

CORPORATE SPIRITUAL RESPONSIBILITY (CSpR) KONSTRUKSI MODEL CSR BERBASIS NILAI ISLAM DAN KONSEP “MAHA”

Rimi Gusliana Mais

Munir

Ririn Widyastuti Wulaningsih

Erita Oktasari

Desy Amaliati Setiawan

CORPORATE SPIRITUAL RESPONSIBILITY (CSpR)
KONSTRUKSI MODEL CSR BERBASIS NILAI ISLAM
DAN KONSEP “MAHA”

Dr. Rimi Gusliana Mais, M.SI, CSRS, CSRA,
Munir Lc., M.Hi,
Ririn Widyastuti Wulaningsih S.E., M.M., M.Ak., CSRS,
Erita Oktasari S.E., M.M., M.Ak.,
Desy Amaliati Setiawan., SE, M.Ak



PT. PENA PERSADA KERTA UTAMA

CORPORATE SPIRITUAL RESPONSIBILITY (CSpR)
KONSTRUKSI MODEL CSR BERBASIS NILAI ISLAM
DAN KONSEP “MAHA”

Penulis:

Dr. Rimi Gusliana Mais, M.SI, CSRS, CSRA., dkk

ISBN: 978-634-282-131-2

Design Cover:

Yasya Najmihuna A

Layout:

Widi Santosa Putra

PT. Pena Persada Kerta Utama

Redaksi:

Jl. Gerilya No. 292 Purwokerto Selatan, Kab. Banyumas
Jawa Tengah.

Email: penerbit.penapersada@gmail.com

Website: penapersada.id. Phone: (0281) 7771388

Anggota IKAPI: 178/JTE/2019

All right reserved

Cetakan pertama: 2026

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang
memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan cara apapun tanpa
izin penerbit

KATA PENGANTAR

Dalam perkembangan dunia usaha modern, perusahaan tidak lagi dipandang semata - mata sebagai entitas ekonomi yang berorientasi pada pencapaian laba, melainkan juga sebagai institusi sosial dan moral yang memiliki tanggung jawab terhadap manusia, masyarakat, dan lingkungan. Prinsip ini sejalan dengan pandangan Islam yang menempatkan aktivitas ekonomi sebagai bagian dari ibadah dan amanah, sebagaimana ditegaskan dalam Al-Qur'an bahwa "Dia telah menjadikan kamu khalifah-khalifah di bumi" (QS. Al-An'am [6]: 165). Oleh karena itu, setiap aktivitas bisnis pada hakikatnya mengandung dimensi pertanggungjawaban tidak hanya kepada sesama manusia, tetapi juga kepada Allah SWT.

Konsep *Corporate Social Responsibility (CSR)* selama ini telah berkembang sebagai instrumen penting dalam mendorong praktik bisnis berkelanjutan. Namun, dalam praktiknya, CSR sering kali dipahami secara prosedural dan materialistik, sehingga belum sepenuhnya menyentuh aspek moral dan spiritual yang menjadi fondasi perilaku etis. Islam memandang bahwa keberlanjutan dan tanggung jawab sosial tidak dapat dilepaskan dari nilai kejujuran, keadilan, dan amanah, sebagaimana firman Allah SWT: "Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada yang berhak menerimanya dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaklah kamu menetapkannya dengan adil" (QS. An-Nisa' [4]: 58).

Buku ini disusun sebagai upaya akademik untuk memperkaya diskursus tanggung jawab sosial perusahaan melalui pengembangan konsep *Corporate Spiritual Responsibility (CSPR)*, yakni pendekatan CSR yang mengintegrasikan dimensi spiritual Islam secara sistematis dan terukur. Terinspirasi dari kisah Nabi Yusuf AS dalam Al-Qur'an, khususnya pada QS. Yusuf ayat 54-55, buku ini memperkenalkan konsep MAHA (Makin, Amin, Hafidz, dan Alim) sebagai kerangka nilai yang merepresentasikan kekuasaan yang bijaksana, kejujuran dan integritas, perlindungan dan profesionalisme, serta kebijaksanaan

berbasis ilmu pengetahuan. Nilai-nilai tersebut mencerminkan karakter kepemimpinan Qur'ani yang relevan untuk menjawab tantangan tata kelola dan keberlanjutan korporasi masa kini. Buku ini menguraikan bagaimana nilai-nilai spiritual tersebut dioperasionalkan ke dalam lima pilar utama CSpR, yaitu kesejahteraan, filantropi, glocalitas, legal dan etika, serta visi dan integritas. Pendekatan ini sejalan dengan tujuan Maqasid al-Shariah yang menekankan perlindungan agama, jiwa, akal, harta, dan keturunan sebagai fondasi kesejahteraan manusia secara menyeluruh. Rasulullah SAW bersabda: "Sesungguhnya setiap kamu adalah pemimpin dan setiap kamu akan dimintai pertanggungjawaban atas kepemimpinannya" (HR. Bukhari dan Muslim), yang menegaskan bahwa tanggung jawab dalam kepemimpinan dan pengelolaan organisasi merupakan amanah yang harus dijalankan dengan penuh kesadaran etis dan spiritual.

Sebagai buku referensi nasional, karya ini tidak hanya menyajikan konstruksi konseptual dan teoretis, tetapi juga didukung oleh hasil penelitian empiris, analisis laporan keberlanjutan perusahaan, serta pandangan para akademisi, ulama, dan praktisi. Dengan pendekatan tersebut, buku ini diharapkan dapat menjadi rujukan ilmiah bagi perguruan tinggi, peneliti, pengambil kebijakan, serta praktisi bisnis dalam memahami dan mengimplementasikan tanggung jawab sosial perusahaan yang berlandaskan nilai-nilai Islam secara inklusif dan aplikatif.

Penulis menyadari bahwa penyusunan buku ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang setulus-tulusnya kepada para narasumber, institusi, serta seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam proses penelitian dan penyusunan buku ini hingga dapat diterbitkan sebagai referensi ilmiah.

Akhir kata, penulis berharap buku ini dapat memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik bisnis berkelanjutan di Indonesia, serta mendorong lahirnya korporasi yang tidak hanya unggul secara ekonomi, tetapi juga berkeadilan, beretika, dan bertanggung jawab secara spiritual, sebagaimana tujuan Islam untuk mewujudkan masalah bagi seluruh alam (rahmatan lil 'alamin).

Jakarta, April 2026

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I REVOLUSI EKONOMI DIGITAL DAN TANTANGAN	
ETIKA BISNIS MODERN.....	1
A. Transformasi Ekonomi Global di Era Digital.....	2
B. Kebangkitan Ekonomi Halal dan Dinamika Bisnis Syariah Global	4
C. Mengapa Sistem Etika Konvensional Belum Cukup	6
D. Masuknya Nilai Agama ke Ruang Bisnis Global.....	10
E. Momentum Kebangkitan “Islamic Ethical Business”	13
BAB II PONDASI AKUNTANSI DAN BISNIS SYARIAH MODERN.....	18
A. Prinsip Dasar Etika dan Bisnis Syariah: Masalahah, Maqasid al- Shariah, Amanah, dan Ihsan.....	19
B. Evolusi Akuntansi Syariah: Dari PSAK Syariah hingga Integrated Sharia Reporting	22
C. Kelemahan CSR Konvensional dalam Perspektif Syariah.....	27
D. Kebutuhan Kerangka Baru: Corporate Spiritual Responsibility (CSpR).....	28
BAB III KISAH NABI YUSUF AS SEBAGAI MODEL KEPEMIMPINAN EKONOMI.....	34
A. Konteks Surah Yusuf dalam Ekonomi dan Tata Kelola.....	37
B. Empat Atribut Utama Nabi Yusuf (QS 12:54-55) - Kerangka MAHA	40
C. Mengapa Kisah Ini Relevan dengan Bisnis Modern (Poin 8).....	43
D. Studi Kasus: Kepemimpinan Nabi Yusuf dalam Krisis.....	46
BAB IV KERANGKA MAHA FRAMEWORK: KONSEP INTI CORPORATE SPIRITUAL RESPONSIBILITY (CSpR).....	51
A. Lahirnya Konsep Corporate Spiritual Responsibility (CSpR).....	51
B. Empat Pilar MAHA Framework.....	53

C. Lima Dimensi Corporate Spiritual Responsibility (CSpR).....	59
D. Diagram Alur: MAHA → Lima Dimensi CSpR → Indikator Kinerja	67
E. Hubungan CSpR & Maqasid Shariah.....	70
BAB V METODE MENGUKUR SPIRITUALITAS	
PERUSAHAAN	73
A. Mengapa Spiritualitas Perusahaan Perlu Diukur.....	73
B. Pendekatan Penelitian: Metodologi Mixed-Method	77
C. Proses Penilaian dan 200 Indikator Spiritualitas Perusahaan (CSpR).....	80
D. Contoh Format Pengukuran Spiritualitas Perusahaan (CSpR).....	88
BAB VI INTEGRASI CSPR DALAM AKUNTANSI SYARIAH DAN PELAPORAN MODERN	92
A. Pendahuluan.....	92
B. Landasan Teoretis dan Praktis: Mengapa Integrasi Diperlukan	93
C. Bukti Empiris: Pola Pengungkapan dan Kinerja dalam Industri Syariah.....	100
D. Kerangka Integratif: Menggabungkan CSpR, ISR, dan ESG Menuju “MAHA-Based Reporting”	107
E. Implikasi, Keterbatasan, dan Rekomendasi	108
BAB VII MASA DEPAN AKUNTANSI SYARIAH DAN SPIRITUALITAS KORPORASI.....	111
A. Pendahuluan.....	111
B. Tren Global 2025–2030: Arah Baru Ekonomi Syariah dan Spiritualitas Korporasi.....	113
C. Panduan Praktis Implementasi CSpR untuk Perusahaan.....	125
DAFTAR PUSTAKA.....	130

CORPORATE SPIRITUAL RESPONSIBILITY (CSPR)
**KONSTRUKSI MODEL CSR BERBASIS NILAI ISLAM
DAN KONSEP “MAHA”**

BAB I

REVOLUSI EKONOMI DIGITAL DAN TANTANGAN ETIKA BISNIS MODERN

Perubahan mendasar dalam lanskap ekonomi digital telah menimbulkan urgensi baru bagi perusahaan untuk mengembangkan model tata kelola yang tidak hanya efisien secara teknologi, tetapi juga berakar pada nilai moral yang kuat. Meningkatnya praktik *greenwashing*, manipulasi laporan keberlanjutan, dan perilaku oportunistis korporasi menegaskan bahwa pendekatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* konvensional yang cenderung utilitarian tidak lagi memadai untuk merespons kompleksitas ekonomi digital modern (She & Michelin, 2019). Penelitian Hanic & Smolo (2023) misalnya, menunjukkan bahwa integrasi prinsip syariah mampu memberikan fondasi moral yang lebih kuat dalam praktik tanggung jawab sosial korporasi (Hanic & Smolo, 2023). Menunjukkan bahwa banyak perusahaan menerapkan CSR sebatas instrumen kepatuhan atau reputasi, bukan sebagai transformasi etika yang autentik. Dalam konteks tersebut, literatur kontemporer mendorong perlunya model etika bisnis yang mampu mengintegrasikan dimensi spiritual, moral, dan sosial sebagai respon terhadap meningkatnya tuntutan publik terhadap transparansi, akuntabilitas, dan keadilan dalam aktivitas ekonomi global (Baghi & Antonetti, 2021).

Keterbatasan CSR konvensional inilah yang mendorong lahirnya pendekatan baru seperti *Corporate Spiritual Responsibility (CSpR)* dan *MAHA Framework* yang diperkenalkan dalam artikel sumber. Model ini berangkat dari kritik terhadap kurangnya dimensi spiritual dalam tata kelola modern dan menawarkan kerangka alternatif yang mengintegrasikan Maqasid Al-Shariah, kepemimpinan profetik, serta indikator moral berbasis Al-Qur'an untuk menjawab tantangan ekonomi digital. Sejalan dengan temuan penelitian kolektif *Islam-based CSR* misalnya karya Hoque (Hoque et al., 2023) yang menegaskan bahwa *spiritual awareness* berkontribusi langsung terhadap peningkatan kinerja keberlanjutan organisasi MAHA CSpR hadir sebagai model yang secara empiris dan konseptual mampu

menjembatani kesenjangan antara kebutuhan etika korporasi modern dan nilai-nilai transendental dalam Islam. Pendekatan ini memperkuat argumen bahwa transformasi tata kelola tidak cukup hanya bersifat prosedural, tetapi harus bertumpu pada internalisasi nilai amanah, integritas, kepemimpinan berbasis hikmah, dan tanggung jawab kolektif sebagaimana ditunjukkan dalam studi-studi terbaru mengenai Islamic governance.

A. Transformasi Ekonomi Global di Era Digital

Dalam dua dekade terakhir, transformasi ekonomi global mengalami percepatan luar biasa seiring berkembangnya digitalisasi, otomatisasi, dan integrasi pasar internasional. Perkembangan *big data*, kecerdasan buatan, *e-commerce* lintas negara, *fintech*, dan *blockchain* telah menggantikan banyak model bisnis tradisional, membentuk ekosistem ekonomi baru yang terhubung tanpa batas geografis. Literatur kontemporer menyebut fase ini sebagai *hyper-digital economy*, di mana kecepatan inovasi dan perubahan perilaku konsumen menuntut perusahaan beradaptasi secara strategis dan etis (Kumar et al., 2025).

Transformasi digital tidak hanya mengubah struktur operasional perusahaan, tetapi juga mempengaruhi orientasi nilai, etika, dan standar moral yang digunakan dalam pengambilan keputusan bisnis. Perusahaan modern menghadapi tekanan publik yang semakin kuat untuk menunjukkan transparansi, komitmen lingkungan, serta tanggung jawab sosial. Namun, penelitian menunjukkan adanya kesenjangan signifikan antara praktik pelaporan keberlanjutan dan realitas implementasinya. She dan Michelin (2019) menyebut fenomena ini sebagai *organised hypocrisy*, yaitu ketika perusahaan memproduksi laporan CSR yang tampak progresif tetapi tidak mencerminkan perilaku operasional yang nyata (She & Michelin, 2019). Temuan serupa juga diidentifikasi Hoque et al. (2023), yang menegaskan bahwa banyak organisasi tetap menggunakan pendekatan CSR secara simbolik demi legitimasi sosial, bukan sebagai transformasi moral yang substantif.

Konteks ekonomi digital yang semakin kompleks ini juga berkaitan langsung dengan meningkatnya praktik *greenwashing*, skandal *fraud* korporasi, penyimpangan etika bisnis, dan manipulasi informasi dalam laporan keberlanjutan. Studi terbaru oleh Ghoniyah et al. (2024) menegaskan bahwa rendahnya kesadaran spiritual dalam organisasi menjadi salah satu akar lemahnya komitmen etis perusahaan, khususnya ketika tekanan kompetitif mendorong pengambilan keputusan yang berorientasi jangka pendek. Kondisi ini memperkuat argumen bahwa sistem etika utilitarian tidak cukup memadai dalam merespons tantangan ekonomi digital yang sarat ambiguitas moral.

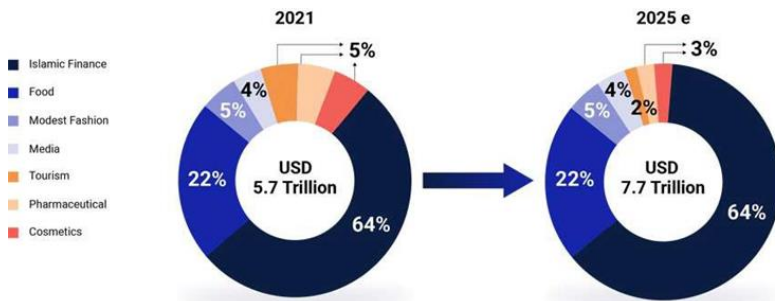
Karena kelemahan tersebut, muncul kebutuhan mendesak untuk mengembangkan kerangka etika baru yang mampu mencakup aspek spiritual, moral, dan tanggung jawab kolektif. Hal ini sangat relevan terutama bagi negara dengan populasi Muslim besar seperti Indonesia, di mana nilai-nilai etika Islam dapat memberikan fondasi normatif yang lebih kuat dalam menjawab dinamika tata kelola modern. Pendekatan seperti *Islamic Social Reporting* (ISR), *Islamic CSR*, dan *Corporate Spiritual Responsibility* (CSpR) mulai mendapatkan perhatian karena tidak hanya mengatur perilaku perusahaan pada level eksternal, tetapi juga membentuk kesadaran moral internal yang mendasari tata kelola jangka Panjang (Mulyani & Kurniawati, 2023). Hanic dan Smolo (2023) menunjukkan bahwa integrasi prinsip syariah dapat menghasilkan model keberlanjutan yang lebih autentik dan tangguh dibandingkan kerangka CSR konvensional.

Dengan demikian, transformasi ekonomi global di era digital bukan hanya menuntut perubahan struktur bisnis, tetapi juga revolusi paradigma etika perusahaan. Tantangan modern tidak dapat dijawab melalui pendekatan CSR yang bersifat prosedural; diperlukan kerangka yang menempatkan nilai spiritual, amanah, dan kemaslahatan sebagai inti keberlanjutan korporasi. Di sinilah kerangka MAHA *Framework* dan CSpR Model menjadi relevan sebagai respons konseptual atas kegelisahan etis yang muncul dalam ekosistem ekonomi digital kontemporer.

B. Kebangkitan Ekonomi Halal dan Dinamika Bisnis Syariah Global

Pertumbuhan ekonomi halal pada dekade terakhir menunjukkan tren yang semakin kuat dan konsisten, yang dipengaruhi oleh peningkatan jumlah konsumen Muslim, penguatan ekosistem halal global, serta berkembangnya preferensi masyarakat terhadap produk yang lebih etis, aman, dan berkelanjutan.

Laporan-laporan Internasional seperti *State of Global Islamic Economy Report* menunjukkan bahwa nilai ekonomi halal global telah menembus lebih dari USD 2 triliun dan diproyeksikan terus meningkat hingga lebih dari USD 3,5 triliun pada 2025. Tren ini sejalan dengan penelitian dalam negeri yang mengonfirmasi bahwa ekonomi halal menjadi salah satu pilar utama pembangunan ekonomi baru, baik dalam sektor makanan, pariwisata, fashion, farmasi, maupun keuangan syariah (Rahayu & Santoso, 2021). Di Indonesia, perkembangan ini diperkuat oleh besarnya populasi Muslim yang menciptakan potensi pasar domestik yang sangat besar, sekaligus membuka peluang untuk menjadikan Indonesia sebagai pusat industri halal dunia.

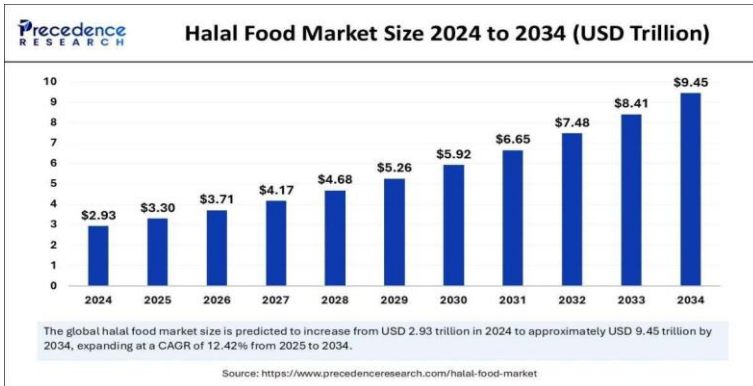


Sources: *Global Islamic Economy 21/22*, *Global Islamic Report 16/17*

Selain pertumbuhan pasar, kebangkitan ekonomi halal juga terkait erat dengan peningkatan perhatian terhadap etika bisnis berbasis nilai Islam. Banyak penelitian menyoroti bahwa konsumen Muslim kini tidak hanya mempertimbangkan aspek kehalalan produk, tetapi juga mempertimbangkan integritas

perusahaan, transparansi proses produksi, serta komitmen perusahaan terhadap prinsip Maqasid Al-Shariah (Hidayat & Taufik, 2020). Dengan demikian, kebangkitan ekonomi halal tidak dapat dipahami semata-mata sebagai fenomena ekonomi, tetapi sebagai transformasi nilai dalam perilaku konsumsi dan praktik bisnis. Hal ini memperkuat posisi akuntansi syariah, *Islamic Social Reporting (ISR)*, dan model pelaporan etis sebagai kebutuhan strategis dalam tata kelola korporasi modern.

Di Indonesia, pertumbuhan ekonomi halal didorong oleh populasi Muslim terbesar di dunia, kebijakan pemerintah, serta meningkatnya preferensi konsumen terhadap produk yang aman, etis, dan sesuai syariah. Studi Hidayat & Taufik (2020) menegaskan bahwa konsumen Muslim kini tidak hanya menuntut kehalalan produk, tetapi juga integritas rantai pasok, kejujuran perusahaan, dan komitmen terhadap maqasid al-shariah (Hidayat & Taufik, 2020). Beberapa Penelitian juga menunjukkan peningkatan kesadaran organisasi dalam mengintegrasikan nilai-nilai Islam ke dalam praktik bisnis sehari-hari. Studi oleh Baihaqi dan Setiawan (2022) menemukan bahwa perusahaan yang menerapkan prinsip amanah dan integritas dalam rantai pasok memperoleh tingkat kepercayaan konsumen yang lebih tinggi, terutama pada industri makanan halal dan UMKM. Sementara itu, riset oleh Mulyani dan Kurniawati (2023) menunjukkan bahwa lembaga keuangan syariah yang menerapkan pelaporan ISR cenderung memiliki performa keberlanjutan lebih baik dibandingkan lembaga yang menggunakan kerangka CSR konvensional. Bukti empiris tersebut menunjukkan bahwa pendekatan berbasis syariah tidak hanya bernilai moral, tetapi juga berdampak nyata terhadap reputasi dan kinerja bisnis.



Di tingkat global, dinamika ekonomi halal juga memengaruhi perkembangan standar etika dan pelaporan yang harus diadopsi perusahaan. Keberadaan model seperti ISR dan Islamic CSR dianggap semakin penting dalam memberikan alternatif terhadap pendekatan ESG konvensional yang dinilai kurang mencerminkan dimensi spiritualitas (Sutrisno & Abdullah, 2022). Dalam konteks penelitian yang lebih luas, hal ini memberikan landasan kuat untuk mendorong perusahaan mengadopsi kerangka tata kelola lebih komprehensif seperti *Corporate Spiritual Responsibility* (CSpR) dan *MAHA Framework*, yang mengintegrasikan nilai amanah, masalah, keadilan, serta kepemimpinan profetik sebagai bagian dari prinsip keberlanjutan yang holistik.

C. Mengapa Sistem Etika Konvensional Belum Cukup

Kerangka etika barat seperti *utilitarianisme*, *deontologi*, dan *stakeholder theory* telah lama digunakan sebagai fondasi pengambilan keputusan moral dalam bisnis modern. Model-model tersebut dirancang ketika struktur ekonomi masih bersifat industrial, informasi terbatas, dan relasi bisnis relatif sederhana. Namun, ketika bisnis memasuki era digital yang ditandai oleh otomatisasi, integrasi data global, dan platform ekonomi berbasis algoritma, muncul tantangan etis baru yang tidak dapat dijawab secara memadai oleh pendekatan etika tradisional. Perubahan ini menimbulkan kebutuhan untuk menilai kembali kerangka etika

konvensional, terutama karena ekonomi digital menciptakan ruang sosial baru yang sarat asimetri informasi, kecepatan pengambilan keputusan, dan risiko moral yang melampaui batas-batas teori etika klasik. Namun, kemunculan masalah moral dalam ekonomi digital memperlihatkan keterbatasan pendekatan ini.

1. Etika utilitarian terlalu berorientasi hasil (*outcome-based*)

Utilitarianisme menilai moralitas tindakan berdasarkan tingkat manfaat yang dihasilkan bagi sebanyak mungkin orang. Meskipun pendekatan ini sederhana dan pragmatis, dalam praktik bisnis modern ia cenderung menghasilkan keputusan yang mengutamakan kepentingan korporasi dan persepsi publik daripada nilai moral substantif. Di era ekonomi digital, perusahaan semakin mengandalkan praktik CSR (*Corporate Social Responsibility*) berbasis narasi bukan perilaku nyata demi menjaga citra merek dan legitimasi sosial.

She & Michelon (2019), dalam studi berbasis analisis konten media sosial perusahaan, menemukan bahwa banyak perusahaan mempraktikkan *organized hypocrisy*, yaitu ketidaksesuaian antara pesan CSR yang dikomunikasikan dengan tindakan yang dilakukan. Mereka menunjukkan bahwa orientasi utilitarian perusahaan menyebabkan CSR menjadi alat untuk mengelola persepsi *stakeholders*, bukan sebagai mekanisme transformasi moral yang autentik. Fenomena ini semakin menonjol di era digital karena perusahaan dapat mengontrol narasi publik dengan mudah melalui platform daring.

Penelitian Baghi & Antonetti (2021) memperkuat kesimpulan ini dengan menunjukkan bahwa publik bereaksi negatif ketika ketidakselarasan (*CSR hypocrisy*) terbongkar. Dalam konteks etika utilitarian, perusahaan sering mengutamakan “hasil menguntungkan” peningkatan reputasi, legitimasi, dan hubungan publik meskipun mengorbankan integritas moral. Oleh karena itu, pendekatan utilitarian semakin dianggap tidak memadai, terutama ketika digunakan untuk memandu perilaku etis perusahaan digital yang operasinya semakin kompleks dan berdampak luas.

2. Tidak menyentuh kesadaran moral-spiritual

Kelemahan mendasar dari etika konvensional adalah fokusnya yang terlalu besar pada aturan eksternal (*external code of conduct*), tanpa menyentuh aspek internal seperti niat, integritas spiritual, akhlak, dan amanah. Dalam Islam dan banyak tradisi moral lainnya, dimensi batin ini merupakan inti dari tindakan etis. Namun, etika Barat modern cenderung memisahkan moralitas dari spiritualitas, sehingga menciptakan kerangka etika yang kering, teknis, dan tidak menyentuh fondasi moral manusia.

Dalam ekonomi digital, di mana keputusan bisnis sering kali terjadi dalam situasi ambigu dan penuh tekanan kompetitif, kesadaran moral internal justru menjadi faktor yang paling menentukan. Ghoniyah, Amilahaq, & Hartono (2024) menunjukkan bahwa spiritual *awareness* memiliki pengaruh positif yang kuat terhadap perilaku etis dan kinerja keberlanjutan organisasi. Institusi dengan kesadaran moral-spiritual yang tinggi menunjukkan tingkat kejujuran yang lebih konsisten, komitmen yang lebih kuat terhadap keberlanjutan, serta kecenderungan lebih rendah terhadap praktik manipulatif.

Selain itu, riset Hanic & Smolo (2023) tentang Islamic CSR menegaskan bahwa integrasi nilai-nilai spiritual seperti amanah, ihsan, dan Maqasid Al-Shariah mampu memulihkan kelemahan etika konvensional yang hanya bertumpu pada indikator rasional pragmatis. Dengan kata lain, etika yang tidak menyentuh dimensi batin tidak dapat bertahan dalam konteks ekonomi digital yang penuh tekanan, ambiguitas, dan peluang penyimpangan moral.

3. Tidak Mampu Menangani Dilema Moral Era Digital

Ekonomi digital melahirkan dilema etika baru yang tidak dikenal sebelumnya di era industri. Kompleksitas teknologi seperti algoritma, kecerdasan buatan, big data, dan platform ekonomi menuntut kerangka etika yang lebih komprehensif, adaptif, dan mampu mengantisipasi konsekuensi tidak

terduga. Etika konvensional hanya mengatur perilaku lahiriah dan tidak menyentuh dimensi batin seperti amanah, integritas spiritual, dan ihsan. Padahal studi Ghoniyah et al. (2024) menunjukkan bahwa *spiritual awareness* berpengaruh langsung terhadap perilaku etis dan keberlanjutan organisasi. Ekonomi digital melahirkan dilema baru:

- a. bias algoritma ; Sistem kecerdasan buatan kerap menghasilkan keputusan diskriminatif karena dilatih menggunakan data bias. Etika utilitarian tidak mampu menjawab masalah ini karena bias teknologi sering tidak terlihat dan dampaknya tidak terdistribusi secara merata.
- b. eksploitasi data pribadi ; Perusahaan digital mengumpulkan dan memonetisasi data pada skala yang belum pernah terjadi sebelumnya. Kerangka etika klasik tidak memadai untuk mengatur pemanfaatan data yang melanggar privasi pengguna maupun menciptakan ketimpangan kekuasaan informasi.
- c. ketidakadilan platform *gig economy* ; Platform seperti ojek online, *marketplace*, dan layanan digital menempatkan pekerja dalam situasi kontraktual yang tidak stabil. Isu keadilan, kesejahteraan, dan hak pekerja menjadi dilema moral baru yang sulit dijawab dengan teori etika konvensional.
- d. praktik *greenwashing* ; Digitalisasi justru mempermudah perusahaan memanipulasi narasi keberlanjutan, sebagaimana dipaparkan oleh She & Michelin (2019). Perusahaan dapat menampilkan citra hijau tanpa perubahan struktural yang nyata.
- e. transparansi rantai pasok global ; Digitalisasi rantai pasok memperluas jarak moral antara produsen, distributor, dan konsumen. Pelanggaran etika dalam rantai pasok sulit dilacak, sehingga etika konvensional gagal memberikan kerangka tanggung jawab yang jelas.

Kerangka etika tradisional tidak cukup kuat untuk menjawab persoalan moral yang muncul dari teknologi eksponensial ini.

D. Masuknya Nilai Agama ke Ruang Bisnis Global

Transformasi ekonomi global dalam dua dekade terakhir tidak hanya ditandai oleh digitalisasi, otomatisasi, dan integrasi pasar, tetapi juga oleh munculnya kembali nilai-nilai spiritual dan religius dalam wacana etika bisnis Internasional. Fenomena ini bukanlah kebangkitan religiositas dalam arti konvensional, melainkan respons terhadap kegagalan model etika korporasi modern yang bersifat instrumental, utilitarian, dan sering kali tidak mampu menjamin akuntabilitas moral perusahaan dalam ekosistem ekonomi digital.

Banyak penelitian mutakhir menunjukkan bahwa korporasi global mulai mengintegrasikan nilai-nilai religius terutama nilai Islam, Buddhisme, dan spiritualitas lintas budaya sebagai bagian dari strategi tata kelola dan keberlanjutan. Nilai agama dipandang mampu mengisi kekosongan moral yang tidak dapat ditangani oleh pendekatan CSR konvensional. Dalam konteks ini, nilai Islam memperoleh perhatian khusus karena menawarkan kerangka etika yang komprehensif, integratif, dan berorientasi pada kesejahteraan jangka panjang (masalah).

Kelemahan CSR konvensional mendorong munculnya pendekatan etika berbasis nilai religius. Nilai agama khususnya Islam menjadi rujukan dalam upaya memperkuat moralitas bisnis global. Tiga faktor utama mendorong tren ini:

1. Krisis legitimasi CSR utilitarian

CSR (*Corporate Social Responsibility*) konvensional mengalami krisis legitimasi karena sering dianggap sebagai praktik simbolik yang tidak mencerminkan tanggung jawab moral yang autentik. Pendekatan CSR yang dominan di dunia Barat cenderung berakar pada logika utilitarian, yaitu menilai tindakan berdasarkan manfaat terbesar yang dapat dihasilkan. Dalam praktiknya, CSR utilitarian sering kali menjadi alat strategis untuk meningkatkan reputasi perusahaan, bukan sebagai komitmen etis yang sungguh-sungguh.

She & Michelon (2019) menunjukkan bahwa banyak perusahaan melakukan *organized hypocrisy*, yaitu ketidaksesuaian antara narasi CSR yang dikomunikasikan

kepada publik dengan tindakan nyata di lapangan (She & Michelon, 2019). Fenomena ini semakin tampak dalam ekonomi digital, ketika perusahaan dapat dengan mudah memanipulasi citra keberlanjutan melalui media sosial dan pelaporan daring. Praktik - praktik simbolik seperti ini melemahkan kepercayaan publik dan memunculkan kebutuhan akan model etika yang lebih transenden, tulus, dan tidak mudah direkayasa.

Baghi & Antonetti (2021) menegaskan bahwa publik semakin sensitif terhadap ketidakkonsistenan CSR. Ketika perusahaan tidak menjalankan nilai yang mereka promosikan, tingkat kepercayaan konsumen menurun drastis, bahkan memicu boikot moral (Baghi & Antonetti, 2021). Krisis kepercayaan inilah yang mendorong pencarian alternatif etika yang lebih kokoh, salah satunya melalui nilai-nilai spiritual dan religius.

2. Perubahan preferensi generasi Milenial & Gen-Z

Masuknya nilai agama ke ruang bisnis global juga dipicu oleh pergeseran orientasi generasi muda. Milenial dan Gen-Z yang kini menjadi konsumen terbesar dan tenaga kerja dominan memiliki preferensi nilai yang berbeda dibanding generasi sebelumnya. Mereka cenderung:

- a. mendukung perusahaan yang memiliki tujuan yang jelas,
- b. mengutamakan keberlanjutan sosial-lingkungan,
- c. menuntut transparansi dan akuntabilitas,
- d. menghindari perusahaan yang melakukan *greenwashing* atau praktik tidak etis,
- e. dan menilai integritas perusahaan melalui tindakan, bukan sekadar narasi pemasaran.

Penelitian global menunjukkan bahwa 70% Gen-Z memilih produk dari perusahaan yang memiliki komitmen etika dan dampak sosial yang jelas (Deloitte Millennial Survey, 2023). Fenomena ini berlaku tidak hanya di negara-negara Barat, tetapi juga di negara-negara mayoritas Muslim.

Menurut Ghoniyah et al. (2024), generasi muda Muslim semakin mengutamakan keselarasan antara nilai spiritual dengan konsumsi sehari-hari. Kesadaran espiritual yang meningkat mendorong mereka memilih perusahaan yang mempraktikkan amanah, kejujuran, dan tanggung jawab lingkungan. Perubahan preferensi ini menjadikan nilai-nilai agama relevan kembali dalam praktik bisnis global. Dengan demikian, integrasi nilai agama bukan sekadar fenomena kultural, tetapi strategi adaptif bagi perusahaan untuk bertahan dalam lanskap konsumen yang semakin sadar nilai.

3. Berkembangnya *Islamic Ethical Economy*

Faktor ketiga yang mendorong masuknya nilai agama, khususnya nilai Islam, ke ruang bisnis global adalah pertumbuhan pesat ekosistem *Islamic Ethical Economy*. Ekonomi etis berbasis Islam tidak hanya relevan untuk negara Muslim, tetapi telah menjadi perhatian global karena menawarkan kerangka etika yang menyatukan aspek spiritual, moral, sosial, dan ekonomi secara holistik.

Islamic Ethical Economy mencakup:

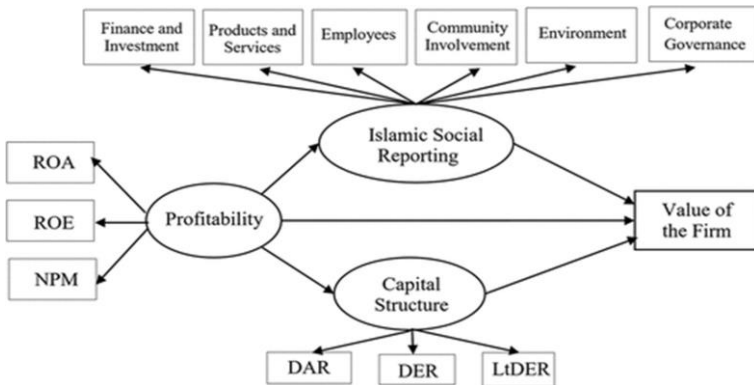
- a. Keadilan sosial, termasuk larangan eksploitasi dan prinsip moderasi (*wasathiyah*)
- b. Kesejahteraan umum (*maslahah*), yang memastikan aktivitas bisnis membawa manfaat kolektif
- c. Tanggung jawab lingkungan, melalui prinsip amanah terhadap alam
- d. Akuntabilitas spiritual, di mana pelaku bisnis tidak hanya bertanggung jawab kepada pemangku kepentingan manusia, tetapi juga kepada Tuhan

Hanic & Smolo (2023) menunjukkan bahwa model *Islamic CSR* yang berbasis Maqasid Al-Shariah menawarkan pendekatan etika yang lebih stabil, konsisten, dan *value driven* dibanding CSR konvensional. Model ini mengintegrasikan dimensi spiritual ke dalam proses pengambilan keputusan, sehingga lebih tahan terhadap tekanan utilitarianisme pasar.

Selain itu, pertumbuhan ekonomi halal global yang diproyeksikan mencapai USD 3,5 triliun pada 2025 menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam telah menjadi faktor ekonomi strategis. Mulyani & Kurniawati (2023) juga menemukan bahwa perusahaan yang menerapkan *Islamic Social Reporting (ISR)* memiliki kinerja keberlanjutan yang lebih kuat dibandingkan perusahaan dengan pelaporan CSR standar.

Dengan berkembangnya *Islamic ESG, Islamic Social Finance,* dan halal *supply chain,* agama menjadi sumber legitimasi etis yang diakui tidak hanya oleh masyarakat Muslim, tetapi oleh konsumen global yang mengutamakan integritas, transparansi, dan kesejahteraan sosial.

Gambar : Peta Perkembangan CSR Konvensional vs CSR Islam



E. Momentum Kebangkitan “Islamic Ethical Business”

Perkembangan ekonomi global yang ditandai oleh krisis kepercayaan publik, maraknya *greenwashing,* dan ketidakmampuan model CSR konvensional untuk memberikan fondasi moral yang kuat telah mendorong munculnya paradigma baru dalam tata kelola bisnis, yaitu *Islamic Ethical Business.* Kebangkitan model etika bisnis Islam tidak hanya terjadi di negara-negara mayoritas Muslim, tetapi telah menjadi fenomena global yang diperhatikan dalam wacana keberlanjutan, *governance,* dan inovasi etika.

Dalam konteks ekonomi digital yang semakin kompleks dan sarat dilema moral, pendekatan etika Islam memperoleh daya tarik karena menawarkan kerangka kerja yang menyatukan nilai spiritual, sosial, dan ekonomi secara harmonis. Etika bisnis Islam tidak hanya berfungsi sebagai landasan moral, tetapi juga sebagai strategi keberlanjutan (*sustainability strategy*) yang berorientasi pada kemaslahatan jangka panjang.

Kebangkitan "*Islamic Ethical Business*" ditopang oleh tiga pilar utama: nilai klasik Islam (zakat, amanah, akuntabilitas spiritual), keselarasan maqasid al-shariah dengan *Sustainable Development Goals (SDGs)*, dan perkembangan tren global seperti *Islamic ESG, Islamic Social Finance, dan Halal Supply Chain*.

1. Nilai Klasik Islam: Zakat, Amanah, dan Akuntabilitas Spiritual

Akar etika bisnis Islam terbangun dari nilai-nilai inti yang telah menjadi fondasi moral umat Islam sejak awal sejarah ekonomi Islam. Di antara nilai-nilai tersebut, tiga komponen menjadi pilar utama: zakat, amanah, dan akuntabilitas spiritual.

Zakat bukan sekadar kewajiban ibadah, tetapi mekanisme distribusi ekonomi yang bertujuan untuk memastikan terciptanya keadilan sosial. Fungsi zakat dalam konteks bisnis modern bukan hanya terkait pembayaran kewajiban, tetapi juga mencerminkan komitmen perusahaan terhadap pemerataan kekayaan dan keberlanjutan sosial.

Hoque et al. (2023) menemukan bahwa integrasi zakat ke dalam model CSR meningkatkan efektivitas perusahaan dalam berkontribusi pada pencapaian SDGs, khususnya dalam pengentasan kemiskinan, pemerataan ekonomi, dan pembangunan sosial berkelanjutan. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen keuangan Islam dapat memperkuat tata kelola korporasi melalui prinsip keberlanjutan spiritual.

Amanah merupakan konsep moral yang menekankan kejujuran, integritas, dan komitmen untuk memenuhi janji. Dalam konteks tata kelola bisnis modern, amanah berkaitan dengan transparansi, akuntabilitas, dan perlindungan hak-hak pemangku kepentingan.

Penelitian Baihaqi & Setiawan (2022) menunjukkan bahwa dalam industri halal, amanah memiliki pengaruh langsung terhadap kepercayaan konsumen dan persepsi kualitas. Nilai ini menjadi semakin penting dalam era digital ketika kepercayaan menjadi salah satu faktor paling menentukan keberlangsungan bisnis.

Tidak seperti CSR konvensional yang berfokus pada pelaporan eksternal, etika Islam menekankan akuntabilitas batin bahwa tindakan manusia diawasi bukan hanya oleh publik atau regulator, tetapi juga oleh Tuhan. Perspektif ini menciptakan mekanisme penguatan moral internal yang tidak dimiliki oleh model etika bisnis Barat.

Ghonyah et al. (2024) menemukan bahwa *spiritual awareness* berpengaruh signifikan terhadap perilaku etis dan keberlanjutan organisasi. Perusahaan dengan tingkat akuntabilitas spiritual lebih tinggi cenderung lebih konsisten dalam menjalankan nilai-nilai etis, bahkan dalam kondisi tekanan ekonomi (Ghonyah et al., 2024; Hanic et al., 2023).

2. Kesesuaian Maqasid al-Shariah dengan *Sustainable Development Goals (SDGs)*

Momentum kebangkitan etika bisnis Islam juga diperkuat oleh temuan bahwa maqasid al-shariah memiliki keselarasan yang kuat dengan tujuan pembangunan global yang ditetapkan PBB dalam SDGs. Maqasid Al-Shariah, sebagai tujuan utama hukum Islam, bertujuan melindungi dan memajukan lima aspek fundamental kehidupan manusia: jiwa (*hifz al-nafs*), akal (*hifz al-'aql*), harta (*hifz al-maal*), keturunan (*hifz al-nasl*), dan lingkungan/eksistensi (*hifz al-bi'ah* sebagai perluasan kontemporer). Beberapa keselarasan utama antara Maqasid dan SDGs antara lain:

Maqasid Syariah	SDGs Terkait
<i>Hifz al-nafs</i>	Kesehatan, pangan berkelanjutan (SDG 2-3)
<i>Hifz al-'aql</i>	Pendidikan berkualitas (SDG 4)

<i>Hifz al-maal</i>	Ekonomi inklusif & pekerjaan layak (SDG 8-9)
<i>Hifz al-bi'ah</i>	Perlindungan lingkungan (SDG 13-15)
Keadilan & kesejahteraan	Pengentasan kemiskinan & ketimpangan (SDG 1-10)

Kesesuaian ini menyebabkan kerangka *Islamic ESG* (*Environmental, Social, Governance*) semakin diminati. Sutrisno & Abdullah (2022) menyatakan bahwa *Islamic ESG* lebih komprehensif dibanding *ESG* konvensional karena menambahkan dimensi spiritual-transendental yang tidak dapat dimasukkan dalam kerangka Barat.

Selain itu, *maqasid* menawarkan orientasi moral yang lebih kuat untuk mencegah *greenwashing* dan praktik *CSR* simbolik, karena keberlanjutan tidak hanya dinilai melalui indikator eksternal, tetapi melalui komitmen nilai internal perusahaan.

3. Tren Global: *Islamic ESG*, *Islamic Social Finance*, dan *Halal Supply Chain*

Momentum kebangkitan *Islamic Ethical Business* semakin menguat melalui munculnya tiga tren global: *Islamic ESG*, *Islamic Social Finance*, dan *Halal Supply Chain*. *Islamic ESG* menambahkan komponen *spiritual accountability* ke dalam kerangka keberlanjutan. Pendekatan ini tidak hanya mengevaluasi dampak lingkungan dan sosial, tetapi juga mengukur niat, integritas, dan komitmen moral pemimpin organisasi. Penelitian Hanic & Smolo (2023) menunjukkan bahwa *Islamic ESG* menghasilkan tata kelola yang lebih stabil karena tidak hanya mengandalkan parameter ekonomi, tetapi memasukkan nilai masalah dan amanah sebagai indikator keberlanjutan.

Instrumen keuangan sosial Islam seperti zakat, infak, dan wakaf produktif telah menjadi mekanisme inovatif untuk mendukung pembangunan ekonomi inklusif. Berbeda dengan

filantropi konvensional, *Islamic Social Finance* memiliki struktur legal religius yang memastikan distribusi kekayaan berlangsung berkelanjutan dan terarah untuk kemaslahatan umum. Hoque et al. (2023) menemukan bahwa integrasi zakat dengan CSR modern menciptakan model hibrida yang lebih efektif dalam menurunkan kemiskinan dan meningkatkan pemerataan. Rantai pasok halal menekankan integritas produk, transparansi proses, dan kepatuhan nilai dari titik produksi hingga konsumsi.

Penelitian Baihaqi & Setiawan (2022) menemukan bahwa *halal supply chain* meningkatkan brand trust dan loyalitas konsumen karena dipandang lebih etis, lebih transparan, dan tidak rentan manipulasi. Momentum kebangkitan *Islamic Ethical Business* bukan sekadar respon religius terhadap krisis moral global, tetapi merupakan pergeseran paradigma menuju tata kelola yang spiritual-transformatif. Dengan fondasi nilai klasik Islam, keselarasan maqasid dengan agenda pembangunan global, serta tren baru seperti *Islamic ESG* dan *halal supply chain*, Islam menawarkan kerangka etika yang solutif bagi problem moral abad ke-21. *Islamic Ethical Business* tidak hanya menjadi alternatif dari CSR konvensional yang gagal, tetapi juga menjadi model etika masa depan yang lebih komprehensif, berkeadilan, dan berorientasi pada kemaslahatan universal.

BAB II

PONDASI AKUNTANSI DAN BISNIS SYARIAH MODERN

Transformasi etika bisnis global yang diuraikan pada BAB 1 menegaskan bahwa kerangka etika konvensional tidak lagi memadai dalam menghadapi kompleksitas moral ekonomi digital. Sejumlah peneliti menekankan bahwa kegagalan etika Barat muncul karena pendekatannya yang terlalu prosedural dan tidak menyentuh nilai moral intrinsik. Sebagaimana dikemukakan She & Michelon (2019), *“Modern CSR practices often disguise organizational misconduct behind symbolic disclosures,”* yang menunjukkan bahwa model CSR kontemporer hanya bekerja pada tataran retorika, bukan transformasi etis (She & Michelon, 2019). Kritik serupa juga muncul pada penelitian Rahayu & Santoso (2021) dalam kajiannya mengenai praktik keberlanjutan di Indonesia bahwa “perusahaan cenderung fokus pada compliance daripada upaya substantif dalam menciptakan kemaslahatan” (Rahayu & Santoso, 2021). Kondisi ini mengindikasikan adanya “kesenjangan moral” dalam tata kelola konvensional yang tidak mampu menahan praktik *greenwashing*, bias algoritmik, ataupun manipulasi pelaporan keberlanjutan yang semakin berkembang dalam ekosistem digital.

Dalam konteks inilah akuntansi dan bisnis syariah mendapatkan relevansi baru sebagai kerangka etika alternatif yang lebih komprehensif dan spiritual. Prinsip-prinsip seperti masalah, maqasid al-shariah, amanah, dan ihsan menawarkan dasar moral yang tidak hanya pragmatis namun juga transendental. Ghoniyah et al. (2024) menegaskan bahwa *“spiritual awareness serves as a determinant of ethical resilience within organizational culture,”* sehingga dimensi spiritual bukan lagi dianggap tambahan, melainkan prasyarat moral dalam tata kelola modern (Ghoniyah et al., 2024). Penelitian Mulyani & Kurniawati (2023) juga menggarisbawahi bahwa “akuntansi syariah tidak hanya berfungsi sebagai sistem pencatatan, tetapi sebagai instrumen pertanggungjawaban moral kepada Allah dan masyarakat” (Mulyani & Kurniawati, 2023). Dengan demikian, pendekatan syariah

memberikan fondasi normatif yang lebih kuat dan responsif terhadap tantangan etika kontemporer. BAB ini akan menguraikan bagaimana fondasi-fondasi tersebut membentuk paradigma akuntansi syariah modern, sekaligus menunjukkan perbedaannya dengan kerangka pelaporan Barat melalui analisis evolusi PSAK Syariah, ISR, dan model pelaporan terintegrasi berbasis maqasid.

A. Prinsip Dasar Etika dan Bisnis Syariah: Masalah, Maqasid al-Shariah, Amanah, dan Ihsan

Perkembangan akuntansi dan bisnis syariah modern tidak dapat dipahami tanpa meninjau fondasi filosofis yang membentuk kerangka nilai Islam. Nilai-nilai inti seperti *Maslahah*, *Maqasid Al-Shariah*, amanah, dan ihsan membentuk landasan moral yang mengarahkan praktik ekonomi menuju tujuan sosial dan spiritual yang lebih luas. Dalam perspektif Islam, aktivitas ekonomi tidak bersifat sekuler atau netral secara etis, tetapi merupakan bagian integral dari ibadah dan tanggung jawab manusia terhadap Tuhan dan masyarakat. Oleh karena itu, prinsip-prinsip tersebut menjadi kerangka utama dalam memahami bagaimana sistem akuntansi syariah dikembangkan dan bagaimana etika bisnis Islam dirumuskan sebagai alternatif dari etika konvensional.

1. Masalah sebagai Orientasi Kesejahteraan Kolektif

Konsep *maslahah* merujuk pada upaya menciptakan manfaat dan menghindari kerusakan (mafsadah) dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk aktivitas ekonomi. Dalam konteks modern, masalah dipahami sebagai kesejahteraan sosial secara menyeluruh, meliputi kesejahteraan material, spiritual, psikologis, dan lingkungan. Pendekatan akuntansi syariah didasarkan pada orientasi masalah ini, yang menempatkan kesejahteraan masyarakat di atas kepentingan individu atau korporasi semata. Inilah yang membedakan prinsip ekonomi Islam dari ekonomi konvensional yang lebih menekankan pada efisiensi dan profitabilitas.

Penelitian Hanic & Smolo (2023) menunjukkan bahwa instrumen tata kelola berbasis masalah memiliki konsistensi moral lebih tinggi dibandingkan CSR konvensional, karena masalah mengintegrasikan tujuan ekonomi, sosial, dan

spiritual secara seimbang (Subekti, 2024). Ketika masalah menjadi tujuan utama, keputusan bisnis tidak hanya didasarkan pada manfaat ekonomi jangka pendek, melainkan mempertimbangkan dampak keberlanjutan dan nilai moral di dalamnya.

2. Maqasid al-Shariah sebagai Kerangka Etika Komprehensif

Maqasid Al-Shariah merupakan prinsip tujuan hukum Islam yang bertujuan melindungi dan mewujudkan lima pilar utama kehidupan: *hifz al-din* (agama), *hifz al-nafs* (jiwa), *hifz al-'aql* (akal), *hifz al-nasl* (keturunan), dan *hifz al-maal* (harta) (Maslahah et al., 2022). Dalam perkembangan kontemporer, beberapa sarjana menambahkan *hifz al-bi'ah* (perlindungan lingkungan) sebagai respons terhadap tantangan ekonomi ekologis modern. Dalam praktik ekonomi dan akuntansi syariah, maqasid berfungsi sebagai *moral compass* yang memastikan setiap aktivitas membawa kemaslahatan publik. Sutrisno & Abdullah (2022) menegaskan bahwa maqasid lebih komprehensif daripada kerangka ESG konvensional, karena mencakup dimensi spiritual sebagai landasan moral yang tidak mungkin ditambahkan ke kerangka Barat yang sekuler (Sutrisno & Abdullah, 2022).

Keselarasan Maqasid dengan SDGs (*Sustainable Development Goals*) semakin memperkuat relevansinya dalam dunia modern. Banyak penelitian menunjukkan bahwa maqasid dapat memperkuat pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan seperti reduksi kemiskinan, pendidikan berkualitas, perlindungan lingkungan, dan kesejahteraan ekonomi (Hoque et al., 2023). Oleh karena itu, perusahaan yang mengintegrasikan maqasid memiliki potensi lebih besar menciptakan tata kelola berkelanjutan yang tidak hanya sah secara regulatif, tetapi juga etis secara substantif.

3. Amanah dan Akuntabilitas Moral dalam Bisnis

Amanah merupakan nilai fundamental dalam Islam yang mencakup kejujuran, transparansi, dan integritas moral dalam menjalankan suatu tugas atau tanggung jawab. Dalam konteks bisnis modern, amanah berarti komitmen menjaga kepercayaan dari seluruh pemangku kepentingan: konsumen, karyawan, pemerintah, dan masyarakat. Studi Baihaqi & Setiawan (2022) dalam konteks halal supply chain menunjukkan bahwa amanah berpengaruh signifikan terhadap persepsi kepercayaan konsumen (Baihaqi & Setiawan, 2022). Dalam industri halal, amanah bukan sekadar tuntutan normatif, tetapi merupakan syarat kualitas produk. Perusahaan yang gagal menjaga amanah berpotensi kehilangan legitimasi moral dan kepercayaan publik, terutama dalam ekosistem ekonomi yang berbasis nilai spiritual.

Amanah juga memiliki implikasi langsung bagi praktik akuntansi: laporan keuangan harus menggambarkan keadaan sebenarnya, tidak menutup-nutupi informasi yang merugikan publik (Hanic et al., 2023). Laporan keberlanjutan (*sustainability reporting*) dalam kerangka syariah dituntut untuk mencerminkan amanah kepada masyarakat, bukan sekadar kepatuhan administratif.

4. Ihsan sebagai Standar Etika Tertinggi

Jika amanah adalah kejujuran dalam tindakan, maka ihsan adalah kesempurnaan moral dalam tindakan. Ihsan berarti melakukan sesuatu dengan kualitas terbaik karena kesadaran spiritual bahwa setiap tindakan diawasi oleh Tuhan. Dalam praktik bisnis modern, ihsan mencerminkan orientasi untuk memberikan pelayanan terbaik, menghasilkan produk berkualitas, memperlakukan karyawan dengan adil, menjaga keberlanjutan lingkungan, dan menunjukkan kepekaan kemanusiaan dalam setiap keputusan manajerial.

Ghoniyah et al. (2024) menunjukkan bahwa organisasi yang memiliki tingkat *spiritual awareness* dan komitmen nilai mendalam lebih mampu mempertahankan perilaku etis dalam

situasi kompetitif. Ihsan inilah yang membedakan etika syariah dari etika profesional Barat: etika syariah tidak hanya mengatur tindakan eksternal tetapi membina kesadaran moral internal yang mendorong konsistensi perilaku etis secara berkelanjutan.

B. Evolusi Akuntansi Syariah: Dari PSAK Syariah hingga Integrated Sharia Reporting

Perkembangan akuntansi syariah merupakan hasil dari proses panjang adaptasi normatif dan kelembagaan dalam menjawab dinamika sistem ekonomi modern. Evolusi ini menunjukkan transformasi dari pendekatan yang semata-mata berorientasi kepatuhan (*compliance-based*) menuju paradigma yang lebih komprehensif, yakni pelaporan berorientasi nilai (*value-based reporting*) yang mengintegrasikan dimensi sosial, etika, dan spiritual. Dalam konteks global, penguatan akuntansi syariah juga mencerminkan kebutuhan akan model pelaporan yang mampu mengatasi keterbatasan pendekatan konvensional yang terlalu teknis dan minim dimensi moral.

Evolusi akuntansi syariah dapat dipetakan dalam empat fase utama: (1) akuntansi syariah klasik; (2) kodifikasi standar akuntansi syariah (PSAK Syariah); (3) pengembangan Islamic Social Reporting (ISR); dan (4) lahirnya kerangka pelaporan terintegrasi berbasis syariah atau *Integrated Sharia Reporting*. Keempat fase ini membentuk fondasi bagi pemahaman kontemporer mengenai akuntansi syariah sebagai disiplin ilmu dan praktik profesional.

1. Fase 1 – Akuntansi Syariah Klasik

Pada tahap awal, praktik akuntansi berkembang dalam konteks administrasi negara dan pengelolaan dana publik, terutama zakat, kharaj, dan wakaf. Karakteristik utama fase ini bukan terletak pada aspek teknis pencatatan, tetapi pada nilai moral yang menyertainya. Pencatatan keuangan dipahami sebagai instrumen untuk menjaga keadilan, transparansi, dan amanah dalam pengelolaan harta publik.

Literatur ekonomi Islam kontemporer menegaskan bahwa dalam paradigma Islam, kegiatan ekonomi selalu terkait dengan dimensi moral, sehingga pencatatan keuangan diperlakukan sebagai bentuk akuntabilitas sosial dan spiritual.

Dengan demikian, fase klasik ini menjadi landasan etis bagi pengembangan standar akuntansi syariah modern, yang tidak hanya mengejar akurasi informasi, tetapi juga memastikan perlindungan nilai keadilan dan kemaslahatan.

2. Fase 2 – PSAK Syariah: Kodifikasi Kepatuhan Syariah

Fase kedua ditandai dengan munculnya kebutuhan untuk menyediakan standar akuntansi yang dapat menjamin konsistensi dan kepatuhan terhadap prinsip syariah dalam struktur keuangan formal. Di Indonesia, DSAK-IAI dan DSN-MUI berperan penting dalam menyusun PSAK Syariah, yang dirancang untuk memberikan panduan pelaporan yang sesuai dengan akad-akad keuangan syariah, seperti:

- a. Murabahah
- b. Mudharabah
- c. Musyarakah
- d. Ijarah
- e. Sukuk
- f. Wakalah dan kafalah

Meskipun PSAK Syariah merupakan langkah signifikan dalam memperkuat legitimasi industri keuangan syariah, sejumlah penelitian mengidentifikasi bahwa pendekatan PSAK masih bersifat normatif dan legalistik. Studi Mulyani dan Kurniawati (2023) misalnya, menunjukkan bahwa “PSAK Syariah cenderung menitikberatkan kepatuhan pada struktur transaksi, bukan pada substansi etika dan tanggung jawab sosial perusahaan.” Temuan serupa muncul dalam penelitian Amwaluna (2022), yang menyimpulkan bahwa pelaporan berbasis PSAK belum sepenuhnya mencerminkan prinsip-prinsip maqasid al-shariah dan nilai keberlanjutan.

3. Fase 3 – Islamic Social Reporting (ISR): Pelaporan Sosial sebagai Representasi Maqasid

Kemunculan Islamic Social Reporting (ISR) merupakan respons terhadap keterbatasan PSAK Syariah dan kritik terhadap CSR konvensional yang kerap bersifat simbolik. ISR

diperkenalkan untuk memberikan model pelaporan yang sejalan dengan maqasid al-shariah serta memenuhi tuntutan masyarakat Muslim atas transparansi moral dan sosial perusahaan. ISR menekankan lima komponen utama pelaporan:

- a. Kepatuhan syariah (*sharia compliance*)
- b. Tanggung jawab sosial dan pengembangan masyarakat
- c. Pengungkapan zakat, infak, wakaf, dan kegiatan filantropi
- d. Tanggung jawab lingkungan
- e. Keadilan dan kesejahteraan

Menurut Mulyani dan Kurniawati (2023), perusahaan yang menerapkan ISR “menunjukkan kinerja keberlanjutan yang lebih kuat dan memperoleh tingkat kepercayaan publik yang lebih tinggi.” Penelitian lain juga menegaskan bahwa ISR memperkuat persepsi keadilan organisasi dan meningkatkan legitimasi sosial perusahaan. ISR tidak hanya memperluas cakupan pelaporan keuangan, tetapi juga mengembalikan fungsi pelaporan sebagai mekanisme pertanggungjawaban moral dan sosial, bukan hanya informasi keuangan.

4. Fase 4 – *Integrated Sharia Reporting* (ISR-Plus):

Kerangka Pelaporan Syariah Holistik Fase terbaru dari evolusi akuntansi syariah adalah munculnya *Integrated Sharia Reporting* (ISR-Plus), yaitu suatu pendekatan pelaporan yang mengintegrasikan:

- a. prinsip syariah,
- b. maqasid al-shariah,
- c. indikator ESG berbasis syariah,
- d. pelaporan zakat dan filantropi,
- e. indikator spiritual dan budaya organisasi,
- f. serta analisis keberlanjutan jangka panjang.

Hanic dan Smolo (2023) menyatakan bahwa model pelaporan berbasis nilai syariah memberikan kerangka tata kelola yang lebih stabil dan lebih kecil kemungkinannya untuk disalahgunakan, karena berlandaskan komitmen moral yang

kuat. Dengan memasukkan dimensi spiritual, ISR-Plus diharapkan mampu menjadi alternatif yang kredibel terhadap model ESG konvensional yang sering dikritik karena rawan greenwashing. Model pelaporan ini secara eksplisit menempatkan perusahaan sebagai entitas moral yang wajib bertanggung jawab kepada masyarakat dan Tuhan, sehingga pelaporan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga transformatif.

5. Perubahan Paradigma: Dari Kepatuhan Teknis ke Pelaporan Berbasis Spiritualitas Jika keseluruhan fase evolusi akuntansi syariah dianalisis, tampak adanya pergeseran paradigmatis yang mendasar dari kerangka yang menekankan kepatuhan hukum, menuju kerangka yang menekankan integritas moral dan orientasi keberlanjutan. Sebagaimana ditunjukkan Ghoniyah et al. (2024), organisasi yang mengintegrasikan nilai spiritual dalam sistem pelaporannya memiliki ketahanan etika lebih tinggi, perilaku yang lebih konsisten, dan hubungan yang lebih kuat dengan pemangku kepentingan. Paradigma baru ini menjadikan pelaporan syariah bukan hanya alat komunikasi, tetapi sarana membangun *ethical accountability* dan kepercayaan publik secara lebih mendalam.

Tabel 2.1 Perbandingan Konseptual CSR, ISR, dan CSpR dalam Perspektif Tata Kelola Etis

Aspek	CSR Konvensional	Islamic Social Reporting (ISR)	Corporate Spiritual Responsibility (CSpR)
Basis Filosofis	Etika sekuler: <i>utilitarianism, stakeholder theory</i>	Etika Islam berbasis kepatuhan syariah	Spiritualitas, maqasid al-shariah, moral transendental
Orientasi Nilai	Reputasi, legitimasi	Kepatuhan syariah +	Transformasi moral &

	publik	tanggung jawab sosial	spiritual individu organisasi
Motivasi Utama	<i>Political legitimacy dan risk management</i>	Keadilan sosial, amanah, pelaporan nilai Islam	Kemaslahatan (<i>public good</i>) dan akuntabilitas spiritual
Jenis Pengungkapan	<i>Environmental & social reporting</i>	Zakat, filantropi, kepatuhan syariah, sosial-ekologis	Integritas manajemen, etika digital, <i>spiritual well-being</i> , <i>maqasid governance</i>
Kerentanan	<i>Greenwashing, symbolic action</i> , manipulasi citra	Keterbatasan indikator & fokus sosial	Lebih tahan manipulasi, nilai internal sulit dipalsukan
Relevansi Era Digital	Terbatas: tidak mengatur etika algoritma & data	Moderat: beberapa nilai syariah melindungi keadilan	Tinggi: spiritual ethics menjerat seluruh dimensi organisasi
Kekuatan Utama	Mudah diadopsi, kompatibel dengan regulasi	Komprehensif secara sosial & religius	Holistik, transformatif, berorientasi jangka panjang
Kelemahan Utama	Tidak menyentuh moralitas internal	Tidak integrasikan etika digital & kepemimpinan spiritual	Butuh restrukturisasi nilai internal organisasi

C. Kelemahan CSR Konvensional dalam Perspektif Syariah

Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah menjadi standar moral mainstream dalam perusahaan modern. Namun implementasinya tidak jarang bersifat dangkal dan berorientasi pada legitimasi publik, bukan komitmen etis yang substantif. Dalam kajian literatur, CSR konvensional sering dikritik karena tidak memiliki fondasi moral yang memadai dan terlalu mudah direduksi menjadi instrumen branding. She dan Michelon (2019) menyatakan bahwa praktik CSR cenderung digunakan untuk “mengelola persepsi pemangku kepentingan” daripada mencerminkan tanggung jawab moral yang nyata. Kritik ini memperlihatkan bahwa CSR mudah dipolitisasi atau disimbolisasi untuk tujuan reputasi, dan tidak memberikan jaminan perilaku etis perusahaan.

1. CSR sebagai Instrumen Legitimasi Simbolik

CSR konvensional bersifat normatif tanpa basis moral transendental, sehingga sangat bergantung pada mekanisme pasar, tekanan publik, dan preferensi pemegang saham. Kondisi ini menjadikan CSR rentan menjadi kegiatan kosmetik. Baghi dan Antoneti (2021) menegaskan bahwa ketidaksesuaian antara klaim CSR dan tindakan perusahaan menghasilkan “reaksi moral negatif yang signifikan,” mencerminkan kemarahan publik terhadap pola *greenwashing*. Dengan kata lain, CSR belum berhasil menginternalisasi nilai moral ke dalam struktur operasional perusahaan.

Dalam perspektif syariah, kelemahan ini lebih fundamental. Tanggung jawab sosial tidak dapat dibangun atas motif utilitarian semata, tetapi harus didasarkan pada kesadaran moral dan akuntabilitas spiritual. Riset SINTA 1 oleh Mulyani dan Kurniawati (2023) mengungkapkan bahwa CSR hanya efektif ketika prinsip moral internal (*inner morality*) menjadi inti dari praktik perusahaan, bukan ketika CSR dijalankan sebagai rutinitas administrasi.

2. CSR Tidak Memadai untuk Tantangan Etika Era Digital

Ekonomi digital melahirkan persoalan moral baru yang tidak pernah memiliki preseden dalam sejarah tata kelola perusahaan: bias algoritmik, eksploitasi data pribadi, ketidakadilan dalam platform *gig economy*, hingga manipulasi pelaporan keberlanjutan melalui medium digital. CSR konvensional tidak dirancang untuk menghadapi kompleksitas etika digital tersebut. Dalam riset mengenai etika ekonomi digital, Zillur Rahman dan rekan (2022) menunjukkan bahwa sebagian besar pedoman CSR gagal menjawab tantangan yang muncul dari penggunaan big data dan machine learning, terutama terkait privasi, asimetri informasi, dan diskriminasi otomatis. Di tingkat nasional, kajian SINTA 2 (Amwaluna, 2022) menyimpulkan bahwa perusahaan di Indonesia sering memanfaatkan CSR sebagai alat mitigasi reputasi daripada instrumen keberlanjutan ketika menghadapi risiko digital.

Dalam perspektif syariah, kelemahan CSR konvensional tampak jelas dalam tiga aspek:

- a. Tidak memiliki basis spiritual, sehingga tidak membentuk karakter moral pelaku usaha.
- b. Tidak bersifat transformatif, karena hanya fokus pada pelaporan, bukan perubahan nilai.
- c. Tidak mencakup dimensi keadilan substantif, terutama terkait perlindungan data, hak pekerja digital, dan etika kecerdasan buatan.

Dengan demikian, CSR tidak dapat dianggap sebagai kerangka etika yang cukup untuk menjawab tantangan moral ekonomi digital.

D. Kebutuhan Kerangka Baru: Corporate Spiritual Responsibility (CSpR)

Keterbatasan yang melekat pada konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) konvensional telah menimbulkan kebutuhan mendesak akan kerangka etika baru yang lebih komprehensif, stabil, dan relevan dengan tantangan tata kelola perusahaan di

abad ke-21. CSR yang pada awalnya dipromosikan sebagai bentuk komitmen moral korporasi terhadap masyarakat, kini banyak dikritik karena kecenderungannya menjadi instrumen legitimasi simbolik, bukan transformasi etis yang substansial. Ketidakseimbangan antara kepentingan ekonomi dengan tanggung jawab moral dan sosial yang menjadi karakter dominan CSR menjadikannya tidak lagi memadai untuk menghadapi kompleksitas persoalan etika kontemporer, mulai dari isu keberlanjutan lingkungan, manipulasi pelaporan, hingga risiko etika yang timbul dari digitalisasi.

Dalam konteks inilah muncul konsep *Corporate Spiritual Responsibility* (CSpR), yakni kerangka etika dan tata kelola perusahaan yang mengintegrasikan nilai spiritualitas, maqasid al-shariah, dan etika keberlanjutan sebagai fondasi perilaku korporasi. CSpR bukan sekadar variasi dari CSR, tetapi merupakan paradigma baru yang mendefinisikan ulang relasi organisasi dengan nilai moral, masyarakat, dan lingkungan. Jika CSR beroperasi terutama dalam tataran eksternal melalui kegiatan sosial atau pelaporan keberlanjutan, CSpR beroperasi pada tataran internal dengan menanamkan nilai spiritual sebagai pemandu perilaku dan pengambilan keputusan organisasional. CSpR memandang perusahaan bukan hanya sebagai entitas bisnis, tetapi sebagai institusi sosial yang memiliki tanggung jawab etis dan spiritual terhadap pemangku kepentingan luas dan terhadap kemaslahatan umum (masalah).

Pendekatan CSpR bersifat transformatif karena berusaha membangun etika perusahaan dari akar terdalamnya, bukan sekadar memperbaiki citra eksternal. Model ini menekankan transformasi moral individu dan organisasi melalui internalisasi nilai spiritual, sehingga tata kelola perusahaan tidak bergantung pada tekanan pasar atau regulasi semata, melainkan pada kesadaran etis yang tumbuh dari dalam (*inside-out ethics*). Dengan demikian, CSpR menjadi kerangka yang mampu menjembatani kesenjangan antara tujuan ekonomi dan integritas moral perusahaan.

1. Basis Normatif CSpR: Integrasi Maqasid dan Spiritualitas

Pondasi normatif CSpR dibangun atas integrasi dua konsep utama: masalah sebagai orientasi nilai dan maqasid al-shariah sebagai tujuan moral organisasi. Maqasid al-shariah memberikan arah yang jelas bagi tata kelola perusahaan melalui tujuan perlindungan harta, akal, jiwa, keturunan, dan lingkungan yang secara inheren selaras dengan prinsip keberlanjutan modern. Integrasi maqasid ke dalam etika korporasi memungkinkan perusahaan untuk menilai keberhasilan tidak hanya berdasarkan indikator finansial, tetapi berdasarkan kontribusinya terhadap kesejahteraan sosial dan ekologis.

Model CSR berbasis maqasid yang dikembangkan oleh berbagai sarjana, termasuk Sutrisno dan Abdullah (2022), menunjukkan bahwa kerangka etika berbasis maqasid memiliki koherensi moral yang lebih kuat dibandingkan kerangka ESG konvensional. Sistem ESG Barat cenderung beroperasi dalam batas penilaian eksternal yang mudah dimanipulasi, sementara maqasid memberikan fondasi normatif yang bersifat transendental dan relatif stabil terhadap dinamika pasar. CSpR mengambil langkah lebih jauh dengan memasukkan spiritualitas sebagai pilar tambahan yang memperkuat dimensi internal organisasi, mendorong perilaku etis tidak hanya karena aturan atau tekanan reputasi, tetapi karena kesadaran moral individu.

Dalam CSpR, spiritualitas dipahami bukan sebagai ritual atau ekspresi keagamaan yang bersifat formal, melainkan sebagai kesadaran moral yang menuntun cara individu dan organisasi melihat identitas, tujuan, dan konsekuensi tindakannya. Riset Ghoniyah et al. (2024) menunjukkan bahwa kesadaran spiritual memiliki korelasi positif dengan ketahanan etika dan konsistensi perilaku organisasi. Ini berarti bahwa spiritualitas membantu perusahaan menghindari inkonsistensi moral yang sering menjadi kelemahan CSR konvensional.

Nilai spiritualitas dalam organisasi juga memperkuat komitmen terhadap integritas, transparansi, dan rasa tanggung jawab, sehingga menciptakan landasan yang lebih kokoh untuk tata kelola jangka panjang. Dengan demikian, basis normatif CSpR memberikan arah etis yang lebih jelas, menyeluruh, dan berakar pada nilai-nilai moral yang mendalam.

2. CSpR sebagai Solusi atas Krisis Etika Perusahaan Global

Krisis integritas dalam perusahaan global mulai dari manipulasi laporan keberlanjutan, skandal keuangan, sampai ketidakadilan dalam rantai pasok internasional menuntut pendekatan etika yang lebih komprehensif. CSpR menawarkan solusi dengan memastikan:

- a. Internalisasi nilai moral ke dalam struktur manajerial perusahaan.
- b. Orientasi jangka panjang pada nilai kemaslahatan, bukan profit semata.
- c. Perlindungan hak-hak teknologi digital, termasuk privasi dan keadilan algoritma.
- d. Akuntabilitas spiritual, yang menuntut integritas pada level personal dan organisasional.

Model ini juga sejalan dengan tren global seperti *Islamic ESG*, *Islamic Social Finance*, dan *Halal Supply Chain*, yang menunjukkan meningkatnya permintaan publik terhadap produk dan perusahaan yang mengintegrasikan nilai moral dalam aktivitas bisnisnya.

3. CSpR sebagai Kerangka Pelaporan dan Tata Kelola Masa Depan

Dalam konteks pelaporan keuangan, CSpR melengkapi kekurangan PSAK Syariah dan ISR dengan menetapkan indikator pelaporan berbasis nilai, termasuk:

- a. moralitas manajemen,
- b. integritas rantai pasok,
- c. tanggung jawab ekologis,
- d. kesejahteraan karyawan,
- e. kontribusi sosial dan spiritual perusahaan.

Kerangka ini tidak hanya memperluas cakupan pelaporan, tetapi juga membangun identitas moral perusahaan yang dapat diuji secara publik.

Bab ini telah menguraikan fondasi epistemologis, normatif, dan kelembagaan yang membentuk akuntansi dan bisnis syariah modern. Analisis dimulai dengan penjelasan mengenai prinsip-prinsip dasar seperti *Maslahah*, *Maqasid Al-Shariah*, amanah, dan ihsan sebagai fondasi filosofis yang membedakan etika bisnis Islam dari pendekatan konvensional. Prinsip-prinsip tersebut menegaskan bahwa kegiatan ekonomi dalam perspektif Islam tidak bersifat bebas nilai, melainkan selalu diarahkan pada pencapaian kesejahteraan kolektif, keadilan distributif, dan keteraturan moral dalam hubungan sosial.

Selanjutnya, evolusi akuntansi syariah ditunjukkan sebagai transformasi bertahap dari model pelaporan berbasis kepatuhan (PSAK Syariah) menuju model pelaporan berbasis nilai (ISR dan *Integrated Sharia Reporting*). Transformasi ini mencerminkan kesadaran baru bahwa pelaporan keuangan tidak dapat hanya berfungsi sebagai alat pengukuran ekonomi, tetapi juga sebagai instrumen pertanggungjawaban moral perusahaan kepada masyarakat. Bukti empiris dari literatur SINTA dan Scopus memperkuat bahwa pelaporan syariah memberikan legitimasi sosial yang lebih tinggi, meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan, dan memperbaiki kinerja keberlanjutan.

Analisis mengenai kelemahan CSR konvensional memperlihatkan bahwa model etika Barat gagal menginternalisasi nilai moral yang stabil dan transenden. CSR terlalu mudah direduksi menjadi alat legitimasi simbolik, rentan terhadap greenwashing, dan

tidak dirancang untuk menghadapi kompleksitas etika era digital seperti bias algoritmik, eksploitasi data pribadi, dan ketidakadilan dalam rantai pasok digital. Temuan ini mempertegas urgensi mengembangkan kerangka etika baru yang mampu menjembatani kesenjangan antara tuntutan moral publik dan perilaku korporasi.

Konsep *Corporate Spiritual Responsibility* (CSpR) kemudian ditawarkan sebagai kerangka alternatif yang mengintegrasikan nilai spiritual, tujuan syariah (Maqasid), perilaku etis, dan keberlanjutan jangka panjang. Tidak seperti CSR yang berorientasi eksternal, CSpR berupaya membentuk transformasi internal melalui spiritualitas organisasi, sehingga menghasilkan tata kelola yang konsisten, beretika, dan berorientasi masalah. Model ini juga memberikan payung normatif yang kuat untuk merancang standar pelaporan masa depan yang lebih otentik dan tahan terhadap manipulasi.

Dengan demikian, bab ini menyimpulkan bahwa fondasi akuntansi dan bisnis syariah modern bukan hanya relevan, tetapi juga sangat diperlukan sebagai respons terhadap tantangan moral, epistemologis, dan sosial ekonomi abad ke-21. Melalui integrasi nilai syariah, pendekatan ini mampu memberikan jawaban yang lebih komprehensif dibandingkan model konvensional yang terbatas pada kerangka utilitarian dan kepatuhan formal.

BAB III

KISAH NABI YUSUF AS SEBAGAI MODEL KEPEMIMPINAN EKONOMI

Model Kepemimpinan Ekonomi berbasis Kerangka MAHA (Makin-Amin-Hafidz-’Alim).

Bagan Perjalanan Hidup Nabi Yusuf AS → Model Kepemimpinan Ekonomi

Tabel 3.1

Fasa Perjalana n Nabi Yusuf AS	Sumber Rujukan Utama	Pelajaran Kepemimpinan Ekonomi dan Tata Kelola	Atribut MAHA yang Relevan
1. Fasa Penglihatan (Visi)	Mimpi tentang sebelas bintang, matahari, dan bulan bersujud (QS 12:4)	Visi Strategis Jangka Panjang: Kepemimpinan harus memiliki pandangan ke depan (foresight), kemampuan untuk membaca tanda-tanda masa depan, dan merumuskan strategi yang melampaui jangka pendek.	’Alim (Bijaksana & Visioner)

2. Fasa Ujian (Integritas)	Fitnah istri Al- Aziz dan dipenjara (QS 12:25-35)	Ketahanan Moral dan Integritas Mutlak: Dalam bisnis, integritas (Anti-Korupsi) adalah modal non-moneter terbesar. Kepemimpinan harus mempertahankan standar etika tertinggi meski dibawah tekanan berat (analog dengan krisis kepercayaan / skandal).	Amin (Amanah & Jujur)
Fasa Perjalanan Nabi Yusuf AS	Sumber Rujukan Utama	Pelajaran Kepemimpinan Ekonomi dan Tata Kelola	Atribut MAHA yang Relevan
3. Fasa Pencerahan (Kompetensi)	Menafsirkan mimpi Raja (7 tahun subur dan 7 tahun kering) (QS 12:43-49)	Keahlian sebagai Nilai Tambah: Membuktikan kompetensi melalui kemampuan analisis (mengubah data mentah / mimpi menjadi rencana strategis) dan menawarkan solusi yang menyelamatkan seluruh sistem ekonomi.	'Alim (Bijaksana & Visioner)

<p>4. Fasa Permintaan Jabatan (Meritokrasi)</p>	<p>Permintaan Yusuf: <i>"Jadikanlah aku bendaharawan negeri (Mesir); sesungguhnya aku adalah orang yang pandai menjaga lagi keber- pengetahuan." " (QS 12:55)</i></p>	<p>Penggunaan Otoritas untuk Kebaikan (Maslahah) : Pemimpin yang etis meminta jabatan bukan untuk keuntungan pribadi, melainkan karena memiliki kompetensi (<i>Makin</i>) dan komitmen untuk menjadi pengurus (<i>Hafidz</i>) sumber daya publik.</p>	<p>Makin (Otoritas & Kompetensi) & Hafidz (Penjaga/Steward)</p>
<p>5. Fasa Implementasi (Manajemen Krisis)</p>	<p>Strategi penyimpanan gandum selama 7 tahun surplus sebagai persiapan krisis (QS 12:47-48)</p>	<p>Manajemen Risiko dan Keberlanjutan (Sustainability): Model pengelolaan aset yang konservatif, efisien, dan berorientasi kelangsungan hidup (analog dengan manajemen modal kerja yang sehat dan cadangan strategis) untuk mengatasi guncangan makroekonomi.</p>	<p>Hafidz (Penjaga/Steward)</p>

6. Fasa Penyelamatan (Good Governance)	Distribusi gandum secara adil kepada rakyat Mesir dan wilayah sekitar selama krisis (QS 12:58-60)	Tata Kelola Inklusif dan Adil: Menggunakan otoritas (Makin) dan kejujuran (Amin) untuk memastikan distribusi sumber daya yang adil dan merata, menjamin kesejahteraan umum (Welfare) dan Mencegah gejala sosial/ekonomi.	Amin (Amanah & Jujur) & Makin (Otoritas & Kompetensi)
---	---	--	---

A. Konteks Surah Yusuf dalam Ekonomi dan Tata Kelola

Kisah Nabi Yusuf AS dalam Surah Yusuf adalah narasi Al-Qur'an yang luar biasa, tidak hanya kaya akan pelajaran moral dan spiritual, tetapi juga berfungsi sebagai prototipe sistem ekonomi dan tata kelola yang efektif berbasis nilai-nilai Ilahi. Kisah ini menyediakan kerangka kerja holistik yang menghubungkan akuntabilitas spiritual dengan praktik administrasi negara yang unggul.

1. Surah Yusuf sebagai Pilar Etika Bisnis dan Ekonomi Islam

Kisah Nabi Yusuf AS menempatkan aktivitas ekonomi dalam kerangka ibadah dan amanah (tanggung jawab).

- a. Ekonomi sebagai *Ibadah* Dalam pandangan Islam, segala kegiatan yang bertujuan menghasilkan kebaikan dan kemaslahatan, termasuk aktivitas ekonomi, adalah bagian dari peribadatan (*ibadah*). Surah Yusuf menunjukkan bahwa keberhasilan duniawi yang sejati (seperti menyelamatkan seluruh Mesir dari kelaparan) harus dicapai melalui kepemimpinan yang saleh dan berintegritas tinggi (Ibrahim & Tijjani, 2024).
- b. Konsep *Amanah (Trust)* Jabatan dan sumber daya ekonomi adalah amanah yang diberikan oleh Allah SWT kepada manusia. Nabi Yusuf diangkat sebagai bendahara negara

karena memenuhi dua kriteria utama: kompetensi (*makin*) dan kejujuran/integritas (*amin*). Ini adalah fondasi utama tata kelola yang efektif (Shahid, Hassan, & Hanic, 2025).

Kepercayaan dan Akuntabilitas: Pemimpin harus jujur (*Amin*) dalam mengelola kekayaan publik dan berhati-hati (*Hafidz*) dalam penjagaan sumber daya.

2. Tata Kelola Berbasis Kompetensi dan Integritas (Good Governance)

Model tata kelola yang diperlihatkan oleh Nabi Yusuf adalah representasi dari *Good Governance* yang melampaui kepatuhan legalistik semata.

- a. Prinsip Meritokrasi dan Integritas (QS 12:54–55) Ketika Raja Mesir mengakui keutamaan Yusuf, beliau menawarkan jabatan tinggi dengan pengakuan:

(54) “... Sesungguhnya kamu pada hari ini menjadi orang yang berkedudukan tinggi di sisi kami lagi dipercaya.” (55) Dia (Yusuf) berkata, “Jadikanlah aku bendaharawan negeri (Mesir); sesungguhnya aku adalah orang yang pandai menjaga lagi berpengetahuan (bijaksana).”

Tiga aspek penting dalam tata kelola modern disorot:

- Dipercaya (*Amin*): Integritas, kejujuran, dan transparansi (anti-korupsi).
 - Pandai Menjaga (*Hafidz*): Kompetensi manajerial, penjagaan aset, dan *stewardship* (pengurusan sumber daya).
 - Berpengetahuan/Bijaksana (*‘Alim*): Visi strategis dan kecerdasan dalam pengambilan keputusan.
- b. MAHA Framework sebagai Model Tata Kelola Spiritual (*Spiritual Governance*) Kisah ini menjadi dasar bagi Kerangka MAHA (Makin–Amin–Hafidz–‘Alim), yang menganjurkan

bahwa tata kelola perusahaan harus didasarkan pada tanggung jawab spiritual korporat (*Corporate Spiritual Responsibility/CSpR*). Kerangka ini memastikan bahwa keputusan bisnis didorong oleh hikmah (kebijaksanaan) dan masalah 'ammah (kebaikan umum), tidak hanya oleh profit.

3. Ekonomi Makro dan Manajemen Krisis (Antisipasi Risiko)

Bagian sentral kisah Yusuf adalah bagaimana beliau mengantisipasi dan mengelola krisis pangan makroekonomi selama 14 tahun.

- a. Visi dan Perencanaan Jangka Panjang Krisis yang akan datang (tujuh tahun paceklik) diantisipasi melalui penafsiran mimpi Raja (*'Alim* – bijaksana dan visioner). Ini adalah model manajemen risiko dan perencanaan strategis yang mengajarkan pentingnya foresight (pandangan ke depan) dalam kebijakan ekonomi.
- b. Manajemen Sumber Daya dan Keberlanjutan (*Hifz al-Mal*)
Strategi Yusuf adalah mengumpulkan hasil panen selama tujuh tahun kelimpahan dan menyimpannya secara terpusat dan sistematis. Ini merupakan contoh nyata dari:
 - Pengelolaan Sumber Daya: Menghindari pemborosan dan memastikan ketersediaan pangan di masa depan.
 - Keberlanjutan (*Sustainability*): Kebijakan yang memastikan keberlangsungan hidup dan ekonomi bagi masyarakat, sejalan dengan prinsip Maqāṣid al-Sharī'ah yaitu memelihara harta (*hifz al-mal*) dan jiwa (*hifz al-nafs*).
- c. Distribusi yang Adil Dalam kondisi krisis, kekuasaan Yusuf digunakan untuk memastikan distribusi sumber daya yang adil dan terpusat (Makin otoritas). Ini analog dengan peran pemerintah pusat dalam menstabilkan harga dan mengamankan pasokan di tengah krisis ekonomi modern (inflasi atau kelangkaan).

B. Empat Atribut Utama Nabi Yusuf (QS 12:54-55) - Kerangka MAHA

Kerangka MAHA adalah model yang mengekstrak empat pilar kepemimpinan etis dan strategis dari dialog antara Nabi Yusuf AS dan Raja Mesir, seperti yang diabadikan dalam Surah Yusuf ayat 54 dan 55. Kerangka ini menawarkan panduan tata kelola spiritual (*Spiritual Governance*) dan etika yang melampaui kepatuhan formalistik semata.

Teks Rujukan (QS 12:54-55)

QS 12:54: "*Dan Raja berkata: 'Bawalah dia (Yusuf) kepadaku, agar aku memilih dia sebagai orang yang terdekat kepadaku.' Maka, tatkala raja telah bercakap-cakap dengan dia, raja berkata: 'Sesungguhnya kamu (mulai) hari ini menjadi orang yang berkedudukan tinggi (Makin) di sisi kami lagi dipercaya (Amin).'*"

QS 12:55: "*Berkata Yusuf: 'Jadikanlah aku bendaharawan negeri (Mesir); sesungguhnya aku adalah orang yang pandai menjaga (Hafidz) lagi berpengetahuan ('Alim).'*"

1. Pilar 1: Makin (Berwenang & Kompeten) (Yousaf et al., 2024).

Tabel 3.2

Atribut	Aspek Kepemimpinan	Implikasi dalam Tata Kelola
Makin	Otoritas, Posisi, Kompetensi, Kekuatan	Welfare & Ethical Authority

Makna Etis dan Spiritualitas:

Kata Makin (**مَكِينٌ**) bermakna orang yang berkedudukan tinggi, memiliki kedudukan, dan otoritas. Ini menunjukkan bahwa seorang pemimpin harus memiliki kompetensi yang memadai untuk posisi yang dipegangnya. Otoritas ini harus diperoleh dan digunakan secara etis (berdasarkan keadilan), dengan kerendahan hati, dan ditujukan

untuk menjamin kesejahteraan sosial (*Welfare*) masyarakat (bukan kepentingan egois) (Putri, Yanti, & Puspitasari, 2025).

Interpretasi Korporat dan Ekonomi:

Meritokrasi: Pengangkatan jabatan harus didasarkan pada kompetensi dan kualifikasi yang terbukti, seperti yang diakui oleh Raja kepada Yusuf.

Otoritas Etis: Kekuatan atau wewenang harus digunakan untuk mengimplementasikan kebijakan yang adil dan benar, memastikan alokasi sumber daya yang optimal dan efisien.

2. Pilar 2: Amin (Amanah & Jujur)

Tabel 3.3

Atribut	Aspek Kepemimpinan	Implikasi dalam Tata Kelola
Amin	Dapat dipercaya, Integritas, Kejujuran, Akuntabilitas	<i>Trustworthiness & Transparency</i>

Makna Etis dan Spiritualitas:

Kata Amin (أَمِينٌ) secara harfiah berarti orang yang dapat dipercaya atau memiliki amanah. Ini adalah inti dari kepemimpinan Islam. Atribut ini mewakili integritas, kejujuran, dan transparansi yang mutlak. Kepemimpinan harus memiliki akuntabilitas moral dan spiritual yang kuat, menjauhi korupsi, penipuan, dan penyalahgunaan kekuasaan (Tarjo et al., 2024).

Interpretasi Korporat dan Ekonomi:

Tata Kelola yang Adil (*Legal and Ethical*): Perusahaan harus menerapkan praktik akuntansi dan pelaporan yang jujur dan transparan.

Anti-Korupsi: Melaksanakan mekanisme internal dan eksternal untuk mencegah konflik kepentingan, penyelewengan dana, dan segala bentuk ketidakjujuran. Ini melindungi kepentingan semua pemangku kepentingan.

3. Pilar 3: Hafidz (Penjaga, Steward, Administrator)

Tabel 3.4

Atribut	Aspek Kepemimpinan	Implikasi dalam Tata Kelola
Hafidz	Pandai menjaga, Mengelola, <i>Steward</i> , Profesional Terampil	<i>Stewardship & Sustainability</i>

Makna Etis dan Spiritualitas:

Kata Hafidz (حَفِيزٌ) bermakna orang yang pandai menjaga, memelihara, atau melindungi. Ini adalah konsep *stewardship* (pengurusan atau penjagaan) terhadap aset yang diamanahkan, baik itu harta, sumber daya alam, maupun sumber daya manusia. Nabi Yusuf menggunakannya untuk menawarkan keahliannya dalam mengelola gudang makanan negara.

Interpretasi Korporat dan Ekonomi:

Manajemen Sumber Daya: Kewajiban untuk mengelola sumber daya (keuangan, bahan baku, teknologi) secara efisien, tidak boros, dan berkelanjutan.

Keberlanjutan (*Sustainability*): Mengimplementasikan prinsip-prinsip *Triple Bottom Line* (People, Planet, Profit), memastikan bahwa kegiatan ekonomi tidak merusak lingkungan (penjagaan alam) dan memberikan manfaat jangka panjang (penjagaan harta - *Hifz al-Mal*) (Raman, Srimanthi, & Kaur, 2025).

4. Pilar 4: 'Alim (Bijaksana & Visioner)

Tabel 3.5

Atribut	Aspek Kepemimpinan	Implikasi dalam Tata Kelola
'Alim	Berpengetahuan, Bijaksana, <i>Visioner</i> , Cerdas Strategis	<i>Visionary & Ethical Foresight</i>

Makna Etis dan Spiritualitas:

Kata 'Alim (عليه السلام) bermakna orang yang berpengetahuan luas, bijaksana, dan memiliki kecerdasan (bukan hanya pengetahuan akademik, tetapi hikmah). Ini adalah atribut yang memungkinkan Nabi Yusuf untuk melihat ke depan dan menafsirkan mimpi sebagai isyarat krisis masa depan. Ini adalah kepemimpinan yang didorong oleh *ethical foresight* (pandangan etis ke depan) (Billah, Ali, & Alam, 2024).

Interpretasi Korporat dan Ekonomi:

- a. Perencanaan Strategis: Kemampuan untuk merumuskan strategi jangka panjang, mengantisipasi risiko (seperti krisis ekonomi), dan inovasi etis.
- b. Pengambilan Keputusan Holistik: Keputusan harus menggabungkan kecerdasan analitis (*brain*) dengan panduan moral (*heart*), memastikan keputusan yang diambil memberikan masalah 'ammah (kebaikan umum) dan bukan hanya keuntungan sempit bagi perusahaan.

C. Mengapa Kisah Ini Relevan dengan Bisnis Modern (Poin 8)

Kisah kepemimpinan Nabi Yusuf AS dan Kerangka MAHA (*Makin, Amin, Hafidz, 'Alim*) yang diturunkan darinya, bukan hanya narasi sejarah, tetapi juga *blueprint* operasional dan etika yang sangat relevan dengan tantangan kompleks yang dihadapi bisnis dan tata kelola korporat kontemporer.

1. Melampaui CSR Konvensional Menuju CSpR

Salah satu relevansi terbesar adalah kemampuan model ini untuk mengatasi keterbatasan model *Corporate Social Responsibility* (CSR) konvensional (Jaroensombut, Jemsittiparsert, & Arub, 2025). Kelemahan CSR Tradisional: Banyak model CSR cenderung bersifat *utilitarian* (hanya dilakukan jika menguntungkan) atau *filantropis* (amal yang terpisah dari strategi inti) dan sering kali reaktif terhadap tekanan sosial. Akibatnya, CSR sering gagal mengatasi masalah etika mendasar seperti korupsi, manajemen risiko yang buruk, atau kurangnya visi jangka panjang.

Keunggulan CSpr (Corporate Spiritual Responsibility): Kerangka MAHA menanamkan *Spiritual Governance* (Tata Kelola Spiritual) di inti bisnis. Ini memaksa organisasi untuk menganggap tanggung jawab sosial dan keberlanjutan sebagai akuntabilitas transendental (*ibadah* dan *amanah*), bukan hanya kewajiban legal atau strategi pemasaran (Ghonyah, Arifin, & Alamsyah, 2024).

2. Menyediakan Solusi untuk Krisis Kepercayaan dan Etika

Bisnis modern sering diguncang oleh skandal tata kelola (misalnya, *fraud* dan korupsi) yang menghancurkan kepercayaan publik. Kisah Yusuf menawarkan penangkal:

Pentingnya Integritas (*Amin*): Skandal-skandal korporat modern berakar pada kegagalan atribut Amin. Model Yusuf menegaskan bahwa tanpa kepercayaan dan kejujuran mutlak, semua strategi dan kompetensi akan runtuh.

Tata Kelola Berbasis Kepercayaan (*Trust-Based Governance*): Bisnis modern yang sukses dibangun di atas kepercayaan. Kerangka MAHA menyediakan fondasi etika Islam yang kuat untuk menciptakan budaya perusahaan yang menjunjung tinggi amanah, yang pada gilirannya menumbuhkan loyalitas karyawan dan kepercayaan investor (Obregon, Al-Saidi, & Hassan, 2024).

3. Kerangka Kerja Holistik untuk Keberlanjutan (*Sustainability*)

Isu keberlanjutan global (ESG: *Environmental, Social, Governance*) menuntut pandangan jangka panjang. Kerangka MAHA secara inheren adalah model keberlanjutan yang kuat:

Stewardship Sumber Daya (*Hafidz*): Dalam bisnis modern, *Hafidz* relevan dengan manajemen lingkungan. Seorang pemimpin harus menjadi *steward* yang baik terhadap sumber daya alam (planet), bukan sekadar pengambil keuntungan jangka pendek. Ini mendorong investasi dalam energi terbarukan, pengelolaan limbah yang efektif, dan praktik rantai pasok yang etis.

Perencanaan Jangka Panjang (*'Alim*): Atribut *'Alim* (visioner dan bijaksana) sangat penting untuk keberlanjutan. Perusahaan tidak dapat bertahan jika hanya fokus pada laba kuartalan. Kepemimpinan harus memiliki pandangan etis ke depan (*ethical foresight*) untuk mengantisipasi risiko krisis iklim, pergeseran pasar, dan perubahan regulasi sosial (Putri et al., 2025).

4. Model Kepemimpinan Kritis di Era Disrupsi

Kisah Yusuf adalah model kepemimpinan yang berhasil di tengah disrupsi (kelaparan global). Ini relevan dengan lingkungan bisnis yang *volatile, uncertain, complex, and ambiguous* (VUCA) saat ini.

Antisipasi Risiko (*'Alim*): Di era pandemi, krisis ekonomi, dan perang, kemampuan untuk menafsirkan *tanda-tanda* krisis (seperti mimpi Raja) dan merumuskan strategi antisipatif adalah kunci. Kepemimpinan *'Alim* adalah tentang mengubah data dan pengetahuan menjadi kebijaksanaan strategis.

Manajemen Krisis dan Efisiensi (*Hafidz & Makin*): Penerapan strategi *Hafidz* (penyimpanan) selama masa surplus dan *Makin* (otoritas yang efektif) selama masa krisis adalah model manajemen risiko yang tak tertandingi. Ini mengajarkan bahwa manajemen modal kerja, efisiensi operasional, dan kepemimpinan yang tegas sangat penting untuk bertahan di masa sulit.

Kesimpulan: Kerangka MAHA-CSpR memberikan sarana yang dapat ditindaklanjuti untuk mengintegrasikan spiritualitas, etika, dan keberlanjutan ke dalam strategi inti organisasi. Ini bukan sekadar teori religius, melainkan model manajemen risiko, tata kelola, dan kepemimpinan *visioner* yang relevan secara universal di pasar global yang menuntut akuntabilitas moral yang tinggi.

D. Studi Kasus: Kepemimpinan Nabi Yusuf dalam Krisis

Kisah Nabi Yusuf AS yang memimpin Mesir dari ambang krisis kelaparan dahsyat adalah studi kasus manajemen makroekonomi, risiko strategis, dan tata kelola yang efektif. Studi kasus ini relevan untuk menganalisis bagaimana kepemimpinan etis dapat menyelamatkan negara dari keruntuhan ekonomi.

1. Bagaimana Kepemimpinan Yusuf Menyelamatkan Mesir dari Krisis? (Poin 9) Konteks Krisis:

Krisis yang dihadapi Mesir adalah krisis kelaparan regional selama tujuh tahun yang diakibatkan oleh kekeringan, yang didahului oleh tujuh tahun masa panen melimpah (Surah Yusuf, ayat 47-49).

Strategi Penyelamatan Berbasis Kerangka MAHA:

Tabel 3.6

Atribut MAHA	Peran dalam Manajemen Krisis	Implementasi Strategis Yusuf
'Alim (Visioner & Bijaksana)	Antisipasi Risiko & Perencanaan Strategis	Nabi Yusuf menafsirkan mimpi Raja (tujuh sapi kurus makan tujuh sapi gemuk) menjadi visi strategis 14 tahun. Beliau mengubah isyarat Ilahi menjadi rencana kerja yang dapat ditindaklanjuti.
Hafidz (Penjaga & Administrator)	Manajemen Sumber Daya & <i>Stewardship</i>	Beliau menginstruksikan petani untuk menyimpan hasil panen (biji-bijian) dalam bulir-bulirnya selama tujuh tahun surplus (untuk mencegah kerusakan). Ini adalah model manajemen <i>buffer stock</i> dan keberlanjutan yang luar biasa.

Atribut MAHA	Peran dalam Manajemen Krisis	Implementasi Strategis Yusuf
Maki (Otoritas & Kompetensi)	Eksekusi Kebijakan Tata Kelola Sentral	Atas permintaannya sendiri, Yusuf diangkat sebagai bendaharawan (menteri keuangan dan pangan). Otoritas ini digunakan untuk sentralisasi pengambilan keputusan dan memastikan eksekusi kebijakan penyimpanan yang ketat di seluruh Mesir.
Amin (Amanah & Integritas)	Distribusi yang Adil & Anti-Korupsi	Selama krisis, dengan kekuasaan penuh, Nabi Yusuf memastikan bahwa sumber daya yang terbatas didistribusikan secara adil kepada seluruh rakyat Mesir dan masyarakat dari wilayah sekitarnya (termasuk saudara-saudaranya), menunjukkan integritas tanpa kompromi dalam situasi paling rentan.

Hasil: Kepemimpinan yang menggabungkan visi strategis ('Alim), keahlian manajerial (Hafidz), otoritas yang kredibel (Makin), dan integritas moral (Amin) berhasil menyelamatkan Mesir, mengubahnya menjadi pusat kekuatan ekonomi dan pangan di kawasan tersebut selama krisis.

2. Analogi dengan Krisis Ekonomi Modern (Poin 10)

Model kepemimpinan Yusuf menawarkan kerangka kerja yang kuat untuk mengatasi krisis ekonomi global kontemporer, seperti krisis keuangan 2008, krisis pandemi (COVID-19), atau krisis rantai pasok global.

a. Analogi Krisis Jangka Pendek vs. Jangka Panjang:

Krisis Modern: Banyak pemerintah dan perusahaan cenderung fokus pada solusi *fire-fighting* jangka pendek (misalnya, *bailout* atau stimulus mendadak) dan gagal melihat gambaran besar.

Model Yusuf: Mengajarkan pentingnya Perencanaan 14 Tahun (7 tahun investasi/simpan + 7 tahun bertahan). Ini menuntut 'Alim (kebijaksanaan) untuk berinvestasi di masa surplus (ekonomi sedang baik) sebagai persiapan menghadapi masa resesi.

b. Risiko Keuangan dan *Stewardship* Aset:

Krisis Modern: Seringkali terjadi karena manajemen risiko yang buruk, spekulasi berlebihan, dan praktik keuangan yang tidak aman.

Model Yusuf (*Hafidz*): Menekankan pada manajemen risiko yang konservatif dan *stewardship* yang bertanggung jawab (*Hifz al-Mal*). Perusahaan harus memiliki cadangan modal yang kuat (analog dengan gudang gandum) dan kebijakan yang memastikan kelangsungan operasional di masa sulit.

c. Krisis Kepercayaan (*Trust Deficit*):

Krisis Modern: Krisis ekonomi sering diperparah oleh hilangnya kepercayaan publik terhadap institusi (bank, pemerintah, korporasi) akibat kegagalan etika dan *fraud*.

Model Yusuf (*Amin*): Menyediakan solusi mendasar, yaitu integritas mutlak. Perusahaan modern harus menginternalisasi Amin sebagai prinsip tata kelola inti untuk membangun kembali kepercayaan investor dan

konsumen.

Implikasi Strategis untuk Bisnis Modern:

Kepemimpinan yang meniru Yusuf harus mendorong pergeseran dari CSR yang reaktif ke CSpR yang holistik dan terintegrasi:

Tabel 3.7

Prinsip Yusuf	Implikasi untuk Bisnis Modern
Mengubah Visi Menjadi Aksi	Menerjemahkan data dan analisis (ekonomi, iklim, pasar) menjadi Strategi Keberlanjutan Jangka Panjang yang mengikat (<i>'Alim</i>).
Mengelola dengan Cadangan	Mempertahankan likuiditas yang sehat, menghindari utang berlebihan, dan membangun <i>buffer stock</i> (modal, inventori, SDM berkualitas) untuk menghadapi guncangan pasar (<i>Hafidz</i>).
Menegakkan Akuntabilitas	Menggunakan otoritas manajerial (<i>Makin</i>) untuk memastikan distribusi nilai yang adil bagi semua pemangku kepentingan (karyawan, pemasok, masyarakat), tidak hanya pemegang saham.

Ringkasan Model Kepemimpinan Ekonomi (MAHA)

Tabel 3.8

Atribut	Esensi Kepemimpinan	Relevansi dengan Bisnis Modern
Makin	Otoritas & Kompetensi	Pengangkatan berdasarkan meritokrasi; Kekuatan digunakan untuk keadilan dan efisiensi operasional.
Amin	Amanah & Jujur	Fondasi tata kelola berbasis kepercayaan; Anti- Korupsi dan Transparansi Mutlak.
Hafidz	Penjaga & Steward	Keberlanjutan (ESG); Manajemen risiko dan aset yang bertanggung jawab; <i>Stewardship</i> terhadap sumber daya alam dan manusia.
Atribut	Esensi Kepemimpinan	Relevansi dengan Bisnis Modern
'Alim	Bijaksana & Visioner	Perencanaan Strategis Jangka Panjang; <i>Ethical Foresight</i> ; Kemampuan mengubah pengetahuan menjadi Hikmah (kebijaksanaan).

BAB IV

KERANGKA MAHA FRAMEWORK: KONSEP INTI CORPORATE SPIRITUAL RESPONSIBILITY (CSpR)

A. Lahirnya Konsep Corporate Spiritual Responsibility (CSpR)

Konsep *Corporate Spiritual Responsibility* (CSpR) lahir dari kesadaran akan keterbatasan perspektif sekuler dalam model keberlanjutan korporat konvensional, khususnya Corporate Social Responsibility (CSR). Sejak diperkenalkan pada paruh kedua abad ke-20, CSR telah menjadi paradigma dominan dalam mengelola hubungan antara bisnis dan masyarakat. Namun, CSR, yang sering diklasifikasikan ke dalam empat tingkatan (ekonomi, legal, etika, dan filantropi oleh Carroll, 1991), cenderung berakar pada kerangka utilitarianisme dan sekularisme.

Keterbatasan utama CSR adalah Sifat Voluntaristik yang Dangkal, CSR sering kali dianggap sebagai kegiatan *add-on* atau "pintu belakang" yang dilakukan untuk tujuan public relations (PR) atau mitigasi risiko, bukan sebagai filosofi tata kelola inti.

Fokus Materialistik: Meskipun mencakup dimensi etika, landasan motivasi CSR umumnya tetap terkait pada keuntungan dan reputasi (teori instrumental stakeholder), bukan pada moral conviction yang mendalam.

Pengabaian Dimensi Spiritual: CSR gagal menangani sumber daya motivasi yang paling kuat, yaitu akuntabilitas transendental (transcendental accountability) dan moralitas yang berakar pada nilai-nilai ilahiah (Hanic & Smolo, 2023).

CSpR sebagai Respons Transendental

CSpR menawarkan solusi dengan mengintegrasikan dimensi Spiritualitas dan Moralitas Ilahiah ke dalam strategi inti bisnis. CSpR adalah model berbasis agama (*religio spiritual model*) yang menempatkan Tuhan sebagai pemangku kepentingan (*Ultimate Stakeholder*) utama.

Lahirnya CSpR didorong oleh tiga imperatif mendasar dalam konteks Islam:

a. Transformasi Konsep Amanah dan Stewardship

Dalam pandangan Islam, kekayaan, sumber daya alam, dan talenta perusahaan bukanlah kepemilikan mutlak manusia, melainkan Amanah (kepercayaan) dari Allah SWT. Perusahaan wajib bertindak sebagai Khalifatullah fil Ardh (wakil Tuhan di bumi), yang menuntut peran sebagai Steward (Hafidz) yang bertanggung jawab. CSpR memastikan bahwa seluruh operasional perusahaan bertujuan untuk:

- Melindungi (menjaga) sumber daya.
- Mengembangkan (menginvestasikan) sumber daya secara adil.
- Mendistribusikan (membagikan) manfaatnya kepada masyarakat.

b. Pencapaian Falah (Kesuksesan Sejati)

Tujuan akhir bisnis dalam Islam adalah mencapai Falah (kesuksesan holistik dunia dan akhirat), bukan hanya profit maximization. CSpR adalah mekanisme untuk mencapai falah dengan memastikan bahwa aktivitas bisnis tidak hanya legal dan menguntungkan, tetapi juga etis dan suci (sesuai Syariah). Ini menggeser fokus dari financial bottom line ke spiritual bottom line (Moosa, 2023).

c. Integrasi Maqasid Shariah

CSpR berfungsi sebagai jembatan yang menerjemahkan Maqasid Shariah (Tujuan Hukum Islam) yaitu perlindungan terhadap Agama, Jiwa, Akal, Keturunan, dan Harta ke dalam praktik tata kelola korporat yang nyata. CSpR mewajibkan perusahaan untuk menguji setiap keputusan bisnis berdasarkan dampaknya terhadap masalah 'ammah (kebaikan publik / umum).

Dengan demikian, CSpR bukan sekadar perpanjangan, melainkan elevasi dari CSR. CSpR menyediakan landasan moral yang kokoh (*Ethical Authority* / Makin) dan dorongan

motivasi yang abadi (*Visionary & Integrity*) yang melampaui perhitungan keuntungan jangka pendek, sehingga menjamin keberlanjutan yang sejati.

B. Empat Pilar MAHA Framework

Kerangka MAHA (Makin, Amin, Hafidz, 'Alim) adalah jantung konseptual dari Corporate Spiritual Responsibility (CSpR). MAHA berfungsi sebagai matriks etika dan tata kelola yang mentransformasi nilai-nilai spiritual menjadi praktik manajerial yang konkret. Konsep ini secara filosofis bersumber dari teladan kepemimpinan Nabi Yusuf AS sebagaimana diabadikan dalam Al-Qur'an (Surah Yusuf, ayat 54-55), yang menggabungkan kemurnian moral dengan kecakapan administratif yang luar biasa. MAHA menuntut agar pemimpin dan organisasi tidak hanya efisien secara ekonomi, tetapi juga berkualitas spiritual (memiliki *taqwā*) dalam menjalankan peran mereka sebagai *khalifatullah* (wakil Tuhan) di bumi.

1. MAKIN (Ethical Authority)

Makin: Otoritas Etika dan Kapabilitas Moral

a. Definisi dan Konteks Qur'ani

Kata Makin (مَكِينٌ) dalam Al-Qur'an (QS. Yusuf: 54) berarti 'yang ditempatkan' atau 'yang memiliki kedudukan yang teguh/berwenang'. Pilar ini melambangkan otoritas etika yang harus dimiliki seorang pemimpin korporat. Otoritas ini tidak didasarkan semata pada posisi hierarkis, melainkan pada integritas moral yang tak tercela dan kapabilitas profesional yang terbukti.

Makin menuntut bahwa pemimpin harus:

- Memimpin dengan keteladanan (*role modeling*).
- Memiliki kredibilitas moral (*ethical credibility*) yang diakui oleh internal dan eksternal *stakeholders*.
- Menggunakan kekuasaan secara bijaksana untuk menegakkan keadilan (*'adl*) dan kesejahteraan (*falah*) (Alsmadi, 2025).

b. Implikasi dalam CSpR

Dalam CSpR, Makin adalah fondasi bagi *Visionary & Integrity* dan *Welfare*. Kepemimpinan yang kokoh secara etika akan memastikan bahwa keputusan strategis (*Visionary*) selalu selaras dengan tujuan *transendental*.

Tata Kelola: Membangun budaya organisasi yang menjunjung tinggi etika di atas keuntungan. Hal ini termanifestasi dalam *Code of Conduct* yang ketat dan mekanisme *whistleblowing* yang efektif dan dilindungi.

Kesejahteraan: Otoritas etika memastikan perlakuan adil kepada karyawan (upah layak, lingkungan kerja yang aman) bukan karena paksaan hukum, melainkan karena kewajiban moral (*Hifz al-Nafs*) (Raman, et al., 2025).

c. Keterkaitan dengan Maqasid Shariah

Makin berkaitan erat dengan *Hifz al-Din* (Menjaga Agama) karena ia memastikan bahwa otoritas korporat digunakan untuk menegakkan nilai-nilai moral dan spiritual. Keputusan yang diambil dari posisi Makin akan selalu memprioritaskan *maslahah* (kebaikan umum) daripada keuntungan pribadi atau kelompok (Shahid, et al., 2025).

2. AMIN (*Integrity & Transparency*) Amin: Integritas dan Transparansi Mutlak

a. Definisi dan Konteks Qur'ani

Amin (أَمِينٌ) berarti 'terpercaya', 'jujur', atau 'dapat diandalkan', dan merupakan sifat fundamental dalam Islam (QS. Yusuf: 54). Dalam konteks bisnis, Amin adalah penolakan terhadap setiap bentuk ketidakjujuran, penipuan (*gharar*), dan ketidakjelasan (*maysir*).

Pilar Amin menuntut Integritas dalam segala aspek:

- Integritas Keuangan: Pelaporan yang akurat, audit yang jujur, dan kepatuhan pajak yang penuh.
- Integritas Operasional: Kejujuran dalam kualitas produk,

janji layanan, dan kontrak bisnis (Tarjo, et al., 2024).

b. Implikasi dalam CSpR

Amin adalah pilar sentral bagi Dimensi *Legal & Ethical / Syariah Compliance* dan *Philanthropic*. Transparansi adalah prasyarat untuk akuntabilitas, baik kepada pemegang saham maupun kepada Allah SWT.

Tata Kelola: Penerapan praktik *Good Corporate Governance (GCG)* yang melampaui standar wajib, termasuk pengungkapan risiko non-finansial dan konflik kepentingan.

Filantropi: Integritas dan transparansi wajib diterapkan dalam pengelolaan dana sosial (zakat, infaq, sedekah). Amin memastikan bahwa dana yang disalurkan benar-benar mencapai *mustahik* (penerima yang berhak) tanpa pengurangan atau penyalahgunaan (Hoque, et al., 2023).

c. Keterkaitan dengan Maqasid Shariah

Amin merupakan kunci untuk menjaga Hifz al-Mal (Menjaga Harta), karena integritas dan transparansi adalah cara fundamental untuk melindungi kekayaan dari praktik ilegal, penipuan, atau *fraud* (kerugian finansial akibat ketidakjujuran). Amin juga mendukung Hifz al-Nafs dengan memastikan konsumen mendapatkan produk yang aman dan sesuai janji.

3. HAFIDZ (Stewardship)

Hafidz: Kepenjagaan dan Pengelolaan Sumber Daya (Amanah)

a. Definisi dan Konteks Qur'ani

Kata Hafidz berarti 'penjaga', 'pelindung', atau 'yang mahir dalam menjaga' (QS. Yusuf:

55). Pilar ini secara langsung terkait dengan konsep *Stewardship* atau Amanah dalam Islam, di mana perusahaan dipandang sebagai penjaga sumber daya yang diamanahkan kepadanya, yang mencakup:

- Modal Finansial: Mengelola aset secara efisien dan bertanggung jawab.
- Modal Manusia: Mengembangkan talenta dan memastikan lingkungan kerja yang kondusif.
- Modal Alam: Melindungi lingkungan (*natural capital*) dari degradasi (Supriyadi, et al., 2023).

b. Implikasi dalam CSpR

Hafidz adalah inti dari Dimensi *Glocal Sustainability*. Prinsip ini menuntut perusahaan untuk mengadopsi perspektif jangka panjang (*inter-generational equity*) dalam semua operasinya.

Keberlanjutan Lingkungan: Perusahaan harus mengambil tindakan proaktif dalam mitigasi perubahan iklim, pengelolaan limbah, dan konservasi energi, melampaui kepatuhan minimum. Ini adalah tanggung jawab moral untuk melindungi bumi demi generasi mendatang (Hifz al-Nasl).

Manajemen Risiko: Sebagai penjaga, perusahaan wajib melakukan manajemen risiko yang cermat untuk melindungi nilai aset dari kerugian yang tidak perlu, termasuk risiko finansial, operasional, dan reputasi (Jaroensombut, et al., 2025).

c. Keterkaitan dengan Maqasid Shariah

Hafidz secara langsung melindungi Hifz al-Mal dan Hifz al-Nasl. Perlindungan harta (Mal) ditekankan melalui pengelolaan aset yang prudent, sementara perlindungan keturunan (Nasl) diwujudkan melalui komitmen terhadap lingkungan yang lestari dan warisan yang positif. *Hafidz* memastikan bahwa *triple bottom line* perusahaan mencakup planet dan manusia dengan komitmen yang abadi.

4. 'ALIM (Wisdom-Driven Decision)

'Alim: Keputusan yang Dipandu oleh Kebijakan (Hikmah)

a. Definisi dan Konteks Qur'ani

'Alim (عليه) berarti 'orang yang berpengetahuan', 'yang sangat mengetahui', atau 'yang bijaksana' (QS. Yusuf: 55). Pilar ini melampaui pengetahuan teknis biasa (*knowledge*) dan menuntut adanya Hikmah (*Wisdom*) atau kebijakan dalam pengambilan keputusan (Yousaf, et al., 2024). Keputusan tidak hanya didasarkan pada perhitungan data dan *profit*, tetapi pada panduan moral yang mendalam. 'Alim menuntut kepemimpinan yang:

- Mampu melihat dampak jangka panjang (*long-term impact*) dari setiap keputusan.
- Memahami konteks spiritual, sosial, dan budaya (*Glocal*) dari operasi bisnis.
- Membuat keputusan berdasarkan pertimbangan *maslahah* (kebaikan universal) di atas kepentingan sempit.

b. Implikasi dalam CSpR

'Alim adalah pilar yang menggerakkan Dimensi *Visionary & Integrity* dan memberikan kedalaman pada semua dimensi lainnya. Keputusan yang didorong oleh kebijakan akan menghasilkan inovasi yang etis (*Ethical Innovation*).

Strategi Visi: Visi korporat harus dirancang untuk memberikan kontribusi nyata pada perbaikan sosial dan lingkungan (*societal well-being*), bukan sekadar mencapai target penjualan. Visi ini harus diinternalisasi dari Dewan Direksi hingga level operasional.

Penyelesaian Dilema Etika: Ketika dihadapkan pada dilema etika (misalnya, memaksimalkan keuntungan vs. melindungi lingkungan), pilar 'Alim memandu perusahaan untuk memilih opsi yang memberikan manfaat terbesar bagi masyarakat dan selaras dengan prinsip Syariah.

c. Keterkaitan dengan Maqasid Shariah

'Alim secara langsung melindungi Hifz al-Aql (Menjaga Akal/Intelektualitas). Keputusan harus rasional, terinformasi, dan yang terpenting, dibimbing oleh hikmah. Pilar ini mendorong investasi pada riset dan pengembangan (*R&D*) yang fokus pada solusi bagi masalah kemanusiaan dan keberlanjutan, sehingga ilmu pengetahuan dan akal digunakan untuk tujuan yang benar (Zou, et al., 2023).

5. Sintesis dan Interelasi Empat Pilar MAHA

Keempat pilar MAHA tidak berdiri sendiri, melainkan membentuk siklus tata kelola spiritual yang terintegrasi (lihat Diagram Alir di Bab 4.4).

- Makin menyediakan otoritas moral yang diperlukan untuk menjalankan mandat.
- Amin menjamin integritas dan kepercayaan dalam setiap transaksi, menjadikannya landasan akuntabilitas.
- Hafidz menerapkan kepercayaan tersebut melalui pengelolaan sumber daya secara efisien dan bertanggung jawab.
- 'Alim mengarahkan seluruh proses dengan kebijaksanaan strategis, memastikan bahwa tindakan (Makin, Amin, Hafidz) selalu mencapai tujuan yang benar (*masalahah*).

Secara kolektif, MAHA Framework adalah Engine Spiritual yang mendorong perusahaan dari sekadar CSR yang didorong oleh *compliance* menjadi CSpR yang didorong oleh *conviction* (keyakinan spiritual). Kerangka ini memastikan bahwa perusahaan beroperasi dengan tujuan ganda: efisiensi duniawi dan akuntabilitas ukhrawi.

Ringkasan Tabel Pilar MAHA

Tabel 4.1

Pilar MAHA	Konsep Inti	Fungsi Tata Kelola	Keterkaitan CSpR Dimensi	Maqasid Syariah Utama
Makin	Ethical Authority	Otoritas moral kepemimpinan	<i>Welfare, Visionary & Integrity</i>	Hifz al-Din
Amin	Integrity & Transparency	Akuntabilitas dan Pelaporan	<i>Philanthropic, Legal & Ethical</i>	Hifz al-Mal
Hafidz	Stewardship (Amanah)	Pengelolaan dan Konservasi	<i>Glocal Sustainability, Welfare</i>	Hifz al-Nasl, Hifz al-Mal
'Alim	Wisdom-Driven Decision	Kebijakan Strategis	<i>Visionary & Integrity, Glocal</i>	Hifz al-Aql

C. Lima Dimensi Corporate Spiritual Responsibility (CSpR)

Setelah menetapkan fondasi etika dan tata kelola melalui Empat Pilar MAHA, CSpR Framework dioperasionalkan melalui lima dimensi tanggung jawab. Lima dimensi ini berfungsi sebagai area fokus strategis yang memastikan implementasi **MAHA** (Makin, Amin, Hafidz, 'Alim) secara komprehensif, mencakup aspek internal (karyawan), eksternal (masyarakat dan lingkungan), serta tata kelola (hukum dan visi).

Dimensi-dimensi ini melampaui kerangka CSR tradisional, menanamkan akuntabilitas spiritual (*surreal accountability*) dan tujuan *maslahah* (kebaikan universal) ke dalam setiap fungsi korporat (Hanic & Smolo, 2023).

1. WELFARE (Kesejahteraan Internal dan Eksternal)

Dimensi Welfare dalam CSpR berfokus pada pemenuhan hak-hak dasar dan peningkatan kualitas hidup seluruh pihak yang terpengaruh oleh operasi perusahaan, yang sejalan dengan prinsip Hifz al-Nafs (menjaga jiwa) dan Hifz al-Mal (menjaga harta) dalam Maqasid Shariah.

a. Konteks dan Implementasi Internal

Welfare secara internal menitikberatkan pada perlakuan yang adil dan bermartabat terhadap Karyawan. Perusahaan yang menjalankan CSpR dengan dimensi *Welfare* yang kuat akan memastikan:

- Gaji yang Adil (*Fair Wages*): Kompensasi yang tidak hanya memenuhi standar minimum legal, tetapi juga memastikan karyawan dapat hidup layak (*living wage*), sejalan dengan prinsip Makin (Ethical Authority) yang menjunjung tinggi keadilan moral.
- Lingkungan Kerja yang Aman dan Sehat: Perlindungan fisik dan mental, termasuk penyediaan fasilitas yang mendukung kesejahteraan spiritual (misalnya, tempat ibadah yang layak dan waktu yang fleksibel untuk beribadah).
- Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM): Investasi pada pelatihan dan pengembangan sebagai bentuk Hafidz (*Stewardship*) atas modal manusia, memastikan talenta karyawan terus tumbuh dan berkontribusi secara optimal.

b. Konteks dan Implementasi Eksternal

Welfare juga merangkum kontribusi produk dan layanan perusahaan terhadap Kesejahteraan Konsumen dan Masyarakat.

Produk yang Bermanfaat (*Tayyib*): Memproduksi barang atau jasa yang berkualitas, aman, dan bermanfaat, menjauhi produk yang merugikan kesehatan atau moral masyarakat.

Pemberdayaan Ekonomi Komunitas: Program-program yang dirancang untuk meningkatkan kapabilitas ekonomi komunitas sekitar (misalnya, dukungan UMKM) sebagai bentuk perwujudan tanggung jawab korporat sebagai agen kemakmuran (Tarjo, et al., 2024).

Keterkaitan dengan MAHA: Dimensi Welfare sangat dipandu oleh pilar Makin (untuk menjamin keadilan) dan Hafidz (untuk menjaga modal manusia dan sosial).

2. PHILANTHROPIC (Social)

Dimensi Philanthropic (Filantropi) dalam CSpR adalah ekspresi dari kewajiban Islam untuk distribusi kekayaan (*wealth distribution*), yaitu melalui instrumen formal seperti zakat, infaq, dan wakaf, serta inisiatif karitatif lainnya. Dimensi ini menuntut Amin (*Integrity & Transparency*) yang mutlak.

a. Instrumen dan Tujuan Filantropi Spiritual

Berbeda dengan filantropi CSR yang sering bersifat *ad-hoc* atau responsif, filantropi CSpR bersifat institusional dan proaktif.

- Zakat Korporat: Perusahaan yang berkomitmen pada CSpR menginternalisasi kewajiban zakat sebagai bagian dari biaya operasi (*cost of doing business*), bukan sekadar donasi diskresioner.
- Transparansi dan Akuntabilitas: Seluruh penyaluran dana sosial harus dilaporkan secara transparan. Pilar Amin memastikan bahwa dana disalurkan kepada *mustahik* (penerima yang berhak) tanpa pemotongan yang tidak perlu atau penyalahgunaan.
- Dampak Berkelanjutan: Program filantropi harus dirancang untuk memberdayakan penerima (misalnya, beasiswa, pelatihan keterampilan) menuju kemandirian, bukan sekadar bantuan konsumtif, mencerminkan kebijaksanaan 'Alim (Wisdom-Driven Decision).

b. Membangun Kemitraan yang Terpercaya

Dimensi ini juga melibatkan pembangunan kemitraan dengan lembaga-lembaga sosial dan keagamaan yang terpercaya (*trusted partners*) untuk memastikan efektivitas penyaluran. Kemitraan ini menegaskan kembali peran perusahaan sebagai Steward (*Hafidz*) yang bertanggung jawab dalam mengelola harta milik umat (Moosa, 2023).

Keterkaitan dengan MAHA: Dimensi ini didominasi oleh pilar Amin (untuk transparansi dana) dan didukung oleh 'Alim (untuk memilih program yang memberikan dampak sosial terbaik/maslahah).

3. GLOCAL SUSTAINABILITY

Glocal Sustainability adalah penggabungan tanggung jawab lingkungan dan sosial yang bersifat global (*Global*) dan lokal (*Local*). Dimensi ini adalah perwujudan utama dari prinsip Hafidz (*Stewardship*), yaitu kepenjagaan atas sumber daya alam.

a. Perspektif Glocal

- Tanggung Jawab Global: Mencakup komitmen perusahaan terhadap isu-isu makro seperti perubahan iklim, energi terbarukan, dan kontribusi terhadap *Sustainable Development Goals (SDGs)*. Perusahaan dituntut untuk meminimalkan *carbon footprint* mereka.
- Tanggung Jawab Lokal: Fokus pada dampak operasional perusahaan terhadap ekosistem dan komunitas di sekitar lokasi bisnis. Ini mencakup pengelolaan limbah lokal, konservasi sumber daya air, dan perlindungan kearifan lokal.

b. Kepenjagaan Lingkungan (*Hifz al-Nasl*)

Prinsip Hafidz menuntut perusahaan untuk melihat lingkungan bukan sebagai sumber daya yang harus dieksploitasi, melainkan sebagai aset yang harus dilindungi demi *Hifz al-Nasl* (menjaga keturunan). Praktik yang dituntut meliputi:

Green Business: Adopsi teknologi ramah lingkungan, efisiensi sumber daya, dan minimalisasi polusi.

Pengelolaan Limbah Holistik: Mengubah limbah menjadi sumber daya yang bermanfaat atau memastikan pembuangan yang tidak merusak lingkungan, didasarkan pada pengetahuan dan kebijaksanaan 'Alim (Zou, et al., 2023).

Keterkaitan dengan MAHA: Pilar kunci adalah Hafidz (sebagai penjaga lingkungan) dan 'Alim (untuk menerapkan solusi teknologi berkelanjutan yang bijaksana).

4. LEGAL & ETHICAL / SYARIAH COMPLIANCE

Dimensi ini adalah landasan minimal sekaligus tertinggi dari CSpR. Ia menuntut kepatuhan mutlak terhadap hukum positif (*Legal*), standar moral universal (*Ethical*), dan secara spesifik, prinsip-prinsip Islam (*Syariah Compliance*).

a. Kepatuhan Berlapis

- Kepatuhan Hukum (*Legal Compliance*): Meliputi semua regulasi ketenagakerjaan, perpajakan, dan perlindungan konsumen.
- Kepatuhan Etika (*Ethical Compliance*): Melampaui hukum, menuntut perusahaan menjauhi praktik abu-abu (*grey areas*) dan menegakkan keadilan (*'adl*) dalam setiap interaksi.
- Kepatuhan Syariah (*Syariah Compliance*): Ini adalah lapisan esensial CSpR, yang memastikan bisnis bebas dari unsur-unsur yang dilarang (seperti *riba*, *gharar*, dan *maysir*), serta memastikan transparansi dan keadilan mutlak (Amin).

b. Anti-Korupsi dan Keadilan

Dimensi ini secara spesifik menolak segala bentuk korupsi, penyuapan, dan praktik bisnis yang merugikan hak-hak pihak ketiga. Kepatuhan Syariah menjamin bahwa seluruh transaksi didasarkan pada prinsip 'Adl (Keadilan) dan Ihsan (Kebaikan Tertinggi). Kepatuhan yang kuat dan

didorong oleh otoritas moral (Makin) akan melindungi Hifz al-Mal dan Hifz al-Din.

Keterkaitan dengan MAHA: Dimensi ini didukung kuat oleh Makin (sebagai landasan etika) dan Amin (untuk transparansi kepatuhan).

5. VISIONARY & INTEGRITY

Dimensi ini berada pada level tata kelola dan kepemimpinan, berfungsi sebagai kompas moral dan strategis perusahaan. Ia menjamin bahwa arah strategis jangka panjang (*Visionary*) perusahaan selalu selaras dengan nilai-nilai spiritual dan dijalankan dengan kejujuran mutlak (*Integrity*).

a. Kepemimpinan Visioner Berbasis Hikmah Visionary dalam CSpR berarti:

- Visi Jangka Panjang Spiritual: Visi perusahaan harus mencakup tujuan Ukhrawi (akhirat), bukan hanya Duniawi (*profit*). Visi harus berorientasi pada penciptaan *masalah* universal.
- Keputusan Berbasis Hikmah: Pengambilan keputusan harus dipandu oleh pilar 'Alim, memastikan bahwa inovasi dan ekspansi bisnis tidak mengorbankan nilai-nilai etika atau sosial (Yousaf, et al., 2024).

b. Integritas Budaya Korporat

Integrity (Integritas) menjamin konsistensi antara nilai yang diyakini (MAHA) dengan tindakan yang dilakukan (Lima Dimensi CSpR).

Integritas Kepemimpinan: Pemimpin bertindak sebagai *role model* moral, menunjukkan Makin dan Amin dalam setiap keputusan.

Integritas Operasional: Budaya yang ditanamkan memastikan bahwa setiap karyawan memahami dan menjalankan tanggung jawab spiritual korporat ini, menjadikan Spiritualitas sebagai elemen intrinsik dari

budaya perusahaan (Zou, et al., 2023).

Dimensi ini adalah kunci untuk keberlanjutan CSpR, karena ia mengunci komitmen moral perusahaan dari level tertinggi dan menjadikannya bagian dari identitas korporat.

Keterkaitan dengan MAHA: Dimensi ini adalah perwujudan langsung dari 'Alim (yang memberikan visi strategis) dan Makin (yang menyediakan otoritas etika untuk mewujudkan visi tersebut).

6. Kesimpulan: Konvergensi Dimensi CSpR

Lima Dimensi CSpR bekerja secara sinergis, membentuk kerangka yang menyeluruh dan holistik, didorong oleh fondasi etika dari MAHA *Framework*.

Tabel 4.2

Dimensi CSpR	Fokus Utama	Pilar MAHA yang Mendukung	Maqasid Shariah
Welfare	Kesejahteraan Karyawan dan Komunitas	Makin, Hafidz	Hifz al-Nafs, Hifz al-Mal
Philanthropic	Distribusi Kekayaan dan Bantuan Sosial	Amin, 'Alim	Hifz al-Mal
Dimensi CSpR	Fokus Utama	Pilar MAHA yang Mendukung	Maqasid Shariah
Glocal Sustainability	Lingkungan dan Konservasi Sumber Daya	Hafidz, 'Alim	Hifz al-Nasl, Hifz al-Aql
Legal & Ethical/ Syariah Compliance	Kepatuhan Hukum, Etika, dan Syariah	Makin, Amin	Hifz al-Din, Hifz al-Mal
Visionary & Integrity	Visi Strategis dan Kepemimpinan Moral	'Alim, Makin	Hifz al-Aql, Hifz al-Din

D. Diagram Alur: MAHA → Lima Dimensi CSpR → Indikator Kinerja

Sub-bab ini menyajikan model operasional CSpR, yang menunjukkan bagaimana nilai-nilai filosofis MAHA Framework ditransformasikan menjadi strategi yang dapat ditindaklanjuti (Lima Dimensi CSpR) dan selanjutnya diukur melalui Indikator Kinerja Utama (KPIs). Diagram alur ini menggarisbawahi sifat holistik dan terintegrasi dari CSpR, menempatkannya sebagai model tata kelola yang komprehensif.

1. Konsep Alur Transformasi Nilai

Alur MAHA → CSpR → KPI menggambarkan tiga tahapan proses tata kelola:

- a. **MAHA (*The Spiritual Foundation*):** Berfungsi sebagai **Input** dan **Filosofi Inti** yang mendasari setiap keputusan. Empat pilar (Makin, Amin, Hafidz, 'Alim) adalah komitmen moral yang harus diinternalisasi oleh kepemimpinan.
- b. **Lima Dimensi CSpR (*The Strategic Action*):** Berfungsi sebagai **Proses** atau **Area Fokus Strategis**. Pilar MAHA memandu perusahaan dalam merumuskan strategi dan inisiatif yang spesifik di lima area tanggung jawab (*Welfare, Philanthropic, Glocal Sustainability, Legal & Ethical / Syariah Compliance, dan Visionary & Integrity*).
- c. **Indikator Kinerja (*The Accountability*):** Berfungsi sebagai **Output** dan **Mekanisme Pengukuran**. KPI harus dikembangkan untuk menilai seberapa efektif dimensi CSpR telah diimplementasikan, sekaligus mengukur akuntabilitas spiritual (*surreal accountability*) perusahaan.

2. Diagram Alir Model Operasional CSpR

Kerangka operasional CSpR secara visual dapat digambarkan sebagai berikut:

a. Input: MAHA Framework (Spiritual Core)

Tabel 4.3

Pilar MAHA	Fungsi Filosofis
Makin	Menetapkan Otoritas Etika (Moralitas)
Amin	Menjamin Integritas dan Transparansi (Kepercayaan)
Hafidz	Mewajibkan Kepenjagaan Sumber Daya (Amanah)
'Alim	Mengarahkan Keputusan Berbasis Kebijakan (Hikmah)

b. Proses: Lima Dimensi CSpR (*Strategic Implementation*)

- *Welfare*
- *Philanthropic (Social)*
- *Glocal Sustainability*
- *Legal & Ethical / Syariah Compliance*
- *Visionary & Integrity*

c. Output: Indikator Kinerja (KPIs - Measurement)

KPIs harus dirancang secara **holistik** (mencakup aspek spiritual, sosial, dan lingkungan) dan **terukur** (kuantitatif dan kualitatif).

Tabel 4.4

Dimensi CSpR	Contoh Indikator Kinerja Utama (KPIs)
<i>Welfare</i>	<i>Employee Satisfaction Index (ESI), Rasio Upah Layak terhadap UMR, Tingkat Turnover Karyawan (rendah).</i>
<i>Philanthropic</i>	Rasio Penyaluran Zakat & Infaq terhadap Laba, Persentase Program Sosial Berdampak Jangka Panjang.
<i>Glocal Sustainability</i>	Tingkat Pengurangan Emisi Karbon (misalnya, per unit produksi), Skor Kepatuhan Lingkungan Lokal, Tingkat Daur Ulang.
Dimensi CSpR	Contoh Indikator Kinerja Utama (KPIs)
<i>Legal & Ethical / Syariah Compliance</i>	Hasil Audit Syariah dan Etika (Nol temuan <i>non-compliant</i>), <i>Integrity Score</i> perusahaan, Jumlah kasus <i>whistleblowing</i> yang diselesaikan.
<i>Visionary & Integrity</i>	Persentase Keputusan Strategis yang Diuji Dampaknya terhadap <i>Maslahah</i> , Tingkat Implementasi Visi Spiritual oleh Manajemen.

E. Hubungan CSpR & Maqasid Shariah

Hubungan antara CSpR dan Maqasid Shariah (Tujuan Hukum Islam) bersifat fundamental dan kausal. *Maqasid Shariah* menyediakan tujuan tertinggi (*ultimate goals*) yang harus dicapai oleh setiap entitas Muslim, sementara CSpR, yang dimodeli oleh MAHA *Framework*, menyediakan kerangka operasional untuk mewujudkan tujuan-tujuan tersebut di ranah korporat.

1. Maqasid Shariah sebagai Tujuan Akhir

Maqasid Shariah berfokus pada perlindungan lima kebutuhan esensial (*al-daruriyyat al-khamsah*) umat manusia: Agama (Din), Jiwa (Nafs), Akal (Aql), Keturunan (Nasl), dan Harta (Mal).

Tabel 4.5

Maqasid Shariah	Tujuan Inti
Hifz al-Din	Melindungi dan menegakkan spiritualitas (Agama).
Hifz al-Nafs	Melindungi dan mempromosikan kehidupan (Jiwa).
Hifz al-Aql	Melindungi dan mempromosikan intelektualitas dan rasionalitas (Akal).
Hifz al-Nasl	Melindungi dan mempromosikan kelangsungan generasi (Keturunan).
Hifz al-Mal	Melindungi dan mempromosikan harta benda (Kekayaan).

2. CSpR sebagai Instrumen Pencapaian

CSpR memastikan bahwa setiap dimensi tanggung jawab korporat secara langsung berkontribusi pada perlindungan salah satu atau lebih *Maqasid* tersebut (Hanic & Smolo, 2023).

Tabel 4.6

Maqasid Shariah	Keterkaitan CSpR Dimensi	Keterangan
Hifz al-Din	<i>Legal & Ethical / Syariah Compliance; Visionary & Integrity</i>	Kepatuhan Syariah dan kepemimpinan moral (Makin) memastikan operasi bisnis selaras dengan nilai-nilai spiritual.
Hifz al-Nafs	<i>Welfare</i>	Pemberian upah yang adil dan lingkungan kerja yang aman secara langsung melindungi jiwa dan kesejahteraan karyawan.
Hifz al-Aql	<i>Visionary & Integrity; Glocal Sustainability</i>	Keputusan berbasis kebijaksanaan ('Alim) dan investasi pada inovasi yang etis melindungi dan mempromosikan penggunaan akal yang benar (Zou, et al., 2023).
Hifz al-Nasl	<i>Glocal Sustainability</i>	Tanggung jawab lingkungan (Hafidz) dan keberlanjutan memastikan sumber daya tersedia bagi generasi mendatang.

<p>Hifz al-Mal</p>	<p><i>Philanthropic; Legal & Ethical / Syariah Compliance</i></p>	<p>Transparansi (Amin) melindungi harta dari <i>fraud</i>, sementara filantropi memastikan distribusi kekayaan yang adil.</p>
---------------------------	---	--

BAB V

METODE MENGUKUR SPIRITUALITAS PERUSAHAAN

A. Mengapa Spiritualitas Perusahaan Perlu Diukur

Pengukuran Spiritualitas Perusahaan (*Corporate Spiritual Responsibility* CSpR), khususnya melalui kerangka terintegrasi seperti Model MAHA, bukanlah sekadar pelengkap, melainkan sebuah kebutuhan fundamental untuk menjamin akuntabilitas korporasi yang holistik dan berkelanjutan. Kebutuhan ini muncul dari tiga alasan utama: (1) Kegagalan model konvensional dalam mengatasi krisis etika, (2) Kewajiban Akuntabilitas Transendental berdasarkan prinsip Amanah dan Maslahah dalam Islam, dan (3) Nilai Strategis dan Diagnostik bagi tata kelola organisasi.

1. Keterbatasan Model Tanggung Jawab Konvensional (CSR/ESG)
Model tanggung jawab korporasi yang dominan, seperti *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Environmental, Social, and Governance* (ESG), meskipun penting, memiliki keterbatasan mendasar karena dibangun di atas fondasi sekuler dan utilitarian.

- a. Sifat *Voluntary* dan *Lip Service* dalam CSR

Model CSR seringkali bersifat voluntari (sukarela) dan mudah terperangkap dalam praktik simbolis (*window dressing*). Tanpa adanya dasar spiritual yang mengikat, komitmen perusahaan terhadap etika dan sosial dapat goyah ketika berhadapan dengan tekanan profitabilitas yang intens. Minimnya *Inner Integrity*: CSR tradisional cenderung mengukur output (seperti jumlah donasi atau proyek komunitas), namun gagal mengukur input spiritual yaitu motivasi batin, kejujuran, dan integritas yang mendorong perilaku tersebut (Sifat Amin). Pengukuran CSpR bertujuan untuk mengatasi kelemahan ini dengan memastikan bahwa tindakan etis berakar pada nilai batin dan bukan hanya kepatuhan eksternal.

b. Orientasi Finansial dalam ESG

Kerangka ESG, meskipun berfokus pada keberlanjutan, pada dasarnya adalah alat manajemen risiko finansial yang digunakan investor. Pengukuran ESG menilai bagaimana faktor lingkungan, sosial, dan tata kelola memengaruhi nilai pasar perusahaan. Pengabaian Dimensi Transendental: ESG tidak memiliki mekanisme untuk menilai Akuntabilitas kepada Tuhan atau tujuan akhirat (*Falah*), yang merupakan inti dari Spiritualitas Perusahaan Islami. Pengukuran CSpR mengisi kekosongan ini dengan memperkenalkan dimensi penilaian yang bersifat epistemik dan visioner (Sifat 'Alim) untuk menguji apakah strategi jangka panjang perusahaan didasarkan pada kebijaksanaan ilahi atau sekadar perhitungan materialistik.

2. Akuntabilitas Transendental (*Amanah*) dan *Maqasid Sharia*

Dalam Islam, Spiritualitas Perusahaan berakar pada kerangka filosofis yang menganggap bisnis sebagai ibadah dan sumber daya sebagai amanah (kepercayaan). Pengukuran CSpR adalah mekanisme untuk memastikan akuntabilitas atas amanah ini di dunia (*dunya*) dan akhirat (*akhirah*).

a. Prinsip Amanah (*Stewardship*)

Konsep Amanah (kepercayaan atau *stewardship*) adalah inti dari Spiritualitas Perusahaan (Sifat Hafidz). Manajemen dan karyawan adalah Khalifah (wakil) Allah di bumi, yang dipercaya untuk mengelola sumber daya alam dan manusia secara bijaksana.

Pengukuran Hafidz: Pengukuran CSpR berupaya mengukur seberapa baik perusahaan melaksanakan Amanah ini. Hal ini mencakup bagaimana perusahaan mengelola risiko (*Risk Stewardship*), memastikan keamanan lingkungan, dan menciptakan kesejahteraan bagi pemangku kepentingan. Tanpa pengukuran formal, risiko hanya dipandang sebagai ancaman finansial, bukan pelanggaran terhadap amanah spiritual.

b. Pencapaian *Maslahah* sebagai Tujuan Utama (*Maqasid Sharia*)

Tujuan tertinggi dari Syariah Islam (*Maqasid Sharia*) adalah tercapainya *Maslahah* (kebaikan publik yang universal) melalui perlindungan lima hal: agama (*dien*), jiwa (*nafs*), akal (*aql*), keturunan (*nasl*), dan harta (*mal*).

Peta Jalan Spiritual: Pengukuran CSpR, dengan 200 indikator yang terstruktur, memberikan peta jalan spiritual untuk menilai kontribusi perusahaan terhadap *Maslahah*. Misalnya, indikator Transparansi Zakat (Dimensi Philanthropic) secara eksplisit mengukur praktik yang mendukung perlindungan harta (*mal*) dan kesejahteraan sosial (*nafs*), sekaligus menginstitutionalisasi Sifat Makin (Kompetensi Moral). Mengukur CSpR memastikan bahwa perusahaan secara aktif mengintegrasikan tujuan transendental ke dalam metrik kinerja mereka, bergerak melampaui orientasi laba murni.

3. Nilai Strategis, Diagnostik, dan Transformasi Etika

Pengukuran Spiritualitas Perusahaan memberikan nilai praktis dan strategis yang signifikan bagi manajemen internal dan regulator. Ini mengubah etika dari konsep abstrak menjadi konstruk yang terukur dan dapat dikelola.

a. Alat Diagnostik untuk Institutionalisasi Etika

CSpR berfungsi sebagai alat diagnostik yang memetakan kesenjangan antara etika yang diakui secara lisan (*espoused values*) dan etika yang diinstitutionalisasi dalam praktik operasional (*values-in-use*).

Identifikasi Kesenjangan 'Alim: Analisis Radar Chart (seperti pada Bab 5 Poin D) sering kali menunjukkan skor rendah pada dimensi Visionary and Integrity (terkait Sifat 'Alim). Skor rendah ini memberi sinyal kepada manajer bahwa, meskipun aktivitas filantropi (*Philanthropic*) mungkin kuat, kepemimpinan spiritual dan visi jangka panjang yang didasarkan pada kebijaksanaan ilahi belum

terinternalisasi. Kesenjangan ini memerlukan intervensi strategis pada tingkat tata kelola.

Peningkatan Integritas Organisasi: Dengan mengukur Sifat Amin (Integritas), CSpR memberikan metrik nyata untuk menilai dan meningkatkan tingkat kejujuran, transparansi, dan kepercayaan dalam proses bisnis – fondasi yang krusial untuk mencegah kecurangan (*financial fraud*), seperti yang disorot oleh beberapa studi dalam literatur CSpR.

b. Penguatan *Spiritual Leadership* dan Keterlibatan Karyawan

Pengukuran Spiritualitas Perusahaan secara empiris dikaitkan dengan peningkatan kinerja organisasi dan kesejahteraan karyawan.

Korelasi Kinerja: Penelitian seperti yang dilakukan oleh Zou et al. (2023) menemukan hubungan positif antara Kepemimpinan Spiritual dan Partisipasi Karyawan dalam CSR (*corporate social responsibility*). Mengukur spiritualitas perusahaan membantu organisasi mengidentifikasi dan menginstitutionalisasi praktik kepemimpinan yang berfokus pada rasa memiliki dan makna dalam pekerjaan elemen kunci dari spiritualitas.

Keunggulan Kompetitif: Perusahaan yang mampu mengukur dan menunjukkan Spiritualitas (seperti yang ditunjukkan oleh dimensi Makin) cenderung menarik dan mempertahankan talenta terbaik, yang mencari organisasi yang sejalan dengan nilai-nilai moral mereka. Dengan mengukur dan melaporkan CSpR, perusahaan dapat mengkomunikasikan identitas spiritual mereka dan membangun reputasi sebagai entitas yang bertanggung jawab secara etis dan transenden.

c. Manfaat Strategis dan Diagnostik

Pengukuran CSpR, terutama melalui kerangka terukur seperti Model MAHA, memberikan beberapa manfaat praktis:

- Peningkatan Nilai Holistik: Implementasi CSpR dapat meningkatkan nilai perusahaan, kesejahteraan pemegang saham, dan kontribusi pada pembangunan berkelanjutan.
- Transformasi Etika: Kerangka MAHA mengubah etika Islam dari sekumpulan perilaku normatif menjadi konstruk yang terukur.
- Alat Diagnostik: MAHA-CSpR berfungsi sebagai alat diagnosis dan strategi bagi manajer dan regulator. Hal ini memungkinkan organisasi untuk menilai secara formal dimensi spiritual mana yang telah terinstitusionalisasi dan mana yang membutuhkan intervensi untuk mencapai tata kelola etis dan integritas organisasi yang lebih baik.

B. Pendekatan Penelitian: Metodologi Mixed-Method

Untuk menghasilkan model pengukuran Spiritualitas Perusahaan (*Corporate Spiritual Responsibility - CSpR*) yang valid secara filosofis dan andal secara empiris, studi ini mengadopsi Desain Metode Campuran Sekuensial Eksploratif (*Sequential Mixed-Method Design*). Pendekatan ini merupakan yang paling sesuai karena tujuan penelitian adalah:

- Membangun kerangka konseptual baru (MAHA) dari dasar-dasar teologis (*Hermeneutika Qur'an*).
- Mengembangkan indikator terukur (200 CSpR) dari kerangka tersebut melalui proses kualitatif lanjutan (*NVivo Analysis*).
- Memvalidasi dan mengaplikasikan indikator tersebut secara empiris melalui analisis konten kuantitatif.

Metodologi ini dibagi menjadi dua fase utama yang saling melengkapi: Fase Kualitatif (Konseptualisasi) dan Fase Kuantitatif (Validasi Empiris).

1. Hermeneutika Qur'an (Fase Kualitatif – Konseptualisasi)

Fase pertama penelitian adalah fase kualitatif yang berfungsi sebagai fondasi teoretis dan filosofis. Tujuannya adalah membangun Kerangka MAHA sebagai inti spiritualitas

perusahaan langsung dari sumber primer ajaran Islam.

a. Tujuan dan Proses

Tujuan Epistemik: Menghadirkan *Islamic worldview* ke dalam disiplin ilmu akuntansi dan manajemen dengan cara yang sistematis, mengubah nilai-nilai spiritual normatif menjadi konstruk yang dapat diukur.

Metode: Hermeneutika Qur'an digunakan sebagai lensa interpretatif-tematik. Hermeneutika bukan hanya terjemahan, tetapi proses mendalam untuk memahami makna, konteks, dan relevansi teks suci dalam konteks kontemporer (*sensemaking*).

Fokus Analisis: Fokus utama diletakkan pada kisah Nabi Yusuf A.S. dalam Surah Yusuf (QS. Yusuf: 54-55) saat beliau diangkat menjadi Menteri Keuangan Mesir. Kisah ini dianggap sebagai studi kasus ideal mengenai etika kepemimpinan spiritual dan tata kelola profesional (Mais et al., 2025).

b. Hasil Konseptual: Kerangka MAHA

Melalui interpretasi hermeneutika mendalam terhadap atribut kepemimpinan Nabi Yusuf, studi ini merumuskan empat sifat spiritual utama, yang dikenal sebagai Kerangka MAHA:

- Makin (Kompetensi Moral/Etis): Merepresentasikan dimensi integritas moral dan etika perilaku.
- Amin (Integritas, Transparansi, dan Kepercayaan): Merefleksikan kejujuran absolut dan akuntabilitas dalam penggunaan kekuasaan (*power*) dan sumber daya (*resources*).
- Hafidz (Kompetensi Profesional dan Stewardship): Merepresentasikan kemampuan manajerial, kecakapan profesional, dan pengelolaan amanah sumber daya yang bertanggung jawab (*Risk Stewardship*).
- 'Alim (Pengetahuan yang Dibimbing Kebijakan /

Visioner): Merepresentasikan kecerdasan strategis, wawasan ke depan (*foresight*), dan kebijaksanaan dalam mengambil keputusan yang berorientasi *Maslahah* jangka panjang.

Kerangka MAHA ini kemudian menjadi basis lima dimensi pengukuran CSpR (*Welfare, Philanthropic, Glocal, Legal & Ethical, Visionary & Integrity*).

2. *Mixed Method* (Qualitative + NVivo Analysis)

Fase ini bertujuan untuk menjembatani kerangka konseptual MAHA dengan realitas praktik korporasi, serta memvalidasi indikator pengukuran yang akan digunakan.

- a. Kualitatif Lanjutan: Pengembangan Indikator (Tahap Eksplorasi) Setelah MAHA dikonseptualisasikan, indikator terukur harus dikembangkan.

Pengumpulan Data: Melibatkan wawancara mendalam dan Diskusi Kelompok Terfokus (FGD) dengan para ahli, termasuk ulama syariah, akademisi, dan praktisi CSpR/keberlanjutan di Indonesia.

NVivo Kualitatif (Analisis Tematik): Transkrip wawancara diolah menggunakan perangkat lunak NVivo 14. Analisis dilakukan dengan metode *grounded theory* (pengkodean terbuka, aksial, dan selektif). Tujuannya adalah:

- Memastikan bahwa interpretasi konsep MAHA (*Makin, Amin, Hafidz, 'Alim*) oleh para ahli sejalan dengan literatur teologis.
- Mendapatkan frasa operasional dan metrik yang jelas dari para praktisi untuk menyusun draf awal 200 Indikator CSpR.

- b. Kuantitatif: Validasi Empiris (Analisis Konten NVivo)

Fase kuantitatif, yang dilakukan secara sekuensial setelah fase kualitatif, berfungsi untuk menguji keberadaan dan tingkat institusionalisasi 200 indikator CSpR yang telah

dikembangkan.

Sampel dan Data: Data kuantitatif diambil dari Laporan Keberlanjutan (*Sustainability Reports*) dari 100 perusahaan manufaktur Indonesia. Laporan ini dipilih karena mewakili pengungkapan tanggung jawab korporasi yang paling komprehensif.

Metode Kuantifikasi: Studi ini menggunakan Analisis Isi Kuantitatif (*Quantitative Content Analysis*) dengan bantuan fitur *query* dan *matrix* pada NVivo 14.

- Setiap pengungkapan dalam laporan dianalisis dan dicocokkan dengan 200 Indikator CSpR.
- Setiap indikator diberikan skor berdasarkan Skala Likert 0-5 (dari tidak ada pengungkapan hingga pengungkapan substantif dan terintegrasi penuh).

Output Penelitian: Hasil analisis kuantitatif menghasilkan Skor CSpR untuk masing- masing lima dimensi. Ini memungkinkan peneliti untuk melakukan diagnosis tentang dimensi mana (misalnya, *Visionary & Integrity* yang terkait dengan 'Alim) yang paling lemah dalam praktik korporasi. Keterlibatan NVivo dalam fase kuantitatif ini menjamin transparansi, ketelitian, dan efisiensi dalam mengolah data tekstual yang besar.

C. Proses Penilaian dan 200 Indikator Spiritualitas Perusahaan (CSpR)

Proses penilaian Spiritualitas Perusahaan (*Corporate Spiritual Responsibility - CSpR*) merupakan langkah krusial dalam mengubah kerangka konseptual MAHA (Makin, Amin, Hafidz, 'Alim) yang filosofis menjadi metrik kinerja organisasi yang dapat diukur dan dievaluasi. Proses ini melibatkan metodologi kuantifikasi yang ketat, yang bertujuan untuk menilai tingkat institusionalisasi nilai-nilai spiritual dalam strategi dan pengungkapan perusahaan.

Dimensi Inti CSpR: Operasionalisasi Kerangka MAHA

Kerangka CSpR dibangun di atas empat sifat spiritual (MAHA) dari kepemimpinan Nabi Yusuf A.S. Keempat sifat ini dioperasionalisasikan dan dikelompokkan menjadi lima dimensi / pilar CSpR yang berfungsi sebagai area penilaian utama:

Tabel.5.1

Dimensi CSpR (Pilar Penilaian)	Sifat MAHA yang Diinstitusionalisasi	Fokus Penilaian Utama
1. Welfare (Kesejahteraan)	Makin (Moral), Hafidz (Pengelolaan)	Tanggung jawab perusahaan terhadap kesejahteraan internal (karyawan) dan eksternal (masyarakat sekitar).
2. Philanthropic (Filantropi)	Amin (Transparansi), Makin (Etika)	Pengelolaan dana sosial wajib (<i>zakat</i>) dan sukarela (<i>infak/sedekah</i>) secara transparan dan akuntabel.
3. Glocal (Global- Lokal)	Hafidz (Stewardship)	Tanggung jawab lingkungan, perlindungan sumber daya alam, dan kontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan lokal.
4. Legal and	Makin (Moral),	Kepatuhan Syariah,

Ethical (Hukum & Etika)	Amin (Integritas)	kepatuhan hukum negara, dan anti-korupsi (<i>anti-fraud</i>).
Dimensi CSpR (Pilar Penilaian)	Sifat MAHA yang Diinstitusionalisasi	Fokus Penilaian Utama
5. Visionary and Integrity (Visioner & Integritas)	'Alim (Kebijaksanaan), Amin (Integritas)	Kepemimpinan etis, visi jangka panjang berbasis <i>Maslahah</i> , dan kualitas tata kelola transendental.

1. Proses Penilaian Kuantitatif: Analisis Isi Kuantitatif

Proses pengukuran CSpR pada studi empiris (Mais et al., 2025) menggunakan metodologi Analisis Isi Kuantitatif (*Quantitative Content Analysis*) terhadap laporan publik perusahaan.

a. Metode dan Alat: NVivo Analysis

- 1) Sumber Data: Laporan Keberlanjutan (*Sustainability Reports*) atau Laporan Tahunan perusahaan yang komprehensif. Dalam studi validasi, sampel diambil dari 100 perusahaan manufaktur untuk menguji penerapan CSpR di sektor strategis.
- 2) Koding (*Coding*): Setiap kalimat atau paragraf dalam laporan yang relevan dianalisis dan dicocokkan dengan salah satu dari 200 Indikator CSpR yang telah ditetapkan.
- 3) Alat Perangkat Lunak: Perangkat lunak NVivo 14 digunakan sebagai alat utama untuk manajemen data kualitatif-kuantitatif. NVivo memungkinkan peneliti untuk:
 - Mengolah volume teks yang besar dari 100 laporan secara efisien.
 - Menjamin reliabilitas koding dengan menggunakan fitur *coding stripes* dan *matrix query* untuk memastikan konsistensi dalam penilaian.

4) Proses Agregasi: Skor untuk setiap dari 200 indikator kemudian diagregasi untuk menghasilkan skor total per Dimensi CSpR (misalnya, skor rata-rata untuk seluruh indikator di bawah pilar Welfare). Skor ini kemudian divisualisasikan, seringkali dalam bentuk Radar Chart (Grafik Jaring Laba-laba), untuk tujuan diagnostik.

b. Skala Pengukuran CSpR (Skala 0-5)

Untuk mengukur tingkat pengungkapan dan institusionalisasi CSpR, digunakan Skala Likert 0-5 (Mais et al., 2025). Skala ini dirancang untuk membedakan antara pengungkapan yang hanya bersifat simbolis (*lip service*) dan pengungkapan yang substantif dan terinstitusionalisasi.

Tabel 5.2

Skor	Tingkat Institusionalisasi	Deskripsi Kuantifikasi Pengungkapan
0	Tidak Ada (<i>None</i>)	Tidak ada pengungkapan atau penyebutan sama sekali mengenai indikator yang bersangkutan.
1	Simbolis (<i>Tokenism</i>)	Pengungkapan berupa pernyataan umum atau komitmen tanpa disertai data terukur, bukti program, atau kebijakan resmi.
3	Cukup Terdefinisi (<i>Defined</i>)	Pengungkapan yang jelas, disertai deskripsi program yang terperinci, tetapi metrik kinerja atau dampak yang terukur masih terbatas.

5	Substantif & Terinstitusionalisasi <i>(Institutionalized)</i>	Pengungkapan yang lengkap, disertai metrik kinerja kuantitatif, bukti audit eksternal, dan terintegrasi penuh ke dalam strategi dan tata kelola perusahaan.
---	---	---

2. Proses Penilaian Kuantitatif: Analisis Isi Kuantitatif

Proses pengukuran CSpR pada studi empiris (Mais et al., 2025) menggunakan metodologi Analisis Isi Kuantitatif (*Quantitative Content Analysis*) terhadap laporan publik perusahaan.

a. Metode dan Alat: NVivo Analysis

- 1) Sumber Data: Laporan Keberlanjutan (*Sustainability Reports*) atau Laporan Tahunan perusahaan yang komprehensif. Dalam studi validasi, sampel diambil dari 100 perusahaan manufaktur untuk menguji penerapan CSpR di sektor strategis.
- 2) Koding (*Coding*): Setiap kalimat atau paragraf dalam laporan yang relevan dianalisis dan dicocokkan dengan salah satu dari 200 Indikator CSpR yang telah ditetapkan.
- 3) Alat Perangkat Lunak: Perangkat lunak NVivo 14 digunakan sebagai alat utama untuk manajemen data kualitatif-kuantitatif. NVivo memungkinkan peneliti untuk:
 - Mengolah volume teks yang besar dari 100 laporan secara efisien.
 - Menjamin reliabilitas koding dengan menggunakan fitur *coding stripes* dan *matrix query* untuk memastikan konsistensi dalam penilaian.
- 4) Proses Agregasi: Skor untuk setiap dari 200 indikator kemudian diagregasi untuk menghasilkan skor total per Dimensi CSpR (misalnya, skor rata-rata untuk seluruh indikator di bawah pilar *Welfare*). Skor ini kemudian

divisualisasikan, seringkali dalam bentuk Radar Chart (Grafik Jaring Laba-laba), untuk tujuan diagnostik.

b. Skala Pengukuran CSpR (Skala 0-5)

Untuk mengukur tingkat pengungkapan dan institusionalisasi CSpR, digunakan Skala Likert 0-5 (Mais et al., 2025). Skala ini dirancang untuk membedakan antara pengungkapan yang hanya bersifat simbolis (*lip service*) dan pengungkapan yang substantif dan terinstitusionalisasi.

Tabel 5.3

Skor	Tingkat Institusionalisasi	Deskripsi Kuantifikasi Pengungkapan
0	Tidak Ada (<i>None</i>)	Tidak ada pengungkapan atau penyebutan sama sekali mengenai indikator yang bersangkutan.
1	Simbolis (<i>Tokenism</i>)	Pengungkapan berupa pernyataan umum atau komitmen tanpa disertai data terukur, bukti program, atau kebijakan resmi.
3	Cukup Terdefinisi (<i>Defined</i>)	Pengungkapan yang jelas, disertai deskripsi program yang terperinci, tetapi metrik kinerja atau dampak yang terukur masih terbatas.
5	Substantif & Terinstitusionalisasi (<i>Institutionalized</i>)	Pengungkapan yang lengkap, disertai metrik kinerja kuantitatif, bukti audit eksternal, dan terintegrasi penuh ke dalam strategi dan tata kelola perusahaan.

3. 200 Indikator CSpR: Jembatan dari Etika ke Metrik

200 Indikator CSpR merupakan inti dari model ini. Jumlah yang besar ini diperlukan karena CSpR harus mencakup spektrum tanggung jawab spiritual yang luas, mulai dari akuntabilitas batin ('Alim) hingga tindakan eksternal (Glocal). Setiap indikator berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan nilai moral Qur'ani dengan praktik bisnis modern.

a. Contoh Indikator Spesifik per Dimensi

Indikator-indikator ini dikategorikan ke dalam lima dimensi, dengan beberapa contoh kunci yang mewakili karakteristik MAHA yang mendasar:

Tabel 5.4

Dimensi CSpR	Indikator Kunci (Contoh dari 200)	Sifat MAHA Fokus
Welfare	Kesetaraan Gaji & Insentif (Mengukur kepatuhan gaji terhadap standar <i>maslahah</i> dan keadilan).	Makin (Moral)
	Program Pengembangan SDM (Mengukur investasi dalam peningkatan <i>Hafidz</i> (kompetensi) karyawan).	Hafidz (Pengelolaan)
Philanthropic	Transparansi Zakat (Pengungkapan sumber dan penyaluran dana ZIS yang diaudit).	Amin (Transparansi)
	Alokasi Dana Waqf Produktif (Investasi dalam aset sosial berkelanjutan).	Hafidz (Stewardship)
Glocal	Manajemen Risiko Lingkungan (Penilaian dampak lingkungan sebagai bagian dari amanah Stewardship).	Hafidz (Stewardship)

	Keterlibatan Masyarakat Lokal (Dampak positif pada ekonomi dan budaya lokal).	Makin (Moral)
Legal & Ethical	Kebijakan Anti-Suap & Korupsi (Pengukuran implementasi etika bisnis Islami).	Amin (Integritas)
	Kepemimpinan Etis (Dewan Direksi menunjukkan komitmen terhadap nilai-nilai spiritual).	Makin (Moral)
Visionary & Integrity	Perencanaan Strategis Jangka Panjang (Integrasi tujuan akhirat (<i>falah</i>) dalam visi 5-10 tahun perusahaan).	'Alim (Visioner)
Dimensi CSpR	Indikator Kunci (Contoh dari 200)	Sifat MAHA Fokus
	Akuntabilitas Pengambilan Keputusan (Proses pengambilan keputusan utama dapat ditelusuri ke Dewan Pengawas Syariah/Etika).	Amin (Integritas)

b. Pentingnya Pengukuran *Visionary & Integrity*

Hasil empiris dari pengukuran CSpR seringkali menunjukkan bahwa dimensi *Visionary & Integrity* (terkait Sifat 'Alim) mendapatkan skor paling rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa sementara perusahaan mampu menjalankan fungsi-fungsi CSpR yang terlihat (Filantropi / Legalitas), mereka seringkali gagal menginstitusionalisasikan visi spiritual yang mendalam dan integritas transendental ke dalam tata kelola inti. Pengukuran yang cermat terhadap 200 indikator ini memaksa perusahaan untuk mengukur tidak hanya apa yang mereka lakukan, tetapi juga mengapa mereka

melakukannya, berdasarkan prinsip Masalah (kebaikan publik universal).

D. Contoh Format Pengukuran Spiritualitas Perusahaan (CSpR)

Bagian ini menyajikan detail format pengukuran kuantitatif yang digunakan untuk menilai Spiritualitas Perusahaan (CSpR) berdasarkan metodologi *mixed-method* dari Kerangka MAHA. Fokus utama pengukuran adalah menilai tingkat institusionalisasi nilai-nilai spiritual dalam laporan publik perusahaan.

1. Skala Pengukuran CSpR: Skala Likert 0-5

Pengukuran CSpR menggunakan metode Analisis Isi Kuantitatif terhadap laporan perusahaan dengan mengaplikasikan Skala Likert 0-5 (Mais et al., 2025). Skala ini dirancang untuk membedakan secara halus antara pengungkapan yang hanya bersifat basa-basi (*symbolis*) dengan pengungkapan yang terbukti terintegrasi dalam strategi dan operasional (*substansif*).

Tabel 5.5

Skor	Tingkat Pengungkapan	Deskripsi Institusionalisasi
0	Tidak Ada (None)	Tidak ada penyebutan atau pengungkapan terkait indikator.
1	Simbolis (Tokenism)	Pengungkapan sangat umum (misalnya: "Kami menjunjung etika"), tanpa detail program atau metrik kinerja.
Skor	Tingkat Pengungkapan	Deskripsi Institusionalisasi
3	Cukup Terdefinisi (Defined)	Pengungkapan yang jelas tentang kebijakan atau program, namun kurang data kuantitatif atau bukti audit.
		Pengungkapan komprehensif,

5	Substantif & Terinstitusionalisasi <i>(Institutionalized)</i>	disertai metrik kinerja kuantitatif, bukti audit eksternal, dan terintegrasi dalam visi strategis (Mais et al., 2025).
----------	---	--

2. Contoh Indikator Kunci dan Pengukurannya

Untuk mengilustrasikan bagaimana Skala 0-5 diterapkan pada 200 Indikator CSpR, berikut adalah tiga contoh indikator penting dari dimensi yang berbeda dalam Kerangka MAHA:

a. Transparansi Zakat

Dimensi CSpR: Philanthropic Sifat MAHA Terkait: Amin (Integritas dan Transparansi)

Definisi: Mengukur tingkat keterbukaan dan kejelasan laporan mengenai dana Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) yang dikelola atau disalurkan oleh perusahaan. Transparansi ini mencerminkan akuntabilitas transendental (Amin).

Tabel 5.6

Kriteria Penilaian (Skor)	Deskripsi Kuantifikasi
Skor 1	Menyebutkan secara umum adanya penyaluran Zakat/CSR tanpa detail jumlah, penerima, atau sumber.
Skor 5	Menyajikan Laporan Keuangan ZIS yang diaudit eksternal , merinci sumber perolehan, jumlah yang dikeluarkan, metode penyaluran, dan dampak program secara terukur (Mais et al., 2025).

b. Risk Stewardship

Dimensi CSpR: *Glocal* dan *Legal & Ethical*

Sifat MAHA Terkait: Hafidz (Pengelolaan Sumber Daya/Stewardship)

Definisi: Mengukur sejauh mana perusahaan mengidentifikasi, menilai, dan mengelola risiko (termasuk risiko sosial, lingkungan, dan etika) sebagai bagian dari amanah pengelolaan sumber daya secara bijaksana (Hafidz).

Tabel 5.7

Kriteria Penilaian (Skor)	Deskripsi Kuantifikasi
Skor 1	Menyebutkan adanya Manajemen Risiko perusahaan secara umum (misalnya, risiko operasional atau finansial).
Skor 5	Perusahaan memiliki sistem manajemen risiko terintegrasi yang secara eksplisit mencakup risiko sosial dan lingkungan dalam matriks risikonya, menyediakan data kuantitatif tentang pengurangan jejak karbon atau pencegahan polusi, yang diawasi oleh komite direksi yang relevan (Mais et al., 2025; Tarjo et al., 2024).

c. Kepemimpinan Visioner

Dimensi CSpR: *Visionary & Integrity*

Sifat MAHA Terkait: 'Alim (Pengetahuan yang Dibimbing Kebijakan)

Definisi: Mengukur sejauh mana visi dan strategi jangka panjang perusahaan didasarkan pada prinsip *Maslahah* (kebaikan publik) dan konsistensi dalam membuat keputusan strategis yang berorientasi spiritual ('*Alim*).

Tabel 5.8

Kriteria Penilaian (Skor)	Deskripsi Kuantifikasi
Skor 1	Pernyataan visi yang mencakup kata "berkelanjutan" atau "etika" tanpa penjelasan detail implementasi spiritual.
Skor 5	Strategi perusahaan secara eksplisit memuat tujuan jangka panjang yang melampaui laba (misalnya, kontribusi <i>Maslahah</i> spesifik). Terdapat kebijakan formal yang menghubungkan pengambilan keputusan CEO dengan Dewan Pengawas Syariah atau komite etika/spiritual (Mais et al., 2025; Zou et al., 2023).

BAB VI

INTEGRASI CSPR DALAM AKUNTANSI SYARIAH DAN PELAPORAN MODERN

A. Pendahuluan

Perkembangan global dalam praktik keberlanjutan (*sustainability*) dan penerapan prinsip *Environmental, Social, and Governance* (ESG) telah mendorong perusahaan untuk memperluas orientasi kinerja mereka melampaui sekadar profitabilitas finansial. Tuntutan investor, regulator, dan masyarakat mendorong perusahaan untuk mengadopsi kerangka seperti *Global Reporting Initiative* (GRI), standar ESG, serta berbagai pedoman pelaporan keberlanjutan lain yang berbasis pada prinsip tata kelola yang baik dan kepedulian sosial dan lingkungan (Nekhili et al., 2021). Namun, bagi perusahaan yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah, pendekatan tersebut sering kali belum memadai. Kerangka pelaporan konvensional betapapun komprehensif dari sisi teknis dan regulative tidak sepenuhnya menangkap dimensi spiritual dan nilai-nilai *maqāṣid al-sharī'ah* (tujuan utama syariah) yang menjadi fondasi etika Islam. Relasi manusia dengan Tuhan, tanggung jawab moral yang bersifat transenden, serta orientasi pada *maslahah* (kemaslahatan umum) tidak terartikulasikan secara eksplisit dalam indikator dan struktur pelaporan keberlanjutan arus utama (Sutrisno & Abdullah, 2022).

Perusahaan kini semakin diharapkan untuk mempertanggungjawabkan dampaknya terhadap lingkungan, masyarakat, dan tata kelola. Kerangka seperti ESG dan GRI berkembang menjadi standar dominan (Sutrisno & Abdullah, 2022). Regulasi nasional berbagai negara pun bergerak mengikuti arus ini, sehingga pelaporan keberlanjutan berubah menjadi instrumen strategis yang menggambarkan bagaimana perusahaan memaknai perannya dalam masyarakat modern. Namun demikian, bagi perusahaan yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah, berbagai kerangka pelaporan tersebut masih

meninggalkan kekosongan mendasar. Hal ini terutama terlihat pada ketiadaan dimensi spiritual yang merupakan inti etika Islam. Pelaporan modern, betapapun lengkap secara teknis, tidak menempatkan nilai ketuhanan sebagai dimensi penggerak perilaku korporasi. Akibatnya, laporan perusahaan syariah sering kali mengikuti pola pelaporan konvensional yang hanya menambah unsur syariah secara kosmetik, tanpa benar-benar menggambarkan orientasi spiritual dan maqāṣid al-sharī'ah yang menjadi landasan sistem ekonomi Islam.

Dalam konteks inilah konsep *Corporate Spiritual Responsibility* (CSpR) menawarkan paradigma alternatif. CSpR berupaya mengintegrasikan spiritualitas Islam ke dalam kerangka pelaporan perusahaan, sehingga laporan tahunan, laporan keberlanjutan, dan laporan tata kelola tidak hanya menjadi instrumen teknokratis, tetapi juga cerminan identitas moral dan spiritual korporasi (Rismawati et al., 2024). Bab ini mengeksplorasi sejauh mana CSpR dapat diintegrasikan ke dalam akuntansi syariah dan pelaporan modern. Pembahasan mencakup landasan teoretis dan praktis, bukti empiris dari industri syariah, pengembangan kerangka integratif yang menggabungkan CSpR, Islamic Social Reporting (ISR), dan ESG, serta contoh template pelaporan berbasis MAHA *Framework* sebagai bentuk konkret integrasi tersebut.

Bab ini menjelaskan secara rinci bagaimana CSpR dapat ditempatkan dalam kerangka akuntansi syariah dan pelaporan modern. Pembahasan dilakukan secara bertahap: mulai dari analisis teoritis, evaluasi kritis atas praktik pelaporan syariah yang ada, temuan empiris dari industri keuangan syariah, hingga perumusan kerangka integratif yang diproyeksikan dapat digunakan sebagai model pelaporan masa depan.

B. Landasan Teoretis dan Praktis: Mengapa Integrasi Diperlukan

1. Keterbatasan Pelaporan Konvensional dan Keunggulan ICSR/ISR

Kerangka *Corporate Social Responsibility* (CSR) konvensional telah berkembang menjadi salah satu instrumen utama tata kelola global. Namun, pendekatan ini berakar pada

etika sekuler yang menempatkan manusia sebagai pusat moralitas. Hal ini menyebabkan terjadinya reduksi nilai, di mana dimensi spiritual atau hubungan manusia dengan Tuhan tidak dianggap sebagai bagian dari tanggung jawab perusahaan. Haniffa dan Hudaib (2019) menyatakan secara tegas bahwa adanya kekosongan fundamental dalam CSR yang bersifat sekuler (Haniffa & Hudaib, 2019). Islam memandang bahwa seluruh aktivitas bisnis bukan sekadar urusan manusia dengan sesama (*hablun minannas*), tetapi juga merupakan manifestasi hubungan dengan Tuhan (*hablun minallah*). Oleh karena itu, konsep CSR Islam harus mencakup kedua dimensi tersebut. Hassan dan Harahap (2019) menambahkan bahwa Unsur kepatuhan kepada Allah menjadi pembeda utama antara CSR Islam dan CSR sekuler (Hassan & Harahap, 2019; Radwan et al., 2025).

Para peneliti seperti Haniffa dan Hudaib telah menegaskan bahwa pendekatan CSR semacam ini menyisakan kekosongan fundamental bagi perusahaan yang ingin menerapkan prinsip Islam secara konsisten. Dalam Islam, setiap perilaku bisnis tidak hanya dinilai berdasarkan dampaknya terhadap manusia, tetapi juga kesesuaiannya dengan nilai ketuhanan. Aktivitas korporasi harus mencerminkan prinsip-prinsip seperti amanah, keseimbangan, dan keadilan, yang semuanya berakar pada prinsip tauhid.

Sebagai respons terhadap kekosongan tersebut, konsep *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* dikembangkan sebagai model yang lebih sejalan dengan nilai Islam. ICSR bukan hanya memperluas cakupan CSR, tetapi secara konseptual mengubah orientasi pelaporan menjadi praktik etika yang menyatukan aspek spiritual dan sosial. Prinsip ICSR menempatkan perusahaan sebagai pemegang amanah yang memiliki tanggung jawab moral untuk mencapai kemaslahatan masyarakat sekaligus menjaga keabsahan spiritual dari setiap kebijakan yang ditempuh. Inilah alasan mengapa ICSR tidak hanya menilai aktivitas sosial, tetapi juga mengevaluasi apakah

kebijakan perusahaan selaras dengan maqāṣid al-sharī'ah (Maslahah et al., 2022).

Dalam perkembangan berikutnya, dikembangkan pula kerangka Islamic Social Reporting (ISR). ISR memberikan indeks pengungkapan sosial yang lebih sistematis bagi perusahaan syariah, terutama di sektor perbankan. Fitriani dan Lestari (2021) menjelaskan bahwa ISR berfungsi sebagai standar pengungkapan sosial yang mengukur akuntabilitas korporasi berdasarkan nilai-nilai Islam (Fitriani & Lestari, 2021). Dengan demikian, ISR berfungsi sebagai standar pengungkapan sosial yang mengukur akuntabilitas korporasi berdasarkan nilai-nilai Islam. Namun demikian, berbagai kajian empiris menunjukkan bahwa pelaksanaan ICSR/ISR di banyak perusahaan masih bersifat dangkal (*surface-level*). Kurniawan dan Rofiq (2022) menemukan bahwa keterbatasan dalam membuat pelaporan syariah rentan kehilangan substansi moral karena terjebak dalam pengungkapan formalistik. Penelitian lain menunjukkan fenomena yang sama. Kamla dan Alsoufi (2021), dalam studi kritisnya, menyatakan bahwa integritas moral manajemen, niat etis (*niyyah*), amanah pengelolaan harta, serta kebijaksanaan (*hikmah*) dalam pengambilan keputusan tidak muncul dalam laporan tahunan maupun laporan keberlanjutan.

Inilah kebutuhan mendasar bagi Corporate Spiritual Responsibility (CSpR). CSpR memperluas cakupan ISR/ICSR dengan memasukkan dimensi:

- kesadaran spiritual (*spiritual consciousness*),
- kepemimpinan yang berhikmah (*wise leadership*),
- integritas batin manajerial,
- akuntabilitas moral kepada Allah.

Sebagaimana dikemukakan Mohammad dan Quoquab (2020): "*spirituality is a core driver of sustainable and ethical corporate behavior in Islamic contexts*" (Mohammad & Quoquab, 2020). Dengan kata lain, CSpR hadir sebagai kerangka yang menyatukan nilai-nilai spiritual, moral, etika maqasid, dan keberlanjutan modern dalam satu kesatuan pelaporan.

Pengembangan CSR konvensional selama ini berlandaskan pada etika sekuler yang berfokus pada hubungan etis antar manusia dan kepatuhan perusahaan terhadap harapan sosial. Dalam perspektif ini, perusahaan diposisikan sebagai entitas sosial yang bertanggung jawab menjaga lingkungan dan kesejahteraan masyarakat. Namun, hubungan manusia dengan Tuhan tidak dianggap sebagai bagian dari kerangka tanggung jawab tersebut. Akibatnya, seluruh struktur CSR berbasis pada moralitas humanistik, bukan spiritual.

Perkembangan berikutnya melahirkan Islamic Social Reporting (ISR), suatu kerangka yang lebih terstruktur untuk mengukur sejauh mana perusahaan mengungkapkan nilai-nilai sosial keislaman. ISR banyak digunakan dalam evaluasi pelaporan bank syariah karena menyediakan serangkaian indikator yang memungkinkan penilaian terstandar. Indikator tersebut mencakup zakat, keadilan sosial, perlindungan lingkungan, dan kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat. Namun penelitian empiris menunjukkan bahwa praktik ISR masih belum stabil. Banyak lembaga syariah yang hanya mengungkap sebagian kecil indikator ISR tanpa menerapkan prinsip maqasid secara mendalam.

Dari sinilah terlihat bahwa ICSR dan ISR memerlukan penguatan nilai spiritual internal, bukan hanya eksternal. CSpR hadir untuk menambahkan dimensi spiritualitas perusahaan, termasuk kesadaran moral manajemen, kebijaksanaan etis dalam pengambilan keputusan, serta komitmen menjaga tujuan-tujuan luhur syariah.

Pendekatan ini memperlihatkan bagaimana nilai batin, bukan sekadar tindakan formalistik, dapat mempengaruhi legitimasi moral sebuah institusi syariah.

2. Integrasi dengan Praktik Keuangan dan Pelaporan Syariah

Dalam praktik lembaga keuangan syariah, pelaporan syariah telah berkembang melalui PSAK Syariah, pedoman Dewan Pengawas Syariah (DPS), dan pelaporan keberlanjutan standar GRI. Namun, penelitian menunjukkan bahwa integrasi

antara pelaporan berbasis syariah dan standar global belum harmonis. Amrullah dan Nugroho (2023) menyebut bahwa “*maqāsid-oriented reporting remains fragmented due to the absence of unified measurement standards*” (Amrullah & Nugroho, 2023).

Dengan demikian, walaupun lembaga keuangan syariah telah mengungkapkan kepatuhan terhadap larangan riba atau distribusi zakat, pelaporan mereka belum sepenuhnya menggambarkan orientasi maqāsid al-shari‘ah yang komprehensif.

Selain itu, terdapat perbedaan mendasar antara struktur ESG/GRI dan pelaporan syariah. ESG memprioritaskan isu lingkungan, sosial, dan tata kelola dalam kerangka sekuler, sedangkan maqasid menambahkan dimensi spiritual, etika batin, dan tujuan transendental. Ali, Frynas, dan Mahmood (2021) menunjukkan bahwa ESG tidak memadai sebagai kerangka tunggal untuk perusahaan syariah. Lebih jauh lagi, penelitian empiris mengidentifikasi bahwa kepatuhan syariah belum selalu diterjemahkan ke dalam indikator keberlanjutan yang kuat (Ali et al., 2021). Fitriani dan Lestari (2021) mencatat bahwa tantangan terbesar adalah kurangnya model pelaporan yang dapat menghubungkan nilai akidah, etika, dan tujuan ekonomi perusahaan secara operasional (Fitriani & Lestari, 2021).

Integrasi *Corporate Spiritual Responsibility* (CSpR) menjadi penting karena ia berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan pelaporan berbasis nilai, pelaporan syariah, dan kerangka keberlanjutan global. Dalam praktik pelaporan modern, perusahaan sering kali menghadapi dilema antara memenuhi standar internasional yang bersifat teknis dan tetap mempertahankan nilai-nilai spiritual yang menjadi ciri utama institusi syariah. CSpR hadir untuk menjelaskan alasan moral dan spiritual di balik setiap kebijakan, terutama bagaimana kebijakan tersebut mencerminkan tujuan maqāsid al-shari‘ah. Dengan demikian, sebuah perusahaan tidak hanya menyampaikan apa yang dilakukan, tetapi juga mengungkap makna etis dan niat spiritual di balik tindakan tersebut.

Selain menjelaskan nilai dan orientasi, CSpR juga membantu menerjemahkan bagaimana sebuah kebijakan dioperasionalkan dalam kerangka syariah. Hal ini mencakup aspek kepatuhan, tata kelola syariah, serta mekanisme implementasi kebijakan yang memastikan bahwa nilai-nilai Islam tidak berhenti pada tataran konseptual. Melalui pendekatan ini, perusahaan dapat menunjukkan keterkaitan antara prinsip syariah, proses bisnis, dan hasil yang dapat diukur. Hasil tersebut kemudian dievaluasi melalui indikator sosial dan lingkungan yang relevan, sehingga perusahaan dapat mengomunikasikan dampaknya dengan cara yang selaras dengan standar keberlanjutan global sekaligus tetap berlandaskan prinsip syariah. Sebagaimana ditegaskan oleh Jan et al. (2019), kinerja organisasi Islam idealnya mencerminkan kesatuan antara dimensi spiritual, etis, dan ekonomi.

Pada akhirnya, penerapan CSpR memiliki nilai strategis dalam upaya memperkuat identitas perusahaan syariah di tengah dinamika pasar global. CSpR membantu mengatasi fragmentasi dalam pelaporan syariah yang selama ini cenderung tidak seragam, sekaligus memenuhi tuntutan transparansi dan akuntabilitas yang semakin meningkat. Kerangka ini memberikan ruang bagi perusahaan syariah untuk menegaskan identitas moral mereka secara konsisten, bukan hanya sebagai entitas ekonomi, tetapi sebagai pelaku yang membawa amanah etika Islam dalam setiap keputusan bisnis. Dengan demikian, CSpR tidak hanya memperkaya praktik pelaporan, tetapi juga memperkuat posisi nilai Islam dalam tata kelola dan praktik bisnis modern.

Literatur mengenai Corporate Social Responsibility (CSR) dari perspektif Islam menunjukkan bahwa pendekatan CSR konvensional, walaupun secara struktural tampak komprehensif memiliki keterbatasan fundamental. CSR sekuler umumnya memusat pada hubungan perusahaan dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) dan lingkungan, tetapi jarang memasukkan dimensi relasi manusia–Tuhan dan tanggung jawab spiritual sebagai bagian dari kerangka

konseptualnya. Dalam perspektif Islam, tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya diukur dari hubungan horizontal dengan manusia, tetapi juga dari kepatuhan terhadap nilai-nilai ilahiah.

Sebagai respon atas keterbatasan tersebut, berkembang konsep *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR), yang berupaya mengintegrasikan prinsip-prinsip utama ajaran Islam seperti keadilan, keseimbangan, kepedulian terhadap manusia dan lingkungan, serta tanggung jawab spiritual—ke dalam praktik CSR modern. ICSR mendudukan perusahaan bukan hanya sebagai entitas ekonomi, tetapi sebagai aktor moral yang mempunyai kewajiban untuk menunaikan amanah, menjaga masalah, dan menghindari mafsadah (kerusakan).

Pengembangan berikutnya, lahir pula gagasan *Islamic Social Reporting* (ISR) sebagai kerangka pelaporan yang lebih spesifik. ISR memperluas cakupan pengungkapan dengan memasukkan aspek zakat, infak, wakaf, program sosial berbasis syariah, perlindungan lingkungan, dan komitmen terhadap nilai-nilai keadilan. Indeks ISR kemudian digunakan sebagai alat ukur sejauh mana lembaga keuangan dan perusahaan syariah mengungkapkan tanggung jawab sosialnya sesuai prinsip Islam.

Meski demikian, praktik pelaporan ICSR/ISR di banyak kasus masih cenderung terbatas pada aspek sosial dan filantropi. Dimensi etika yang lebih dalam—seperti kualitas kepemimpinan visioner, integritas spiritual manajemen, etika dalam pengambilan keputusan strategis, serta tanggung jawab menyeluruh terhadap harta dan lingkungan sebagai amanah—belum diakomodasi secara sistematis. Kesenjangan antara nilai normatif dan praktik pelaporan ini mengindikasikan perlunya kerangka yang lebih holistik. Di sinilah CSpR mengambil posisi: memperluas dan memperdalam cakupan ICSR/ISR dengan memasukkan dimensi spiritualitas dan kepemimpinan moral sebagai elemen inti.

Dalam konteks lembaga keuangan syariah, upaya menggabungkan prinsip keberlanjutan dengan nilai-nilai maqāsid al-sharī'ah telah mulai berkembang. Penelitian-penelitian empiris pada bank dan perusahaan syariah di Indonesia menunjukkan bahwa pengungkapan terkait larangan riba, transparansi transaksi, distribusi nilai sosial (misalnya zakat dan dana kebajikan), serta kepatuhan terhadap fatwa syariah telah tercermin dalam laporan tahunan dan laporan keberlanjutan. Namun, implementasi maqāsid al-sharī'ah secara menyeluruh dalam pelaporan belum tercapai secara konsisten.

Sejumlah studi mengidentifikasi adanya tantangan struktural dan konseptual: pertama, lemahnya harmonisasi antara standar global (seperti GRI dan kerangka ESG), regulasi lokal, dan prinsip syariah; kedua, ketiadaan panduan praktis yang terintegrasi yang dapat membantu perusahaan memetakan nilai syariah ke dalam indikator pelaporan yang terukur. Akibatnya, praktik pelaporan antar lembaga dan negara menjadi sangat bervariasi, baik dari sisi kedalaman pengungkapan maupun konsistensi penerapan nilai. Memasukkan CSpR sebagai bagian dari akuntansi syariah dan pelaporan institusional dapat berfungsi sebagai jembatan antara nilai dan regulasi. CSpR menjadikan pelaporan bukan sekadar aktivitas teknis, tetapi juga ekspresi identitas ideologis dan spiritual perusahaan. Pelaporan tidak lagi berhenti pada “apa yang dilakukan perusahaan”, tetapi juga memuat “mengapa tindakan tersebut dilakukan” dan “bagaimana tindakan itu mencerminkan komitmen terhadap maqāsid al-sharī'ah”.

C. Bukti Empiris: Pola Pengungkapan dan Kinerja dalam Industri Syariah

1. Hubungan antara ISR/ICSR dan Tata Kelola Perusahaan

Hubungan antara *Islamic Social Reporting* (ISR) maupun *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) dengan tata kelola perusahaan (*corporate governance*) merupakan isu sentral dalam pengembangan akuntansi syariah modern. Penelitian-

penelitian empiris menegaskan bahwa kualitas tata kelola perusahaan sangat menentukan luas dan kedalaman pengungkapan sosial berbasis syariah. Hal ini terjadi karena tata kelola bukan hanya berfungsi sebagai sistem pengawasan teknis, tetapi juga sebagai mekanisme moral yang mendorong keterbukaan dan akuntabilitas berdasarkan nilai Islam.

Haniffa dan Hudaib (2019) dalam kerangka Islam menekankan bahwa tata kelola syariah harus berlandaskan pada amanah dan akuntabilitas moral, sebagaimana dinyatakan bahwa tata kelola perusahaan syariah memiliki dimensi nilai yang lebih mendalam dibandingkan tata kelola konvensional. Sejalan dengan itu, kualitas pengungkapan ISR terbukti sangat dipengaruhi oleh efektivitas organ-organ *governance* seperti dewan komisaris, komite audit, dan terutama Dewan Pengawas Syariah (DPS). Fitriani dan Lestari (2021) menambahkan penjelasan mengenai semakin baik tata kelola, semakin kuat pula komitmen perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial secara transparan dan etis.

Penelitian oleh Kurniawan dan Rofiq (2022) memperkuat temuan tersebut. Mereka menemukan adanya diferensiasi utama antara tata kelola syariah dan tata kelola konvensional, maka diperlukan DPS yang tidak hanya mengawasi aspek kepatuhan syariah, tetapi juga memastikan bahwa pelaporan sosial benar-benar mencerminkan nilai *maqāsid al-shari'ah* (Kurniawan & Rofiq, 2022). Dalam struktur tata kelola, jumlah rapat dewan komisaris dan intensitas pengawasan terbukti berkorelasi positif dengan kualitas ISR. Temuan Hassan dan Harahap (2019) menunjukkan bahwa kualitas tata kelola memiliki pengaruh langsung terhadap kualitas pengungkapan CSR Islam. Mereka menyatakan bahwa *“strong governance structures lead to more transparent Islamic CSR disclosures, particularly when oversight is consistent and value-driven”*. Kalimat ini dapat diartikan bahwa struktur tata kelola yang kuat akan menghasilkan pelaporan CSR Islam yang lebih transparan, terutama ketika fungsi pengawasannya dilakukan secara konsisten dan didorong oleh nilai-nilai etis. Artinya, tata kelola

bukan sekadar formalitas administratif; tata kelola berperan memastikan bahwa pelaporan benar-benar mencerminkan nilai syariah dan tidak menyembunyikan aspek-aspek penting yang seharusnya diketahui publik. Pengawasan berbasis nilai juga menjadikan proses pelaporan lebih jujur, utuh, dan selaras dengan tujuan moral perusahaan syariah.

Selain itu, literatur internasional turut menegaskan pentingnya tata kelola dalam memperkuat integritas pelaporan syariah. Kamla dan Alsoufi (2021) menyatakan bahwa akuntabilitas Islam harus tertanam kuat dalam struktur tata kelola agar pelaporan tidak berhenti pada pengungkapan simbolis semata. Tanpa internalisasi akuntabilitas keislaman dalam proses pengawasan dan pengambilan keputusan, pelaporan syariah hanya akan terlihat Islami secara permukaan, tetapi tidak mencerminkan nilai maqasid secara substansial. Dengan kata lain, memiliki sertifikasi atau label “syariah” saja tidak cukup; perusahaan harus memastikan bahwa nilai Islam mengalir dalam setiap mekanisme kontrol dan proses pelaporan.

Di samping itu, unsur tata kelola lain yang sangat krusial adalah independensi komite audit serta pengalaman akuntansi para anggotanya. Mallin, Farag, dan Ow-Yong (2020) menegaskan independensi komite audit akan meningkatkan kredibilitas pelaporan CSR dan ESG pada lembaga keuangan syariah, karena pengawasan yang dilakukan secara objektif dan bebas kepentingan menjamin bahwa laporan tidak direayasa untuk kepentingan tertentu. Kompetensi akuntansi yang memadai juga memungkinkan komite audit menilai kualitas informasi secara profesional, sehingga pelaporan sosial baik konvensional maupun syariah menjadi lebih dapat dipercaya oleh para pemangku kepentingan.

Dalam konteks akuntansi spiritual Islam, peran Dewan Pengawas Syariah (DPS) menjadi semakin vital karena DPS tidak hanya memastikan kepatuhan terhadap fatwa, tetapi juga memeriksa kedalaman etika dan spiritual kebijakan manajemen. Amrullah dan Nugroho (2023) menyampaikan

dengan adanya DPS yang aktif akan memastikan bahwa pelaporan selaras dengan prinsip etika berbasis maqasid, bukan sekadar patuh pada aturan formal. Penegasan ini sangat relevan dengan pilar Amin dalam MAHA *Framework* yang menekankan integritas, transparansi, dan komitmen moral. Ketika tata kelola lemah, pelaporan cenderung menjadi dangkal atau terbatas hanya pada kegiatan filantropi permukaan. Namun, dengan *governance* yang kuat dan berorientasi pada nilai, perusahaan dapat menghasilkan pelaporan yang mencerminkan tanggung jawab spiritual dan sosial secara autentik.

Sebaliknya, *governance* yang kuat akan memastikan bahwa pengungkapan ISR mencerminkan nilai-nilai:

- a. amanah dalam pengelolaan harta,
- b. keadilan dalam distribusi manfaat,
- c. kepedulian terhadap kesejahteraan masyarakat,
- d. kebijaksanaan etis dalam pengambilan keputusan manajerial.

Dengan demikian, tata kelola merupakan fondasi utama bagi kredibilitas ISR/ICSR. *Governance* yang baik menciptakan suasana di mana nilai Islam bukan hanya diwacanakan, tetapi benar-benar diwujudkan dalam praktik pelaporan dan strategi perusahaan. Dalam konteks CSpR, tata kelola tidak hanya menjadi sebuah mekanisme pengawasan, tetapi juga instrumen spiritual yang menjaga kemurnian niat, etika, dan orientasi maqasid perusahaan syariah.

2. ISR, ICSR, dan Kinerja Keuangan

Hubungan antara pengungkapan sosial syariah dan kinerja keuangan merupakan salah satu tema penting dalam literatur akuntansi syariah. Sejumlah studi kuantitatif menemukan bahwa peningkatan skor ESG atau indeks keberlanjutan lain yang digunakan sebagai proksi kinerja keberlanjutan berkorelasi positif dengan indikator profitabilitas seperti *Return on Equity* (ROE). Hal ini menunjukkan bahwa

komitmen terhadap tanggung jawab sosial dan keberlanjutan dapat, dalam kondisi tertentu, menghasilkan manfaat ekonomi.

Namun, hasil penelitian tidak selalu seragam. Beberapa studi menemukan bahwa pelaksanaan ISR tidak selalu berdampak signifikan terhadap kinerja keuangan jangka pendek bank syariah, meskipun CSR konvensional kadang menunjukkan pengaruh positif. Variabilitas ini mengindikasikan bahwa integrasi nilai keberlanjutan dan tanggung jawab sosial-spiritual tidak secara otomatis menjamin profitabilitas, khususnya dalam jangka pendek.

Meskipun demikian, integrasi yang baik antara tata kelola, pelaporan yang berkualitas, dan praktik bisnis yang konsisten dengan prinsip syariah membuka potensi nilai jangka panjang, baik dalam bentuk kepercayaan publik, reputasi, maupun ketahanan menghadapi krisis.

3. Tantangan: Standarisasi, Konsistensi, dan Literasi

Meskipun kerangka *Islamic Social Reporting* (ISR) dan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) telah berkembang signifikan dalam satu dekade terakhir, berbagai studi empiris menunjukkan bahwa implementasinya belum menghasilkan pelaporan yang seragam, komprehensif, dan konsisten. Tantangan-tantangan ini bukan hanya bersifat teknis, tetapi juga struktural, epistemologis, dan kelembagaan. Dengan demikian, pengembangan pelaporan syariah modern masih menghadapi sejumlah hambatan besar yang perlu ditangani melalui reformasi standar, peningkatan literasi, dan harmonisasi metodologis.

a. Ketiadaan Standarisasi yang Kuat

Salah satu tantangan terbesar dalam pelaporan syariah adalah ketiadaan standar baku yang benar-benar disepakati dan diterapkan secara konsisten antar lembaga. Walaupun indeks seperti *Islamic Social Reporting* (ISR) telah dikembangkan sebagai pedoman pengungkapan sosial syariah, kenyataannya penerapannya masih jauh dari seragam. Fitriani dan Lestari (2021) menyatakan praktik ISR

tetap tidak konsisten antar bank syariah, karena banyak institusi hanya mengungkap sebagian dari item yang seharusnya wajib diungkapkan. Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian lembaga memilih item yang mudah atau menguntungkan dari sisi reputasi, tetapi mengabaikan indikator lain yang justru mencerminkan kedalaman nilai syariah. Dengan demikian, terjadi ketimpangan antara tujuan awal ISR dan implementasinya di lapangan.

Penelitian lain turut menguatkan persoalan ketiadaan standarisasi ini. Kurniawan dan Rofiq (2022) menegaskan mengenai ketiadaan standar pelaporan syariah yang bersifat seragam membuat laporan tidak dapat dibandingkan secara efektif dan mengurangi kredibilitas ISR sebagai tolok ukur pelaporan. Ketika setiap lembaga menggunakan interpretasi dan cara pelaporan yang berbeda-beda, pemangku kepentingan seperti regulator, investor, dan masyarakat sulit untuk menilai kualitas, kinerja, dan konsistensi institusi syariah. Hal ini pada akhirnya menimbulkan kesan bahwa pelaporan syariah belum matang secara metodologis.

Ketiadaan standar baku juga memunculkan variasi teknis dalam praktik pelaporan. Beberapa bank syariah memilih untuk menonjolkan kegiatan filantropi, seperti donasi atau program sosial, karena aktivitas tersebut lebih mudah dilaporkan dan memiliki daya tarik publik. Sementara itu, lembaga lain justru menekankan aspek kepatuhan syariah formal, seperti pemenuhan fatwa atau struktur akad, tanpa mengungkapkan kontribusi terhadap isu lingkungan, kesejahteraan masyarakat, atau keadilan ekonomi. Variasi fokus ini membuat pelaporan menjadi terfragmentasi, sehingga sulit dianggap sebagai model pelaporan yang mencerminkan nilai Islam secara menyeluruh. Keberagaman pendekatan ini menunjukkan bahwa belum ada pemahaman bersama mengenai apa yang dimaksud dengan pelaporan syariah yang komprehensif.

Sebagai akibat dari seluruh tantangan tersebut, kualitas pelaporan syariah menjadi sangat beragam dan tidak selalu mencerminkan integrasi nilai spiritual, etika, dan keberlanjutan sebagaimana yang diharapkan dari institusi berbasis syariah. Sebagian laporan tampak sangat administratif, sementara sebagian lainnya cenderung bersifat simbolis tanpa mengungkapkan proses dan dampak yang substansial. Ketidakseragaman ini memperlihatkan bahwa pelaporan syariah masih memerlukan kerangka yang lebih jelas, lebih terukur, dan lebih menyeluruh agar dapat menjadi alat akuntabilitas yang dapat dipercaya. Dengan adanya standardisasi yang kuat, pelaporan syariah akan mampu mencerminkan identitas nilai Islam secara lebih konsisten dan dapat digunakan sebagai acuan internasional.

b. Variasi Interpretasi dan Praktik Syariah

- Literasi dan Kapasitas Sumber Daya Manusia

Tantangan lain yang tidak kalah penting adalah keterbatasan literasi dan kapasitas teknis sumber daya manusia dalam memahami konsep pelaporan syariah, maqāsid al-sharī'ah, serta metode pelaporan keberlanjutan modern. Pelaporan syariah yang ideal membutuhkan pemahaman multidisipliner antara fiqh muamalah, akuntansi, etika Islam, dan sustainability science.

Mohammad dan Quoquab (2020) dalam kajiannya menunjukkan bahwa tanpa literasi ganda – spiritual dan teknis pelaporan syariah cenderung bersifat normatif dan simbolis. Penelitian Fitriani dan Lestari (2021) juga menemukan bahwa keterbatasan kompetensi staf berpengaruh langsung terhadap kualitas pengungkapan ISR, serta menegaskan bahwa kualitas sumber daya manusia menjadi faktor yang sangat menentukan keberhasilan implementasi pelaporan syariah.

Selain literasi teknis, kesadaran spiritual para pelaku *governance* (DPS, komisaris, komite audit, manajer) juga sangat penting. Tanpa pemahaman mendalam mengenai prinsip amanah, ihsan, dan masalah, pelaporan cenderung berorientasi pada pencitraan, bukan komitmen nilai yang autentik.

- Urgensi Pengembangan Kerangka Integratif (CSpR-ISR-ESG)

Berbagai tantangan tersebut menegaskan perlunya kerangka pelaporan yang dapat mengintegrasikan nilai spiritual, etika *maqasid*, serta standar global secara bersamaan. Kerangka integratif seperti *Corporate Spiritual Responsibility* (CSpR) hadir untuk menjembatani perbedaan tersebut, karena ia menggabungkan:

- nilai transendental Islam,
- indikator kepatuhan syariah,
- indikator keberlanjutan global (ESG/GRI),
- dan dimensi moral-spiritual kepemimpinan.

Sejalan dengan gagasan ini, Haniffa dan Hudaib (2019) menekankan bahwa dengan adanya kerangka integratif, perusahaan dapat melakukan pelaporan secara konsisten, dapat diaudit, dan relevan dengan kebutuhan pemangku kepentingan global.

D. Kerangka Integratif: Menggabungkan CSpR, ISR, dan ESG Menuju “MAHA-Based Reporting”

Berdasarkan landasan teoretis dan temuan empiris, Bab ini mengusulkan suatu kerangka integratif yang memadukan CSpR, ISR/ICSR, dan standar keberlanjutan global ke dalam satu model pelaporan yang disebut “MAHA-Based Reporting”. Kerangka ini dibangun atas beberapa komponen utama:

1. CSpR sebagai dasar filosofis dan etis. CSpR menyediakan fondasi nilai yang menggabungkan spiritualitas, moral, dan *maqāṣid al-sharī‘ah*. Empat pilar MAHA Makin (otoritas etis),

Amin (integritas & transparansi), Hafidz (*stewardship*), dan 'Alim (kebijaksanaan & visi) menjadi prinsip utama desain nilai organisasi.

2. ISR/ICSR sebagai jalur pelaporan sosial-spiritual. ISR/ICSR mengakomodasi aspek tanggung jawab terhadap manusia, masyarakat, dan lingkungan dalam perspektif syariah, termasuk pengungkapan zakat, kegiatan sosial, komitmen lingkungan, dan keadilan ekonomi.
3. Standar keberlanjutan global (GRI/ESG) sebagai kerangka operasional dan komparatif internasional. Standar ini tetap diperlukan untuk memastikan kompatibilitas pelaporan dengan ekspektasi global, kebutuhan investor internasional, dan tuntutan regulatif.
4. MAHA-Based Reporting sebagai wadah integratif. Model ini memetakan nilai-nilai spiritual dan *maqāṣid* ke indikator konkret dalam laporan tahunan, laporan keberlanjutan, dan laporan tata kelola, sehingga perusahaan syariah dapat menampilkan identitas moral dan kinerja ESG secara terpadu.

Dengan kerangka ini, perusahaan syariah dapat menjembatani tuntutan investor global (ESG), regulasi lokal (kepatuhan syariah dan tata kelola), dan tanggung jawab spiritual sebagai bagian dari identitas keislaman mereka.

E. Implikasi, Keterbatasan, dan Rekomendasi

Secara akademik, kerangka MAHA-Based Reporting membuka peluang penelitian lanjutan terkait pengukuran "keislaman korporasi", integrasi nilai *maqāṣid* dalam indikator kuantitatif, serta analisis perbandingan kinerja perusahaan berdasarkan skor CSpR dan ESG. Model ini juga dapat digunakan sebagai basis pengembangan indeks baru yang menggabungkan dimensi spiritual, sosial, dan lingkungan.

Secara praktis, bagi regulator dan otoritas keuangan syariah, kerangka ini dapat membantu mengharmonisasikan standar lokal berbasis syariah dengan standar global seperti ESG dan GRI. Bagi perusahaan, pelaporan yang menggabungkan spiritualitas dan

keberlanjutan diharapkan dapat meningkatkan legitimasi, reputasi, dan kepercayaan pemangku kepentingan, termasuk investor muslim dan global yang sensitif terhadap isu etika dan keberlanjutan. Beberapa keterbatasan yang perlu dicatat antara lain:

1. Keterbatasan literatur empiris mutakhir mengenai pengukuran nilai maqāṣid dalam bentuk indikator yang konsisten dan dapat dibandingkan lintas negara.
2. Variasi praktik dan interpretasi syariah yang menyebabkan standar tidak sepenuhnya seragam pada tingkat internasional.
3. Tantangan implementasi teknis, termasuk keterbatasan literasi internal, kapasitas sumber daya manusia, dan beban administratif yang mungkin meningkat ketika perusahaan mengadopsi kerangka pelaporan baru.

Untuk mengatasi keterbatasan tersebut, beberapa rekomendasi yang diajukan antara lain:

1. Penguatan riset empiris *longitudinal* untuk menilai dampak penerapan MAHA- CSpR terhadap kinerja ESG, kinerja finansial, dan reputasi perusahaan.
2. Pengembangan panduan praktis (*toolkit*) oleh regulator atau asosiasi industri untuk membantu perusahaan menerapkan MAHA-Based Reporting secara konsisten.
3. Program edukasi dan *capacity building* bagi manajemen, Dewan Pengawas Syariah, akuntan, dan auditor mengenai maqāṣid, CSpR, dan pelaporan keberlanjutan berbasis syariah.
4. Upaya harmonisasi standar menuju penyusunan standar pelaporan keberlanjutan syariah nasional atau regional yang mengadopsi prinsip MAHA, maqāṣid, dan kerangka global ESG/GRI.

Integrasi *Corporate Spiritual Responsibility* (CSpR) ke dalam akuntansi syariah dan pelaporan modern menawarkan paradigma baru dalam memahami dan mengukur kinerja perusahaan. Dalam kerangka ini, perusahaan tidak hanya dituntut melaporkan kinerja finansial dan aspek keberlanjutan dalam arti sempit, tetapi juga

identitas moral dan spiritual yang mencerminkan komitmen terhadap maqāṣid al-sharī'ah.

Melalui pendekatan MAHA-*Based* CSpR, perusahaan syariah dapat menjembatani tuntutan global terhadap ESG, regulasi lokal terkait kepatuhan syariah, dan tanggung jawab spiritual yang melekat pada identitas keislaman. Meskipun terdapat berbagai tantangan seperti keterbatasan literatur empiris, variasi interpretasi syariah, dan hambatan implementasi teknis – potensi dampak positif terhadap legitimasi, reputasi, dan keberlanjutan jangka panjang sangatlah besar.

Dengan demikian, CSpR tidak berhenti sebagai wacana ideal, tetapi berpotensi diwujudkan sebagai praktik nyata dalam dunia korporasi modern. Integrasi nilai spiritual ke dalam akuntansi dan pelaporan diharapkan menjadi kontribusi penting bagi pengembangan ekonomi Islam dan etika bisnis global yang lebih adil, berkelanjutan, dan bermartabat.

BAB VII

MASA DEPAN AKUNTANSI SYARIAH DAN SPIRITUALITAS KORPORASI

A. Pendahuluan

Dunia bisnis hari ini tidak lagi bisa dipahami hanya sebagai mesin efisiensi dan pencipta laba. Ia telah berubah menjadi ruang pertarungan nilai: tentang apa yang dianggap “benar”, “adil”, “bertanggung jawab”, dan “berkelanjutan” dalam relasi perusahaan dengan manusia dan alam. Rangkaian guncangan global krisis keuangan, pandemi, disrupsi teknologi, ketegangan geopolitik, sampai krisis iklim mendorong publik menuntut akuntabilitas yang lebih luas daripada sekadar angka laba-rugi. Di titik ini, kepercayaan menjadi mata uang baru: masyarakat menilai perusahaan bukan hanya dari hasil finansial, tetapi juga dari integritas, etika, dan kemampuannya “melakukan yang benar”. Laporan Edelman Trust Barometer 2024 misalnya menunjukkan bahwa dimensi etika menjadi variabel penting dalam persepsi publik atas institusi, dan bisnis cenderung dipersepsikan lebih kompeten dibanding institusi lain, namun tuntutan etika tetap menjadi sorotan kunci (Edelman, 2024).

Perubahan ekspektasi itu melahirkan pergeseran menuju model *purpose driven corporation*, yaitu perusahaan yang dijalankan bukan hanya untuk “profit”, tetapi juga untuk *purpose*: misi sosial, tanggung jawab ekologis, serta kontribusi terhadap kualitas hidup masyarakat (Surya et al., n.d.). Namun dalam praktiknya, kerangka keberlanjutan arus utama seperti GRI, ESG, dan SDGs masih menyisakan problem mendasar. Pertama, pendekatan ini sering menjadi terlalu teknokratis: fokus pada indikator, skor, dan kepatuhan prosedural, tetapi kurang memberi panduan moral yang “mengikat” di level batin organisasi. Kedua, banyak studi menunjukkan bahwa pelaporan keberlanjutan rentan terjebak pada simbolisasi dan *greenwashing*, yakni ketika narasi hijau lebih dominan daripada perubahan nyata pada perilaku dan dampak perusahaan. Kajian bibliometrik tentang *greenwashing* dalam

pelaporan keberlanjutan menegaskan bahwa topik ini terus meningkat dan menjadi perhatian serius dalam riset kontemporer.

Studi lain yang meninjau *greenwashing* di industri perbankan juga menunjukkan bahwa persoalan ini berdampak pada kepercayaan dan memerlukan agenda riset serta

tindakan yang lebih tegas. Kritik ini penting: ketika keberlanjutan dipahami hanya sebagai “kepatuhan laporan” atau “skor ESG”, maka perusahaan bisa terlihat baik di atas kertas, tetapi rapuh dari sisi moral dan substansi. Karena itu, muncul kebutuhan untuk memperluas horizon keberlanjutan, bukan hanya soal compliance dan metrics, tetapi juga soal orientasi nilai, kesadaran etis, dan batas moral dalam pengambilan keputusan (Nekhili et al., 2021). Literatur juga menunjukkan bahwa tata kelola dan tekanan investor dapat berkelindan dengan strategi retorik yang mendorong praktik *greenwashing*, sehingga masalahnya bukan sekadar komunikasi, melainkan desain insentif dan governance.

Dalam konteks tersebut, Islam menawarkan perspektif yang lebih utuh melalui maqāsid al-sharī‘ah (tujuan-tujuan syariah), konsep akuntabilitas spiritual, serta etika tauhidik yang menempatkan pertanggungjawaban bukan hanya kepada stakeholder, tetapi juga kepada Tuhan. Dengan kerangka ini, tanggung jawab korporasi tidak berhenti pada “apa yang diungkapkan”, melainkan meluas pada “apa yang diniatkan, diproses, dan dihasilkan” bagi kemaslahatan. Diskursus maqāsid dalam CSR menekankan bahwa tujuan syariah dapat menjadi dasar normatif untuk membangun model bisnis yang adil, menyejahterakan, dan berkelanjutan (Jan et al., 2019; Maslahah et al., 2022).

Pada level praktik dan pengembangan konsep, riset-riset bertema tata kelola syariah dan akuntabilitas bank syariah juga menegaskan pentingnya pengungkapan (*disclosure*) yang lebih luas bukan hanya finansial, tetapi juga sosial dan kepatuhan syariah sebagai wujud pertanggungjawaban manajerial. Di sinilah gagasan *Corporate Spiritual Responsibility* (CSpR) relevan: ia tidak hanya memindahkan CSR ke dalam “bahasa Islam”, tetapi menguatkan

dimensi batin (niat, amanah, ihsan) agar tanggung jawab korporasi memiliki akar etik yang lebih dalam (Jannah & Leniwati, 2024; Rismawati et al., 2024). Salah satu artikel SINTA yang mengembangkan konstruksi CSpR menunjukkan bagaimana CSR dapat dibangun dengan basis nilai Qur’ani dan pembinaan moral, sehingga tanggung jawab dipahami sebagai amanah, bukan sekadar program reputasi.

Selanjutnya, kerangka seperti MAHA Framework (yang Anda gunakan sebagai fondasi) dapat ditempatkan sebagai “jembatan strategis” antara agenda keberlanjutan global dan fondasi etika Islam: menjaga substansi, meminimalkan bias materialisme, sekaligus tetap kompatibel untuk dialog global. Dengan kata lain, masa depan akuntansi syariah bukan hanya memperbanyak item pelaporan, tetapi memperkuat arah moral dari pelaporan: dari “sekadar mengungkap” menuju “mengubah cara korporasi memaknai amanah”.

Pada akhirnya, bab ini menegaskan peluang besar Indonesia. Di tengah pertumbuhan ekonomi syariah dan meningkatnya tuntutan keberlanjutan, Indonesia memiliki modal sosial-keagamaan, institusi pendidikan, dan ekosistem industri halal yang dapat mendorong lahirnya standar dan praktik akuntansi syariah yang lebih bermakna yakni akuntansi yang tidak hanya mengukur kinerja, tetapi juga memandu karakter korporasi: adil, jujur, rendah hati, dan bermanfaat bagi manusia serta alam

B. Tren Global 2025–2030: Arah Baru Ekonomi Syariah dan Spiritualitas Korporasi

1. Kebangkitan Ekonomi Halal Sebagai Arus Utama Global

Ekonomi halal telah berevolusi dari pasar niche ke sektor arus utama global (*mainstream economic force*). Menurut *State of the Global Islamic Economy Report (SGIE) 2024*, total belanja halal dunia diproyeksikan mencapai: US\$ 7 triliun pada tahun 2030, dengan pertumbuhan pesat pada sektor:

- a. *halal food*,
- b. *Muslim-friendly tourism*,
- c. *Islamic finance & fintech*,
- d. *modest fashion*,

- e. *halal pharmaceuticals & cosmetics,*
- f. *halal supply chain & logistics.*

State of the Global Islamic Economy Report 2023/2024

Global Islamic Economy Indicator is led by Malaysia, Saudi Arabia and Indonesia

Top 15 Global Islamic Economy Indicator Score



Top 10 per sector

ISLAMIC FINANCE		HALAL FOOD		MUSLIM-FRIENDLY TRAVEL		MODEST FASHION		PHARMA AND COSMETICS		MEDIA AND RECREATION	
TOP 10	TOP 10	TOP 10	TOP 10	TOP 10	TOP 10	TOP 10	TOP 10	TOP 10	TOP 10	TOP 10	TOP 10
1	Malaysia	Malaysia	Türkiye	Türkiye	Singapore	Malaysia	Malaysia	Singapore	Malaysia	Malaysia	Malaysia
2	Saudi Arabia	Indonesia	UAE	Malaysia	Belgium	Indonesia	Belgium	Singapore	China	Singapore	Singapore
3	Iran	Türkiye	Tunisia	Indonesia	Malaysia	Indonesia	Malaysia	China	China	China	China
4	Bahrain	Singapore	Saudi Arabia	Singapore	France	Singapore	France	Qatar	Qatar	Qatar	Qatar
5	Kuwait	Thailand	Malaysia	Italy	Indonesia	Italy	Indonesia	UAE	UAE	UAE	UAE
6	UAE	Australia	Morocco	Spain	Türkiye	Spain	Türkiye	Indonesia	Indonesia	Indonesia	Indonesia
7	Indonesia	UAE	Jordan	China	Egypt	China	Egypt	Bahrain	Bahrain	Bahrain	Bahrain
8	Oman	Brazil	Bahrain	UAE	Thailand	UAE	Thailand	Netherlands	Netherlands	Netherlands	Netherlands
9	Qatar	Kazakhstan	Kazakhstan	UK	UK	UK	UK	Canada	Canada	Canada	Canada
10	Maldives	Bahrain	Uzbekistan	Germany	Tunisia	Germany	Tunisia	Türkiye	Türkiye	Türkiye	Türkiye

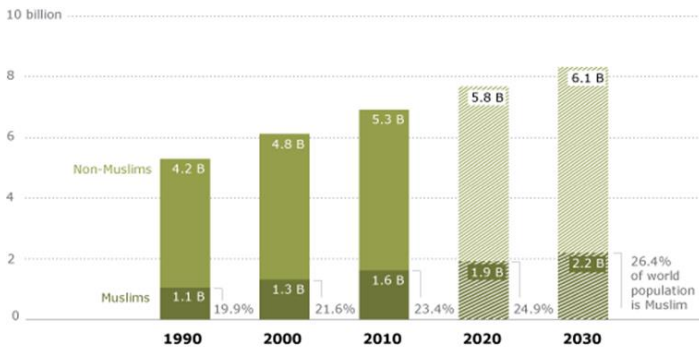
STATE OF THE GLOBAL ISLAMIC ECONOMY REPORT 2023/2024 22

Selain pertumbuhan konsumsi Muslim, beberapa faktor besar mendorong kebangkitan industri halal:

a. Perubahan Demografis Global

Muslim adalah kelompok dengan pertumbuhan tercepat di dunia. *Pew Research Center* memprediksi Muslim akan mencapai 3 miliar pada 2060.

Muslims as a Share of World Population, 1990-2030



Percentages are calculated from unrounded numbers. Cross hatching denotes projected figures.

Pew Research Center's Forum on Religion & Public Life • *The Future of the Global Muslim Population*, January 2011

b. Pergeseran ke *Sustainable & Ethical Consumption*

Secara global, konsumen muda (usia 18–35) lebih memilih produk yang etis, ramah lingkungan, transparan, bebas eksploitasi, dan sesuai nilai spiritual. Nilai-nilai ini selaras dengan etika Islam yaitu amanah, keadilan, keseimbangan, dan keberlanjutan (*mīzān*) (Habibullah et al., 2023).

- Regulasi Internasional Pro-Halal

Negara non-Muslim seperti Jepang, Korea Selatan, Australia, Brasil, Thailand, Singapura kini mengadopsi standar halal untuk menarik pasar Muslim global.

- Islamic ESG sebagai tren global

Ali, Frynas, & Mahmood (2021) menegaskan bahwa: “*Islamic markets are moving rapidly toward ESG frameworks aligned with faith-based ethical principles*”. Artinya, dunia sedang bergerak dari ESG sekuler ke **Faith-Based ESG**, dengan Islam sebagai pendorong utama (Ali et al., 2021).

2. Halal Digital Economy dan Konvergensi Teknologi-Syariah

Periode 2025–2030 menandai fase krusial dalam evolusi ekosistem halal digital global. Pada fase ini, ekonomi syariah bergerak melampaui pendekatan administratif dan simbolik menuju sistem yang terdigitalisasi, terintegrasi, dan berbasis data. Digitalisasi rantai pasok halal memungkinkan transparansi menyeluruh dari hulu hingga hilir, sementara pemanfaatan teknologi blockchain memperkuat keandalan sertifikasi halal melalui mekanisme pencatatan yang tidak dapat dimanipulasi. Di sisi lain, kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) mulai digunakan untuk mendukung optimalisasi proses fatwa dan pengambilan keputusan syariah yang lebih konsisten dan responsif, sedangkan *Internet of Things* (IoT) memungkinkan keterlacakan (*traceability*) halal secara real-time. Seluruh transformasi ini diperkuat oleh penerapan akuntansi syariah berbasis cloud, yang memungkinkan integrasi data

keuangan, non-keuangan, dan kepatuhan syariah secara simultan (Radwan et al., 2025).

Dalam konteks tersebut, transformasi digital tidak hanya membawa implikasi teknis, tetapi juga menuntut rekonstruksi paradigma tanggung jawab korporasi syariah. Di sinilah konsep *Corporate Spiritual Responsibility* (CSpR) menemukan relevansi strategisnya. CSpR menempatkan teknologi bukan sekadar sebagai alat efisiensi, melainkan sebagai instrumen amanah yang harus dikelola dengan kesadaran spiritual, niat etis, dan orientasi kemaslahatan. Pelaporan syariah dalam ekosistem halal digital, oleh karena itu, tidak cukup berhenti pada kepatuhan prosedural, tetapi harus mencerminkan akuntabilitas vertikal kepada Allah SWT dan akuntabilitas horizontal kepada manusia serta alam (Jannah & Leniwati, 2024; Mukhibad, 2022).

Sejalan dengan itu, MAHA *Framework* berperan sebagai kerangka integratif yang menjembatani teknologi digital dengan nilai-nilai maqāṣid al-sharī‘ah. Melalui pendekatan MAHA, sistem pelaporan syariah diarahkan untuk bersifat real-time, dapat diaudit (*auditable*), dan berbasis data terverifikasi, namun tetap berorientasi pada perlindungan agama (*ḥifz al-dīn*), jiwa (*ḥifz al-nafs*), akal (*ḥifz al-‘aql*), keturunan (*ḥifz al-nasl*), dan harta (*ḥifz al-māl*). Dengan demikian, digitalisasi tidak menggeser nilai spiritual, melainkan justru memperkuat internalisasi tujuan syariah dalam praktik bisnis modern (Abd Aziz et al., 2023; Farhan, 2024).

Literatur internasional juga menegaskan bahwa tantangan utama pelaporan keberlanjutan digital adalah risiko reduksi nilai menjadi sekadar indikator dan skor, yang berujung pada praktik *greenwashing*. Studi-studi Scopus menunjukkan bahwa tanpa fondasi etika yang kuat, sistem pelaporan berbasis teknologi justru dapat memperbesar jarak antara narasi dan realitas keberlanjutan (Sundarasen, 2024; Zervoudi et al., 2025). Dalam konteks ini, integrasi CSpR dan MAHA *Framework* menawarkan diferensiasi konseptual yang signifikan: pelaporan syariah tidak hanya berfungsi sebagai alat legitimasi

eksternal, tetapi juga sebagai mekanisme *self-accountability* dan pembinaan moral internal organisasi.

Dengan demikian, era ekosistem halal digital 2025–2030 menuntut model pelaporan syariah yang tidak hanya canggih secara teknologi, tetapi juga kokoh secara nilai. Integrasi CSpR dan MAHA *Framework* memungkinkan akuntansi syariah bertransformasi dari sekadar sistem pencatatan menjadi instrumen pembentuk karakter korporasi—yang menjunjung amanah, keadilan, dan keberlanjutan sebagai bagian dari ibadah dan tanggung jawab peradaban. Model inilah yang berpotensi menempatkan Indonesia sebagai rujukan global dalam pengembangan akuntansi syariah digital berbasis spiritualitas.



Dalam kerangka *Corporate Spiritual Responsibility* (CSpR), pemanfaatan teknologi digital tidak dipandang semata sebagai instrumen efisiensi operasional, melainkan sebagai bagian dari amanah moral dan spiritual yang harus dijalankan secara bertanggung jawab. Teknologi menjadi sarana untuk memperkuat kejujuran, keadilan, dan transparansi nilai-nilai inti yang sejalan dengan prinsip tauhid dan akuntabilitas vertikal kepada Allah SWT. Dalam konteks ini, penerapan blockchain untuk jaminan kehalalan (*halal assurance*) berfungsi sebagai mekanisme penjaga amanah, karena seluruh proses

rantai pasok halal dicatat secara permanen, transparan, dan dapat ditelusuri. Negara- negara seperti Uni Emirat Arab (Dubai), Arab Saudi, dan Malaysia telah mengembangkan Halal Blockchain Framework untuk memastikan verifikasi bahan baku, mengotomatisasi sertifikasi halal, serta mendeteksi potensi kecurangan. Praktik ini mencerminkan implementasi nyata CSpR, di mana kepercayaan publik dibangun bukan melalui klaim moral, tetapi melalui sistem yang mencegah manipulasi dan memastikan kejujuran dalam praktik bisnis (Jannah & Leniwati, 2024; Rismawati et al., 2024).

Sementara itu, MAHA Framework menyediakan landasan normatif agar pemanfaatan teknologi tersebut tetap selaras dengan tujuan maqāṣid al-sharī'ah. Melalui perspektif MAHA, blockchain tidak hanya melindungi nilai ekonomi (ḥifẓ al-māl), tetapi juga menjaga integritas agama (ḥifẓ al-dīn) dengan memastikan kehalalan produk, serta melindungi konsumen dari praktik yang merugikan. Dengan demikian, teknologi digital menjadi alat penjaga kemaslahatan, bukan sekadar akselerator transaksi.

Pada sisi lain, kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) memegang peran strategis dalam menjaga kepatuhan syariah di tengah kompleksitas transaksi modern. Dalam perspektif CSpR, AI berfungsi sebagai ethical enabler atau alat bantu yang mendukung pengambilan keputusan korporasi agar tetap berada dalam koridor etika dan nilai spiritual (Habibullah et al., 2023; Jannah & Leniwati, 2024). Model AI dapat digunakan untuk memeriksa kepatuhan transaksi terhadap fatwa, menganalisis risiko syariah, memantau potensi keterlibatan dalam investasi haram, serta melakukan syariah stock screening secara konsisten dan berkelanjutan. Fungsi ini memperkuat akuntabilitas internal perusahaan, sekaligus mendukung peran Dewan Pengawas Syariah dalam menjalankan amanah pengawasan.

Lebih jauh, MAHA *Framework* memastikan bahwa pemanfaatan AI tidak terjebak pada pendekatan teknokratis semata. Setiap hasil analisis dan rekomendasi AI harus

dievaluasi berdasarkan dampaknya terhadap perlindungan akal (*ḥifz al-‘aql*), jiwa (*ḥifz al-nafs*), dan keadilan sosial. Dengan demikian, AI tidak menggantikan peran etika dan kebijaksanaan manusia, tetapi berfungsi sebagai alat pendukung yang memperkuat orientasi moral dalam tata kelola korporasi syariah.

Secara keseluruhan, integrasi blockchain dan AI dalam kerangka CSpR dan MAHA Framework menegaskan bahwa transformasi digital dalam ekonomi halal bukanlah proses yang netral secara nilai. Sebaliknya, ia merupakan bagian dari ikhtiar spiritual untuk membangun sistem bisnis yang amanah, transparan, dan berorientasi pada kemaslahatan jangka panjang. Melalui pendekatan ini, teknologi tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga berkontribusi pada pembentukan karakter korporasi syariah yang beretika, bertanggung jawab, dan berdaya saing global.

3. *Sharia-Based AI Ethics: Masa Depan Tata Kelola Digital Islam*

Salah satu tantangan terbesar dunia digital adalah:

- a. bias algoritma,
- b. eksploitasi data pribadi,
- c. penyalahgunaan AI untuk manipulasi perilaku,
- d. ketidakadilan dalam *platform gig economy*.

Etika Islam berbasis maqasid menawarkan solusi yang lebih komprehensif daripada AI Ethics Barat.

Berangkat dari prinsip Maqāsid al-sharī‘ah, yang menempatkan teknologi sebagai sarana untuk menjaga kemaslahatan dan mencegah kerusakan. Urutan prinsip ini disusun secara hierarkis, dimulai dari perlindungan terhadap manusia sebagai subjek utama, hingga penjagaan nilai spiritual sebagai orientasi tertinggi.

- a. *Hifz al-Nafs* (perlindungan manusia).

Prinsip ini menjadi fondasi utama etika AI Islam, karena tujuan paling dasar dari teknologi adalah melindungi

keselamatan dan martabat manusia. Dalam konteks digital, hal ini mencakup pencegahan bahaya siber, eksploitasi data pribadi, serta penyalahgunaan informasi yang dapat merugikan individu maupun kelompok. AI harus dirancang untuk memperkuat keamanan, bukan menciptakan risiko baru yang mengancam kemanusiaan.

b. Hifz al-‘Aql (perlindungan akal dan kesadaran).

Setelah keselamatan manusia terjaga, perhatian etika beralih pada perlindungan akal dan kebebasan berpikir. AI tidak boleh menjadi alat penyebaran disinformasi, manipulasi psikologis, maupun pemicu adiksi teknologi yang melemahkan daya kritis manusia. Sebaliknya, kecerdasan buatan seharusnya berperan sebagai *augmenting intelligence* yang memperkuat nalar, literasi, dan kapasitas intelektual manusia.

c. Hifz al-Māl (perlindungan harta dan hak ekonomi).

Etika AI Islam juga menekankan pentingnya perlindungan terhadap harta dan sistem ekonomi. Dalam praktiknya, prinsip ini menuntut pencegahan pencurian data, kejahatan finansial digital, serta praktik pencucian uang berbasis teknologi. AI harus mendukung transparansi, keadilan, dan keamanan dalam transaksi ekonomi, khususnya dalam ekosistem keuangan syariah.

d. Hifz al-Bi’ah (perlindungan bumi dan keberlanjutan lingkungan).

Islam memandang manusia sebagai khalifah di bumi, sehingga teknologi tidak boleh merusak keseimbangan ekologi. AI perlu diarahkan untuk mendukung efisiensi energi, pengurangan jejak karbon, serta pengembangan teknologi yang ramah lingkungan. Prinsip ini menegaskan bahwa kemajuan digital harus berjalan seiring dengan tanggung jawab ekologis.

- e. Hifz al-Dīn (penjagaan nilai spiritual dan etika transendental).

Sebagai puncak dari kerangka etika AI Islam, Hifz al-Dīn memastikan bahwa seluruh pemanfaatan teknologi tetap selaras dengan nilai-nilai spiritual dan tujuan penghambaan kepada Allah SWT. Teknologi tidak boleh bersifat netral secara moral, melainkan harus diarahkan untuk memperkuat kejujuran, amanah, dan keadilan. Dalam kerangka ini, AI menjadi alat yang membantu manusia mendekati diri pada nilai kebaikan, bukan menjauhkan dari makna hidup dan tanggung jawab moral. Pada 2028–2030 diprediksi muncul *Sharia AI Governance Framework*, yang akan menjadi standar internasional untuk perusahaan Muslim.

4. Integrasi Maqasid dalam Sustainability: Arah Baru ESG Global

Seiring dengan meningkatnya perhatian global terhadap isu keberlanjutan, kerangka *Environmental, Social, and Governance* (ESG) telah menjadi instrumen dominan dalam menilai kinerja non-keuangan perusahaan. Namun, dalam perkembangannya, ESG modern juga menghadapi kritik yang semakin tajam. Sejumlah studi menyoroti bahwa praktik ESG kerap bias terhadap kepentingan investor, direduksi menjadi pendekatan tick-box yang berfokus pada pemenuhan indikator formal, serta minim integrasi nilai moral yang bersifat substantif. Selain itu, ESG juga rentan terhadap praktik social washing, di mana perusahaan membangun narasi tanggung jawab sosial tanpa perubahan nyata pada perilaku dan dampak operasionalnya.

Keterbatasan tersebut mendorong pencarian kerangka keberlanjutan yang tidak hanya mengukur kinerja, tetapi juga memberikan orientasi etis yang koheren. Dalam konteks inilah pendekatan ESG berbasis maqāsid al-sharī'ah muncul sebagai alternatif yang menjanjikan. Jan, Marimuthu, dan Mohd-Said (2019) menegaskan bahwa "*maqasid-based assessments offer a more*

ethically coherent framework than conventional ESG metrics”, karena pendekatan ini tidak berhenti pada indikator material, melainkan berakar pada tujuan moral dan kemaslahatan manusia secara menyeluruh (Jan et al., 2019).

Berbeda dengan ESG konvensional, *maqāṣid al-sharī‘ah* menempatkan keberlanjutan sebagai bagian dari misi etis dan spiritual manusia sebagai khalifah di bumi. Integrasi *maqāṣid* dalam kerangka sustainability mendorong terwujudnya keadilan dalam distribusi manfaat ekonomi, peningkatan kesejahteraan manusia, serta perlindungan lingkungan sebagai amanah lintas generasi. Selain itu, *maqāṣid* juga menekankan perlindungan sosial bagi kelompok rentan dan memperluas makna akuntabilitas, tidak hanya kepada pemangku kepentingan, tetapi juga kepada Tuhan sebagai sumber nilai tertinggi.

Dengan fondasi tersebut, Islamic ESG tidak sekadar menjadi varian religius dari ESG konvensional, melainkan menawarkan paradigma baru dalam etika bisnis global. Kerangka ini memadukan keberlanjutan ekonomi, keadilan sosial, dan tanggung jawab ekologis dengan akuntabilitas spiritual yang transendental. Dalam jangka panjang, Islamic ESG berpotensi berkembang sebagai standar etika global yang lebih inklusif dan bermakna, khususnya di tengah meningkatnya kritik terhadap pendekatan keberlanjutan yang bersifat teknokratis dan berorientasi pasar semata.

Tabel. Perbandingan ESG Konvensional dan ESG Berbasis *Maqāṣid al-Sharī'ah*

Aspek Perbandingan	ESG Konvensional	ESG Berbasis <i>Maqāṣid al-Sharī'ah</i>
Landasan Filosofis	Berbasis teori pemangku kepentingan (<i>stakeholder theory</i>) dan materialitas finansial	Berbasis <i>maqāṣid al-sharī'ah</i> sebagai tujuan etis dan kemaslahatan manusia
Orientasi Utama	Perlindungan nilai perusahaan dan kepentingan investor	Kemaslahatan umat, keadilan sosial, dan keberlanjutan lintas generasi

Aspek Perbandingan	ESG Konvensional	ESG Berbasis <i>Maqāṣid al-Sharī'ah</i>
Tujuan Pelaporan	Mengurangi risiko non-keuangan dan meningkatkan reputasi korporasi	Menjalankan amanah, keadilan, dan tanggung jawab moral-spiritual
Dimensi Moral	Implisit dan normatif	Eksplisit, terintegrasi dengannilai tauhid dan etika Islam
Pendekatan Pengukuran	Berbasis indikator dan skor (<i>tick-box approach</i>)	Berbasis tujuan (<i>purpose-driven assessment</i>)
Risiko Green/Social Washing	Relatif tinggi akibat fokus naratif dan kepatuhan	Lebih rendah karena adanya akuntabilitas spiritual dan nilai amanah

	formal	
Dimensi Lingkungan (E)	Fokus pada kepatuhan regulasi dan efisiensi lingkungan	Perlindungan alam sebagai amanah (khalifah fil ardh)
Dimensi Sosial (S)	Fokus pada isu ketenaga	Keadilan distributif, perlindungan kelompok rentan, kesejahteraan manusia
Dimensi Tata Kelola (G)	Transparansi, kepatuhan, dan struktur dewan	Amanah, kejujuran, keadilan, dan pengawasan syariah
Akuntabilitas	Horizontal (kepada investor dan stakeholder)	Horizontal dan vertikal (kepada Allah SWT)
Peran Manusia	Agen ekonomi rasional	Khalifah dan penjaga
Integrasi Spiritualitas	Tidak menjadi bagian inti	Menjadi fondasi sistem
Dampak Jangka Panjang	Keberlanjutan bersyarat pada kepentingan pasar	Keberlanjutan berlandaskan nilai dan tujuan etis
Potensi Standar Global	Dominan namun menuai kritik	Alternatif etika global yang inklusif dan transformatif

C. Panduan Praktis Implementasi CSpR untuk Perusahaan

Integrasi *Corporate Spiritual Responsibility* (CSpR) ke dalam praktik bisnis dan pelaporan perusahaan tidak dapat dicapai hanya melalui penyusunan kebijakan normatif atau penambahan indikator pelaporan semata. Berbagai literatur menegaskan bahwa transformasi spiritual dalam organisasi korporasi menuntut pendekatan yang lebih mendalam dan menyeluruh, mencakup dimensi struktural, kultural, hingga epistemologis. Artinya, CSpR tidak cukup dipahami sebagai seperangkat aturan formal, tetapi harus diinternalisasikan sebagai cara berpikir dan bertindak dalam keseluruhan sistem organisasi.

Dalam konteks lembaga keuangan dan bisnis syariah, implementasi CSpR perlu merentang secara holistik, mulai dari tata kelola perusahaan (*governance*), desain sistem operasional, pembentukan budaya organisasi, hingga mekanisme pengukuran dan evaluasi kinerja. Pendekatan ini memastikan bahwa nilai-nilai spiritual tidak berhenti pada tataran simbolik, melainkan benar-benar membimbing pengambilan keputusan, relasi dengan pemangku kepentingan, serta orientasi jangka panjang perusahaan.

Penelitian Haniffa dan Hudaib (2019) menunjukkan bahwa kepatuhan prosedural saja tidak memadai tanpa kesadaran moral dan akuntabilitas spiritual yang lebih dalam. Pernyataan ini menegaskan bahwa tata kelola syariah yang autentik harus bergerak melampaui kepatuhan formal menuju pertanggungjawaban etis yang bersifat transendental (Hanic et al., 2025; Haniffa & Hudaib, 2019). Dengan demikian, CSpR tidak dapat direduksi sebagai sekadar kerangka pelaporan alternatif, melainkan harus dipahami sebagai model transformasi nilai yang membentuk fondasi spiritual organisasi. Melalui CSpR, perusahaan diarahkan untuk memaknai aktivitas bisnis sebagai amanah, pelaporan sebagai bentuk pertanggungjawaban moral, dan keberlanjutan sebagai bagian dari misi etis yang terintegrasi antara kepentingan duniawi dan tanggung jawab ukhrawi.

1. Membangun *Spiritual Governance Commitee* (SGC)

Salah satu kebutuhan mendasar dalam penerapan CSpR adalah pembentukan *Spiritual Governance Committee* (SGC). Jika Dewan Pengawas Syariah (DPS) berfungsi mengawasi aspek kepatuhan syariah transaksi, SGC memiliki mandat yang lebih luas: mengawasi orientasi nilai, memastikan bahwa strategi perusahaan berpijak pada maqāṣid al-sharī'ah, dan memastikan bahwa proses organisasi mencerminkan niat (*niyyah*) dan amanah.

Dalam konteks *governance* Islami, Haniffa & Hudaib (2019) menemukan bahwa "*Islamic governance is inherently moral and spiritual, placing divine accountability at its core rather than relying solely on human oversight*" (p. 357). Artinya, tanpa lembaga pengarah nilai seperti SGC, perusahaan berisiko hanya mengikuti syariah pada tataran teknis tetapi tidak menginternalisasikannya pada keputusan strategis. SGC menjadi "penjaga arah" spiritual, memastikan seluruh kebijakan diarahkan untuk kemaslahatan jangka panjang, bukan sekadar kepentingan keuntungan jangka pendek.

2. Mengoperasionalisasi MAHA *Framework* sebagai Indikator CSpR

Agar nilai-nilai spiritual dapat terintegrasi secara nyata ke dalam praktik bisnis dan pelaporan perusahaan, diperlukan seperangkat indikator yang terukur dan sistematis. Tanpa instrumen pengukuran yang jelas, nilai spiritual berisiko berhenti pada tataran normatif dan simbolik. Dalam konteks ini, MAHA *Framework* hadir sebagai kerangka operasional yang menjembatani nilai-nilai spiritual Islam dengan praktik pengukuran kinerja korporasi. MAHA *Framework* terdiri atas empat pilar utama Makin, Amin, Hafidz, dan 'Alim yang dapat diterjemahkan ke dalam indikator *Corporate Spiritual Responsibility* (CSpR) pada level tata kelola, proses operasional, hingga capaian kinerja organisasi.

Upaya menerjemahkan nilai-nilai Islam ke dalam indikator pelaporan sejatinya telah lama menjadi perhatian dalam literatur akuntansi syariah. Fitriani dan Lestari (2021)

menegaskan bahwa *Islamic Social Reporting* harus merepresentasikan nilai-nilai Islam dalam bentuk yang terukur, termasuk keadilan, transparansi, pemberdayaan masyarakat, dan akuntabilitas spiritual (Fitriani & Lestari, 2021). Namun demikian, praktik ISR yang berkembang selama ini cenderung lebih menitikberatkan aspek sosial dan filantropi, sementara dimensi moral dan spiritual internal organisasi masih relatif kurang tergarap. Melalui CSpR, ruang lingkup pelaporan tersebut diperluas dengan memasukkan indikator etika, integritas, dan akuntabilitas spiritual sebagai bagian inti dari kinerja perusahaan.

Pilar Makin - Otoritas Etis (*Ethical Authority*)

Pilar Makin merepresentasikan otoritas etis dalam kepemimpinan dan tata kelola perusahaan. Indikator pada pilar ini mencakup integritas pimpinan, kebijakan anti-manipulasi dan anti-fraud, serta independensi dewan dan komite pengawas. Pilar ini menegaskan bahwa legitimasi moral organisasi bersumber dari kepemimpinan yang amanah dan struktur tata kelola yang bebas dari konflik kepentingan. Mallin, Farag, dan Ow-Yong (2020) menunjukkan bahwa struktur tata kelola yang independen secara signifikan meningkatkan kredibilitas pengungkapan CSR dan ESG pada institusi Islam (Mallin et al., 2020). Temuan ini memperkuat argumen bahwa integritas governance merupakan prasyarat utama bagi pelaporan spiritual yang dapat dipercaya.

Pilar Amin - Integritas dan Transparansi (*Integrity and Transparency*)

Pilar Amin menekankan integritas dan keterbukaan sebagai wujud pertanggungjawaban moral perusahaan. Indikator dalam pilar ini meliputi transparansi pengelolaan zakat dan dana sosial, praktik pengadaan (procurement) yang etis, serta keberadaan audit syariah yang kuat dan independen. Transparansi dalam perspektif CSpR tidak hanya diposisikan sebagai kewajiban regulatif, tetapi sebagai ekspresi amanah kepada Allah SWT dan para pemangku kepentingan. Hassan

dan Harahap (2019) menyatakan bahwa pelaporan Islam yang transparan memperkuat kepercayaan dan mencerminkan akuntabilitas moral organisasi di hadapan Tuhan dan para pemangku kepentingan (Hassan & Harahap, 2019).

Pilar Hafidz - Penjagaan Amanah (*Stewardship and Protection*)

Dalam ajaran Islam, amanah merupakan inti moral aktivitas ekonomi. Pilar Hafidz memaknai *stewardship* sebagai tanggung jawab perusahaan untuk melindungi manusia, lingkungan, dan seluruh sumber daya yang dikelolanya. Indikator pada pilar ini mencakup perlindungan karyawan, kepedulian terhadap lingkungan, manajemen risiko syariah, serta keberlanjutan sumber daya organisasi. Kurniawan dan Rofiq (2022) menemukan bahwa tata kelola syariah meningkatkan perilaku penjagaan amanah dan memperkuat identitas etis bank syariah (Kurniawan & Rofiq, 2022). Temuan ini menunjukkan bahwa dimensi *stewardship* tidak hanya bersifat normatif, tetapi dapat diwujudkan secara institusional melalui sistem tata kelola yang tepat.

Pilar 'Alim - Hikmah dan Kepemimpinan Visioner (*Wisdom and Visionary Leadership*)

Pilar 'Alim menuntut kemampuan organisasi untuk mengambil keputusan yang berlandaskan hikmah, pengetahuan, dan visi jangka panjang. Indikator pilar ini mencakup kualitas pengambilan keputusan strategis, integrasi nilai spiritual dalam perencanaan bisnis, serta orientasi keberlanjutan lintas generasi. Pilar ini menegaskan bahwa kepemimpinan spiritual tidak hanya berkaitan dengan kepatuhan formal, tetapi dengan kebijaksanaan dalam menimbang dampak jangka panjang dari setiap keputusan. Mohammad dan Quoquab (2020) menegaskan bahwa kesadaran spiritual berkontribusi terhadap pengambilan keputusan organisasi yang bijaksana dan mendorong kinerja keberlanjutan jangka panjang (Mohammad & Quoquab, 2020).

Dengan indikator yang dirumuskan secara sistematis melalui MAHA *Framework*, pelaporan CSpR dapat dipetakan ke dalam bentuk dashboard atau scorecard tahunan. Pendekatan ini memungkinkan kinerja spiritual perusahaan tidak hanya disampaikan secara naratif, tetapi juga diukur, dievaluasi, dan dipantau secara berkelanjutan. Dengan demikian, MAHA Framework berfungsi sebagai jembatan operasional antara nilai-nilai spiritual Islam dan praktik pelaporan korporasi modern, sekaligus memperkuat CSpR sebagai model transformasi nilai dalam organisasi bisnis syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, W., Frynas, J. G., & Mahmood, Z. (2021). Determinants of ESG practices in emerging Islamic markets. *Journal of Cleaner Production*, 292, 125988. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.125988>
- Amrullah, A., & Nugroho, L. (2023). Model pelaporan maqasid al-shariah pada bank syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 6(1), 45–60. <https://doi.org/10.35897/ijes.v6i1.1168>
- Baghi, I., & Antonetti, P. (2021). The higher they climb, the harder they fall: The role of self-brand connectedness in consumer responses to corporate social responsibility hypocrisy. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(4), 1216–1230. <https://doi.org/10.1002/csr.2122>
- Baihaqi, A., & Setiawan, A. (2022). Amanah-based halal supply chain and its effect on consumer trust in halal food industries. *Journal of Halal Product and Research*, 5(2), 85–94. <https://doi.org/10.20473/jhpr.v5i2.2022.85-94>
- Edelman. (2024). 2024 Edelman Trust Barometer: Global report. Edelman.
- Fitriani, R., & Lestari, R. (2021). ISR dan integritas pelaporan bank syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 8(1), 45–59. <https://doi.org/10.20473/vol8iss1pp45-59>
- Ghonyah, N., Amilahaq, F., & Hartono, S. (2024). Business sustainability performance through sustainability awareness and business work ethics in Islamic institutions. *Cogent Business & Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2303789>
- Habibullah, M., Al Faruque, A., Faruque, O., & Attullah, M. (2023). Islamic economic framework for the exercise of Islamic financial activities: Its conformity with Maqashid Al-Shari'ah. *Burhān Journal of Qur'ān and Sunnah Studies*, 7(1), 81– 92.

- Haniffa, R., & Hudaib, M. (2019). A conceptual framework for Islamic corporate governance. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 10(3), 350– 368. <https://doi.org/10.1108/JIABR-08-2016-0093>
- Hassan, A., & Harahap, S. S. (2019). Exploring corporate social responsibility disclosure in Islamic financial institutions. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 17(1), 24–44. <https://doi.org/10.1108/JFRA-11-2017-0104>
- Hidayat, A., & Taufik, M. (2020). Understanding Muslim consumers' halal purchase behavior: The role of religiosity, trust, and knowledge. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1691–1705. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2019-0046>
- Hoque, N., Uddin, M., Islam, M. T., Mamun, A., Uddin, M. N., & Ahmad, A. (2023). Pursuing sustainable development goals through integrating the aspirations of zakah and CSR. *International Journal of Social Economics*, 50(9), 1232–1247. <https://doi.org/10.1108/IJSE-04-2022-0264>
- Jan, A., Marimuthu, M., & Mohd-Said, R. (2019). Maqasid al-Shariah-based performance measurement for Islamic banks. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 11(2), 246–264. <https://doi.org/10.1108/IJIF-01-2018-0003>
- Jannah, F., & Leniwati, D. (2024). Corporate spiritual responsibility (CSpR): Konstruksi model CSR berbasis nilai spiritual Islam. *El Muhasaba: Jurnal Akuntansi*.
- Kumar, P., Dadwal, S., Verma, R., & Kumar, S. (2025). Digital transformation for business sustainability and growth in emerging markets. Emerald Publishing.
- Kurniawan, S., & Rofiq, A. (2022). Pengaruh governance syariah terhadap kualitas ISR bank syariah. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 13(2), 250–266. <https://doi.org/10.18202/jamal.2022.04.10555>
- Mallin, C., Farag, H., & Ow-Yong, K. (2020). Corporate social responsibility and financial performance in Islamic banks. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 175, 1–16. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2019.09.010>

- Maslahah, K., Sumber, S., & Hamidah, T. (2022). Masalah controversies as sources, methods and objectives. *Al-'Adalah: Jurnal Syariah dan Hukum Islam*, 7(1), 19– 38. <https://doi.org/10.31538/adlh.v7i1.1642>
- Mohammad, M. H., & Quoquab, F. (2020). The influence of Islamic work ethics on corporate sustainability performance. *Sustainability*, 12(12), 5030. <https://doi.org/10.3390/su12125030>
- Mukhibad, H. (2022). Corporate governance and Islamic bank accountability based on disclosure. *Cogent Business & Management*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2080151>
- Mulyani, S., & Kurniawati, F. (2023). Islamic social reporting and corporate sustainability performance. *Journal of Accounting and Investment*, 24(1), 140– 155. <https://doi.org/10.18196/jai.v24i1.13966>
- Nekhili, M., Boukadhaba, A., & Nagati, H. (2021). The ESG–financial performance relationship. *Corporate Governance: An International Review*, 29(2), 134–161.
- Qur'an. (n.d.). Surah Yusuf (12:47–49; 12:52–54).
- Radwan, E. K. A., Russo, A., & Ali, N. O. H. (2025). Determinants of web-based CSR disclosures. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. <https://doi.org/10.1002/csr.70101>
- Rahayu, S., & Santoso, B. (2021). Halal industry development in Indonesia. *Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, 4(2), 12–25. <https://doi.org/10.21580/jiefb.2021.4.2.8347>
- Rismawati, R., Retnowati, W., & Supriadi, S. (2024). Ulil Albab: An ancient methodology for building CSpR. *Journal of Applied Business, Taxation and Economics Research*, 3(6), 738–751. <https://doi.org/10.54408/jabter.v3i6.353>
- She, C., & Michelon, G. (2019). Managing stakeholder perceptions. *Critical Perspectives on Accounting*, 61, 54 –76. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2018.09.004>

- Sutrisno, A., & Abdullah, R. (2022). Islamic ESG model. *International Journal of Islamic Business Ethics*, 7(1), 45–60. <https://doi.org/10.30659/ijibe.7.1.45-60>
- Tarjo, T., Anggono, A., Zakik, Z., Md Nordin, S., & Priyadi, U. (2024). Islamic CSR and social welfare. *Journal of Financial Crime*, 31(5), 1190–1207. <https://doi.org/10.1108/JFC-01-2023-0008>
- Zou, W., Lin, B., Su, L., & Houghton, J. D. (2023). Spiritual leadership and employee CSR participation. *Journal of Business Ethics*, 186(3), 695–709. <https://doi.org/10.1007/s10551-022-05227-6>

BIODATA PENULIS

- 1. Dr. Rimi Gusliana Mais, M.SI, CSRS, CSRA** Departemen Akuntansi
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta, Indonesia
rimi_gusliana@stei.ac.id

Dr. Rimi Gusliana Mais, M.SI, CSRS, CSRA adalah seorang akademisi dengan spesialisasi Akuntansi Sektor Publik, CSR, dan Pelaporan Keberlanjutan. Saat ini beliau menjabat sebagai dosen dan Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta, dimana beliau berperan penting dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi. Kualifikasi akademiknya sangat luas, antara lain gelar Sarjana Akuntansi, Magister Akuntansi, dan Doktor Akuntansi dari Universitas Brawijaya, Malang. Rimi juga merupakan spesialis bersertifikat dalam pelaporan keberlanjutan (Certified Sustainability Reporting Specialist (CSRS)) dan Certified Sustainability Reporting Assuror (CSRA). Selain itu, ia telah menulis banyak publikasi tentang Akuntansi Sektor Publik, Akuntansi Islam, Akuntansi Keberlanjutan, dan CSR, memberikan kontribusi signifikan bagi komunitas akademis. Semangatnya dalam membaca dan menulis mencerminkan komitmennya terhadap pembelajaran seumur hidup dan pertumbuhan profesional di bidangnya.

- 2. Munir Lc., M.Hi**
Sekolah Tinggi Ilmu Syari'ah Al-Manar Jakarta, Indonesia
umh.pulogadung@gmail.com

Munir Lc., M.Hi adalah Dosen di Sekolah Tinggi Ilmu Syari'ah Al-Manar Jakarta, Jakarta, Indonesia, perbandingan mazhab. Beliau meraih gelar Sarjana Syariah dari Sekolah Studi Islam Imam Muhammad Ibnu Suud di Riyadh, Arab Saudi, cabang Jakarta (Lc) dan gelar Magister Hukum Islam dari Universitas Darul Ulum, Jombang, Fakultas Hukum Islam. Selain karir akademisnya, Munir juga dikenal sebagai pendakwah di berbagai kantor dan lembaga.

Minat penelitiannya fokus pada Kajian Hukum Islam. Beliau aktif menerbitkan beberapa artikel ilmiah di jurnal nasional terakreditasi. Banyak karyanya mengeksplorasi topik-topik seperti Fiqih (yurisprudensi Islam), pembayaran zakat digital, etika kerja Islam, dan lain-lain. Munir juga terdaftar sebagai anggota komunitas akademis melalui profilnya di SINTA (Indeks Sains dan Teknologi) di bawah Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Indonesia, dan Google Scholar, yang mendokumentasikan aktivitas dan publikasi akademiknya.

3. **Ririn Widyastuti Wulaningsih, S.E., M.M., M.Ak., CSRS**

Ayin177suwarno@gmail.com

Departemen Akuntansi

Universitas Bung Karno, Jakarta, Indonesia

Ririn Widyastuti Wulaningsih adalah seorang akademisi dan profesional keuangan yang berspesialisasi dalam Manajemen Keuangan, Perpajakan, dan Pelaporan Keberlanjutan. Saat ini beliau menjabat sebagai Dosen Tetap di Universitas Bung Karno dan bekerja sebagai Pengontrol Keuangan, dengan pengalaman profesional lebih dari 20 tahun di bidang keuangan, akuntansi, perpajakan, dan tata kelola. Peran akademis dan profesionalnya mencerminkan komitmen yang kuat untuk mengintegrasikan teori, kepatuhan terhadap peraturan, dan praktik terbaik industri baik dalam pendidikan maupun pengambilan keputusan organisasi. Ririn memiliki gelar Sarjana Akuntansi, gelar Magister Manajemen (Keuangan), dan gelar Magister Akuntansi (M.Ak.) dengan predikat Summa Cum Laude. Ia juga merupakan Spesialis Pelaporan Keberlanjutan Bersertifikat (CSRS), Teknisi Pajak Bersertifikat (CTT), dan memegang sertifikasi Brevet Tax A & B, yang menunjukkan keahliannya dalam perpajakan dan kepatuhan keberlanjutan. Selain itu, ia adalah Auditor Internal Berkualifikasi, yang memperkuat kemampuannya dalam pengendalian internal dan manajemen risiko. Pengalaman profesionalnya meliputi memimpin penganggaran, pengendalian biaya, pemantauan kinerja, dan kepatuhan pajak wajib, serta memberikan layanan

konsultasi pajak. Sebagai dosen, ia aktif berkontribusi pada Tri Dharma Pendidikan Tinggi melalui pengajaran, penelitian terapan, dan pengabdian masyarakat. Minat akademis dan profesionalnya berfokus pada kinerja keuangan, tata kelola pajak, pelaporan keberlanjutan dan ESG, serta kepatuhan peraturan. Dedikasinya terhadap pembelajaran berkelanjutan dan pengembangan profesional mencerminkan komitmennya yang kuat untuk memajukan praktik akuntansi dan keberlanjutan baik di lingkungan akademis maupun industri.

4. Erita Oktasari, S.E., M.M., M.Ak

eritaoktasariubk@gmail.com

Departemen Akuntansi

Universitas Bung Karno, Jakarta

Erita Oktasari adalah Dosen Senior (Lektor) di Universitas Bung Karno. Ia memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.), Magister Manajemen (M.M.), dari Universitas Sriwijaya dan Magister Akuntansi (M.Ak.). Saat ini, ia bertugas sebagai dosen tetap di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Karno. Selain karir akademiknya, Erita juga dikenal sebagai seorang wirausahawan di sektor pendidikan, dengan komitmen yang kuat untuk meningkatkan kualitas pembelajaran dan mempromosikan inovasi di pendidikan tinggi. Minat penelitiannya berfokus pada Akuntansi, Keuangan, dan Kewirausahaan, dan ia telah aktif menerbitkan beberapa artikel ilmiah di jurnal terakreditasi nasional. Banyak karyanya mengeksplorasi topik seperti penerapan Kecerdasan Buatan (AI) dalam akuntansi dan tata kelola perusahaan.

Erita juga merupakan anggota terdaftar dari komunitas akademis melalui profilnya di SINTA (Indeks Sains dan Teknologi) di bawah Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Indonesia, serta Google Scholar, yang mendokumentasikan aktivitas dan publikasi akademiknya.

5. Desy Amaliati Setiawan., SE, M.Ak

Departemen Akuntansi

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta, Indonesia

desy.fanuc@yahoo.com

Desy Amaliati Setiawan., SE, M.Ak adalah seorang akademisi yang berspesialisasi dalam Akuntansi, Auditing, dan Perpajakan. Merupakan lulusan S1 STEI Pasundan Bandung dan S2 STEI Indonesia Jakarta, saat ini ia menjabat sebagai dosen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta dan sebagai Account Manager di PT. Fanuc Indonesia Jakarta. Latar belakang akademiknya luas, termasuk gelar Sarjana Akuntansi dan gelar Magister Akuntansi dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta. Selain itu, ia telah menulis publikasi tentang Akuntansi, Auditing, dan Perpajakan. Di samping itu, ia juga berhasil membuat buku tentang Dasar-Dasar Akuntansi dan Dasar-Dasar Perpajakan.

CORPORATE SPIRITUAL RESPONSIBILITY (CSpR) KONSTRUKSI MODEL CSR BERBASIS NILAI ISLAM DAN KONSEP “MAHA”

Buku ini disusun sebagai upaya akademik untuk memperkaya diskursus tanggung jawab sosial perusahaan melalui pengembangan konsep Corporate Spiritual Responsibility (CSpR), yakni pendekatan CSR yang mengintegrasikan dimensi spiritual Islam secara sistematis dan terukur. Terinspirasi dari kisah Nabi Yusuf AS dalam Al-Qur'an, khususnya pada QS. Yusuf ayat 54–55, buku ini memperkenalkan konsep MAHA (Makin, Amin, Hafidz, dan Alim) sebagai kerangka nilai yang merepresentasikan kekuasaan yang bijaksana, kejujuran dan integritas, perlindungan dan profesionalisme, serta kebijaksanaan berbasis ilmu pengetahuan. Nilai-nilai tersebut mencerminkan karakter kepemimpinan Qur'ani yang relevan untuk menjawab tantangan tata kelola dan keberlanjutan korporasi masa kini. Buku ini menguraikan bagaimana nilai-nilai spiritual tersebut dioperasionalkan ke dalam lima pilar utama CSpR, yaitu kesejahteraan, filantropi, glocalitas, legal dan etika, serta visi dan integritas. Pendekatan ini sejalan dengan tujuan Maqasid al-Shariah yang menekankan perlindungan agama, jiwa, akal, harta, dan keturunan sebagai fondasi kesejahteraan manusia secara menyeluruh. Rasulullah SAW bersabda: “Sesungguhnya setiap kamu adalah pemimpin dan setiap kamu akan dimintai pertanggungjawaban atas kepemimpinannya” (HR. Bukhari dan Muslim), yang menegaskan bahwa tanggung jawab dalam kepemimpinan dan pengelolaan organisasi merupakan amanah yang harus dijalankan dengan penuh kesadaran etis dan spiritual.

Sebagai buku referensi nasional, karya ini tidak hanya menyajikan konstruksi konseptual dan teoretis, tetapi juga didukung oleh hasil penelitian empiris, analisis laporan keberlanjutan perusahaan, serta pandangan para akademisi, ulama, dan praktisi. Dengan pendekatan tersebut, buku ini diharapkan dapat menjadi rujukan ilmiah bagi perguruan tinggi, peneliti, pengambil kebijakan, serta praktisi bisnis dalam memahami dan mengimplementasikan tanggung jawab sosial perusahaan yang berlandaskan nilai-nilai Islam secara inklusif dan aplikatif.

