

PERGERSERAN PARADIGMA PENGUNGKAPAN PERUSAHAAN

Rina Y, Asmara SE, Ak., MM
Dosen Universitas Bunda Mulia
e-mail : rina_asmara@bundamulia.ac.id

ABSTRAK: *The demand of corporate governance consistently and comprehensively increasing, since it is believed that corporate governance implementation will increase the company's performance and country's economic condition as a whole. Then corporate governance has a wider and rigorous agenda in the future. What are they? Corporate governance implementation must be able to make every company not only focus on their economic performance, but also including the social, ethical and environment (SEE) issues, and this 'sustainability reporting' paradigm must be responded by the company's management. Every company must disclose not only their financial aspect but also the social and environment aspect within the company. Moreover, the sustainability reporting will become an alternative for the company to show their transparency and accountability toward their stake holders.*

Key Word : *Pergeseran Paradigma, Pengungkapan (disclosure), Corporate Governance, Sustainability Reporting.*

A. PENDAHULUAN

Krisis ekonomi yang melanda Indonesia tahun 1997 menyebabkan banyak perusahaan di Indonesia harus gulung tikar. Krisis ini melemahkan daya saing Indonesia dalam bisnis regional atau global bahkan berimbas kepada krisis politik yang berujung pada besarnya *country risk* yang harus ditanggung. Perusahaan tidak mampu lagi menjalankan operasionalnya, investor melarikan dananya keluar negeri dan perusahaan publik tidak mampu membayar dividen karena kerugian yang dideritanya. Sektor perbankan dilanda kredit macet dalam jumlah yang besar dan sektor riil terutama yang mempunyai sejumlah hutang dalam valuta asing mengalami lonjakan jumlah hutangnya sehingga tidak mampu membayarnya. Keadaan ekonomi yang lesu dimaksud menimbulkan pertanyaan tentang cara-cara pengelolaan perusahaan di Indonesia, terutama terkait dengan isu *Corporate Governance* (selanjutnya disingkat CG).

Lukviarman (2004) memaparkan temuan lembaga keuangan multilateral seperti World Bank dan Asian Development Bank tahun 2002 bahwa penyebab krisis keuangan yang melanda berbagai negara, terutama di Asia, tak lain adalah buruknya pelaksanaan CG. Dalam hal ini Indonesia merupakan negara yang paling menderita serta paling lambat bangkit dan dampak tersebut.

Untuk membangkitkan kembali iklim usaha dan investasi di Indonesia, selain dipengaruhi oleh faktor keamanan dan stabilitas politik, perlu dilakukan berbagai kegiatan untuk mengembalikan kepercayaan investor, domestik dan asing terhadap pengelolaan perusahaan-perusahaan di Indonesia. Salah satu usaha untuk mengembalikan kepercayaan itu adalah dengan meningkatkan CG dalam perusahaan-perusahaan di Indonesia (Baridwan, 2000).

Tuntutan terhadap penerapan CG secara konsisten dan komprehensif datang secara beruntun. Mereka yang menyuarakan hal itu di antaranya adalah berbagai lembaga investasi baik domestik maupun mancanegara, termasuk institusi sekaliber World Bank, IMF, dan OECD. Dengan melontarkan beberapa prinsip umum dalam CG seperti *fairness, transparency, accountability, responsibility*, dapat disimpulkan bahwa penerapan CG diyakini akan menolong perusahaan dan perekonomian negara yang sedang tertimpa krisis bangkit menuju ke arah yang lebih sehat, maju, mampu bersaing, dikelola secara dinamis serta profesional. Ujungnya adalah daya saing yang tangguh, yang diikuti pulihnya kepercayaan investor.

Untuk merealisasikan tuntutan tersebut maka yang harus dipenuhi adalah adanya transparansi atau keterbukaan dan akuntabilitas dalam berbagai aktivitas perusahaan baik aktivitas ekonomi, sosial dan politik. Tentunya upaya untuk mewujudkan akuntabilitas perusahaan tersebut tidak semudah kita membalikkan telapak tangan. Perlu suatu proses yang melibatkan berbagai pihak dalam hal ini para *stake holders* serta terus dilakukan kajian secara akademis dan praktis dalam mempromosikan keberhasilan dan akuntabilitas korporasi kepada *stake holders*.

Tjager, dkk (2003) bahkan menyimpulkan bahwa seiring dengan perubahan lingkungan, semakin berkembang dan diimplementasikannya CG, dibutuhkan perubahan pikiran (*mindset*) atau paradigma yang secara mendasar mengubah budaya konporasi (nilai, norma, mental dan prilaku organisasi) dan peningkatan akuntabilitas. Demikian juga dengan tuntutan akan adanya pengungkapan

(*disclosure*) yang *full disclosure*, akurat, tepat waktu. CG memiliki agenda yang lebih luas dan tantangan yang lebih besar lagi di masa yang akan datang.

Selama ini fokus akuntabilitas korporasi masih terkonsentrasi atau benorientasi pada para pemegang saham (*shareholders*). Praktik ini akhirnya memunculkan suatu dilema tersendiri karena semua yang diperoleh entitas dikembalikan kepada pemegang saham maupun kepada manajemen seperti bonus dan bentuk-bentuk kontra prestasi lainnya. Pemegang saham dan manajemen saling berlomba bagaimana return yang didapatkannya semakin besar, dan kadangkala mengabaikan bahkan merugikan pihak lain. Dan tidak hanya itu, tidak sedikit operasional bisnis perusahaan yang membahayakan lingkungan. Tentunya hal ini tidak harus terjadi, jika kita menyadari bahwa kesinambungan hidup suatu usaha (*going concern of entity*) tidak hanya bergantung pada pengelolaan yang dilakukan oleh manajemen dan peran serta pemegang saham saja, tetapi juga pengaruh dan lingkungan eksternal perusahaan (Murtanto, 2005).

Akibat yang muncul dari pengeseran paradigma ini, CG harus mempertimbangan dan memperhatikan masalah *corporate social responsibility* (CSR) dalam suatu konteks historis dan filosofi yang luas. Inisiatif kebijakan dan tata kelola suatu bisnis pada masa mendatang harus lebih memperhatikan kebutuhan dari para *stake holder*. Akuntabilitas perusahaan dan pengungkapan juga difokuskan pada isu-isu sosial (*social*), etika (*ethical*), dan lingkungan (*environment*) atau *SEE Issues*. Pergeseran paradigma ini harus dianggapi oleh perusahaan dengan memainkan perannya baik dalam lingkungan bisnis maupun masyarakat sekitarnya.

Tulisan ini akan membahas tentang CG dan *Sustainability reporting* diawali dengan pentingnya etika bisnis dan tanggung jawab sosial dalam menjalankan bisnis serta pembahasan mengenai konsep, definisi dan asas CG.

B. KONSEP DASAR, DEFINISI dan ASAS CG

Agency theory dan *stewardship theory* adalah dua teori yang sering dikaitkan dengan CG. *Agency theory* memandang perlunya suatu mekanisme untuk menjamin bahwa manajemen (*agent*), yang merupakan orang yang dibayar/digaji pemilik modal (*principal*), akan mengelola perusahaan sesuai dengan kepentingan

pemilik modal (*principal*). Jensen dan Meckling (1976) menjelaskan bahwa hubungan keagenan (*agency relationship*) muncul saat suatu pihak (*principals*) menggunakan jasa pihak lain (*agents*) dan memberikannya otoritas untuk melaksanakan sejumlah tugas tertentu (misalnya pengelolaan perusahaan). Hubungan antara kedua pihak ini akan menimbulkan “problema keagenan” (*the agency problem*) sebagai akibat terdapatnya perbedaan kepentingan antara *principals* — yang memiliki tetapi tidak dapat mengontrol — dengan manajemen (*agents*) - tidak memiliki namun mempunyai kontrol – atas berbagai aktiva yang dimiliki korporasi (Lukviarman, 2005).

Pemisahan antara kepemilikan dan pengelolaan ini pada dasarnya dimaksudkan agar perusahaan dapat dikelola oleh tenaga-tenaga profesional yang lebih mengerti dalam menjalankan bisnis sehari-hari, sehingga keuntungan perusahaan dapat dimaksimalkan dengan biaya yang seefisien mungkin (FCGI, 2002 dalam Nanda, 2006). Namun kedua pihak ini (*principal* dan *agent*) merupakan *utility maximizers*, sehingga terdapat cukup alasan untuk mempercayai bahwa *agents* tidak selalu akan bertindak untuk kepentingan terbaik *principals* (Jensen dan Meckling, 1976).

Sedangkan *stewardship theory* dibangun di atas asumsi filosofis mengenai sifat manusia yakni bahwa manusia pada hakekatnya dapat dipercaya, mampu bertindak dengan penuh tanggung jawab, memiliki integritas, dan kejujuran terhadap pihak lain. Inilah yang tersirat dalam hubungan fidusia yang dikehendaki para pemegang saham. Dengan kata lain, *stewardship theory* memandang manajemen sebagai orang yang dapat dipercaya untuk bertindak dengan sebaik-baiknya bagi kepentingan publik pada umumnya maupun *shareholders* pada khususnya.

Dalam pandangan CG, perusahaan tidak akan dapat berjalan secara maksimal apabila dalam setiap kebijakannya hanya mempertimbangkan kepentingan *shareholders* (pemegang saham) saja. Selain *shareholders-nya*, setiap gerak operasional perusahaan juga sangat dipengaruhi oleh elemen-elemen lain yang ada disekelilingnya, seperti pada pekerja (*employees*) pelanggan (*customers*), pemasok (*suppliers*), *creditors*, pemerintah dan masyarakat tempatan. Elemen-elemen lain yang berada di sekeliling perusahaan inilah yang disebut dengan

corporate stakeholders. Adakalanya, *corporate stake holders* tidak berkontribusi langsung kepada perusahaan, akan tetapi ia akan menjadi faktor pengganggu operasional perusahaan apabila tidak diberikan perhatian atau penanganan ekstra, contohnya, masyarakat tempatan.

Lebih lanjut Freeman (1984) dan Blair (1995) dalam Lukviarman (2005) mempertegas bahwa kaitan antara korporasi dengan stakeholdersnya dalam konteks sosial dilakukan dalam kerangka hubungan jangka panjang baik dalam bentuk contributions maupun risk sharing yang akan mempengaruhi pencapaian tujuan korporasi. Secara spesifik, kepentingan dan “kesejahteraan” (*welfare*) para stakeholders selayaknya menjadi pertimbangan di dalam membuat berbagai keputusan korporasi.

Berdasarkan konsep CG di atas, bermunculanlah berbagai definisi CG yang dirumuskan oleh berbagai pihak diantaranya seperti yang dirumuskan oleh OECD dan FCGI. CG menurut OECD mengacu kepada pembagian kewenangan antara semua pihak yang menentukan arah dan *performance* suatu perusahaan. Pihak-pihak tersebut adalah pemegang saham, manajemen, dan *board of directors*. Untuk konteks Indonesia ketiga pelaku utama tersebut adalah pemegang saham, dewan direksi dan dewan komisaris. *Forum for Corporate Governance in Indonesia (FCGI)* mendefinisikan CG sebagai seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengurus (pengelola) perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan, serta para pemegang kepentingan internal dan eksternal lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka atau dengan kata lain suatu sistem yang mengendalikan perusahaan. Tujuan CG adalah menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan (*stakeholders*).

Selanjutnya *Finance Committee on Corporate Governance Malaysia* (Herwidayatmo, 2000) mendefinisikan CG sebagai proses dan struktur yang digunakan untuk mengarahkan dan mengelola bisnis dan kegiatan perusahaan ke arah peningkatan pertumbuhan bisnis dan akuntabilitas perusahaan. Adapun tujuan akhirnya adalah meningkatkan kemakmuran pemegang saham dalam jangka panjang, dengan tetap memperhatikan kepentingan *stake holders* lainnya. Definisi ini menekankan bahwa sebaik apapun suatu struktur CG namun jika prosesnya tidak berjalan sebagaimana mestinya maka tujuan akhir melindungi

kepentingan pemegang saham dan *stakeholders* tidak akan pernah tercapai.

Hasan (2000) mengutip definisi CG menurut World Bank yaitu kumpulan hukum, peraturan dan kaidah-kaidah yang wajib dipenuhi yang dapat mendorong kinerja sumber-sumber perusahaan bekerja secara efisien, menghasilkan nilai-nilai ekonomi jangka panjang yang berkesinambungan bagi para pemegang saham maupun masyarakat sekitar secara keseluruhan.

Setiap perusahaan harus memastikan bahwa asas CG diterapkan pada setiap aspek bisnis dan di semua jajaran perusahaan. Asas GCG menurut Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG, 2006) yaitu transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi serta kewajaran dan kesetaraan. Asas ini diperlukan untuk mencapai kesinambungan usaha (*sustainability*) perusahaan dengan memperhatikan pemangku kepentingan (*stakeholders*). Kelima asas tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Transparansi (Transparency)

Untuk menjaga obyektivitas dalam menjalankan bisnis, perusahaan harus menyediakan informasi yang material dan relevan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami oleh pemangku kepentingan. Perusahaan harus mengambil inisiatif untuk mengungkapkan tidak hanya masalah yang disyaratkan oleh peraturan perundang-undangan, tetapi juga hal yang penting untuk pengambilan keputusan oleh pemegang saham, kreditur dan pemangku kepentingan lainnya.

Perusahaan harus menyediakan informasi secara tepat waktu, memadai, jelas, akurat dan dapat diperbandingkan serta mudah diakses oleh pemangku kepentingan sesuai dengan haknya. Prinsip keterbukaan yang dianut oleh perusahaan tidak mengurangi kewajiban untuk memenuhi ketentuan kerahasiaan perusahaan sesuai dengan peraturan perundang-undangan, rahasia jabatan, dan hak-hak pribadi. Kebijakan perusahaan harus tertulis dan secara proporsional dikomunikasikan kepada pemangku kepentingan.

2. Akuntabilitas (Accountability)

Perusahaan harus dapat mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar. Untuk itu perusahaan harus dikelola secara benar, terukur dan sesuai dengan kepentingan perusahaan dengan tetap memperhitungkan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lain. Akuntabilitas merupakan prasyarat yang diperlukan untuk mencapai kinerja yang berkesinambungan.

Perusahaan harus menetapkan rincian tugas dan tanggung jawab masing-masing organ perusahaan dan semua karyawan secara jelas dan selaras dengan visi, misi, nilai-nilai perusahaan (*corporate values*), dan strategi perusahaan. Perusahaan harus meyakini bahwa semua organ perusahaan dan semua karyawan mempunyai kemampuan sesuai dengan tugas, tanggung jawab, dan perannya dalam pelaksanaan GCG. Perusahaan harus memastikan adanya sistem pengendalian internal yang efektif dalam pengelolaan perusahaan. Perusahaan harus memiliki ukuran kinerja untuk semua jajaran perusahaan yang konsisten dengan sasaran usaha perusahaan, serta memiliki sistem penghargaan dan sanksi (*reward and punishment system*). Dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya, setiap organ perusahaan dan semua karyawan harus berpegang pada etika bisnis dan pedoman perilaku (*code of conduct*) yang telah disepakati.

3. Responsibilitas (Responsibility)

Perusahaan harus mematuhi peraturan perundang-undangan serta melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga dapat terpelihara kesinambungan usaha dalam jangka panjang dan mendapat pengakuan sebagai *good corporate citizen*. Organ perusahaan harus berpegang pada prinsip kehati-hatian dan memastikan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan, anggaran dasar dan peraturan perusahaan (*by-laws*). Perusahaan harus melaksanakan tanggung jawab sosial dengan antara lain peduli terhadap masyarakat dan kelestarian lingkungan terutama di sekitar perusahaan dengan membuat perencanaan dan pelaksanaan yang memadai.

4. Independensi (Independency)

Untuk melancarkan pelaksanaan asas GCG, perusahaan harus dikelola secara independen sehingga masing-masing organ perusahaan tidak saling mendominasi dan tidak dapat diintervensi oleh pihak lain. Masing-masing organ perusahaan harus menghindari terjadinya dominasi oleh pihak manapun, tidak terpengaruh oleh kepentingan tertentu, bebas dan benturan kepentingan (*conflict of interest*) dan dari segala pengaruh atau tekanan, sehingga pengambilan keputusan dapat dilakukan secara obyektif. Masing-masing organ perusahaan harus melaksanakan fungsi dan tugasnya sesuai dengan anggaran dasar dan peraturan perundang-undangan, tidak saling mendominasi dan atau melempar tanggung jawab antara satu dengan yang lain.

5. Kewajaran dan Kesetaraan (Fairness)

Dalam melaksanakan kegiatannya, perusahaan harus senantiasa memperhatikan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya berdasarkan asas kewajaran dan kesetaraan. Perusahaan harus memberikan kesempatan kepada pemangku kepentingan untuk memberikan masukan dan menyampaikan pendapat bagi kepentingan perusahaan serta membuka akses terhadap informasi sesuai dengan prinsip transparansi dalam lingkup kedudukan masing-masing. Perusahaan harus memberikan perlakuan yang setara dan wajar kepada pemangku kepentingan sesuai dengan manfaat dan kontribusi yang diberikan kepada perusahaan. Perusahaan harus memberikan kesempatan yang sama dalam penerimaan karyawan, berkarier dan melaksanakan tugasnya secara profesional tanpa membedakan suku, agama, ras, golongan, *gender*, dan kondisi fisik.

C. CG DAN ETIKA BISNIS

Skandal Enron telah membuka mata kita, betapa di negara maju seperti AS, dengan sistem kontrol yang berlapis-lapis yang tersusun dan pengalaman bertahun-tahun sebagai pusat kapitalisme dunia, masih dapat kebobolan. Dengan analisis keuangan terbaik, lembaga rating yang mempunyai nama besan dan

akuntan publik yang paling kredibel, kecurangan itu masih dapat terjadi. Skandal ini kemudian disusul oleh skandal WorldCom, yang mungkin pula akan disusul oleh skandal yang lain. Akhirnya segala sistem, peraturan dan nama besar, muaranya kembali kepada etika sang pelaku. Sistem bisa ditembus, peraturan dapat diakali, dan nama besar dapat di 'jual', jika para pelakunya tidak berpegangan pada etika. Maka di atas semua peraturan dan sistem, etika bisnislah yang menjadi tumpuan agar semua sistem dan peraturan itu dapat berjalan secara 'wajar'.

Menjalankan suatu aktivitas bisnis tidak hanya cukup bermodalkan dana, tetapi sebagai fondasi juga diperlukan moralitas dan etika bisnis. Ukuran yang selalu digunakan dalam etika bisnis adalah ukuran moral, apakah suatu keputusan dan kebijaksanaan yang diterapkan dalam suatu pengelolaan perusahaan telah sesuai dengan nilai dan norma moral yang berlaku dalam masyarakat. Bisnis yang dijalankan manajemen tanpa mempertimbangkan etika hanya akan memperoleh keuntungan jangka pendek saja, tetapi berdampak tidak baik untuk jangka panjang. Misalnya, dalam rangka mengejar keuntungan yang besar pada akhir tahun, manajemen berusaha memenangkan sebuah tender/proyek pemerintah, manajemen melakukan penyuapan atau tindakan disfungsional lainnya. Akibat dan tindakan tersebut, pada akhir tahun laba perusahaan meningkat dan manajemen memperoleh bonus yang besar atau bahkan pemegang saham mayoritaspun memperoleh dividen yang besar. Namun disisi lain timbul risiko tuntutan hukum karena terbongkarnya skandal penyuapan tersebut. Tuntutan hukum ini dapat merugikan perusahaan bahkan operasi perusahaan dapat berhenti.

Perjudan praktik bisnis yang mengacu pada nilai-nilai etika tersebut selayaknya harus diperhatikan oleh setiap pelaku bisnis, bahkan merupakan suatu kebutuhan untuk diterapkan dalam perusahaan. Sehingga para praktisi bisnis Indonesia tidak hanya patuh pada peraturan yang ada tetapi menyadari bahwa pengelolaan perusahaan juga membutuhkan kesadaran etika (Tjager, dkk, 2005). Mengingat pentingnya nilai-nilai etika dalam bisnis perusahaan, seyogyanya "berbisnis dengan moral" merupakan konsepsi serta konsensus bersama yang dibangun melalui RUPS. Selanjutnya manajemen berkewajiban untuk menerapkannya dan dewan komisaris memainkan peranannya dalam menjaga

agar konsensus tersebut dapat dijalankan. Peran yang dimaksud adalah peran *supervising* dan *advising*.

Perilaku etis yang telah berkembang dalam perusahaan menimbulkan situasi saling percaya antara perusahaan dan *stakeholders*, yang memungkinkan perusahaan meningkatkan keuntungan jangka panjang. Perilaku etis akan mencegah pelanggan, pegawai, pemasok dan masyarakat bertindak oportunistis, serta tumbuhnya saling percaya.

Etika bisnis merupakan roh dan jiwa CG, tanpa didasari oleh moral dan etika yang baik dari para pelaku bisnis, CG sulit diwujudkan (Tjager, dkk, 2005). Selain itu, etika bisnis tidak dapat dilepaskan dari hukum dan moral. Prinsip ekonomi yang banyak diterapkan dalam praktik bisnis, memaksimalkan keuntungan perusahaan dan meminimalkan biaya. Hanya dengan konsep ekonomi yang demikian tidaklah tepat lagi untuk ditetapkan dalam praktik bisnis modern, karena dalam dunia bisnis modern etika dan moral sudah merupakan kebutuhan.

Melihat betapa pentingnya penerapan etika bisnis dalam praktik bisnis modern, maka etika bisnis merupakan kebutuhan dasar dalam pengelolaan perusahaan dalam bisnis modern. Penerapan etika dapat mencegah terjadinya penyimpangan-penyimpangan dari segala bentuk kecurangan yang mungkin dilakukan oleh pelaku-pelaku bisnis itu sendiri. Tindakan yang menguntungkan salah satu pihak dan merugikan pihak lain dapat diminimalisir. Pengelolaan perusahaan menjadi lebih transparan (terbuka), akuntabilitas manajemen lebih terjaga dan dapat disupervisi dengan baik melalui peran yang dijalankan dewan komisaris.

Aktivitas perusahaan tidak hanya menciptakan hubungan di dalam perusahaan (internal) melainkan juga hubungan yang ada di luar perusahaan (eksternal), antara lain hubungan antara perusahaan dengan mitra bisnisnya maupun terhadap masyarakat. Dengan demikian, penerapan etika bisnis tidak hanya terbatas pada hubungan di dalam lingkungan perusahaan (internal), melainkan juga harus diterapkan dalam menjalin hubungan dengan mitra bisnis maupun masyarakat.

Secara makro dijelaskan bahwa terpuruknya roda bisnis di Indonesia beberapa waktu yang lalu merupakan akibat dari pengelolaan perusahaan yang tidak sehat. Usaha-usaha yang dilakukan oleh pemerintah untuk memperbaiki

keadaan perekonomian Indonesia yang lesu ini dengan menerapkan konsep CG. Penerapan CG tidak dapat dilepaskan dari moral dan etika para pelaku bisnis. Etika bisnis sendiri merupakan bagian integral dari nilai-nilai CG yaitu transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi, kesetaraan dan kewajaran.

Lukvianman (2004) yang menyatakan bahwa, disamping berbagai masalah operasional yang berkaitan dengan berbagai infrastruktur yang diperlukan untuk mendukung terlaksananya CG secara baik, kendala paling utama justru berada pada sisi “manusianya” atau individu yang berada dalam sistem tersebut. Argumen ini didasarkan pada kenyataan bahwa seberapa canggihpun perangkat sistem yang dimiliki tidak akan mampu memberikan hasil optimal, jika tidak diiringi oleh kemauan para individu/pebisnis untuk patuh atau taat asas terhadap aturan main yang telah digariskan. Lebih lanjut, karena penekanan sistem CG berdasarkan pada prinsip “keseimbangan”, maka kekuatan untuk melakukan checks and balances terhadap berbagai aktivitas bisnis mutlak diperlukan. Melalui mekanisme CG yang dirancang sesuai dengan karakteristik suatu masyarakat, kekuatan ini hanya akan berfungsi optimal jika semua individu yang terkait dengan berbagai elemen dalam sistem tersebut berpedoman pada aspek moralitas atau etika di dalam melaksanakan fungsi dan tanggung jawab masing-masing.

Penulis mendapatkan sebuah kesimpulan bahwa penerapan CG tidak akan terlaksana kalau faktor “manusia” yang tergambar dan “etika dan moral” tidak terwujud.

Apabila pelaku bisnis mempunyai etika dan didukung oleh penegakan regulasi dalam bisnis yang baik dan konsisten maka akan diperoleh *competitive advantages* dari kesejahteraan shareholders dan stakeholders akan terwujud. Peran manajemen/dewan direksi (*agents*) untuk memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham (*principals*) dan memperhatikan kepentingan *stake holders* serta peran *supervising* dan *advising* dari dewan komisaris akan terlaksana apabila masing-masing pihak memiliki etika dan moral yang baik.

D. CG DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN LINGKUNGAN

Pandangan pemegang saham dan pengguna laporan keuangan pada saat ini telah berubah. Mereka tidak hanya memfokuskan pada perolehan laba perusahaan tetapi juga memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Selain itu, kelangsungan hidup perusahaan pun tidak hanya ditentukan oleh pemegang saham tetapi *stake holder* secara keseluruhan. Perusahaan tidak bisa hanya berorientasi pada capaian laba jangka pendek dengan mengabaikan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Bahkan pengabaian terhadap hal ini dapat mengakibatkan tuntutan serius dan mengancam kelangsungan hidup perusahaan.

Apabila ditelaah, kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh aktivitas perusahaan, tentunya juga akan merugikan perusahaan itu sendiri, di mana kegiatan-kegiatan perusahaan dapat terhenti bila lingkungannya rusak. Mencegah terjadinya kerusakan lingkungan juga merupakan salah satu tanggung jawab perusahaan. Menciptakan tanggung jawab sosial perusahaan ini dapat dimulai dari dalam lingkungan perusahaan menciptakan budaya keterbukaan (*transparency*) di antara para karyawan dan manajemen perusahaan. Keterbukaan ini berkaitan dengan pengungkapan (*disclosure*) semua kebijakan-kebijakan perusahaan, sehingga karyawan dapat dengan mudah mengakses informasi yang ingin diketahuinya. Selain hubungan di dalam perusahaan (internal), perusahaan dalam mengendalikan roda bisnisnya juga berinteraksi dengan pihak-pihak di luar perusahaan (eksternal) seperti pemerintah, pemasok, dan masyarakat.

Ada beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam menjalin hubungan dengan *stakeholders*, pertama, perusahaan haruslah memberikan informasi yang benar dan jujur kepada para investor, di mana informasi yang tidak benar akan menjerumuskan pat-a investor untuk mengambil keputusan. Kedua, dalam mengadakan kerja sama kedua betah pihak harus mempunyai itikad yang baik dan kepercayaan, sehingga kerja sama tersebut dapat berjalan dengan baik serta menguntungkan kedua belah pihak.

Tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dapat diwujudkan dengan meningkatkan kepedulian perusahaan terhadap masalah-masalah sosial yang berkembang di sekitar perusahaan. Implementasi dari tanggung jawab sosial

perusahaan tidaklah terlepas dari penerapan konsep CG di dalam perusahaan itu sendiri. Penerapan CG akan mendorong manajemen perusahaan untuk mengelola perusahaan secara benar, termasuk mengimplementasikan tanggung jawab sosialnya. Dewan komisaris hendaknya berperan untuk menjaga agar dewan direksi tidak melalaikan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang diemban perusahaan.

Citra bahwa perusahaan peduli terhadap masyarakat dan lingkungan, saat ini menjadi penting. Hal ini dikarenakan perusahaan bukan hanya mengejar keuntungan untuk pribadi pemilik, tetapi juga harus menjaga dan memberi nilai tambah pada masyarakat dan lingkungannya. Para investor pun mengalami perubahan pandangan investasi. Mereka tidak hanya mencari *return* yang besar tetapi juga mencari perusahaan yang ramah lingkungan dan menjalankan tanggung jawab sosial.

E. CG DAN *SUSTAINABILITY REPORTING*

Salah satu asas CG yang paling penting adalah asas transparansi (*transparancy*). Transparansi berhubungan dengan keterbukaan (*full disclosure*) bagi stakeholders yang terkait untuk melihat dan memahami proses pengambilan keputusan/pengelolaan suatu perusahaan. Dalam hal ini terkait pula kewajiban perusahaan untuk mengungkapkan informasi material kepada pemegang saham, publik dan pemerintah secara benar, akurat, teratur dan tepat waktu. Bahkan implementasi asas CG yang lain seperti akuntabilitas, responsibilitas, independensi, keawajaran dan kesetaraan tergambar dan dikomunikasikan melalui mekanisme *disclosure* (pengungkapan).

Kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan harus dilaporkan kepada pemegang saham dan *stakeholders* perusahaan secara *full disclosure*. Sehingga diharapkan tidak terdapat *asymetric information* yang hanya menguntungkan salah satu pihak saja. Hal yang paling penting diungkapkan selama ini adalah berkaitan dengan kinerja dan kondisi ekonomi perusahaan. Khususnya penyajian laporan keuangan yang wajar berdasarkan standar akuntansi keuangan (SAK). Bagaimana semua stakeholdens dapat mengambil keputusan yang tepat dari informasi yang diungkapkan perusahaan.

Pandangan pemegang saham dan pengguna laporan keuangan pada saat ini telah berubah. Mereka tidak hanya memfokuskan pada kinerja ekonomi perusahaan saja tetapi juga memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan (Gray et al. 1995, Hutchison, 2000, Choi et al. 1999, Lako, 2003). Selain itu, kelangsungan hidup perusahaan pun tidak hanya ditentukan oleh pemegang saham tetapi *stakeholder* secara keseluruhan. Tidak sedikit perusahaan yang hams ditutup karena bermasalah dengan masyarakat atau merusak lingkungan.

Morton (2000) menjelaskan bahwa CPA Australia membangun standar *reporting of profitability and strategies for risk manajemen* untuk aspek sosial dan lingkungan. Survei Internasional yang dilakukan McKinsey (1993) dalam Lako (2003) menyatakan bahwa 92 % dari CEO menunjukkan bahwa lingkungan berada dalam tiga prioritas utama mereka dan mereka. Pada pertengahan tahun 2001 saja, tercatat 1250 perusahaan di Indonesia yang sudah mendapat sertifikasi ISO 14000 tentang *environmental standards*.

Pelaporan non keuangan ini secara umum telah diakomodasi dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK). Dalam PSAK No. 1 tentang Penyajian Laporan Keuangan dinyatakan bahwa perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan, khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting. Untuk itu, sudah selayaknya perusahaan melaporkan semua aspek yang mempengaruhi kelangsungan operasi perusahaan kepada masyarakat. Menurut Ketua IAI-KAM, Ali Darwin (2005), pada saat ini berkembang pelaporan perusahaan yang dikenal dengan *sustainability reporting* (SR). Dalam paradigma SR perusahaan harus melaporkan aspek keuangan, aspek sosial, dan aspek lingkungan yang terjadi di perusahaan. Bahkan lebih jauh dari itu, perusahaan juga harus mampu menjaga sustainability-nya.

Pengungkapan (*disclosure*) terhadap aspek *social*, *ethical* dan *environmental* (SEE) sekarang ini menjadi suatu cara bagi perusahaan untuk mengkomunikasikan bentuk transparansi dan akuntabilitasnya kepada para *stakeholders*. *Sustainability reporting* sebagaimana yang direkomendasikan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI) pada tahun 2000 (Morton, 2000) terfokus pada tiga aspek kinerja yaitu ekonomi (*economic*), lingkungan (*environmental*), dan

sosial (*social*). Ketiga aspek ini dikenal dengan *Triple Bottom Line*. Bentuk pelaporan ini diharapkan mempunyai hubungan yang positif pada kinerja yaitu antara *corporate social responsibility* dan *corporate financial performance* (CFP).

F. KESIMPULAN

CG memiliki agenda yang lebih luas lagi di masa yang akan datang. Inisiatif kebijakan dan tata kelola suatu bisnis pada masa mendatang harus lebih memperhatikan kebutuhan dari para *stakeholders*. Pertanggungjawaban perusahaan tidak hanya fokus pada kinerja ekonomi tetapi juga isu-isu sosial (*social*), etika (*ethical*), dan lingkungan (*environment*) atau *SEE Issues*. Pergeseran paradigma ini harus ditanggapi oleh manajemen perusahaan dengan memainkan perannya baik dalam perusahaan dan masyarakat sekitarnya.

Pengungkapan (*disclosure*) dalam paradigma *sustainability reporting*, perusahaan harus melaporkan aspek keuangan, aspek sosial, dan aspek lingkungan yang terjadi di perusahaan. *Sustainability reporting* sekarang ini dan masa yang akan datang menjadi suatu cara bagi perusahaan untuk mengkomunikasikan bentuk transparansi dan akuntabilitasnya kepada para *stakeholders*.

DAFTAR PUSTAKA

- Baridwan, Zaki, 2000, Implementasi CG, *Media Akuntansi*, Jakarta.
- Choi, F.D.S., C.A. Frost dan G.K. Meek. 1999, *International Accounting*, New Jersey.
- FCGI, 2005, *Tata Kelola Perusahaan*, FCGI, Jakarta.
- Goergen, March and Luck Renneboag, 2003, *The Social Responsibility of Major Shareholders*, UK.
- Gray, R, R.Kouhy dan S.Lavers, 1995, *Corporate Social and Environmental Reporting*, UK.
- Hasan, Saifuddin, 2000, *Membangun GCG pada Perusahaan*, Jakarta.
- Herwidayatmo, Implementasi Good CG Untuk Perusahaan Publik Indonesia, *Usahawan* No. 10 Th XXIX Oktober 2000.

- Hutchison, PD, 2000, *Environmental Accounting: Issues, Reporting and Disclosure*.
- Jensen, C. M., dan Meckling W.H., 1976, *Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure*, www.ssrn.com.
- Jensen, C.M., 2004, *Agency Costs of Overvalued Equity*, www.ssrn.com.
- KNKG, 2006, *Pedoman GCG Indonesia 2006*, Jakarta.
- Lako, Andreas, 2003, *Problema Internasional dalam Pelaporan Informasi Akuntansi Sosial Lingkungan Implikasinya terhadap Perusahaan-Perusahaan Publik Indonesia*, Yogyakarta.
- Lukviarman, Niki, 2005, *Etika Bisnis Tidak Berjalan di Indonesia: Ada apa dalam CG*, Yogyakarta.
- Lukviarman, Niki, 2005, *Perspektif Shareholding versus Stakeholding di dalam Memahami Fenomena CG*, Yogyakarta.
- Lukviarman, Niki, 2005, "Perangkap Ketaatan", *Profesi Akuntan. Dan Fenomena. CG: Suatu Tinjauan Kritis*. Jakarta.
- Mitchel, E. Lawrence, 2007, The Board as a Path toward CSR, *Journal of Accounting*.
- Morton, C. Joycelyn, 2000, *Building CG*, Jakarta.
- Murtanto, 2005, Akuntabilitas Korporasi: Kini dan Masa yang Akan Datang, *Media Akuntansi*, Jakarta.
- Murthy, Banu, 2007, *Business Etheics and CR:A New Perspective*, New Delhi.
- Nordberg, Donald, 2007, *The Ethics of CG*, UK.
- Nyoman, I, Tjeger, 2003, *CG*, Jakarta.
- OECD, 2004, *OECD Principles of CG*, OECD, Paris.
- Riyanto, E. Yohanes & Linda A. Foolsemo, 2007, *Corporate Social Responsibility in CG Framework*, Singapura.