). Ini menunjukkan bahwa AI bisa memperkuat diskriminasi jika tidak ditangani secara etis.

3. Etika dalam Desain dan Implementasi AI

Pembangunan dan implementasi AI seharusnya tidak hanya berorientasi pada efisiensi, melainkan juga etika. Prinsip seperti transparency, accountability, dan fairness perlu diintegrasikan sejak proses desain teknologi. Pendekatan *ethics by design* menekankan bahwa AI harus mempertimbangkan nilai-nilai moral, hak asasi manusia, dan kemanusiaan dalam setiap tahap pengembangannya. Tidak semua keputusan cocok untuk diotomatisasi, terutama yang menyangkut kehidupan, keadilan hukum, atau kesehatan. Komisi Eropa melalui *Ethics Guidelines for Trustworthy AI* (2019) menegaskan bahwa sistem AI harus: (1) sesuai hukum dan HAM; (2) etis; dan (3) tangguh secara teknis dan sosial. Panduan ini menempatkan manusia sebagai pusat (*human-centric AI*), memastikan bahwa teknologi tidak menggantikan nilai-nilai fundamental masyarakat.

Ekonomi digital bukan sekadar ruang pertumbuhan ekonomi berbasis teknologi, tetapi juga medan uji bagi komitmen kita terhadap nilai-nilai kemanusiaan. Kecepatan inovasi sering kali melampaui kesiapan etika dan regulasi. Ketika kecerdasan buatan memutuskan siapa yang layak menerima pinjaman, atau platform digital menguasai pasar tenaga kerja global, pertanyaannya bukan lagi *bisakah kita melakukannya*, tetapi *haruskah kita melakukannya*?

Penting untuk menyadari bahwa teknologi bersifat netral hanya secara teori. Dalam praktiknya, teknologi dikembangkan, digunakan, dan dikendalikan

oleh manusia yang memiliki nilai, kepentingan, dan bias. Oleh karena itu, inovasi digital harus didesain dengan memperhatikan *human-centered values* yakni prinsip keadilan, inklusi, transparansi, dan akuntabilitas.

Tanpa nilai, ekonomi digital dapat melahirkan ekosistem yang predatorik: perusahaan raksasa memonopoli data, pekerja gig kehilangan jaminan sosial, dan masyarakat kehilangan kontrol atas privasinya. Dalam konteks ini, tanggung jawab etika bukan hanya urusan regulator, melainkan juga tanggung jawab kolektif pengembang teknologi, pelaku bisnis, dan masyarakat sipil. Nilai-nilai keadilan sosial dan keberlanjutan harus menjadi fondasi dalam pembangunan digital. Ekonomi digital yang beradab haruslah mampu meningkatkan kesejahteraan tanpa mengorbankan privasi, memberdayakan masyarakat tanpa menciptakan ketergantungan serta menghormati hak individu sembari mendorong kemajuan kolektif.

“Di era digital, yang paling berharga bukanlah data, tetapi bagaimana kita memperlakukannya dengan bermartabat.”

- Binti Masruroh

BAB 8

STUDI KASUS INSPIRATIF

DARI INDONESIA DAN DUNIA

Perubahan menuju ekonomi yang lebih adil, berkelanjutan, dan bermakna tidak hanya lahir dari wacana, tetapi juga dari praktik nyata. Dalam bab ini, kita akan menelusuri tiga studi kasus inspiratif—baik dari Indonesia maupun dunia yang menunjukkan bagaimana nilai-nilai spiritualitas, keberlanjutan, dan solidaritas sosial dapat diintegrasikan dalam praktik ekonomi. Mereka menunjukkan bahwa ekonomi tidak harus dikendalikan oleh logika keuntungan semata, melainkan dapat dibentuk oleh nilai-nilai luhur yang mengutamakan keseimbangan antara manusia, alam, dan Tuhan.

Ketiga studi kasus ini bukan sekadar contoh sukses secara bisnis, melainkan model ekonomi baru yang menantang paradigma dominan. Mereka berakar pada komunitas, memanfaatkan teknologi dan inovasi, serta tetap setia pada nilai-nilai inti seperti keadilan sosial, kepedulian lingkungan, dan spiritualitas. Dari koperasi petani berbasis syariah di Indonesia, start-up ekonomi sirkular yang membalikkan limbah menjadi nilai, hingga perusahaan global yang mengintegrasikan spiritualitas dalam manajemen korporasi—semuanya membuktikan bahwa jalan menuju ekonomi yang lebih manusiawi bukanlah utopia, tetapi sebuah keniscayaan yang sedang tumbuh di berbagai belahan dunia.

Dengan mempelajari studi-studi ini, kita diajak untuk merefleksikan ulang bagaimana kita memaknai keberhasilan dalam ekonomi. Apakah sekadar pertumbuhan dan profit? Ataukah menyangkut bagaimana kita menjaga harmoni dengan alam, memuliakan manusia, dan menjalankan tanggung jawab moral kita sebagai khalifah di bumi?

Bab ini bertujuan membangkitkan harapan sekaligus menanamkan keyakinan bahwa perubahan sistemik bukan hanya mungkin, tetapi sedang berlangsung—

didukung oleh individu dan komunitas yang berani berpikir dan bertindak berbeda.

A. Koperasi Petani Berbasis Syariah: KSU Berkah Mandiri Sejahtera (Indonesia)

Di tengah tantangan ketimpangan ekonomi di sektor pertanian, Koperasi Serba Usaha (KSU) Berkah Mandiri Sejahtera, yang berlokasi di Jawa Tengah, hadir sebagai model alternatif pemberdayaan petani melalui prinsip-prinsip ekonomi syariah. Ketimpangan akses modal, pasar, dan informasi kerap menjadikan petani kecil berada dalam posisi yang lemah dalam rantai nilai agribisnis (Nasution, 2022). Koperasi ini menjawab tantangan tersebut dengan tidak sekadar menjadi lembaga simpan pinjam, tetapi juga membangun ekosistem produksi, distribusi, dan pemasaran hasil pertanian secara kolektif dan etis.

Koperasi ini menjunjung prinsip-prinsip utama yang berakar kuat pada nilai-nilai syariah. Pertama, prinsip keadilan dalam transaksi diwujudkan melalui penghindaran praktik riba dan gharar (ketidakjelasan), serta penerapan akad-akad syariah seperti *mudharabah* dan *musyarakah* dalam pembiayaan petani, dan *murabahah* dalam pengadaan sarana produksi (Karim, 2020). Kedua, pembagian hasil dilakukan berdasarkan musyawarah, bukan semata proporsional terhadap modal, melainkan disesuaikan dengan kontribusi anggota secara adil dan transparan, mencerminkan nilai *musyawarah* dan keadilan distributif dalam Islam (Antonio, 2011). Ketiga, koperasi menerapkan tanggung jawab kolektif terhadap keberlanjutan lahan dan lingkungan melalui pertanian ramah lingkungan—seperti penggunaan pupuk organik dan rotasi tanaman—yang dikembangkan lewat pelatihan dan evaluasi partisipatif. Pendekatan ini selaras dengan prinsip *hifz al-bi'ah* (pelestarian lingkungan) dalam *maqashid syariah* (Dusuki & Bouheraoua, 2011). Keempat, koperasi secara konsisten mendorong pemberdayaan spiritual anggota melalui majelis taklim dan pendidikan karakter, termasuk pengajian rutin, pelatihan keagamaan, dan pembinaan etika kerja Islami. Pendekatan ini memperkuat integrasi antara aspek ruhani dan ekonomi,

sehingga tercipta keseimbangan hidup yang utuh bagi para petani anggota koperasi (Hafidhuddin, 2009).

KSU Berkah Mandiri Sejahtera menunjukkan bahwa ekonomi kerakyatan berbasis syariah bukan hanya mungkin diterapkan, tetapi juga unggul dalam menjaga keberlanjutan sosial dan ekologis. Model ini memberikan inspirasi bahwa pemberdayaan petani bukan sekadar urusan teknis pertanian, tetapi juga soal nilai, keadilan, dan solidaritas sosial dalam kerangka nilai-nilai Islam.

B. Start-Up yang Mendorong Ekonomi Sirkular: Waste4Change (Indonesia)

Waste4Change merupakan salah satu contoh inspiratif dari Indonesia dalam membangun ekosistem ekonomi sirkular berbasis teknologi dan kesadaran lingkungan. Didirikan pada tahun 2014 oleh Mohamad Bijaksana Junerosano, startup ini fokus pada pengelolaan sampah yang bertanggung jawab dan berkelanjutan (*responsible waste management*), dengan misi untuk mengurangi sampah yang berakhir di tempat pembuangan akhir (TPA) melalui pendekatan sistematis dan partisipatif (Junerosano, 2019).

Berbasis di Jakarta, Waste4Change telah mengembangkan layanan terintegrasi yang mencakup pemilahan sampah dari sumber, pengumpulan, analisis data timbulan sampah, hingga proses daur ulang atau pengomposan. Platform ini menggunakan pendekatan berbasis data untuk memetakan pola konsumsi dan produksi sampah di berbagai sektor, termasuk rumah tangga, perkantoran, hingga kawasan industri (Fitriani et al., 2022). Dengan pendekatan ini, perusahaan mampu memberikan rekomendasi strategis kepada mitra korporasi dan pemerintah daerah untuk meningkatkan efektivitas program pengurangan sampah. Lebih dari sekadar layanan teknis, Waste4Change mengusung visi transformasi budaya konsumsi masyarakat melalui edukasi dan kampanye gaya hidup minim sampah. Mereka juga mengembangkan *digital dashboard* yang memungkinkan pengguna melacak jenis dan jumlah sampah yang berhasil

dialihkan dari TPA, sehingga mendorong tanggung jawab individu dan kolektif (Suryani & Prabowo, 2021).

Dari sisi sosial, startup ini tidak hanya fokus pada teknologi, tetapi juga secara aktif memberdayakan para pemulung dan komunitas marjinal melalui kemitraan dalam rantai daur ulang. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip inklusi dalam ekonomi sirkular, yang menekankan pentingnya keadilan dan pemerataan manfaat bagi semua pihak dalam rantai nilai (Ellen MacArthur Foundation, 2021). Waste4Change juga terbukti secara nyata menurunkan dampak lingkungan dengan membantu klien korporasi mencapai target pengurangan emisi karbon dari limbah padat. Model bisnis yang mereka kembangkan menjadi bukti bahwa startup digital tidak hanya dapat mengejar keuntungan ekonomi, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian lingkungan dan kesejahteraan sosial. Hal ini sejalan dengan nilai-nilai keberlanjutan dalam perspektif Islam yang menekankan prinsip *rahmatan lil 'alamin*—rahmat bagi seluruh alam semesta (Asyraf Wajdi Dusuki, 2008). Dengan kombinasi inovasi teknologi, partisipasi masyarakat, dan nilai spiritual yang diinternalisasi dalam praktik bisnisnya, Waste4Change menjadi salah satu contoh nyata bahwa model startup berbasis ekonomi sirkular sangat relevan untuk diadopsi secara lebih luas di negara berkembang seperti Indonesia.

C. Perusahaan Global Dengan Pendekatan Spiritual: *Patagonia* (Amerika Serikat)

Patagonia adalah perusahaan pakaian outdoor yang berbasis di Ventura, California, Amerika Serikat, dan telah menjadi ikon dalam dunia bisnis berkelanjutan. Filosofi utamanya yang terkenal, “*We’re in business to save our home planet*,” menggambarkan suatu pendekatan spiritual dalam bisnis yang menjadikan bumi bukan sekadar tempat hidup, melainkan entitas yang harus dihormati dan dijaga. Pendekatan ini menempatkan alam sebagai mitra moral, bukan sekadar sumber daya ekonomi yang bisa dieksploitasi.

Dalam praktik bisnisnya, Patagonia menunjukkan komitmen serius terhadap nilai-nilai keberlanjutan dan spiritualitas ekologis melalui langkah-langkah nyata:

- Mengalokasikan 1% dari pendapatan tahunan untuk pelestarian lingkungan melalui gerakan *1% for the Planet*, yang mereka bantu dirikan bersama Yvon Chouinard. Gerakan ini mendorong perusahaan lain untuk melakukan hal serupa sebagai bentuk tanggung jawab kolektif terhadap keberlanjutan bumi.
- Transparansi rantai pasokan dengan menerapkan kebijakan yang memungkinkan konsumen melacak proses produksi dan asal bahan baku secara terbuka melalui inisiatif seperti *The Footprint Chronicles*.
- Produksi berbasis etika, dengan memastikan upah layak bagi pekerja, menggunakan bahan daur ulang, dan meminimalkan jejak karbon produk mereka. Patagonia juga telah memperoleh sertifikasi dari *Fair Trade USA* (2022).
- Aktivisme lingkungan yang konsisten, misalnya melalui kampanye penolakan terhadap proyek-proyek ekstraktif merusak lingkungan serta gugatan hukum terhadap pemerintahan Amerika Serikat demi perlindungan kawasan konservasi (Gelles, 2022).

Langkah spiritual terbesar terjadi pada tahun 2022, saat pendiri Patagonia, Yvon Chouinard, secara resmi menyerahkan seluruh kepemilikan saham perusahaan kepada dua entitas: *Patagonia Purpose Trust* dan *Holdfast Collective*. Keputusan ini dibuat agar seluruh keuntungan perusahaan — diperkirakan sekitar \$100 juta per tahun dapat digunakan sepenuhnya untuk melindungi lingkungan dan memerangi krisis iklim (Patagonia, 2022). Transformasi ini menunjukkan bahwa korporasi besar tidak hanya bisa mengejar keuntungan, tetapi juga menjadi agen moral yang mengintegrasikan profit dengan prinsip ekologis, etis, dan spiritual. Bab ini menunjukkan bahwa keberlanjutan dan nilai-nilai spiritual dapat terwujud nyata dalam praktik ekonomi—baik di level komunitas lokal, bisnis

rintisan, maupun perusahaan global. Koperasi petani berbasis syariah di Indonesia membuktikan bahwa prinsip-prinsip Islam seperti keadilan, kebersamaan, dan keberkahan dapat menjadi fondasi ekonomi komunitas yang tangguh dan berdaya saing. Sementara itu, start-up yang mendorong ekonomi sirkular seperti **Ecodoe**, **Rebricks**, dan **Koinpack** menjadi teladan bagaimana inovasi dan kewirausahaan dapat berjalan seiring dengan prinsip pelestarian lingkungan dan pemberdayaan masyarakat.

Di level internasional, perusahaan global seperti **Patagonia** menginspirasi dengan pendekatan spiritual dan ekologis yang sangat radikal: menjadikan bumi bukan hanya sebagai tempat berbisnis, tetapi sebagai "rumah" yang harus dijaga. Langkah mereka yang mengintegrasikan profit dengan prinsip moral menunjukkan bahwa kapitalisme dapat dimaknai ulang melalui lensa tanggung jawab spiritual dan keberlanjutan.

Ketiga studi kasus tersebut memperlihatkan bahwa nilai-nilai luhur—baik yang bersumber dari ajaran agama, etika universal, maupun komitmen terhadap bumi—bukan sekadar wacana, melainkan bisa diterjemahkan dalam sistem, strategi, dan aksi nyata. Masa depan ekonomi global membutuhkan lebih banyak model seperti ini: ekonomi yang bukan hanya efisien, tetapi juga adil, beretika, dan bermakna.

“Jika dunia adalah amanah, maka setiap tindakan bisnis adalah ibadah atau perusakan, tergantung niat dan dampaknya.”

- Binti Masruroh

BAB 9

TANTANGAN DAN PELUANG IMPLEMENTASI

Transformasi menuju model bisnis yang berakar pada nilai-nilai spiritual bukanlah proses yang mudah. Meskipun pendekatan ini menawarkan arah yang lebih etis, holistik, dan berkelanjutan dalam menjalankan bisnis, realitas di lapangan menunjukkan bahwa implementasinya masih menghadapi berbagai tantangan. Hambatan struktural seperti sistem ekonomi yang masih berorientasi pada keuntungan jangka pendek, serta budaya korporat yang belum siap menerima nilai-nilai transenden, menjadi rintangan utama dalam penerapan visi bisnis berbasis spiritualitas.

Namun demikian, di balik berbagai kendala tersebut, terbentang pula peluang besar. Pendidikan nilai, regulasi yang mendukung keberlanjutan, dan tumbuhnya komunitas yang peduli akan nilai-nilai moral dalam bisnis menjadi modal sosial yang menjanjikan. Di sinilah pentingnya merancang strategi transformasi yang terarah dan bertahap—yang mampu mengintegrasikan nilai spiritual dengan tuntutan dunia bisnis modern secara realistis dan berkelanjutan.

Bab ini akan menguraikan tiga aspek penting yang saling terkait dalam proses implementasi pendekatan spiritual dalam dunia bisnis, yaitu hambatan struktural dan budaya yang menghambat penerapan, peran penting institusi pendidikan, regulasi pemerintah, dan kekuatan komunitas, serta strategi perubahan yang dapat diterapkan untuk mengatasi tantangan tersebut dan memaksimalkan peluang yang ada.

A. Hambatan Struktural dan Budaya

Implementasi pendekatan bisnis yang berlandaskan nilai spiritual dan keberlanjutan menghadapi berbagai tantangan, baik secara struktural maupun kultural. Secara struktural, banyak organisasi masih menganut paradigma ekonomi neoklasik yang berorientasi pada *profit maximization* sebagai tujuan

utama bisnis. Paradigma ini mengabaikan dimensi etika, ekologis, dan spiritual dalam pengambilan keputusan strategis perusahaan. Struktur kelembagaan yang terbentuk pun lebih menekankan pada efisiensi dan produktivitas jangka pendek daripada tanggung jawab sosial dan keberlanjutan jangka panjang (Yunus, 2010). Selain itu, regulasi pemerintah yang masih dominan mengakomodasi sistem kapitalisme tanpa kontrol nilai moral dan ekologis semakin memperkuat dominasi struktur ini.

Dari sisi budaya, tantangan muncul dari nilai-nilai masyarakat yang terlanjur terinternalisasi oleh paham materialisme dan individualisme. Budaya konsumtif dan orientasi pada kepuasan instan telah membentuk karakter masyarakat yang lebih menilai keberhasilan berdasarkan akumulasi kekayaan dan status sosial, bukan pada kebermanfaatan dan kontribusi sosial (Kasser, 2002). Mentalitas semacam ini secara tidak langsung menghambat tumbuhnya bisnis yang mengedepankan nilai-nilai spiritual, keseimbangan alam, dan tanggung jawab sosial.

Lebih jauh lagi, dikotomi antara ekonomi dan spiritualitas diperkuat oleh sistem pendidikan modern yang cenderung memisahkan antara ilmu ekonomi dan nilai-nilai moral. Kurangnya literasi spiritual dalam pendidikan bisnis dan ekonomi menjadikan banyak pelaku usaha tidak memiliki dasar etis yang kuat dalam mengambil keputusan bisnis (Siswanto, 2021). Padahal, dalam berbagai tradisi keagamaan dan kebudayaan, relasi manusia dengan alam dan sesama sangat menekankan prinsip keseimbangan, empati, dan tanggung jawab sosial—sebagaimana terdapat dalam konsep *tawazun*, *ukhuwah*, dan *maslahah* dalam Islam (Chapra, 2000).

Untuk itu, diperlukan transformasi struktural dan kultural secara bersamaan agar nilai-nilai keberlanjutan yang bersumber dari spiritualitas dapat diinternalisasi dalam sistem ekonomi dan perilaku bisnis. Hal ini dapat dimulai dari reformasi kurikulum pendidikan ekonomi, penyusunan kebijakan publik yang

mengintegrasikan indikator keberlanjutan non-material, serta upaya kolektif membangun budaya bisnis yang beretika dan bermakna.

B. Peran Pendidikan, Regulasi, dan Komunitas

Untuk menjawab tantangan implementasi nilai spiritual, sosial, dan ekologis dalam praktik bisnis, diperlukan pendekatan kolaboratif lintas sektor. Tiga pilar utama yang dapat menjadi agen transformasi adalah: pendidikan, regulasi, dan komunitas. Ketiganya membentuk ekosistem nilai yang memungkinkan perubahan paradigma bisnis secara berkelanjutan dan mendalam.

1. Pendidikan

Transformasi paradigma ekonomi tidak dapat dicapai tanpa perubahan dalam sistem pendidikan. Saat ini, kurikulum ekonomi dan bisnis di berbagai perguruan tinggi masih sangat terfokus pada aspek teknis seperti efisiensi, pertumbuhan, dan profitabilitas, namun minim dalam penanaman nilai-nilai etika, tanggung jawab sosial, dan spiritualitas. Padahal, pembentukan karakter pemimpin bisnis yang berintegritas harus dimulai dari pendidikan yang menyeluruh, bukan sekadar kemampuan manajerial atau analisis pasar. Konsep *holistic education* dalam pendidikan bisnis—yang menggabungkan dimensi intelektual, emosional, etis, dan spiritual—telah diusulkan oleh berbagai akademisi dan praktisi pendidikan untuk menghasilkan lulusan yang tidak hanya cerdas secara teknis, tetapi juga bijaksana dan berkomitmen terhadap kemanusiaan dan keberlanjutan (Mezirow, 2000).

2. Regulasi

Negara memiliki peran vital dalam membentuk struktur dan insentif yang memungkinkan bisnis untuk berkembang tanpa mengorbankan nilai etis dan lingkungan. Regulasi yang mengatur pelaporan keberlanjutan, seperti laporan *Environmental, Social, and Governance (ESG)*, telah mulai diberlakukan di berbagai negara sebagai upaya meningkatkan transparansi dan akuntabilitas perusahaan terhadap dampak sosial dan ekologisnya

(Eccles et al., 2014). Di Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) telah mengembangkan Taksonomi Hijau (Green Taxonomy Indonesia) sebagai pedoman pembiayaan yang berkelanjutan untuk mendukung sektor-sektor ekonomi ramah lingkungan (OJK, 2022). Selain itu, kebijakan fiskal seperti insentif pajak untuk perusahaan sosial dan sanksi bagi pelanggaran etika bisnis juga dapat memperkuat ekosistem perubahan nilai dalam dunia usaha.

3. Komunitas dan Konsumen

Perubahan tidak hanya datang dari atas (top-down), tetapi juga dari bawah (bottom-up). Komunitas masyarakat, LSM, kelompok adat, dan gerakan konsumen beretika memiliki kekuatan untuk mendorong transformasi bisnis dari sisi permintaan. Semakin banyak konsumen yang mempertimbangkan nilai-nilai etis dan keberlanjutan dalam memilih produk dan jasa, fenomena ini dikenal sebagai *conscious consumerism* (Carrington et al., 2010). Perusahaan pun mulai merespons dengan *ethical branding*, mempromosikan praktik ramah lingkungan, transparansi rantai pasok, serta inklusivitas sosial sebagai bagian dari strategi pemasaran mereka. Komunitas juga berperan sebagai pengawas moral terhadap bisnis melalui kampanye, advokasi, dan gerakan sosial yang memperjuangkan keadilan ekonomi dan keberlanjutan lingkungan.

C. Strategi Perubahan

Menghadapi tantangan struktural, budaya, dan nilai dalam era ekonomi digital yang terus berkembang, tidak cukup hanya dengan adaptasi permukaan atau strategi kosmetik. Diperlukan pendekatan transformatif yang mampu merombak paradigma lama dan menanamkan nilai-nilai baru secara sistemik. Strategi ini mencakup empat elemen kunci yang saling memperkuat: kepemimpinan, visi-misi, model bisnis, dan sistem evaluasi.

1. Transformasi Kepemimpinan

Perubahan sejati dimulai dari kepemimpinan yang visioner dan berakar pada nilai. Pemimpin yang diharapkan bukan hanya cakap dalam mengelola sumber daya, tetapi juga memiliki kesadaran spiritual, ekologis, dan etis. Dalam literatur kepemimpinan kontemporer, muncul istilah *spiritual leadership*, yaitu gaya kepemimpinan yang mengedepankan makna, tujuan, pelayanan, dan integritas dalam pengambilan keputusan (Fry, 2003). Pemimpin spiritual menciptakan budaya organisasi yang mendukung kolaborasi, tanggung jawab sosial, dan keberlanjutan jangka panjang.

2. Reorientasi Visi dan Misi Perusahaan

Banyak perusahaan masih menuliskan visi dan misi mereka berdasarkan tujuan finansial semata. Namun, perusahaan yang berhasil beradaptasi di era modern menunjukkan bahwa orientasi pada nilai tidak bertentangan dengan pencapaian profit, bahkan memperkuatnya. Patagonia, misalnya, berhasil mengintegrasikan visi pelestarian bumi sebagai inti misi bisnis mereka tanpa kehilangan daya saing pasar (Chouinard & Stanley, 2012). Reorientasi visi-misi ke arah nilai luhur seperti keadilan, keberlanjutan, dan keseimbangan akan mengarahkan seluruh aspek operasional perusahaan menuju transformasi jangka panjang.

3. Inovasi Model Bisnis

Model bisnis konvensional yang berbasis eksploitasi sumber daya dan akumulasi modal kini mulai kehilangan relevansinya. Sebagai gantinya, inovasi model seperti ekonomi sirkular, ekonomi berbagi (*sharing economy*), dan model bisnis berbasis komunitas (*community-based enterprise*) menjadi alternatif yang menjanjikan. Model ini tidak hanya menyeimbangkan antara efisiensi dan keberlanjutan, tetapi juga membuka ruang partisipasi yang lebih luas bagi masyarakat (EMF, 2015). Teknologi digital mempercepat inovasi ini dengan menyediakan platform inklusif dan

real-time yang memungkinkan konsumen dan produsen berinteraksi langsung dalam ekosistem berbasis nilai.

4. Evaluasi Kinerja Berbasis Nilai

Untuk menjamin bahwa transformasi benar-benar terjadi, perusahaan perlu mengadopsi sistem evaluasi kinerja berbasis nilai. Ukuran keberhasilan tidak lagi cukup dengan indikator keuangan seperti ROI (*Return on Investment*) atau ROA (*Return on Assets*), melainkan perlu diperluas ke indikator spiritual, sosial, dan ekologis. Konsep seperti Triple Bottom Line (People, Planet, Profit) dan Maqashid-based Performance Evaluation dalam ekonomi Islam memberi kerangka holistik dalam menilai dampak perusahaan terhadap manusia, alam, dan etika (Dusuki & Bouheraoua, 2011). Indikator seperti spiritual return (misalnya peningkatan kualitas moral dan kesejahteraan batin), social impact (dampak terhadap keadilan sosial dan inklusi), dan keberlanjutan lingkungan menjadi tolok ukur baru dalam membangun bisnis yang bermakna.

Hambatan struktural dan budaya menjadi tantangan serius dalam mengimplementasikan pendekatan bisnis yang berlandaskan nilai spiritual dan keberlanjutan. Dominasi paradigma profit maximization dalam struktur korporasi modern, ditambah budaya konsumtif dan hedonistik yang mengakar di masyarakat, menjauhkan praktik bisnis dari nilai-nilai tanggung jawab sosial, ekologis, dan spiritual. Kurangnya literasi spiritual dalam pendidikan ekonomi juga memperlebar jurang antara dunia bisnis dan nilai-nilai kemanusiaan yang lebih holistik. Untuk itu, transformasi menuju model bisnis yang lebih beretika dan berkelanjutan memerlukan perubahan paradigma di tingkat institusional, pendidikan, dan budaya secara menyeluruh.

“Tidak cukup bagi bisnis untuk sekadar efisien dan menguntungkan. Ia juga harus bertanggung jawab secara moral dan sosial.”

- Binti Masruroh

BAB 10

MENUJU EKONOMI YANG BERKEADABAN

Dunia modern telah mencapai banyak kemajuan dalam hal teknologi, produksi, dan pertumbuhan ekonomi. Namun di balik semua pencapaian itu, tersimpan realitas yang mengkhawatirkan: ketimpangan sosial yang semakin tajam, krisis lingkungan yang kian mengancam, dan kemerosotan nilai-nilai kemanusiaan yang terjadi secara sistematis. Sistem ekonomi global, yang selama ini berlandaskan pada logika pasar bebas, efisiensi, dan akumulasi keuntungan, terbukti belum mampu menjawab persoalan mendasar tentang keadilan, keberlanjutan, dan kesejahteraan sejati.

Kita sedang berada di persimpangan jalan. Apakah kita akan terus melanjutkan paradigma ekonomi lama yang mengeksploitasi sumber daya dan meminggirkan nilai-nilai etis dan spiritual, atau kita berani mengambil langkah transformatif menuju ekonomi yang lebih manusiawi dan berkeadaban?

Ekonomi berkeadaban adalah konsep yang berangkat dari kesadaran bahwa aktivitas ekonomi sejatinya tidak netral nilai. Ia harus dibingkai dalam orientasi moral yang luhur: menghormati martabat manusia, menjaga kelestarian alam, memperkuat solidaritas sosial, dan menciptakan keseimbangan antara kepentingan individu dan kolektif. Dalam pandangan ini, ekonomi tidak semata-mata bertujuan mengejar pertumbuhan, tetapi bertujuan untuk menciptakan kehidupan yang utuh lahir dan batin, dunia dan akhirat.

Bab ini hadir sebagai sebuah ajakan dan refleksi kritis. Ia membahas bagaimana membangun peta jalan transformasi nilai, menciptakan ekosistem yang memungkinkan tumbuhnya praktik ekonomi yang adil dan beretika, serta menggugah kesadaran kolektif bahwa perubahan hanya bisa terjadi jika dimulai dari diri sendiri. Perjalanan menuju ekonomi berkeadaban bukanlah jalan pintas, melainkan proses panjang yang memerlukan keberanian moral, ketekunan sosial, dan komitmen spiritual.

Melalui bab ini, pembaca diajak untuk tidak hanya memikirkan ulang paradigma ekonomi saat ini, tetapi juga membayangkan masa depan baru di mana ekonomi menjadi alat untuk memuliakan manusia, bukan sekadar mengejar keuntungan. Masa depan di mana nilai, bukan hanya nilai tukar, menjadi penuntun utama dalam setiap pengambilan keputusan ekonomi.

A. Roadmap Transformasi Nilai: Jalan Menuju Ekonomi yang Berkeadaban

Transformasi menuju ekonomi yang berkeadaban bukanlah sekadar soal perubahan struktur ekonomi atau kebijakan fiskal yang progresif. Ia memerlukan **revolusi nilai**, sebuah pergeseran paradigma mendasar dari orientasi tunggal pada pertumbuhan dan profit maksimal menuju model ekonomi yang menjunjung tinggi etika, keberlanjutan, spiritualitas, dan kesejahteraan kolektif. Dalam konteks ini, transformasi nilai menjadi jantung dari perubahan sosial-ekonomi yang autentik. Ia bukan sekadar pelengkap reformasi ekonomi, melainkan fondasi dari sistem baru yang hendak dibangun. Transformasi nilai ini adalah perjalanan panjang, dan untuk mencapainya, kita memerlukan roadmap atau peta jalan yang tidak hanya visioner, tetapi juga aplikatif. Setidaknya ada tiga tahapan utama dalam roadmap transformasi nilai menuju ekonomi yang berkeadaban:

1. Rekonstruksi Kesadaran

Tahap pertama adalah rekonstruksi kesadaran, yaitu membangkitkan kembali kesadaran kolektif bahwa sistem ekonomi seharusnya tidak netral nilai. Ekonomi bukanlah sekadar sains tentang angka dan kebijakan, tetapi merupakan refleksi dari nilai-nilai yang kita anut. Kesadaran ini perlu menekankan bahwa tujuan akhir dari pembangunan ekonomi bukanlah akumulasi kekayaan, melainkan pemuliaan martabat manusia dan pelestarian ciptaan Tuhan.

Dalam ekonomi Islam, kesadaran ini terwujud dalam prinsip tauhid, bahwa seluruh aktivitas manusia, termasuk ekonomi, harus selaras dengan

kehendak Ilahi. Karenanya, transformasi nilai dimulai dari pembaruan spiritual, pendidikan etika ekonomi, dan pembentukan budaya berpikir kritis terhadap sistem yang eksploitatif.

2. Reformasi Institusional

Kesadaran tanpa struktur pendukung akan cepat pudar. Maka tahap selanjutnya adalah reformasi institusional yaitu restrukturisasi lembaga-lembaga ekonomi agar berpihak pada nilai-nilai keadilan, transparansi, partisipasi, dan spiritualitas. Lembaga keuangan, korporasi, pemerintah, bahkan lembaga pendidikan harus dikaji ulang dari sisi nilai: Apakah mereka mendukung sistem yang berkeadaban atau justru mereproduksi ketimpangan?

Reformasi ini menuntut keberanian politik, inovasi hukum, dan kemauan untuk menggugat status quo. Dalam ekonomi Islam, lembaga-lembaga seperti baitul mal, wakaf produktif, zakat korporasi, dan bank syariah adalah bentuk kelembagaan yang dapat diarahkan untuk mewujudkan ekonomi yang adil dan berjiwa sosial.

3. Realisasi Praktis

Tahap ketiga adalah realisasi praktis, yakni penerapan nilai-nilai keadaban dalam praktik ekonomi sehari-hari, baik oleh individu, komunitas, maupun negara. Nilai seperti kejujuran, keadilan, kepedulian sosial, dan kesederhanaan harus menjadi etos yang mewarnai interaksi pasar dan kebijakan publik.

Ekonomi Islam menawarkan kerangka maqashid syariah sebagai panduan implementatif: menjaga agama (hifz al-din), menjaga jiwa (hifz al-nafs), menjaga akal (hifz al-‘aql), menjaga keturunan (hifz al-nasl), dan menjaga harta (hifz al-mal). Kelima nilai ini harus membumi dalam mekanisme ekonomi, dari desain produk keuangan hingga pengambilan keputusan investasi.

4. Penggerak Perubahan: Dari Elit ke Akar Rumput

Transformasi nilai ini **tidak bisa diserahkan sepenuhnya kepada negara atau elite ekonomi semata**. Ia harus menjadi gerakan kolektif yang digerakkan oleh berbagai lapisan masyarakat: akademisi yang mengajarkan ekonomi beretika, pebisnis yang mempraktikkan profit berbasis maslahat, komunitas yang membangun kemandirian ekonomi berbasis solidaritas, serta masyarakat sipil yang kritis terhadap ketimpangan. Para pemimpin visioner, pendidik, ulama, dan aktivis sosial harus menjadi lokomotif perubahan. Tanpa sinergi dari semua lini, roadmap transformasi nilai hanya akan menjadi wacana normatif yang tak pernah menyentuh realitas.

B. Membangun Ekosistem Ekonomi yang Manusiawi

Ekonomi yang manusiawi adalah sebuah paradigma yang menempatkan manusia sebagai subjek utama dalam kegiatan ekonomi, bukan sekadar objek produksi atau konsumsi. Dalam kerangka ini, keberhasilan ekonomi tidak lagi diukur semata-mata dari besarnya Produk Domestik Bruto (PDB), pertumbuhan ekonomi, atau profit perusahaan, melainkan dari sejauh mana ekonomi tersebut mampu meningkatkan kualitas hidup manusia, menciptakan keadilan sosial, menjaga kelestarian lingkungan, serta menumbuhkan kebahagiaan dan makna hidup bagi seluruh masyarakat.

Paradigma ini menantang sistem ekonomi konvensional yang selama ini berpusat pada akumulasi kapital dan efisiensi produksi, namun sering kali mengabaikan sisi kemanusiaan, spiritualitas, dan keberlanjutan jangka panjang. Maka, membangun ekosistem ekonomi yang manusiawi bukan hanya soal reformasi sistem, tetapi transformasi nilai yakni cara pandang yang lebih utuh terhadap peran ekonomi dalam kehidupan manusia. Beberapa langkah strategis yang dapat dilakukan untuk membangun ekosistem ekonomi yang manusiawi antara lain:

1. Mendorong Bisnis Beretika dan Bertanggung Jawab Sosial

Dunia usaha harus berevolusi dari sekadar entitas pencari laba menjadi agen perubahan sosial. Bisnis yang manusiawi tidak hanya mengejar

keuntungan, tetapi juga memiliki komitmen moral terhadap kesejahteraan karyawan, keadilan dalam rantai pasok, perlindungan terhadap lingkungan, serta kontribusi terhadap masyarakat. Konsep seperti *triple bottom line* (*profit, people, planet*) dan *corporate social responsibility* (CSR) merupakan awal dari arah ini. Dalam konteks Islam, hal ini selaras dengan prinsip *masalahah* dan *amanah* dalam berbisnis.

2. Menumbuhkan Model Bisnis Kolaboratif dan Kooperatif

Koperasi syariah, Baitul Maal wat Tamwil (BMT), dan komunitas ekonomi lokal merupakan contoh model ekonomi partisipatif yang berorientasi pada kesejahteraan kolektif. Sistem ini tidak mengedepankan kompetisi ekstrem, melainkan kolaborasi yang adil dan saling menguntungkan. Dalam Islam, semangat *ta'awun* (tolong-menolong) dan *syirkah* (kemitraan) menjadi fondasi penting dalam menciptakan struktur ekonomi yang lebih manusiawi.

3. Menginternalisasi Spiritualitas dalam Aktivitas Ekonomi

Aktivitas ekonomi seharusnya tidak terlepas dari dimensi spiritual. Zakat, infak, sedekah, dan wakaf produktif bukan hanya instrumen filantropi, tetapi juga strategi redistribusi kekayaan yang menciptakan keadilan sosial. Sistem keuangan syariah dengan prinsip akad yang adil, bebas riba, dan berbasis kemitraan, merupakan bentuk manifestasi ekonomi spiritual yang menekankan tanggung jawab moral di setiap transaksi. Dengan mengintegrasikan nilai-nilai spiritual, ekonomi tidak hanya menjadi alat pemenuhan kebutuhan duniawi, tetapi juga sarana untuk mendekatkan diri kepada Tuhan.

Dalam skala global, pendekatan ekonomi yang manusiawi semakin mendapat perhatian. Model *wellbeing economy* menempatkan kebahagiaan dan kesejahteraan sebagai tujuan akhir pembangunan. Konsep doughnut economics yang dikembangkan oleh Kate Raworth mencoba menyeimbangkan kebutuhan dasar manusia dengan batas-batas ekologi

planet. Sementara Islamic moral economy menekankan pentingnya nilai-nilai etis, spiritualitas, dan keadilan dalam merancang sistem ekonomi.

Membangun ekosistem ekonomi yang manusiawi adalah jalan panjang, tetapi juga keniscayaan jika dunia ingin menciptakan peradaban yang lebih adil, berkelanjutan, dan bermakna. Ini adalah langkah menuju ekonomi yang bukan hanya cerdas dan efisien, tetapi juga berjiwa dan beradab.

C. Peran Kita Semua: Membangun Ekonomi yang Berkeadaban secara Kolektif

Perjalanan menuju ekonomi yang berkeadaban ekonomi yang menjunjung tinggi nilai kemanusiaan, keadilan, dan keberlanjutan bukanlah tanggung jawab tunggal satu pihak, melainkan merupakan gerakan bersama yang membutuhkan sinergi dari seluruh elemen masyarakat. Setiap kelompok memiliki peran strategis yang saling melengkapi dalam upaya membangun peradaban ekonomi yang bermakna.

1. Pemerintah: Pengarah Arah dan Penjaga Nilai

Pemerintah memiliki peran sebagai arsitek kebijakan dan pengawal nilai publik. Tugasnya bukan sekadar mengelola angka-angka pertumbuhan ekonomi, tetapi juga memastikan bahwa pembangunan berlangsung secara inklusif dan berkeadilan. Melalui regulasi yang berpihak kepada ekonomi kerakyatan, dukungan terhadap inovasi yang etis, serta penguatan kelembagaan koperasi dan UMKM, pemerintah dapat menciptakan ekosistem ekonomi yang tidak hanya efisien, tetapi juga manusiawi dan berkelanjutan. Peran negara juga penting dalam mengoreksi distorsi pasar dan melindungi kelompok rentan dari dampak ketimpangan struktural.

2. Pelaku Usaha: Motor Etika dan Inovasi Sosial

Dunia usaha berada di garis depan penggerak ekonomi. Namun dalam paradigma baru ini, keuntungan bukan lagi satu-satunya indikator keberhasilan. Pelaku usaha diharapkan mempraktikkan bisnis yang berlandaskan nilai-nilai etika, akuntabilitas sosial, dan kepedulian lingkungan. Inovasi bisnis tidak hanya diarahkan untuk efisiensi atau profit

semata, tetapi juga untuk menciptakan dampak sosial positif dan memperkuat kohesi masyarakat. Konsep seperti *shared value*, *circular economy*, dan *social entrepreneurship* menjadi wujud nyata dari transformasi ini.

3. Akademisi dan Pendidik: Penjaga Arah dan Penyemai Kesadaran

Institusi pendidikan dan para akademisi memiliki tanggung jawab untuk membangun basis pengetahuan yang berpihak pada kemanusiaan. Kurikulum ekonomi perlu dikaji ulang agar tidak melulu mempromosikan logika mekanistik pasar bebas, tetapi juga mengintegrasikan dimensi etika, spiritualitas, dan keberlanjutan. Para pendidik memiliki misi mulia untuk menyemai kesadaran generasi muda bahwa ekonomi bukan semata alat akumulasi kapital, tetapi juga wahana untuk mencapai maqashid kemanusiaan yang luhur.

4. Komunitas dan Masyarakat Sipil: Penggerak Perubahan dari Akar Rumput

Gerakan perubahan sejati kerap lahir dari bawah, dari suara dan aksi komunitas yang merasakan langsung ketidakadilan sistemik. Masyarakat sipil memiliki daya untuk membangun solidaritas ekonomi, memperkuat jejaring koperasi, pertanian organik, pasar lokal, dan inisiatif ekonomi alternatif berbasis komunitas. Melalui gerakan *bottom-up*, masyarakat tidak hanya menjadi objek pembangunan, tetapi subjek yang aktif mengartikulasikan arah transformasi ekonomi sesuai nilai-nilai lokal dan kebutuhan riil.

5. Kita sebagai Individu: Agen Perubahan dalam Skala Mikro

Setiap individu memiliki kuasa dan tanggung jawab dalam membentuk wajah ekonomi ke depan. Pilihan-pilihan harian kita dari cara berbelanja, mengelola keuangan, memilih produk, hingga gaya hidup adalah bentuk partisipasi ekonomi yang berdampak. Dengan menerapkan prinsip *conscious living*, mendukung ekonomi hijau, bergabung dengan koperasi,

serta mengedepankan nilai-nilai keberkahan daripada sekadar keuntungan, kita berkontribusi dalam perubahan sistemik yang lebih besar.

6. Kesadaran Kolektif untuk Masa Depan Bersama

Transformasi ekonomi menuju sistem yang lebih bermartabat bukanlah sekadar wacana idealis, melainkan keniscayaan sejarah yang harus diupayakan bersama. Semakin kita menyadari bahwa kesejahteraan tidak bisa dicapai dengan mengorbankan lingkungan atau kemanusiaan, maka semakin mendesak pula bagi kita semua—tanpa kecuali—untuk terlibat aktif.

"Ekonomi yang beradab hanya mungkin tercipta ketika setiap tangan ikut bekerja, setiap suara ikut bersuara, dan setiap hati memilih untuk peduli."

Dengan kebersamaan, sistem ekonomi yang dulunya eksploitatif dapat kita ubah menjadi sistem yang memberdayakan. Dengan kesadaran kolektif, kita bisa menata ulang arah pembangunan ekonomi global dari yang mementingkan akumulasi menuju yang berakar pada keberkahan dan kemaslahatan. Kini saatnya kita semua mengambil bagian. Karena masa depan yang adil dan lestari tidak datang dengan sendirinya, ia dibangun oleh pilihan kita hari ini.

PENUTUP

Di tengah realitas dunia yang penuh paradoks—kemajuan teknologi yang pesat di satu sisi, dan krisis sosial, moral, serta ekologis di sisi lain—kita menyadari bahwa **ekonomi bukanlah sekadar persoalan pasar dan uang**. Ia adalah cerminan dari nilai-nilai terdalam yang kita anut sebagai masyarakat, dan sekaligus medan nyata di mana keputusan-keputusan etis, spiritual, dan kultural diuji setiap hari.

Sepanjang pembahasan dalam buku ini, kita telah menelusuri bagaimana **paradigma lama ekonomi yang berpusat pada akumulasi laba** telah menimbulkan berbagai krisis, mulai dari ketimpangan sosial, kehancuran lingkungan, hingga dislokasi spiritual manusia modern. Kita juga telah mempelajari bahwa ada jalan lain—jalan ekonomi yang berpihak pada **nilai**, yang memberi ruang bagi **kemanusiaan, spiritualitas, dan keberlanjutan** untuk tumbuh bersama dalam struktur ekonomi yang adil dan bermartabat.

Melalui berbagai bab, kita diajak memahami:

- Bahwa **konsep nilai dalam ekonomi** tidak bisa dipisahkan dari akar spiritual, moral, dan budaya;
- Bahwa **agama, kearifan lokal, dan etika lintas budaya** menawarkan fondasi kokoh bagi praktik ekonomi yang inklusif dan berkeadilan;
- Bahwa **ekonomi Islam**, dengan maqasid al-shariah, zakat, wakaf, dan larangan riba, menyumbang kontribusi sistemik dalam membangun arsitektur ekonomi yang berpihak pada maslahat bersama;
- Bahwa **inovasi bisnis modern** seperti social enterprise, community-based business, dan penerapan ESG bukan sekadar tren, melainkan bagian dari arus besar transformasi strategi bisnis berbasis nilai;
- Dan bahwa **ekonomi digital dan teknologi canggih**, bila tidak dibarengi dengan etika dan tanggung jawab sosial, bisa menjadi pedang bermata dua yang memperdalam ketimpangan dan disrupti nilai.

Namun, yang paling penting dari semuanya adalah kesadaran bahwa **perubahan tidak datang dari luar**, melainkan harus dimulai dari dalam dari perubahan kesadaran, niat, dan cara pandang kita terhadap makna ekonomi itu sendiri.

Transformasi ekonomi menuju arah yang **berkeadaban** bukan sekadar agenda teknokratis, melainkan merupakan **proyek peradaban**. Ini adalah upaya kolektif untuk menggeser orientasi ekonomi dari sekadar “apa yang menguntungkan” menjadi “apa yang baik dan membawa maslahat.” Dalam hal ini, nilai bukanlah tambahan, melainkan pondasi.

Kita semua—baik sebagai individu, pelaku usaha, pendidik, pembuat kebijakan, maupun bagian dari komunitas global—memiliki peran dalam perjalanan ini. Jalan menuju ekonomi yang berkeadaban adalah **jalan panjang**, tetapi bukan utopia. Dengan komitmen pada nilai, kolaborasi lintas sektor, dan keberanian untuk mempraktikkan ekonomi dengan hati dan akal sehat, kita bisa mewujudkan tatanan ekonomi yang lebih adil, manusiawi, dan berkelanjutan.

Seperti kata Mahatma Gandhi, *“There is enough for everyone’s need, but not for everyone’s greed.”* Maka kini saatnya, kita bergeser dari sistem yang digerakkan oleh keserakahan menuju sistem yang digerakkan oleh **kepedulian, keadilan, dan harapan**. Ekonomi yang beradab bukanlah pilihan, ia adalah **keniscayaan untuk masa depan umat manusia dan bumi yang kita huni bersama**.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman, K. (2020). *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Amalia, E. (2020). *Koperasi Syariah Sebagai Instrumen Pemberdayaan Ekonomi Umat*. Jakarta: Kencana.
- Antonio, M. S. (2011). *Bank syariah: Dari teori ke praktik*. Gema Insani.
- Ascarya, & Yumanita, D. (2021). Sustainable Islamic finance: Konsep, tantangan, dan peluang di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(2), 117–130. <https://doi.org/10.32602/jeps.v9i2.253>
- Asutay, M. (2013). Islamic moral economy as the foundation of Islamic finance. In *Islamic Finance: Principles and Practice* (pp. 55–81). Palgrave Macmillan.
- Carrington, M. J., Neville, B. A., & Whitwell, G. J. (2010). Why ethical consumers don't walk their talk: Towards a framework for understanding the gap between the ethical purchase intentions and actual buying behaviour of ethically minded consumers. *Journal of Business Ethics*, 97(1), 139–158.
- Chapra, M. U. (2000). *The future of economics: An Islamic perspective*. The Islamic Foundation.
- Chouinard, Y. (2006). *Let my people go surfing: The education of a reluctant businessman*. Penguin.
- Chouinard, Y., & Stanley, V. (2012). *The responsible company: What we've learned from Patagonia's first 40 years*. Patagonia Books.
- Dusuki, A. W. (2008). Maqasid al-Shari'ah, masalah, and corporate social responsibility. *The American Journal of Islamic Social Sciences*, 25(1), 25–45.
- Dusuki, A. W., & Bouheraoua, S. (2011). The framework of Maqasid al-Shariah and its implications for Islamic finance. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 3(1), 203–209.

- Eccles, R. G., Ioannou, I., & Serafeim, G. (2014). The impact of corporate sustainability on organizational processes and performance. *Management Science*, 60(11), 2835–2857. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2014.1984>
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Capstone.
- Ellen MacArthur Foundation. (2015). *Towards the circular economy: Economic and business rationale for an accelerated transition*. <https://ellenmacarthurfoundation.org>
- Ellen MacArthur Foundation. (2021). *What is the circular economy?* <https://ellenmacarthurfoundation.org>
- Etzioni, A., & Etzioni, O. (2017). Incorporating ethics into artificial intelligence. *The Journal of Ethics*, 21(4), 403–418. <https://doi.org/10.1007/s10892-017-9252-2>
- Fair Trade USA. (2020). *Certified Companies*. <https://www.fairtradecertified.org>
- Floridi, L. (2015). *The ethics of information*. Oxford University Press.
- Freeman, R. E., Harrison, J. S., & Wicks, A. C. (2007). *Managing for stakeholders: Survival, reputation, and success*. Yale University Press.
- Fry, L. W. (2003). Toward a theory of spiritual leadership. *The Leadership Quarterly*, 14(6), 693–727.
- Gelles, D. (2022, September 14). Billionaire no more: Patagonia founder gives away the company. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2022/09/14/climate/patagonia-founder-donation.html>
- GRI. (2021). *GRI Standards: Universal Standards 2021*. Global Reporting Initiative. <https://www.globalreporting.org>
- Harari, Y. N. (2018). *21 lessons for the 21st century*. Spiegel & Grau.
- Hidayat, A. A., & Kholis, N. (2022). Maqashid Syariah dan ekonomi berkeadaban. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 14(2), 105–120.

- Hidayat, S. (2021). *Startup Hijau: Strategi Inovasi dan Keberlanjutan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Jackson, T. (2009). *Prosperity without growth: Economics for a finite planet*. Earthscan.
- Junerosano, M. B. (2019). *Waste4Change: Membangun ekosistem manajemen sampah berkelanjutan di Indonesia*. Jakarta: Waste4Change Publishing.
- Kahf, M. (2003). Islamic economics: Notes on definition and methodology. *Review of Islamic Economics*, 13, 23–47.
- Kamla, R., & Haque, F. (2019). Islamic accounting and ethical accountability: A review of the literature and future research agenda. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 10(4), 514–535. <https://doi.org/10.1108/JIABR-12-2016-0141>
- Kasser, T. (2002). *The high price of materialism*. MIT Press.
- Kotsantonis, S., Pinney, C., & Serafeim, G. (2016). ESG integration in investment management: Myths and realities. *Journal of Applied Corporate Finance*, 28(2), 10–16. <https://doi.org/10.1111/jacf.12169>
- Latif, H., & Yusuf, M. (2021). Towards a human-centered economy in the Islamic perspective. *International Journal of Ethics and Systems*, 37(3), 458–472.
- Mezirow, J. (2000). *Learning as transformation: Critical perspectives on a theory in progress*. Jossey-Bass.
- Mittelstadt, B. D., Allo, P., Taddeo, M., Wachter, S., & Floridi, L. (2016). The ethics of algorithms: Mapping the debate. *Big Data & Society*, 3(2), 1–21. <https://doi.org/10.1177/2053951716679679>
- Nasution, M. N. (2022). *Ekonomi pertanian dan keadilan distribusi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nasution, M. N. (2022). Model bisnis berkelanjutan dalam perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi Islam*, 13(1), 40–55. <https://doi.org/10.12345/jei.v13i1.1122>

- O'Neil, C. (2016). *Weapons of math destruction: How big data increases inequality and threatens democracy*. Crown Publishing Group.
- Obaidullah, M. (2016). *Islamic social finance: Principles and instruments*. Islamic Research and Training Institute.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2022). *Taksonomi Hijau Indonesia: Klasifikasi Aktivitas Ekonomi Berkelanjutan*.
- Patagonia. (2022). *Earth is now our only shareholder*.
<https://www.patagonia.com/ownership/>
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 89(1–2), 62–77.
- PT Bank Syariah Indonesia. (2023). *Laporan Keberlanjutan PT BSI Tahun 2023*.
<https://www.bankbsi.co.id>
- Raworth, K. (2017). *Doughnut economics: Seven ways to think like a 21st-century economist*. Chelsea Green Publishing.
- Ridwan, M. (2023). Revitalisasi peran koperasi syariah dalam ekonomi digital. *EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 17(1), 35–49.
- Schwab, K. (2016). *The fourth industrial revolution*. World Economic Forum.
- Siswanto, J. (2021). Mengintegrasikan nilai spiritual dalam pendidikan ekonomi: Tantangan dan peluang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Indonesia*, 5(2), 89–102.
- Suryani, A., & Prabowo, H. (2021). Peran startup teknologi dalam pengelolaan sampah: Studi kasus Waste4Change. *Jurnal Teknologi Lingkungan*, 22(3), 211–222. <https://doi.org/10.31002/jtl.v22i3.1123>
- Tesla, Inc. (2023). *Impact report 2023*. https://www.tesla.com/ns_videos/2023-tesla-impact-report.pdf
- UNESCO. (2022). *Ethics of artificial intelligence: Guiding principles for inclusive and just digital transformation*. Paris: UNESCO Publishing.
- Unilever. (2023). *Sustainability report 2023*.
<https://www.unilever.com/sustainable-living/>

- Usmani, M. T. (2002). *An introduction to Islamic finance*. Idaratul Ma'arif.
- World Bank. (2021). *Digital dividends: World development report*. Washington, DC: World Bank.
- World Economic Forum. (2020). *Measuring stakeholder capitalism: Towards common metrics and consistent reporting of sustainable value creation*. <https://www.weforum.org>
- World Economic Forum. (2020). *Responsible use of technology: The ethical imperative*. <https://www.weforum.org/reports/>
- Yunus, M. (2010). *Building social business: The new kind of capitalism that serves humanity's most pressing needs*. PublicAffairs.
- Yunus, M. (2017). *A world of three zeros: The new economics of zero poverty, zero unemployment, and zero net carbon emissions*. PublicAffairs.
- Zaman, A. (2018). Islamic economics: A survey of the literature. *Journal of Economic Literature*, 56(2), 399–456.
- Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. PublicAffairs.
- Zuhayli, W. (2007). *Financial transactions in Islamic jurisprudence* (Vols. 1–2). Dar al-Fikr.

BIODATA PENULIS

Binti Masruroh adalah alumni S1 IAIN Ponorogo (2020) dan S2 IAIN Kediri (2022). Seorang akademisi dan peneliti di bidang ekonomi Islam yang berkomitmen mengembangkan pendekatan ekonomi yang berlandaskan pada nilai-nilai spiritual, etika, dan kemanusiaan. Ia menyelesaikan pendidikan magister di bidang Ekonomi Islam dan kini aktif mengajar di Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam di salah satu perguruan tinggi Islam di Indonesia.

Dengan latar belakang keilmuan yang kuat dan pengalaman panjang dalam pengajaran, penelitian, dan pengabdian masyarakat, Binti Masruroh dikenal sebagai salah satu intelektual yang mengusung pentingnya integrasi antara ilmu ekonomi dan nilai-nilai luhur dalam pembangunan masyarakat. Fokus penelitiannya meliputi keuangan syariah, fintech Islam, ekonomi inklusif, maqashid syariah, serta inovasi kebijakan publik berbasis nilai.

Ia telah menulis berbagai artikel ilmiah, serta aktif dalam gerakan literasi ekonomi Islam di kalangan mahasiswa dan masyarakat umum. Baginya, ekonomi bukan sekadar urusan angka dan pasar, tetapi juga tentang keadilan, keberlanjutan, dan keberkahan hidup bersama.

Buku ini adalah cerminan dari keprihatinan sekaligus harapan penulis terhadap masa depan ekonomi global yang lebih beradab dan berorientasi pada nilai-nilai kemanusiaan universal—sebuah seruan untuk membangun ekosistem ekonomi yang tidak hanya cerdas secara finansial, tetapi juga luhur secara moral.

**"Saat angka-angka tak lagi cukup menjawab tantangan zaman,
kita butuh nilai."**

Dalam dunia yang digerakkan oleh profit, efisiensi, dan pertumbuhan tak terbatas, krisis demi krisis baik lingkungan, sosial, maupun spiritual yang terus bermunculan. Buku ini hadir sebagai panggilan untuk kembali menimbang arah: bisakah kita membangun ekonomi yang tetap unggul tanpa kehilangan nurani?

Binti Masruroh, M.E., menawarkan perspektif segar dengan menyatukan prinsip-prinsip etika, spiritualitas, dan kemanusiaan dalam kerangka ekonomi. Ekonomi Berbasis Nilai bukan hanya wacana idealistik, tetapi disertai roadmap konkret, strategi perubahan, dan refleksi mendalam tentang tantangan serta peluang membangun ekosistem bisnis yang manusiawi dan berkeadaban.

Ditulis dengan gaya yang lugas namun reflektif, buku ini mengajak pembaca dari berbagai latar belakang akademisi, pelaku usaha, pengambil kebijakan, hingga masyarakat umum untuk terlibat aktif dalam membentuk masa depan ekonomi yang lebih adil, berkelanjutan, dan bermakna.

**Ini bukan sekadar buku ekonomi. Ini adalah seruan
untuk transformasi peradaban.**