

## RENOVASI POLA PIKIR IMPLEMENTASI CSR MENUJU METAMORFOSIS PEREKONOMIAN INDONESIA

Elizabeth Sugiarto Dermawan\*

**Abstract:** The way of thinking Corporate Social Responsibility (CSR) implementation in Indonesia should be renovated to make a better change for the economic growth. Most of CSR activities is just a charity and often seen as a burden that impedes the company growth, and may impact on the growth of Indonesian economy. As reported in CSR Indonesia Newsletter vol.3 (2009) under Indonesian law, private companies are obliged to carry out CSR programs and State-owned companies are also bound by law to carry out CSR programs known as Partnership Program and Community Development (PKLB) although that is a good policy but most companies currently view CSR as an obligation rather than a responsibility. Based on that reality, this article try to re-motivated especially the reader and in general for people in this country who become a stakeholders of a company have to be realized that this is the time to change the bad image of CSR. Stakeholders' perception is the area of positioning the company image and this is an important part of business sustainability.

**Key words:** Corporate Social Responsibility, company image, stakeholders' perception business sustainability, economic growth.

### PENDAHULUAN

Dengan berkembangnya perusahaan, pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan makin meluas. Murtanto (2005) mengemukakan bahwa hal ini mendorong bergesernya paradigma *agency theory* menjadi *stakeholders theory perspective*. Fokus pertanggungjawaban perusahaan yang semula terkonsentrasi atau berorientasi pada pemegang saham, manajemen, dan kreditur sudah selayaknya ditinjau kembali mengingat kelangsungan hidup perusahaan sesungguhnya lebih bergantung pada peran perusahaan tersebut di masyarakat.

Hoetomo (2005) mengemukakan bahwa pembangunan berkelanjutan merupakan sinergi antara pembangunan ekonomi, pembangunan sosial, dan perlindungan lingkungan. Keterkaitan antara pembangunan ekonomi dengan pembangunan sosial dapat dilihat dengan jelas karena tujuan pembangunan ekonomi adalah untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat. Di pihak lain, keterkaitan antara pembangunan ekonomi dan perlindungan lingkungan masih sering dipertentangkan karena masih banyak pihak yang menganggap bahwa pembangunan ekonomi dapat dilakukan dengan mengeksploitasi alam atau lingkungan, bahkan instansi sektoral seringkali melihat perlindungan lingkungan sebagai penghambat pembangunan ekonomi. Pandangan ini seringkali dianut oleh pihak-pihak yang ingin menikmati keuntungan besar dari kerusakan lingkungan yang ditanggung oleh seluruh manusia di bumi ini. Pandangan seperti itu patut diluruskan dan dibuktikan

---

\* Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara Jakarta (Alamat: Jl. Tanjung Duren Utara No. 1 Jakarta Barat 11470; Email: eliz@tarumanagara.ac.id)

bahwa pandangan tersebut keliru. Lingkungan dan ekonomi sesungguhnya saling terkait dan saling tergantung. Lingkungan adalah sumber daya dasar dan utama bagi pembangunan ekonomi, sedangkan pembangunan ekonomi adalah daya dorong untuk mencapai perbaikan kualitas lingkungan.

Pola pikir perusahaan emiten, investor, kreditur, dan konsumen perlu direnovasi dalam menanggapi kepeduliannya terhadap masyarakat dan lingkungannya agar menciptakan keharmonisan dalam pembangunan ekonomi, pembangunan sosial, dan perlindungan lingkungan yang dijadikan *triple bottom line* dalam pembangunan yang berkelanjutan. Rasa tanggung jawab dan rasa memiliki perlu ditanamkan dan dipupuk agar tumbuh subur di semua lapisan masyarakat. Upaya untuk menggambarkan tanggung jawab sosial perusahaan dapat dilihat dari berbagai pihak. Dari pihak perusahaan, upaya untuk menggambarkan pertanggungjawaban sosial dapat dilihat dari tanggapan perusahaan dalam menerapkan *Good Corporate Governance (GCG)* secara konsisten. Dari pihak investor, upaya untuk menggambarkan pertanggungjawaban sosial dapat dilihat dari makin banyaknya investor yang memasukkan tanggung jawab sosial sebagai salah satu kriteria pemilihan saham yang dapat membuat saham-saham perusahaan “baik” naik daun. Dari pihak kreditur, Muliaman D. Hadadd (2005) mengemukakan ada seperangkat peraturan yang mendukung pengelolaan lingkungan hidup antara lain bank harus menilai kelayakan usaha debitur yang dibiayai, termasuk di dalamnya peningkatan peranan Analisis Dampak Lingkungan (AMDAL) dan upaya pengelolaan lingkungan secara berkesinambungan, terutama bagi perusahaan atau debitur berskala besar dan berisiko tinggi. Dari pihak konsumen, Satyo (2005) mengungkap hasil survei bahwa konsumen akan membeli produk yang dipersepsikan hanya sedikit merusak lingkungan dan produk yang ramah lingkungan. Konsumen bahkan bersedia mengeluarkan uang lebih untuk membayar produk yang dikelola ramah lingkungan dan peduli sosial.

Perusahaan yang menerapkan *GCG* tentunya mampu melaksanakan segala sesuatu dengan baik dan jujur sesuai dengan aturan yang berlaku sehingga dianggap juga telah melakukan tanggung jawab sosial yang baik. Murtanto (2005) mengemukakan bahwa keterlibatan semua pihak akan kesadaran sosial, etika, dan lingkungan akan menggeser paradigma *agency theory* menjadi *stakeholders theory perspective*, dan akibat yang muncul dari pergeseran paradigma ini membuat pengelolaan perusahaan harus mempertimbangkan dan memperhatikan masalah *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam suatu konteks historis dan filosofi yang luas. Fokus pertanggungjawaban perusahaan yang semula terkonsentrasi atau berorientasi pada pemegang saham, manajemen, dan kreditur sudah selayaknya ditinjau kembali mengingat keberlangsungan hidup perusahaan sesungguhnya lebih bergantung pada peran perusahaan tersebut di masyarakat. Kesulitan keuangan tidak akan menjadi masalah besar bagi kelangsungan hidup perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial, etika, dan lingkungan karena didukung oleh *stakeholders*. Media Akuntansi no.7 bulan Maret tahun 2000 menggambarkan bahwa hal ini dapat dilihat pada PT Astra Internasional Tbk. Yang mendapatkan kemudahan dalam restrukturisasi hutangnya, dan banyak dilirik investor asing.

Apabila perusahaan-perusahaan di Indonesia tidak segera menjalankan *GCG* secara konsisten maka tidak akan mampu bersaing secara global mengingat makin banyak *stakeholder* yang sadar akan tanggung jawab sosial, etika, dan kelestarian lingkungannya. Tommy (2000) mengemukakan pendapat Wahjudi Prakarsa yang menyatakan bahwa selama perusahaan-perusahaan di Indonesia banyak dimiliki keluarga, maka yang terjadi

adalah terserah pemilik, jadi sampai kapanpun tidak akan dapat menerapkan *GCG* kalau tidak ada perubahan dalam mengelolanya. Di banyak perusahaan keluarga, direksi tidak dapat independen karena dipilih sesuai keinginan dan selera keluarga. Suharto (2000) mengemukakan pendapat almarhum Nur Indriantoro yang menyatakan bahwa telah terjadi kolusi sistem dalam tatanan bermasyarakat, tidak hanya oleh pejabat negara tetapi pengusaha, manajemen, dan sebagian besar masyarakat di Indonesia telah melakukan. Hal-hal inti dari *GCG* seperti *fair*, transparansi, akuntabilitas, dan tanggung jawab masih terkait erat dengan independensi, sementara pengertian independensi di Indonesia masih berpihak pada hutang budi. Senada dengan hal itu, Suharto (2000) juga mengemukakan pendapat Soemarso, Direktur Prasetio Executif Development Centre yang menyatakan bahwa orang Indonesia sangat menghargai hutang budi biarpun tidak ada hubungan keluarga, *ownership* bisnis tetapi kalau dipilih oleh mayoritas *shareholder* akan berhutang budi padanya. Oleh karena itu, untuk mewujudkan *GCG* harus dimulai dari pemerintahannya (*Good Government Governance*), karena terkait dengan sistem nasional. Praktek yang baik harus dimulai dari pemerintah, legal sistemnya harus diperbaiki agar ada kepastian hukum, profesi harus memiliki standar yang baik. Di samping itu, Suharto (2000) juga mengemukakan pendapat Wahjudi Prakarsa yang menyatakan ada hambatan budaya dan empati yang harus dipertimbangkan hati-hati agar penerapannya tidak menimbulkan masalah, sehingga merupakan suatu proses panjang, dan perlu rekayasa sosial budaya yang mengubah paradigma lama menjadi paradigma global.

Di sisi lain, Hoetomo (2005) mengemukakan bahwa meningkatnya tuntutan *stakeholders* kepada dunia usaha untuk melakukan praktek-praktek usaha yang bertanggung jawab sosial, membuat perusahaan lebih bersikap pro aktif untuk tetap mempertahankan daya saing usahanya dan segmen pasar yang telah dikuasainya. Aspek pengelolaan lingkungan yang telah diatur dalam mekanisme perdagangan bebas melalui *World Trade Organization (WTO)* maupun yang diatur secara bilateral dan unilateral juga merupakan salah satu tantangan yang dihadapi perusahaan untuk dapat bertahan di pasar global. Berbagai hambatan dan gangguan lingkungan terhadap dunia usaha akan menimbulkan risiko terhadap keberlanjutan usaha. Secara internal, dunia usaha harus dapat mengurangi: risiko lingkungan yang dapat mengurangi laba, menurunkan produktifitas, dan mengurangi daya saing perusahaan. Bagi perusahaan manufaktur, pencemaran lingkungan yang ditimbulkan perusahaan berarti inefisiensi produksi yang akan mengurangi laba dan meningkatkan risiko, baik risiko pembayaran pinjaman ke lembaga keuangan maupun risiko reputasi karena komplain penduduk sekitar lokasi pabrik dan pihak terkait lainnya.

Hasibuan dan Sedyono (2005) mensinyalir ada indikasi pemahaman *Corporate Social Responsibility (CSR)* di Indonesia masih beragam. Ada yang menganggapnya semata-mata kegiatan amal atau filantropis, ada yang menganggap bahwa program *community development* sama dengan *CSR*, dan banyak juga yang lupa bahwa mendapatkan keuntungan bagi perusahaan juga bagian dari *CSR*. Penerapan *GCG* dan *CSR* memang menjadi fokus perhatian banyak perusahaan *go public* akhir-akhir ini, namun di pihak lain masih terdapat beberapa *stakeholder* yang dirasa kurang memperhatikan pertanggungjawaban sosial perusahaan, sehingga masih perlu banyak fakta yang harus diungkap untuk membuktikan bahwa *GCG* dan *CSR* sangat berperan bagi kelangsungan hidup perusahaan yang pada akhirnya dapat berdampak pada kesejahteraan sosial masyarakat. Murtanto (2005) mengemukakan bahwa upaya untuk mewujudkan akuntabilitas perusahaan tidak semudah membalikkan telapak tangan, perlu proses yang

melibatkan berbagai pihak dalam hal ini *stakeholder* serta terus dilakukan kajian secara akademis dan praktis dalam mempromosikan keberhasilan dari akuntabilitas korporasi kepada *stakeholder*.

Berdasarkan berbagai fenomena *CSR* di atas, artikel ini ditulis dengan sistematika penulisan eksplorasi dan deskriptif dari berbagai artikel terdahulu agar dapat memberikan gambaran tanggapan berbagai pihak tentang *CSR*. Artikel ini diharapkan dapat mengevaluasi dan mengubah sudut pandang setiap pemangku kepentingan untuk fokus pada manfaat masa depan *CSR* yang dikaitkan dengan pemosisian kesan perusahaan kepada publik dan keberlangsungan usaha perusahaan tersebut.

## **PEMBAHASAN**

**Good Corporate Governance.** Pendapat David Melvill, Presiden *Chartered Institute of Management Accountant (CIMA)* dalam *Anonymous* (2000) tentang *Corporate Governance (CG)* yaitu merupakan sebuah sistem guna mengontrol dan mengarahkan perusahaan, yang berarti hubungan antara berbagai pihak dalam menentukan arah dan kinerja perusahaan. Terdapat berbagai sumber yang mencantumkan prinsip utama *CG*. Cadbury (1992) mencantumkan prinsip utama *CG* hanya terdiri dari tiga yaitu: keterbukaan, integritas, dan akuntabilitas, sedangkan *Organization for Economic Cooperation and Development (OECD)* menyatakan terdapat lima prinsip *CG*, yaitu: (1) perlindungan terhadap hak-hak pemegang saham, (2) perlakuan yang adil terhadap seluruh pemegang saham, (3) peranan *stakeholders* dalam *corporate governance*, (4) keterbukaan dan transparansi, (5) peranan *board of directors* dalam perusahaan. Menurut Melvill, ada beberapa keuntungan penerapan *Good Corporate Governance (GCG)*, yaitu: mengurangi risiko, membantu menjamin kepatuhan dengan peraturan yang ada, meningkatkan kepemimpinan dalam perusahaan, memacu kinerja, membantu perusahaan dalam upaya *go public*, meningkatkan kepercayaan para pemegang saham, dan akuntabilitas sosial akan terungkap dengan jelas. *GCG* dapat dilakukan jika masing-masing pihak dalam perusahaan menyadari perannya dalam mendukung terwujudnya *GCG*. Para manajer perusahaan dapat berperan efektif dengan melakukan tindakan-tindakan antara lain: (1) mendefinisikan secara layak, mengevaluasi, dan mengelola risiko dan peluang, (2) menindaklanjuti kebijakan perusahaan dan menjelaskan tujuan perusahaan secara lengkap, (3) menaati standar-standar etika, dan (4) memandang dewan direksi perusahaan sebagai 'ahli' dan kewenangan legalnya diakui. Akuntan manajemen dapat berperan antara lain: (1) memberikan sistem informasi atas penilaian kinerja masa lalu dan aktivitas masa depan yang disetujui dan direncanakan, (2) merancang dan menerapkan sistem *internal control* yang berperan sebagai dewan penjamin, (3) menjamin pendelegasian kewenangan ditaati, dan (4) mengawasi dan mengevaluasi biaya-biaya serta manfaat-manfaat dari aktivitas utama. Auditor internal dapat berperan antara lain: (1) membantu dewan dalam menilai risiko utama dan memberi nasihat kepada manajemen, (2) mengevaluasi sistem *internal control* dan bertanggung jawab kepada komite audit, dan (3) menelaah peraturan *corporate governance* minimal setahun sekali.

Tommy (2000) mengemukakan pendapat Jusuf Anwar yang menyatakan bahwa *GCG* umumnya berpusar pada pasar modal (*stock exchange*), dan dapat dijadikan alat ukur profesionalisme suatu entitas yang diyakini dapat menarik investor potensial sekaligus meningkatkan hubungan dagang. Dikemukakan juga pendapat Ketua Bapepam Herwidayatmo yang menyatakan bahwa *GCG* yang secara layak diterapkan oleh pelaku

pasar modal akan meningkatkan pasar modal itu sendiri dan selanjutnya akan berdampak pada perbaikan roda ekonomi nasional. *GCG* telah disosialisasikan dengan cara mendorong perusahaan yang *listed* untuk melakukan usaha secara transparan, misalnya dalam menyelesaikan *conflict of interest*. Tujuan *GCG* hanya satu yaitu: menciptakan penyelenggaraan perusahaan yang baik. Di samping itu juga dikemukakan pendapat Etty Retno Wulandari yaitu ada dua hal mendasar perlunya penerapan prinsip *GCG* di Indonesia, yaitu: (1) tuntutan dunia usaha yang makin kompetitif menjelang abad 21, merupakan era perdagangan bebas yang memperbolehkan setiap pelaku bisnis bebas melakukan kegiatannya di negara manapun, (2) tuntutan langsung dari negara donor agar perusahaan-perusahaan di Indonesia menerapkan prinsip *GCG*. Tomy (2000) juga mengungkap manfaat *GCG* yang terangkum dari berbagai sumber baik praktisi maupun pengamat yaitu: (1) entitas bisnis akan menjadi efisien, (2) meningkatkan kepercayaan publik, (3) menjaga *going concern* perusahaan, (4) dapat mengukur target kinerja manajemen perusahaan, (5) meningkatkan produktivitas, dan (6) mengurangi distorsi (*management risk*).

**Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan.** Adnanputra (1993) mengemukakan bahwa pada konsep *Corporate Social Responsibility*, kepedulian lebih dari sekedar yang dituntut oleh undang-undang dan aturan yang berlaku. Perusahaan lebih membuka diri terhadap pengaruh sosial dan berkomunikasi lebih intensif dengan kelompok-kelompok eksternal. Perusahaan mencoba mengantisipasi masalah-masalah sosial yang mungkin menimbulkan akibat buruk, kemudian bekerja dalam kemitraan langsung dengan para *stakeholders*, lebih peduli pada prinsip-prinsip etika.

Adnanputra (1993) juga mengemukakan gagasan *Corporate Social Responsibility* (*CSR*) di Amerika Serikat berkembang sejak awal abad XX. Saat itu perusahaan-perusahaan banyak dikecam karena menjadi terlalu besar, berkuasa, dan antisosial, dituduh menjalankan kegiatan anti-kompetitif, hingga lembaga legislatif membuat serangkaian undang-undang *anti-trust* dan sejumlah regulasi. Sejumlah tokoh bisnis yang berpandangan jauh ke depan meyarankan agar masyarakat bisnis memanfaatkan kekuasaan, potensi, dan pengaruh untuk kepentingan sosial yang luas. Himbauan ini menyentuh cukup banyak tokoh-tokoh dunia usaha sehingga berkembang menjadi konsep *CSR*. Adnanputra (1993) juga mengemukakan tulisan Morrell Heald dalam *Social Responsibilities of Business: Company and Community 1900-1960*, yaitu:

*All these business leaders believed that business had a responsibility to society that went beyond or worked in parallel with its efforts to make profit. As a result of these early ideas about business's expanded role in society, two board principles emerged. These principles have shaped the business thinking about social responsibility for most of the twentieth century. They are the foundation for the modern idea of corporate social responsibility.*

Pendapat ini dikembangkan oleh Frederick, Davis, and Post dalam *Business and Society, Corporate Strategy, Public Policy, Ethics, Sixth Edition*, MacGraw Hill (1988) yang diungkap oleh Adnanputra (1993) yang mengemukakan:

*What once had been a responsibility of wealthy individuals and families now become more of a shared responsibility of business firms, their employees and their top-level managers. For many of today's business firms, corporate social responsibility means this kind of participation in community affairs – making charitable contribution. It is called the Charity Principle.*

*Corporate managers incur a responsibility to use those resources under their control, in ways that are good not just for the stockholders but for society generally. In this way, they become stewards, or trustees, for society. It is called the Stewardship Principle.*

Menurut Kusnadi Hardjosoemantri, pakar hukum lingkungan yang dikutip dalam Adnanputra (1993) mengemukakan bahwa dalam Pasal 1 butir 13 Undang-Undang No.4 tahun 1982 tentang Ketentuan-Ketentuan Pokok Pengelolaan Lingkungan Hidup tertera bahwa pengertian pembangunan berwawasan lingkungan merupakan upaya sadar dan berencana menggunakan dan mengelola sumber daya secara bijaksana dalam pembangunan yang berkesinambungan untuk meningkatkan mutu hidup. Mengacu pada Undang-Undang tersebut, yang diamanatkan oleh GBHN sebagai Pembangunan berwawasan Lingkungan adalah: (1) yang dikelola dan digunakan melalui upaya sadar, berencana dan secara bijaksana adalah sumber daya secara keseluruhan, bukan sekedar sumber daya alam, (2) konteksnya adalah pembangunan yang berkesinambungan, artinya tak berhenti dari kini hingga masa depan, dan tak terputus, (3) tujuan yang ingin diraih adalah peningkatan mutu hidup. Jadi pada dasarnya yang dimaksud dengan lingkungan itu, menyangkut aspek-aspek berikut: (1) aspek eko-kultural yang menyangkut sub-aspek fisik (ekologi / ekosistem) dan non-fisik (budaya / tradisi / nilai-nilai), (2) aspek struktural-organisatorik yang menyangkut sub-aspek lingkungan internal dan eksternal, (3) aspek dimensi waktu yang menyangkut sub-aspek masa kini dan masa depan.

Santosa (1993) mengemukakan bahwa pengawasan ketat terhadap praktek-praktek bisnis yang potensial merusak lingkungan maupun kesehatan manusia disambut dengan baik oleh masyarakat negara maju terlebih para aktivis lingkungan, namun sayangnya tidak demikian di negara-negara berkembang dunia ke ketiga. Negara-negara berkembang hanya mampu menyaksikan relokasi “industri-industri kotor” negara maju karena tidak memiliki sarana hukum penangkal dan pengawasan yang ketat. Longgarnya pengawasan lingkungan di negara-negara berkembang menarik minat kalangan pengusaha terutama sektor industri yang mengandung risiko pencemaran tinggi. Tragisnya, perusahaan-perusahaan seperti itu tidak bertepuk sebelah tangan, karena pemerintah di negara berkembang membutuhkan modal asing guna meningkatkan pembangunan ekonomi domestiknya.

Murtanto (2005) mengemukakan bahwa pertanggungjawaban perusahaan difokuskan pada isu-isu sosial (*social*), etika (*ethical*), dan lingkungan (*environment*) atau *SEE Issues* yang pengungkapannya menjadi suatu cara bagi perusahaan untuk mengkomunikasikan bentuk akuntabilitasnya kepada *stakeholder*. Bentuk *Sustainability Reporting* ini diharapkan mempunyai hubungan positif pada kinerja pertanggungjawaban sosial perusahaan dan kinerja keuangan perusahaan.

*CSR Indonesia Newsletter vol.3* (2009) mengemukakan bahwa para akademisi Indonesia dengan setia tetap menjaga pemahaman *CSR* sebagai alat dan langkah komitmen entitas bisnis untuk berkontribusi positif bagi pembangunan. Integritas para akademisi tercermin juga dari inisiatif Sekolah Bisnis Universitas Harvard untuk mengambil sumpah para wisudawan-wisudawan pascakrisis 2008-2009 untuk berkomitmen bekerja dengan penuh etika dan berupaya menciptakan kemakmuran ekonomi, sosial, dan lingkungan di dunia.

Survei *CSR Asia* (2007) yang dimuat juga dalam *CSR Indonesia Newsletter vol.3* (2009) mengemukakan bahwa donasi adalah bentuk paling rendah dari aktivitas yang dianggap sebagai *CSR* oleh para pemangku kepentingan se-Asia. Aktivitas *CSR* yang

inovatif yang sekaligus menjamin keberlanjutan bisnis dan menyelesaikan berbagai masalah yang dihadapi masyarakat – merupakan tantangan yang harus dijawab oleh para pebisnis yang memiliki rasa tanggungjawab sosial. Adam Werbach dalam *CSR Indonesia Newsletter vol.3 (2009)* menyatakan bahwa para manajer CSR yang gagal menyatukan kepentingan komersial perusahaan dengan kepentingan masyarakat luas pasti akan terpinggirkan sehingga seolah mengancam ”*Reform or Die.*” Dalam rangka membuat CSR menjadi inovatif, Junardy dalam *CSR Indonesia Newsletter vol.3 (2009)* menyarankan agar perusahaan meninjau kembali kemungkinan pasar yang inklusif, yaitu sumber daya yang dimiliki masyarakat yang berada di dasar piramida ekonomi – adalah ceruk yang selama ini tidak diurus dengan benar oleh perusahaan, tantangannya adalah bagaimana perusahaan dapat menemukan kebutuhan konsumen yang benar-benar bermakna untuk meningkatkan kesejahteraan - bukan sekedar konsumsi. Santosa juga dalam *CSR Indonesia Newsletter vol.3 (2009)* menyarankan agar perusahaan melakukan *value chain analysis* terhadap masyarakat sekitar terlebih dahulu sebelum membuat berbagai aktivitas CSR untuk mengetahui kondisi sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat sekitar sehingga memungkinkan aktivitas CSR yang melibatkan masyarakat untuk berpartisipasi penuh dan perusahaan menjadi agen perubahan sosial yang strategis yang tidak bermaksud dengan tiba-tiba merubah kehidupan masyarakat setempat.

**Investasi Yang Bertanggungjawab.** Sarnianto dan Chandra (2005) mengemukakan bahwa di era yang dipadati dengan rekayasa keuangan, seorang pialang saham yang bernama Amy Domini mendapatkan beberapa klien yang aneh karena berpesan agar tidak memasukkan saham perusahaan tertentu ke dalam portfolionya antara lain karena perusahaan tersebut menggunakan zat kimia perontok daun dalam proses produksi kertas yang membahayakan kehidupan satwa kesayangannya, serta ada pula yang tak mau berurusan dengan bisnis senjata, industri yang merusak lingkungan atau membahayakan kesehatan. Hal inilah yang mendorong Domini menulis *Ethical Investing* (1984), sebagai salah satu buku pertama yang komprehensif membahas *Social Responsibility Investing (SRI)*. Demi mengadopsi keinginan investor yang berkesadaran sosial, pada tahun 1989, Domini dan mitranya, Peter Kinder dan Steve Lydenberg mulai menyusun *The Domini 400 Social Index (DSI 400)* dengan mengambil model indeks dari *Standard and Poor's* yang telah diakui validitasnya sebagai cermin perekonomian AS, namun tak satupun pemain di *Wall Street* mau mengadopsi *DSI 400*. Teguh pada pendiriannya, pada tahun 1991 Domini dan kedua mitranya mendirikan Kinder, Lydenberg, Domini & Co, firma dengan spesialisasi riset sosial dan lingkungan perusahaan-perusahaan publik, disamping itu juga meluncurkan *The Domini Social Equity (DSE) Fund*, sebagai Reksa Dana Saham “Baik.” Pada tahun 1993 *DSE Fund* membukukan *gain* 12,1% mengalahkan *Indeks S&P 500* yang hanya tumbuh 7,8%. Pada tahun 1998, *The Wall Street Journal* (edisi April) memasukkan nama *DSE Fund* ke dalam jajaran 38 Reksa Dana Besar Terbaik dan Majalah *Money* (edisi Juni) menobatkan *DSE Fund* sebagai salah satu dari 100 Reksa Dana Terbaik Dunia. Pada tahun 1998 itu juga, *Morningstar* memberikan *DSE Fund* peringkat tertinggi lima bintang. Saat ini, tak hanya menawarkan produk reksa dana saham, *asset* yang dikelola Domini telah mencapai US\$ 2 miliar.

Sarnianto dan Chandra (2005) juga mengungkapkan bahwa pada Oktober 2004, tercatat 600 reksa dana yang diujikan di seluruh dunia, dengan *asset* US\$ 127 miliar, menyebut diri sebagai *SRI Fund*. Dengan demikian berarti bahwa pilihan investasi di perusahaan “baik” telah diterima di seluruh dunia. Yang perlu mendapat perhatian adalah bahwa kriteria perusahaan yang “bertanggung jawab sosial” berbeda antara satu *SRI Fund* dan

lainnya. Dari *SRI Fund* yang diteliti oleh Paul Hawken aktivis lingkungan penulis laporan penelitian *Natural Capital Institute, think tank* asal San Francisco, duabelas *SRI Fund* memiliki saham kontraktor pertahanan *Raytheon* (pembuat rudal Patriot yang namanya melejit dalam Perang Teluk I) dalam portfolionya pada akhir Desember 2003. Selusin *SRI Fund* lainnya menyimpan saham Grup Altria (yang sebelumnya dikenal sebagai Philip Morris, produsen rokok terbesar dunia), lalu 40 menyimpan saham *Exxon Mobil* (perusahaan migas, penyebab efek rumah kaca terbesar dunia), dan 19 memiliki saham *Monsanto* (produsen benih yang telah direkayasa secara genetik). Sebanyak 23 *SRI Fund* berinvestasi di *Halliburton* (rekan Presiden Bush yang memonopoli kontrak pembangunan kembali Irak) dan 41 *SRI Fund* berinvestasi di *McDonald's* (perusahaan yang dianggap paling bertanggung jawab terhadap “*epidemic*” obesitas dan penyakit degeneratif yang ditimbulkannya). Menanggapi hal tersebut Domini membela diri dengan mengemukakan bahwa *McDonald's* telah mempromosikan keberagaman dalam kebijakan SDM dan menerapkan kebijakan lingkungan yang bagus, di samping itu, investor tidak meminta untuk memperhatikan masalah obesitas. Keberagaman kriteria itu terjadi karena nilai-nilai yang dianut *SRI Fund* juga tidak seragam. Yang menarik, Sarnianto dan Chandra (2005) mengulas juga bahwa Juli Niemann, Analis dan Manajer *Portfolio Huntley Financial Services* yang telah berpengalaman 30 tahun lebih mengemukakan bahwa saham-saham *SRI* cenderung tahan terhadap cuaca ekonomi yang buruk.

**Pengelolaan Lingkungan Hidup Mempengaruhi Kualitas Kredit.** Hadadd (2005) mengemukakan bahwa perbankan Indonesia harus senantiasa berlandaskan prinsip kehati-hatian, yang antara lain harus menilai kelayakan usaha debitur termasuk di dalamnya peningkatan peranan Analisis Dampak Lingkungan (AMDAL) dan upaya pengelolaan lingkungan hidup secara berkesinambungan, terutama bagi debitur berskala besar dan berisiko tinggi. Salah satu peran serta industri perbankan dalam mendukung pengelolaan lingkungan hidup melalui Peraturan Bank Indonesia (PBI) No.7/2/DPNP tanggal 20 Januari 2005 tentang Penilaian Kualitas Aktiva Bank Umum dan Surat Edaran Bank Indonesia (SE BI) No.7/3/DPNP tanggal 31 Januari 2005 tentang Penilaian Kualitas Aktiva Bank Umum. Hal ini dilakukan untuk menilai kelayakan usaha debitur dilihat dari risiko industrinya dengan melihat sejauh mana atau seberapa signifikan pengaruh faktor eksternal (termasuk perekonomian, kondisi pasar, demografis, lingkungan hidup dan peraturan pemerintah) terhadap kegiatan usaha debitur. Kualitas kredit ditetapkan berdasarkan faktor prospek usaha, kinerja debitur, dan kemampuan membayar. Prospek usaha dinilai berdasarkan potensi pertumbuhan usaha, kondisi pasar dan posisi debitur dalam persaingan, kualitas manajemen dalam permasalahan tenaga kerja, dukungan dari grup atau afiliasi, dan upaya yang dilakukan debitur dalam rangka memelihara lingkungan hidup. Kinerja debitur dinilai berdasarkan perolehan laba (profitabilitas), struktur permodalan (solvabilitas), arus kas dan likuiditas, dan sensitivitas terhadap risiko pasar. Kemampuan membayar dinilai berdasarkan ketepatan pembayaran pokok dan bunga, ketersediaan dan keakuratan informasi keuangan debitur, kelengkapan dokumentasi kredit, kepatuhan terhadap perjanjian kredit, kesesuaian penggunaan dana, dan kewajaran sumber pembayaran kewajiban.

Hadadd (2005) juga mengemukakan bahwa pengaturan dalam ketentuan Bank Indonesia ini sejalan dengan Penjelasan Pasal 8 Undang-Undang No.7 Tahun 1992 tentang Perbankan yang telah diubah menjadi Undang-Undang No.10 Tahun 1998, yang antara lain menyatakan bahwa salah satu hal yang perlu dipertimbangkan dalam penyaluran dana adalah hasil AMDAL bagi perusahaan yang berskala besar dan atau berisiko tinggi.

Kewajiban AMDAL juga tercantum dalam Undang-Undang No.23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup dan Peraturan Pemerintah No.27 Tahun 1999 tentang AMDAL, yang menyatakan antara lain bahwa AMDAL merupakan bagian kegiatan studi kelayakan rencana usaha dan sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk mendapatkan izin melakukan usaha dan atau kegiatan. Jenis rencana usaha atau kegiatan yang wajib dilengkapi dengan AMDAL ditetapkan dalam Keputusan Menteri Negara Lingkungan Hidup No.17 Tahun 2001, yang ditinjau berkala umumnya dalam jangka waktu lima tahun. Achmad (2010) mengutip pasal 15 huruf (b) UU nomor 25 tahun 2007 yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, sesuai dengan norma lingkungan dan budaya masyarakat setempat.

**Persepsi Konsumen Terhadap Produk Ramah Lingkungan.** Adnanputra (1993) mengemukakan konsep Peter F. Drucker tentang tujuan mendirikan kegiatan bisnis bukan lagi *profit maximization* tetapi *to create customers*. *Profitability* tetap menjadi landasan dan tolok ukur tetapi itu semua dalam kerangka menciptakan pelanggan, bukan sekedar pembeli. Di Yogyakarta, para pedagang kecil telah berpegang pada pedoman *Tuno Sathak, Bathi Sanak* yang artinya bersedia untuk kehilangan sekeping mata uang, asalkan mendapatkan pelanggan. Pedoman ini sama dengan konsep *customer creation*, yang sebenarnya menyandang nilai mutakhir dan berwawasan lingkungan. Cowen, et al (1987) dalam Fr. Reni Retno Anggraini (2006) mengemukakan bahwa perusahaan yang berorientasi pada konsumen diperkirakan akan memberikan informasi mengenai pertanggungjawaban sosial karena hal ini akan meningkatkan image perusahaan dan mempengaruhi penjualan.

Di sisi lain, dari kacamata konsumen, Satyo (2005) mengungkap hasil survei di Inggris menyatakan bahwa 60% konsumen akan membeli produk yang dipersepsikan sedikit merusak lingkungan, bahkan 40% responden secara aktif mencari produk yang ramah lingkungan. Survei di Uni Eropa tahun 2002 juga memberikan hasil senada yaitu tanggung jawab sosial perusahaan dianggap penting oleh 70% konsumen di Eropa dan sebanyak 44% konsumen bahkan bersedia mengeluarkan uang lebih untuk membayar produk yang dikelola ramah lingkungan dan peduli sosial. Di Indonesia, kesadaran untuk membeli produk ramah lingkungan sangat perlu digalakan mengingat minimnya tingkat kesejahteraan masyarakat, bahkan konsumsi untuk produk-produk yang membahayakan kesehatan saja seringkali tidak dihiraukan oleh konsumennya sendiri. Peningkatan jumlah konsumen dan loyalitas terhadap merk umumnya diperoleh produsen melalui sejumlah kegiatan pemasaran yang melibatkan masyarakat. Keterlibatan masyarakat inilah yang perlu diperhatikan perilakunya dan disadarkan akan tanggung jawab sosial, etika, dan lingkungan yang berkesinambungan demi masa depan yang cerah.

**Kelangsungan Hidup Perusahaan.** *Going concern* mengasumsikan bahwa perusahaan didirikan tidak untuk dilikuidasi tetapi untuk terus berusaha tanpa mengenal batas waktu. Chariri dan Ghozali (2005) menyatakan bahwa dengan demikian, perusahaan dianggap tidak bermaksud melikuidasi usahanya dan memperkecil atau mengurangi secara material skala usahanya. Apabila memang ada rencana likuidasi atau penurunan skala perusahaan harus diungkapkan dalam laporan keuangan. Purba (2006) menambahkan bahwa jika perusahaan akan dibubarkan dalam waktu dekat yang telah ditentukan, maka laporan keuangan tidak lagi disusun dengan basis *going concern* melainkan dengan basis likuidasi dan nilai realisasi sebagai basis pencatatan dan prosedur analitik untuk menganalisis

apakah asumsi *going concern* masih berlaku atau tidak dapat dilakukan dengan analisis rasio, fluktuasi saldo, dan *Z-score*. Dalam analisis rasio, rasio yang paling sering digunakan untuk memprediksi kepailitan adalah rasio lancar (*current ratio*). Hal ini diperkuat oleh penelitian Hadad, Santoso dan Rulina (2003) yang dikemukakan Purba (2006) yaitu bahwa terhadap 32 perusahaan yang masih dan pernah terdaftar di BEJ, dengan menggunakan 26 rasio keuangan, terbukti bahwa rasio likuiditas memegang peranan penting dalam membedakan perusahaan yang pailit dan yang tidak pailit. Dalam analisis fluktuasi saldo, yang dilakukan adalah melakukan perbandingan saldo tahun berjalan dengan tahun sebelumnya dan melihat persentase kenaikan dan penurunannya. Purba (2006) mengemukakan bahwa analisis fluktuasi saldo tidak banyak membantu dalam melakukan analisis *going concern*, sehingga tidak begitu relevan untuk digunakan. Dalam *Z-score model* yang dikembangkan oleh Edward Altman, digunakan kombinasi dari beberapa rumus analisis rasio keuangan. Ross, Wasterfield & Jaffe (2002) dalam Marisi P. Purba (2006) dengan rumus:

$$Z = 0,12X_1 + 0,14X_2 + 0,33X_3 + 0,006X_4 + 0,999X_5$$

Keterangan:  $X_1$  = modal kerja bersih dibagi total aktiva;  $X_2$  = akumulasi laba ditahan dibagi total aktiva;  $X_3$  = laba sebelum bunga dan pajak dibagi total aktiva;  $X_4$  = nilai pasar ekuitas dibagi nilai buku total kewajiban;  $X_5$  = penjualan dibagi total aktiva

Dengan temuan utamanya yaitu: perusahaan-perusahaan dengan nilai Z lebih dari 2,99 masuk dalam kelompok tidak bangkrut, nilai Z kurang dari 1,81 bangkrut pada tahun berikutnya, sedangkan jika nilai Z sama dengan 1,81 hingga 2,99 mengindikasikan *grey area*.

Sirsly dan Lamertz (2008) dalam *CSR Indonesia Newsletter vol.3 (2009)* menyimpulkan bahwa hanya apabila sebuah inisiatif *CSR* itu bersifat *centrality*, *specificity*, dan *visibility* yang dapat bermanfaat optimal bagi perusahaan. *Centrality* berarti bahwa *CSR* sudah menjadi kebijakan tertinggi perusahaan, sehingga sumberdaya organisasi, manusia, maupun finansial yang dibutuhkan untuk melaksanakannya selalu tersedia. *Specificity* berarti bahwa *CSR* yang sesuai dengan bisnis inti dan ditujukan kepada pihak-pihak yang benar-benar merupakan pemangku kepentingan perusahaan. *Visibility* mensyaratkan bahwa inisiatif *CSR* benar-benar diketahui oleh para pemangku kepentingan sehingga dapat diterjemahkan menjadi keuntungan reputasional.

## **PENUTUP**

Pola pikir para pemangku kepentingan (*stakeholders*) seperti perusahaan emiten, investor, kreditur, dan konsumen perlu direnovasi dalam menanggapi kepeduliannya terhadap masyarakat dan lingkungannya agar menciptakan keharmonisan dalam pembangunan ekonomi, pembangunan sosial, dan perlindungan lingkungan yang dijadikan *triple bottom line* dalam pembangunan yang berkelanjutan. Bagi perusahaan, agar bentuk program-program *CSR* bukan sekedar *charity* dan tidak menjadi beban bagi sebagian besar perusahaan, perusahaan diharapkan untuk meninjau kembali kemungkinan pasar yang inklusif dan melakukan *value chain analysis* terhadap masyarakat sekitar terlebih dahulu sebelum membuat berbagai aktivitas *CSR* untuk mengetahui kondisi sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat sekitar sehingga memungkinkan aktivitas *CSR* yang melibatkan masyarakat untuk berpartisipasi penuh dan perusahaan menjadi agen perubahan sosial yang strategis. Bagi investor, agar tidak memasukkan saham perusahaan tertentu ke dalam portfolionya karena perusahaan tersebut tidak melaksanakan *CSR* dengan benar antara lain

karena perusahaan tersebut membahayakan kehidupan masyarakat dan lingkungan. Bagi kreditor, senantiasa berlandaskan prinsip kehati-hatian, yang antara lain harus menilai kelayakan usaha debitur termasuk di dalamnya peningkatan peranan Analisis Dampak Lingkungan (AMDAL) dan upaya pengelolaan lingkungan hidup secara berkesinambungan, terutama bagi debitur berskala besar dan berisiko tinggi. Bagi konsumen, agar aktif digerakkan untuk membeli produk yang ramah lingkungan, dan bersedia mengeluarkan uang lebih untuk membayar produk yang dikelola peduli sosial dan lingkungan. Seperti yang diungkapkan oleh Adnanputra (1993) yang mengutip konsep Peter F. Drucker tentang tujuan mendirikan kegiatan bisnis bukan lagi *profit maximization* tetapi *to create customers*. *Profitability* tetap menjadi landasan dan tolok ukur tetapi itu semua dalam kerangka menciptakan pelanggan, bukan sekedar pembeli.

Berdasarkan tanggapan berbagai pihak di atas, dapat dianalisis bahwa bila seluruh *stakeholder* memiliki sudut pandang yang positif terhadap implementasi CSR tidak mustahil jika perekonomian Indonesia dapat berkembang pesat. Sinergi yang dibentuk dari persepsi positif terhadap CSR dapat membawa Indonesia mampu bersaing di pasar global. Pelaku bisnis yang tidak peduli terhadap masalah sosial dan lingkungan harus terus disadarkan dan bila perlu diberi sanksi sosial demi kemajuan bersama. Kepercayaan publik harus terus dipupuk walaupun untuk hal tersebut membutuhkan pengeluaran yang cukup besar. Perhitungan pengeluaran-pengeluaran untuk program CSR yang dianggap sebagai "beban" perusahaan sebaiknya tidak dianalisis secara jangka pendek tetapi difokuskan pada hasil yang diharapkan dalam jangka panjang.

Mulailah dari diri sendiri untuk membenahi pola pikir yang benar dan menghargai sesuatu yang berdampak pada kemaslahatan masyarakat luas dan tidak semata-mata demi kepentingan pribadi atau perusahaan. Walaupun Bahrin (2004) menyatakan bahwa korupsi di Indonesia sudah merupakan suatu bentuk patologi sosial (penyakit sosial) yang sangat berbahaya dapat mengancam semua aspek kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara, baik yang dilakukan secara perorangan maupun kolektif, tetapi kesadaran untuk berubah harus selalu ditanamkan dalam diri setiap generasi warga negara yang bertanggungjawab pada masa depan bangsa ini. Metamorfosis berarti menuju perubahan yang lebih baik, ke arah pertumbuhan perekonomian Indonesia yang adil dan makmur.

## **DAFTAR RUJUKAN**

- Achmad, Darmawan (2010). Membangun Sinergi untuk Kelestarian Lingkungan Melalui Nurani dan Tanggung Jawab Sosial Korporasi; Jurnal Ekonomi FE UNTAR tahun XV/01/2010.
- Adnanputra, Ahmad S. (1993). Tuno Sathak, Bathi Sanak Konsep Bisnis Berwawasan Lingkungan yang Diangkat dari Butir-Butir Budaya Jawa; Usahawan no.4 TH XXII April 1993
- Anggraini, Fr. Reni Retno (2006). Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta); Simposium Nasional Akuntansi 9; Padang, 23-26 Agustus 2006
- Anonymous (2000). Pentingnya Sebuah Corporate Governance; Media Akuntansi no.7/ TH. I/ Maret 2000

- Bahrin (2004). Dampak Korupsi terhadap Kehancuran Negara dan Upaya Penanggulangannya; Makalah Pribadi Pengantar ke Falsafah Sains Sekolah Pasca Sarjana (S3) Institut Pertanian Bogor – Mei 2004.
- Chariri, Anis dan Ghozali, Imam (2005). Teori Akuntansi; Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- [www.csrindonesia.com](http://www.csrindonesia.com) CSR Indonesia Newsletter Vol.3 Minggu 31 2009.
- Djarmiko, Hermanto Edy (2004). Ada Kemajuan, Banyak Keprihatinan; SWA Sembada (04)/XX/ 19 Febuari – 3 Maret 2004
- Hadadd, Muliaman D (2005). Penetapan Kualitas Kredit dan Upaya Debitur dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup; Sustainable Enterprise Performance Conference; 23-24 Juni 2005
- Hasibuan, Chrysanti dan Sedyono (2005). Tantangan CSR di Indonesia; SWA Sembada no.19/XXI/15-28 September 2005
- Hoetomo (2005). Pembangunan Berkelanjutan Bagi Bisnis Berkelanjutan; Sustainable Enterprise Performance Conference; 23-24 Juni 2005
- Murtanto (2005). Akuntabilitas Korporasi: Kini dan Masa Yang Akan Datang; Media Akuntansi Edisi 47/ Tahun XII/ Juli 2005
- Purba, Marisi P. (2006). Asumsi Going Concern: Implikasi Akuntansi & Auditing; Natha Gemilang: Kramat Lontar - Jakarta Pusat
- Santosa, Mas Achmad (1993). Kepedulian Lingkungan: Sebuah Tinjauan Hukum; Usahawan no.4 TH XXII April 1993
- Sarnianto, Prih dan Chandra, Ely (2005). Efek Domini Social Responsible Investing; SWA Sembada no.19/XXI/15-28 September 2005
- Satyo (2005). Disukai Konsumen, Diminati Investor; Media Akuntansi Edisi 47/ Tahun XII/ Juli 2005
- (2005). Perlu Political Will yang Kuat; Media Akuntansi Edisi 47/ Tahun XII/ Juli 2005
- Suharto, Harry (2000). GGG Dulu, Baru GCG; Media Akuntansi no.7/ TH. I/ Maret 2000
- Tommy (2000); GCG dalam Perusahaan Nasional; Media Akuntansi no.7/ TH. I/ Maret 2000