

Good Corporate Governance dalam Hubungannya dengan Corporate Social Responsibility

Lefrand Pasuhuk*

Fakultas Ekonomi Universitas Klabat

Good Corporate Governance practices are very important role in a company. Many studies done saying that one way to reduce the practice of earnings management is the implementation of Good Corporate Governance. But from the results of the assessment carried out by some researchers claim that there is still a lack of understanding and practice of good corporate governance within the company. Lately the company is also encouraged to implement Corporate Social Responsibility. Implementation of Corporate Social Responsibility is expected to be done by the company is not for promotional purposes, but really as a form of corporate responsibility to society and the natural environment. Companies with good corporate governance practices that will either implement Corporate Social Responsibility properly in accordance with the purpose of Corporate Social Responsibility is implemented and not to increase the prestige of the company.

Key words: Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility

PENDAHULUAN

Penerapan GCG pada suatu perusahaan biasanya untuk melihat bagaimana kinerja perusahaan itu. Kinerja perusahaan yang baik bukan hanya dibutuhkan oleh pemegang saham atau pemberi modal yang setiap harinya memantau kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan yang baik juga akan berdampak pada masyarakat sekitar dan lingkungannya.

Daniri (2005) dalam Kaihatu (2006) mengatakan bahwa GCG merupakan salah satu kunci sukses perusahaan untuk tumbuh dan menguntungkan dalam jangka panjang, sekaligus memenangkan persaingan bisnis global. Lebih lanjut dikatakan oleh Muljono (2005) dalam Kaihatu (2006) bahwa kompetisi global bukan kompetisi antar negara, melainkan antar perusahaan di negara-negara tersebut. Jadi menang atau kalah, menang atau terpuruk, pulih atau tetap terpuruknya perekonomian satu negara bergantung pada perusahaan masing-masing. Jadi bisa dikatakan bahwa negara dengan perusahaan-perusahaannya yang memiliki prosentasi lebih besar dalam penerapan GCG, akan lebih unggul perekonomiannya jika dibandingkan dengan negara yang

prosentase perusahaannya lebih kecil/sedikit dalam penerapan GCG.

Di satu sisi perusahaan pada 10 tahun terakhir ini dihadapkan pada suatu tanggung jawab untuk menunjang program sosial dan lingkungannya. Tidak bisa dipungkiri bahwa perubahan lingkungan sekarang ini banyak dipengaruhi oleh adanya perusahaan. Eksplorasi yang tidak putus-putusnya sangat mempengaruhi individu, masyarakat dan lingkungan alam sekitar. Perubahan lingkungan tidak hanya mendorong perusahaan untuk terus meningkatkan laba dan kinerja, tetapi perlu juga untuk memperhatikan problem sosial yang timbul sebagai dampak dari kegiatan bisnis. Untuk itulah maka setiap perusahaan dihadapkan pada apa yang disebut dengan *Corporate Social Responsibility*. Seperti yang ditulis oleh Ardana (2008), gagasan CSR menekankan bahwa tanggung jawab perusahaan bukan lagi sekedar aktivitas ekonomi (menciptakan profit demi kelangsungan bisnis), melainkan juga tanggung jawab sosial termasuk lingkungan.

Akhir-akhir ini banyak perusahaan yang berusaha untuk melaksanakan *Corporate Social Responsibility* dengan baik dilingkungan perusahaan mereka masing-

*alamat korespondensi:
lefrand_pasuhuk@yahoo.com

masing. Namun banyak pula perusahaan yang menolak untuk menjalankan *Corporate Social Responsibility* karena hanya dianggap sebagai beban. Seperti yang dikatakan oleh Hartono (2010), istilah, pengertian dan pemahaman tentang tanggung jawab sosial perusahaan/*Corporate Social Responsibility* (CSR) selama ini masih selalu menjadi perdebatan yang hangat oleh para pendukung dan para penentangannya. Tujuan penulisan jurnal ini adalah untuk melihat apakah suatu perusahaan yang telah melaksanakan *Good Corporate Governance* secara otomatis akan melaksanakan *Corporate Social Responsibility* dengan benar yang merupakan bentuk tanggungjawab terhadap masyarakat dan lingkungannya.

Pengertian Good Corporate Governance. Bank Dunia dalam Nuringasih (2006) mendefinisikan *Good Corporate Governance* (GCG), merupakan kumpulan hukum, peraturan dan praktek sektor swasta yang memungkinkan korporasi menarik modal dan sumber daya manusia menjalankan usaha secara efisien dan berupaya memberikan nilai tambah bagi para pemegang saham dalam jangka panjang dengan memperhatikan kepentingan stakeholders dan masyarakat umum. Lebih lanjut menurut Nuringasih (2006), Komite Nasional Kebijakan *Governance* (KNKG) mendefinisikan GCG sebagai seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengurus perusahaan, pihak kreditor, 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.

Monks (2003) dalam Kaihatu (2006) mengatakan bahwa *Good Corporate Governance* (GCG) secara definitif merupakan sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan yang menciptakan nilai tambah (*value added*) untuk semua stakeholder. Selanjutnya dikatakan oleh Kaihatu (200) bahwa ada dua hal yang ditekankan dalam konsep ini; pertama, pentingnya hak pemegang saham

untuk memperoleh informasi dengan benar dan tepat pada waktunya dan kedua, kewajiban perusahaan untuk melakukan pengungkapan (*disclosure*) secara akurat, tepat waktu, transparan terhadap semua informasi kinerja perusahaan, kepemilikan, dan stakeholder.

Definisi *corporate governance* seperti yang dikemukakan oleh OECD (*Organization for Economic Cooperation and Development*) dalam Mukodin (2010) adalah sebagai berikut: "*Corporate governance is the system by which business corporations are directed and controlled. The corporate governance structure specifies the distribution of the right and responsibilities among different participants in the corporation, such as the board, managers, shareholders and other stakeholder.*" Lebih lanjut Mukodin (2010) menerjemahkannya sebagai berikut: *corporate governance* merupakan suatu sistem untuk mengarahkan dan mengendalikan perusahaan. Struktur *Good Corporate Governance* menetapkan distribusi hak dan kewajiban di antara berbagai pihak yang terlibat dalam suatu korporasi seperti dewan direksi, para manajer, para pemegang saham, dan pemangku kepentingan lainnya. Lebih lanjut menurut Cadbury Committee (Komite Cadbury), sebuah lembaga bentukan Bank of England dan London Stock Exchange pada tahun 1992 seperti dikutip oleh Bangun dan Vincent (2008), *corporate governance* adalah sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan dengan tujuan agar mencapai keseimbangan antara kekuatan kewenangan yang diperlukan oleh perusahaan, untuk menjamin kelangsungan eksistensinya dan pertanggungjawaban kepada stakeholders. Hal ini berkaitan dengan peraturan kewenangan pemilik, direktur, manajer, pemegang saham dan sebagainya.

Berdasarkan definisi-definisi dan beberapa pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa keberadaan perusahaan dan setiap kegiatan perusahaan berpengaruh pada semua pihak, baik yang terlibat secara langsung dengan perusahaan maupun yang

tidak terlibat secara langsung. Bila pihak-pihak yang menyelenggarakan kegiatan perusahaan dapat mempraktekkan GCG, maka dipastikan perusahaan itu akan memberikan nilai tambah dan kepuasan bagi semua pihak yang terkait dengan kehadiran dan kegiatan perusahaan atau suatu organisasi.

Prinsip-prinsip Dalam GCG.

Sesuai dengan Pedoman Umum *Good Corporate Governance* Indonesia yang dibuat oleh Komite Nasional Kebijakan Governance tahun 2006, secara umum terdapat lima asas *good corporate governance* yaitu:

Transparency (keterbukaan informasi). Untuk menjaga obyektivitas dalam menjalankan bisnis, perusahaan harus menyediakan informasi yang material dan relevan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami oleh pemangku kepentingan; *Accountability* (akuntabilitas). 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; *Responsibility* (pertanggungjawaban). 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*; *Independency* (kemandirian). 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; *Fairness* (kesetaraan dan kewajaran). Dalam melaksanakan kegiatannya, perusahaan harus senantiasa memperhatikan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya berdasarkan asas kewajaran dan kesetaraan. Pendapat di

atas didukung juga oleh Kaen dan Shaw (2003) seperti yang dikutip oleh Kaihatu (2006) mengatakan bahwa ada empat komponen utama yang diperlukan dalam konsep *Good Corporate Governance* yaitu *fairness, transparency, accountability, dan responsibility*.

Pentingnya Good Corporate Governance. Banyak penelitian membuktikan bahwa GCG muncul karena adanya krisis ekonomi. Krisis ekonomi terjadi dimulai dari perusahaan-perusahaan yang tidak dapat mempertahankan pertumbuhan ekonomi mereka. Pertumbuhan dalam perusahaan tidak dapat dicapai karena adanya kesalahan dalam mengoperasikan perusahaan itu. Untuk itulah dibutuhkannya GCG agar tata kelola perusahaan dapat berjalan dengan baik. Pada prinsipnya kebangkrutan perusahaan-perusahaan besar dan resesi ekonomi memberikan kontribusi yang baik bagi pelaksanaan *good corporate governance* pada setiap perusahaan maupun organisasi.

Hamzah dan Suparjan (2009) mengatakan bahwa untuk dapat berkembang dan mendapatkan keuntungan yang maksimal, terdapat banyak cara yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan, salah satu diantaranya yaitu dengan memiliki tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*). Tata kelola perusahaan mewakili bagaimana sebaiknya suatu perusahaan agar terarah dengan baik. Dengan adanya *corporate governance* tersebut diharapkan sistem dalam perusahaan tersebut lebih terarah dan nilai perusahaan serta para pemegang saham dapat meningkat. Lebih lanjut Hamzah dan Suparjan (2009) menjelaskan bahwa *corporate governance* dapat membawa manfaat bagi perusahaan antara lain, meminimalkan *agency cost*, meminimalkan *cost of capital*, meningkatkan nilai perusahaan, serta mengangkat citra perusahaan.

Menurut Widodoatmodjo (2009) *Good Corporate Governance* juga dilaksanakan untuk mencegah terjadinya *corporate raider* di pasar modal. Definisi *corporate raider* seperti yang dimaksudkan Huckabee dalam

Widiatmodjo adalah bangkrutnya perusahaan keuangan, namun tetap membuat para pengelolahnya berada pada posisi kaya. Lebih lanjut menurut Widiatmodjo (2009) bahwa terjemahan bebas corporate raider adalah pemilik perusahaan (pemegang saham mayoritas) yang memeras perusahaannya sendiri, demi mempertebal kantong pribadi. Demikian pula CEO (*chief executive officer*) bukan bertindak sebagai penanggungjawab untuk meningkatkan nilai perusahaan (sehingga harga saham meningkat dan mampu membagi deviden), melainkan malah menempati posisi sebagai investor yang memburu capital gain. Widoatmodjo memberikan solusi bahwa untuk mencegah *corporate raider* adalah dengan adanya penerapan good corporate governance. Sejalan dengan pendapat di atas, Kaihatu (2006) mengatakan bahwa penerapan prinsip *Good Corporate Governance* secara konsisten terbukti dapat meningkatkan kualitas laporan keuangan dan juga dapat menjadi penghambat aktivitas rekayasa kinerja yang mengakibatkan laporan keuangan tidak menggambarkan nilai fundamental perusahaan.

Mukodin (2010) mengutip apa yang dikatakan oleh FCGI (2001) bahwa pelaksanaan GCG diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat: (1) Meningkatkan kinerja perusahaan melalui terciptanya proses pengambilan keputusan yang baik, meningkatkan efisiensi operasional perusahaan serta lebih meningkatkan pelayanan kepada *stakeholders*, (2) Mempermudah diperolehnya dana pembiayaan yang lebih murah sehingga dapat lebih meningkatkan *corporate value*, (3) Mengembalikan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya di Indonesia, (4) Pemegang saham akan merasa puas dengan kinerja perusahaan karena akan meningkatkan *shareholders value* dan *deviden*.

Pada dasarnya manfaat GCG adalah untuk meningkatkan mutu dan nilai perusahaan. Bagi investor, bila diperhadapkan pada dua pilihan untuk memilih perusahaan mana yang akan

menjadi tempat dia berinvestasi, maka sudah pasti para investor akan memilih perusahaan yang telah melaksanakan *Good Corporate Governance*. Dari pihak stakeholders juga akan merasakan manfaat dari perusahaan yang melaksanakan GCG. Sekali lagi manfaat *Good Corporate Governance* ujung-ujungnya adalah untuk kebaikan perusahaan itu sendiri.

Sehubungan dengan masalah Nazarudin, seperti yang lagi hangat diberitakan saat ini maka mantan Menpan Feizal Tamin dalam berita di Metro TV tanggal 17 Agustus 2011 mengatakan bahwa "Penuntasan kasus Nazarudin secara objektif dan adil dapat mengakselerasi terwujudnya *good governance* Republik Indonesia." Good governance bukan hanya kewajiban suatu perusahaan tapi lebih luas lagi adalah juga kewajiban suatu negara. Selain itu GCG juga bisa menunjukkan kewibawaan sebuah perusahaan/organisasi.

Pengertian Corporate Social Responsibility. Menurut Iqbal dan Sudaryanto (2008), secara semantic CSR mengandung arti sesuai dengan kata-kata yang terkandung di dalamnya, yaitu "*corporate*" (korporasi), "*social*" (kemasyarakatan), dan "*responsibility*" (tanggungjawab). Dalam arti lebih lugas, CSR mencakup tanggungjawab perusahaan (lembaga profit) terhadap masyarakat di sekitar wilayah operasi kegiatannya. Berdasarkan pengertian tersebut, tingkat tanggungjawab sosial perusahaan terhadap masyarakat sebetulnya tergantung pada skala dan perspektif perusahaan yang bersangkutan. Lebih lanjut pengertian Corporate Social Responsibility menurut Lawrence dan Weber dalam Celia dan Bangun (2009) adalah: "*CSR means that a corporation should be held accountable for any of its action that affect people, their communities, and their environment. It implies that harm to people and society should be acknowledge and corrected if at all possible. It may require a company to forgo some profits if its social impacts seriously hurt some of its stakeholder or if its funds can be used to have a positive social impacts.*"

Celia dan Bangun (2009) mengembangkan definisi CSR dengan mengembangkan konsep *Triple Bottom Lines* menurut Elkington (1998) dan menambahkannya dengan satu line tambahan, yaitu procedure menurut Suharto (2007). Dengan demikian *Corporate Social Responsibility* adalah: “Kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (profit) bagi kepentingan pembangunan manusia (people) dan lingkungan (planet) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (procedure) yang tepat dan professional.”

Archie B. Carroll (1979) dalam Iqbal dan Sudaryanto (2008) menulis: “*The social responsibility of business encompasses the economic, legal, ethical, and discretionary expectations that society has of organizations at a given point of time.*” Menurut Suharto (2008) CSR adalah operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, melainkan pula untuk pembangunan sosial-ekonomi kawasan secara holistik, melembaga dan berkelanjutan. Senada dengan pendapat itu Nataherwin (2010) mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan klaim agar perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan para pemegang saham (shareholders), tapi juga untuk kemaslahatan pihak stakeholders dalam praktik bisnis, yaitu para pekerja, komunitas local, pemerintah, LSM, konsumen, dan lingkungan.

Kotler dan Lee (2005) dalam Masnila (2006) mengatakan “*corporate social responsibility as ‘business’ commitment to contribute to sustainable economic development, working with employees, their families, the local community, and society at large to improve their quality of life*”. Ada juga beberapa definisi yang sering dipakai sebagai rujukan diantaranya definisi yang disampaikan oleh World Council for Sustainable Development yang menyebut CSR sebagai “*continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the work force and their*

families as well as of the local community and society at large”. Kemudian menurut Bank Dunia “*CSR is the commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives, the local community and society at large to improve quality of life, in ways that are both good for business and good for development.*” Lebih lanjut definisi menurut Uni Eropa mengatakan “*CSR is a concept where by companies integrate social and environmental concerns in their business operations and in their interaction with their stakeholders on a voluntary basis.*”

Dari beberapa definisi di atas menekankan bahwa *corporate social responsibility* haruslah menjadi komitmen suatu perusahaan untuk dilakukan. Secara alamiah hal ini haruslah menjadi kegiatan rutin setiap perusahaan dalam memperhatikan lingkungannya demi kesejahteraan masyarakat sekitar dan masa depan perusahaan. Penulis lain menekankan bahwa CSR berhubungan dengan moral, seperti yang ditulis oleh Achmad (2010) mengatakan bahwa secara teoretik, CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para stakeholdersnya, terutama komunitas disekitar wilayah tempat operasional. Lebih lanjut Celia dan Bangun (2009) mengatakan bahwa sebuah organisasi termasuk di dalamnya organisasi bisnis, wajib menjunjung tinggi moralitas. Dengan demikian, walaupun tidak ada aturan hukum atau etika masyarakat yang mengatur, tanggung jawab sosial perusahaan bisa dilaksanakan dalam berbagai situasi dengan mempertimbangkan hasil terbaik bagi stakeholders. Termasuk memberikan manfaat bagi masyarakat luas. Itu berarti dengan atau tanpa aturan hukum yang mengaturnya maka suatu perusahaan atau organisasi dimanapun perusahaan itu berada, harus tetap menjunjung tinggi moralitas. Dengan demikian kegiatan CSR juga dengan sendirinya akan/harus dilaksanakan oleh perusahaan walaupun tidak ada undang-undang yang mengaturnya.

Praktek-praktek CSR. Banyak kegiatan yang sering dilakukan oleh perusahaan dalam menunjukkan kepedulian mereka terhadap masyarakat dan lingkungan. Sepanjang yang diketahui tentang kegiatan CSR ini adalah berupa aksi-aksi pembagian sumbangan bagi kaum miskin, memberikan sumbangan bagi mereka yang merupakan korban bencana alam, membantu program pemerintah melalui pemberantasan penyakit menular, ataupun bantuan pendidikan bagi anak-anak yang kurang mampu, dan aktivitas lainnya yang sejenisnya. Namun menurut Ardana (2008) bahwa kegiatan ini dilakukan sebagai kewajiban hanya karena adanya tekanan dari pihak lain. Tampaknya praktek CSR itu merupakan ekspresi kepedulian yang “sengaja” diumumkan. Ada beberapa kegiatan yang merupakan praktek CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Kotler dan Lee (2005) dalam Masnila merumuskan tanggung jawab sosial dalam 6 kelompok kegiatan yaitu: *promotion, marketing, corporate social marketing, corporate philanthropy, community volunteering, and social responsibility business practices.*

Promotion adalah aktivitas sosial yang dilakukan melalui *persuasive communications* dalam rangka meningkatkan perhatian dan kepedulian terhadap hal-hal yang berkaitan dengan isu sosial yang sedang berkembang. *Marketing*, dilakukan melalui *commitment* perusahaan untuk menyumbangkan sebesar persentase tertentu hasil penjualannya untuk kegiatan sosial. *Corporate Sosial Marketing*, dilakukan dengan cara mendukung atau pengembangan dan atau penerapan suatu *behavior change* dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kesehatan masyarakat. *Corporate Philantropy*, merujuk pada kegiatan yang diberikan langsung *Community Volunteering* merupakan bentuk aktivitas sosial yang diberikan perusahaan dalam rangka memberikan dukungan bagi kesejahteraan masyarakat dan lingkungan. Dukungan tersebut dapat diberikan berupa keahlian, talenta, ide, dan atau fasilitas laboratorium. *Social Responsibility Business*

Practices. Social Responsibility Business Practices merupakan kegiatan penyesuaian dan pelaksanaan praktik-praktik operasional usaha dan investasi yang mendukung peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat dan melindungi atau menjaga lingkungan, misalnya membangun fasilitas pengolahan limbah, memilih memilih supplier dan atau kemasam yang ramah lingkungan, dan lain-lain.

Berbeda dengan Kotler dan Lee, menurut *the committee on Accounting for Corporate Social Performance of Nation Association of Accountants* seperti yang ditulis oleh Yuniarti (2002) dan dikutip oleh Masnila bentuk kegiatan sosial perusahaan dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

Keterlibatan komunitas (*Community Involvement*), mencakup aktivitas berbentuk donasi atau bantuan untuk kegiatan rohani, olahraga, bantuan bagi pengusaha kecil, pelayanan kesehatan masyarakat, bantuan penelitian dan sebagainya; Sumberdaya manusia (*Human Resources*), meliputi program pendidikan dan pelatihan karyawan, fasilitas keselamatan kerja, kesehatan, kerohanian, serta tunjangan karyawan; Lingkungan Hidup dan Sumberdaya Fisik (*Environmental and Physical Resources*) terdiri dari antara lain keterlibatan perusahaan dalam pengolahan limbah, program penghijauan, pengendalian polusi, dan pelestarian lingkungan hidup; Kontribusi produk atau jasa (*Product or services contribution*), mencakup keamanan dan kualitas produk, kepuasan konsumen, dan sebagainya.

Lebih lanjut menurut Asshiddiqie (2010) bahwa pada umumnya pendekatan yang dikembangkan dalam praktek CSR ini adalah *philantrophy* dan *charity*, seperti dalam bentuk sumbangan-sumbangan dana untuk kegiatan sosial masyarakat. Namun lama kelamaan, pendekatan seperti ini dipandang tidak lagi mencukupi. Karena itu, pendekatan yang dikembangkan kemudian adalah pendekatan *community development* atau pengembangan masyarakat. Perusahaan dipandang bertanggungjawab untuk mengembangkan masyarakat di sekitar perusahaan ataupun

masyarakat lain yang terkena dampak akibat kehadiran ataupun penggunaan dan pengkonsumsian produk-produk perusahaan yang bersangkutan. Bahkan, perusahaan juga dipandang merupakan salah satu organ pelaku kegiatan bermasyarakat yang penting dan turut menentukan perkembangan-perkembangan yang terjadi dalam masyarakat.

Pentingnya Corporate Social Responsibility. Sehubungan dengan pentingnya CSR Budiono (2007) mengatakan, perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial dapat dikatakan mempunyai kepedulian terhadap kepentingan pihak-pihak lain secara lebih luas dari pada sekedar terhadap kepentingan perusahaan semata-mata. Dengan demikian meskipun perusahaan ingin mencapai tujuan keuntungan, tetapi tidak dengan mengorbankan atau melupakan kepentingan pihak-pihak lain. Berpikir secara positif, berarti suatu perusahaan harus menjalankan kegiatan bisnisnya sedemikian rupa sehingga pada akhirnya akan dapat ikut menciptakan suatu masyarakat yang baik dan sejahtera. Bahkan perusahaan diharapkan peran sertanya melakukan kegiatan tertentu yang tidak semata-mata didasarkan pada keuntungan, melainkan demi kemajuan dan kesejahteraan masyarakat.

Banyak literature yang menegaskan bahwa aktivitas CSR yang tertuang dalam pengungkapan sosial perusahaan berpengaruh dan memiliki hubungan positif dengan kinerja perusahaan. Penelitian Heal dan Garret (2004) seperti yang dikutip oleh Nataherwin (2010), menunjukkan bahwa aktivitas CSR dapat menjadi elemen yang menguntungkan sebagai strategi perusahaan, memberikan kontribusi kepada manajemen resiko dan memelihara hubungan yang dapat memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan. Sedangkan penelitian Siegel dan Paul (2006), menunjukkan bahwa aktivitas CSR memiliki dampak produktif yang signifikan terhadap efisiensi, perubahan radikal dan skala ekonomi perusahaan. Lebih lanjut menurut McGuire dkk (1998) dalam Nataherwin (2010),

aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan terbukti dapat meningkatkan reputasi, sehingga memperbaiki hubungan dengan pihak bank, investor, maupun lembaga pemerintahan, dan dari perbaikan hubungan tersebut tercermin pada keuntungan ekonomi perusahaan.

Kotler dan Lee (2005) seperti yang ditulis oleh Masnila menyatakan bahwa partisipasi perusahaan dalam berbagai bentuk tanggung jawab sosial dapat memberikan banyak manfaat bagi perusahaan, antara lain : (1) meningkatkan penjualan dan *market share*, (2) memperkuat *brand positioning*, (3) meningkatkan *image* dan pengaruh perusahaan, (4) meningkatkan kemampuan untuk menarik hati, memotivasi, dan mempertahankan (*retain*) karyawan (5) menurunkan biaya operasional, dan (6) meningkatkan hasrat bagi investor untuk berinvestasi. Pentingnya kegiatan CSR dampaknya bukan saja dirasakan oleh lingkungan, masyarakat dan pemerintahan setempat tetapi pada akhirnya juga merupakan keuntungan bagi perusahaan itu sendiri untuk jangka panjang. Apabila suatu perusahaan berkomitmen untuk menjaga lingkungannya, maka lingkungannya itu juga yang akan menjaga kelangsungan perusahaan. Simbiosis mutualisme akan terjadi pada perusahaan yang melaksanakan CSR, karena semua pihak yang terlibat di dalam maupun di luar perusahaan akan merasakan dampak dari kegiatan CSR.

Hubungan GCG dan CSR. CSR yang baik memadukan empat prinsip *good corporate governance*, yakni *fairness*, *transparency*, *accountability* dan *responsibility*, secara harmonis. Pada prinsip *responsibility* menjelaskan bahwa 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*. Pada prinsip yang lainnya dijelaskan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab untuk kepentingan pemegang saham dan pemangku lainnya.

Tersirat disini bahwa pelaksanaan *good corporate governance* memberikan tanggung jawab kepada perusahaan untuk melaksanakan *corporate social responsibility*.

Salah satu maksud dan tujuan buku Pedoman Umum *Good Corporate Governance* Indonesia (butir 5.4) yaitu mendorong timbulnya kesadaran dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan kelestarian lingkungan terutama di sekitar perusahaan. Konsep *Good Corporate Governance* sangat mendukung dan mendorong perusahaan untuk melaksanakan *Corporate Social Responsibility*. Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas pada Pasal 74 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan terdapat 4 butir yang perlu dilaksanakan oleh suatu perusahaan saat beroperasi yaitu:

Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumberdaya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan; Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran; Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.

Negara telah melihat bahwa perlunya penerapan GCG untuk kemajuan suatu perusahaan dan perlunya bagi suatu perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Lebih lanjut dikatakan oleh Asshiddiqie (2010) bahwa secara positif dapat dikatakan bahwa luas dan banyaknya intervensi negara itu justru mencerminkan derajat tanggungjawab sosial negara untuk secara langsung menangani

dan mengatasi masalah-masalah yang dihadapi oleh masyarakat.

Stakeholders perusahaan bisa mencakup karyawan beserta keluarganya, pelanggan, pemasok, komunitas setempat dan masyarakat luas, termasuk pemerintah selaku regulator. Di sini, perusahaan bukan saja dituntut mampu menciptakan nilai tambah (*value added*) produk dan jasa bagi *stakeholders* perusahaan, melainkan pula harus sanggup memelihara kesinambungan nilai tambah yang diciptakannya itu (Supomo, 2004) seperti yang dikutip oleh Masnila. Tanggungjawab perusahaan kepada *stakeholders* merupakan prinsip yang terkandung dalam empat asas *good corporate governance*. Apapun kegiatan yang dilakukan untuk kepentingan *stakeholders* merupakan suatu bentuk tanggungjawab sosial perusahaan.

KESIMPULAN

Perusahaan seharusnya memandang sumber daya alam dan masyarakat sosial sebagai mitra untuk bekerjasama dan bukan sebagai sumber yang terus-menerus eksplorasi. Seperti yang dikatakan oleh Laoh (2008), keunggulan kompetitif dapat diperoleh bila perusahaan melakukan kemitraan strategis dalam berbagai cara. Apabila masyarakat sosial dan sumber daya alam itu dipandang sebagai mitra oleh perusahaan, maka akan muncul rasa tanggungjawab untuk tetap mempertahankan kemitraan ini. Untuk menjaga kemitraan ini maka dibuatlah suatu pedoman yang disebut dengan Pedoman *Good Corporate Governance* yang dapat menuntun suatu perusahaan dalam menjalankan usaha mereka.

Pedoman GCG ini mengharuskan suatu perusahaan untuk melaksanakan tanggungjawab sosial mereka terhadap masyarakat dan alam lingkungannya. Dengan kata lain bahwa suatu perusahaan yang telah beroperasi dengan berpedoman pada *Good Corporate Governance* maka secara otomatis akan melaksanakan *Corporate Social Responsibility*. Kedua

pedoman ini tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Menurut Asshiddiqie (2010) bahwa perusahaan yang tidak memiliki visi tanggungjawab sosial dapat dipandang belum sehat dan maju sebagai aktor ekonomi yang berkelanjutan. Banyak bukti yang menunjukkan bahwa perusahaan yang melaksanakan *Good Corporate Governance* secara otomatis pula melaksanakan *Corporate Social Responsibility*.

REFERENSI

- Achmad, D. (2010). "Membangun Sinergi Untuk Kelestarian Lingkungan Melalui Nurani dan Tanggung Jawab Sosial Korporasi," *Jurnal Ekonomi/Tahun XV*, No. 01. Hal. 92 – 104.
- Ardana, I.K. (2008). "Bisnis Dan Tanggung Jawab Sosial," *Buletin Studi Ekonomi* Volume 13 Nomor 1.
- Asshiddiqie, J. "Konstitusi Dan Ekonomi Serta Perspektif Mengenai Tanggungjawab Sosial Perusahaan" Seminar Nasional Integrasi Program CSR dan Pengembangan Masyarakat, Jakarta, 14 Des. 2010
- Bangun, N. dan Vincent (2008). "Analisis Hubungan Komponen *Good Corporate Governance* Terhadap Manajemen Laba Dengan Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia," *Jurnal Akuntansi/Tahun XII*, No. 03. Hal. 289 – 302.
- Celia, A. dan Bangun, N. (2009). "Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* Terhadap *Earnings Response Coefficient* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEJ Periode 2005-2007," *Jurnal Akuntansi/Tahun XIII*, No. 01, hal. 47 – 60.
- Hamzah, M. Z. dan Suparjan, A. (2009). "Pengaruh Karakteristik *Corporate Governance* Terhadap Struktur Modal," *Media Riset Akuntansi, Auditing & Informasi*, Vol. 9 No. 1. Hal 19 – 33.
- Hartono, S. R. (2010). "Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Suatu Kajian Komprehensif," Diakses 16 Juli 2011 dari <http://djahu.kemenkumham.go.id/index.php>
- Iqbal, M. dan Sudaryanto, T. (2008). "Tanggungjawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) Dalam Perspektif Kebijakan Pembangunan Pertanian," *Analisis Kebijakan Pertanian*, Volume 6 No. 2, hal. 155 – 173.
- Kaihatu, T. S. (2006). "*Good Corporate Governance* dan Penerapannya di Indonesia," *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 8, No. 1. Hal 1-9
- Komite Nasional Kebijakan Governance. "Pedoman Umum *Good Corporate Governance* Indonesia Tahun 2006.
- Laoh, S. (2008). "Hubungan Kapabilitas Pemasaran Dan Operasi Terhadap Kinerja Perusahaan," *Journal of Business and Economics (JIBE)*, Vol. 7. No. 2. Pp. 137 – 142
- Masnila, N. "*Corporate Social Responsibility: Sebuah Pandangan Dari Sudut Akuntansi*," Politeknik Negeri Sriwijaya Jurusan Akuntansi, Palembang.
- Mukodin Didin., S. (2010). "*The Effect Implementation of Good Corporate Governance on Earnings Management in Mining Company on The Indonesia Stock Exchange*," *Undergraduate Program, Economy Faculty, Gunadarma University*.
- Nataherwin (2010). "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Economic Value Added*," *Jurnal Manajemen/Tahun XIV*, No. 02. Hal 238 – 247.
- Nuringsih, K. (2006). "Minimalisasi Konflik Keagenan Dalam Perusahaan Sebagai Strategi Mewujudkan *Good Corporate*

- Governance*,” Jurnal Manajemen, Th.X/02. Hal 183 - 195
- Suharto, E. (2008). “Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Apa Itu dan Apa Manfaatnya Bagi Perusahaan,” Seminar Dua Hari CSR (Corporate Social Responsibility): Strategy, Management and Leadership, Intipesan, Hotel Aryaduta Jakarta 13 – 14 February 2008.
- Widoatmodjo, S. (2009). “*Good Corporate Governance* Untuk Mencegah Terjadinya *Corporate Raider* di Pasar Modal Indonesia,” Jurnal Manajemen/Tahun XIII, No. 01, hal 17 – 29.