

## **PENGARUH PENERAPAN *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* (GCG) DALAM BISNIS DAN IMPLIKASINYA TERHADAP AKUNTABILITAS PEMERINTAH**



**Oleh :**

**Hj. Rinda Asytuti, M.Si.**

Dosen Ekonomi Islam STAIN Pekalongan & Kandidat Doktor Ekonomi Islam

UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

### **Pendahuluan**

Keberlangsungan eksistensi perusahaan tidak hanya diukur oleh performa keuangan, peningkatan keuntungan akan tetapi juga performa internal perusahaan (etika dan *Good Corporate Governance*)

[GCG] ) dan performa kepedulian sosial perusahaan.

Kasus kebocoran gas MIC di Bhopal India tahun 1984, Union Carbide Amerika yang menyebabkan kematian 2000 orang meninggal dan 200.000 orang luka parah, merupakan salah satu kejahatan sosial sebuah korporasi terbesar pada tahun itu yang menyebabkan kerugian jiwa dan cacat seumur hidup bagi penderitanya. Akibat kasus ini Union Carbide mengalami kerugian yang sangat besar yang mengguncangkan keberadaan perusahaan tersebut. Kejahatan korporasi dibidang lain berupa kecurangan bisnis seperti kasus ENRON Corporation, World Com dan Merrill Lynch pada kurun tahun 2002. Pada tahun 1990 an kasus kejahatan bisnis juga dilakukan oleh Prudential Securities dan Nasdaq .

Kejahatan bisnis tidak hanya terjadi di Amerika, Indonesia kasus ini sering terjadi dan bahkan tidak dapat menyeret pelakunya ke meja hijau. Pengucuran kredit fiktif dan illegal, kasus money loundring, monopoli, suap dan kolusi adalah hal yang amat lumrah terjadi dalam bisnis. Benarkan bisnis jauh dari etika dan selalu mengedepankan keserakahan? Benarkah bisnis hanya mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya dengan mengesampingkan faktor moral, etika, kepedulian pada orang lain dan lingkungan?.Agaknya kita dapat sangat mafhum bila bisnis juga tak pandang teman. Bisnis hanya mengejar keuntungan materi semaksimal mungkin untuk menyenangkan pemilik modal (*shareholder*) yang sering mengesampingkan kepentingan *stakeholder* di lingkungan bisnis tersebut.

Kejahatan bisnis seperti menghindari pajak, memberikan sumbangan kampanye politik, membuang limbah sembarangan, tidak melaporkan keuntungan, kolusi dengan pejabat terkait dalam berbagai hal untuk memuluskan tujuan, acap kali terjadi dan kadang melibatkan pihak eksekutif maupun legeslatif. Sehingga tindakan hukum tidak dapat diperlakukan dengan baik bagi mereka. Contoh tergamblang adalah kasus Bantuan Likuiditas Bank Indonesia, Illegang loging terbaru di Ketapang yang merugikan Negara ratusan triliun rupiah.

Tulisan ini ingin mengupas tentang peranan etika dan *Good Corporate Governance* (GCG) perusahaan sebagai langkah awal peningkatan akuntabilitas institusi yang berkaitan.

## Etika dalam Bisnis

Etika sering dikaitkan dengan moral. Dalam bahasa latin Yunani Etika berasal dari kata *A thikos* yang diterjemahkan dengan "mores" yang berarti kebiasaan. Aristoteles menyebutkan etika ini dalam bukunya "Ethique A nicomaque" sebagai "mores" yang juga berarti kebiasaan. Kata moral ini mengacu pada baik dan buruknya manusia terkait dengan tindakan, sikap dan ucapannya.

Etika bisnis adalah aplikasi pemahaman kita tentang apa yang baik dan benar untuk beragam institusi, teknologi, transaksi, aktivitas dan usaha yang disebut dengan bisnis. Etika bisnis berarti bertumpu pada kesetiaan sikap etis dan komitmen moral untuk tidak berbuat curang, merugikan orang lain, Negara dan masyarakat, mengancam lingkungan serta kebudayaan yang telah ada.

Etika bisnis merupakan elemen yang wajib dimunculkan dalam kegiatan transaksi yang disebut bisnis. Seiring dengan peningkatan peradaban manusia dan semakin ketatnya persaingan, terkadang bahkan tidak jarang pengusaha melakukan berbagai cara untuk mencapai tujuan. Praktik kecurangan seperti *insider trading*, *windows dressing*, penipuan, manipulasi data keuangan, penyuapan terhadap birokrasi, monopoli, serta kolusi dan nepotisme sering dilakukan.

Runtuhnya ekonomi Indonesia pada tahun 1997 merupakan ledakan dari penyakit ekonomi yang mengabaikan etika dan *good corporate governance* dalam perekonomian. Sebelum krisis, perekonomian Indonesia dibangun Soeharto dengan konsep *trickle down effect*

(menetes ke bawah) artinya hanya membuka lebar akses kredit bagi pengusaha besar dan meneteskan segelintir kue untuk rakyat (UKM). Kenyataan ini tidak memberikan keadilan kepada seluruh masyarakat. Kekayaan hanya bertumpu pada segelintir orang yakni keluarga cendana dan kroninya. Rakyat merasa ditindas dan diacuhkan hak-haknya. Maka tak heran ketika krisis moneter melanda Indonesia lah yang terhempas paling keras dan hingga saat ini belum bisa bangkit.

Kebutuhan akan kondisi perekonomian yang stabil dan pro rakyat kecil merupakan dambaan dan impian bagi kebanyakan rakyat kini. Akan tetapi hingga saat ini kondisi itu baru dalam mimpi. Masyarakat Indonesia masih harus membenahi banyak lubang dari baju yang disebut reformasi. Pemerintah sebagai kekuatan yang mengatur sudah seharusnya memberikan keadilan dan pemerataan pendapatan bagi rakyatnya. Memberikan akses ekonomi bagi rakyat kecil untuk berusaha bukan hanya kepada korporat yang telah nyata-nyata merugikan Negara hingga saat ini tidak ada satu pun yang di adili.

Ada tiga keadilan dalam etika bisnis, menurut John Piers dan Nizam Jim (2007 : 53), yaitu :

Pertama, *Distributive justice* yakni adanya distribusi yang memadai dan adil dalam masyarakat. Artinya sumber daya yang ada di Negara ini adalah sepenuhnya milik rakyat Indonesia bukan milik segelintir orang. Maka tugas pemerintah untuk melakukan pemerataan, baik pendapatan, kesempatan berusaha, makanan , perumahan dan jaminan sosial.

Kedua, *Retributive Justice*. Keadilan ini adalah keadilan pada sisi hukum Artinya semua orang memiliki hak dan posisi yang sama di mata hukum. Siapapun yang melakukan kesalahan harus mendapatkan hukuman yang sesuai dengan undang-undang dan peraturan yang ada.

Ketiga, *Compensatory Justice*. Keadilan ini dimaksudkan bahwasannya semua orang berhak dihormati atas harta benda yang dimilikinya. Bila seseorang telah merugikan orang lain secara materi, maka orang tersebut wajib membayar kerugian tersebut.

Dalam bisnis etika dan moral mutlak diperlukan. Pemerintah merupakan institusi yang dapat menekankan dan mempressure pelaksanaan etika dan moral dalam bisnis. Pemerintah hingga saat ini belum memberikan prestasi yang membanggakan dalam pelaksanaan etika dan moral dalam bisnis. Kebiasaan korupsi, suap, kolusi dan manipulasi masih mengakar kuat di semua elemen masyarakat dan birokrasi merupakan penghambat besar bagi terciptanya kegiatan bisnis yang fair dan adil.

Kebutuhan besar atas modal asing (*Foreign Investment Direct*) juga mendorong pemerintah tidak tegas menyikapi persoalan pelanggaran hukum oleh perusahaan asing maupun dalam negeri seperti pencemaran lingkungan, pembalakan liar (illegal logging), kebocoran gas dan bahkan rendaman Lumpur Lapindo. Perusahaan asing sering melaksanakan standar etika yang

longgar di Negara berkembang dibandingkan dengan di negaranya sendiri.

Pelanggaran etika bisnis di negara ini masih dipandang sebagai hal yang wajar dilakukan karena didukung oleh mental-mental korup. Walaupun saat ini terdapat komisi persaingan usaha akan tetapi keberadaannya belum memberikan dampak positif yang signifikan untuk mengurangi kecurangan, tindak penipuan, dan bahkan penyuapan.

Menyoal tentang penyuaapan konferensi Malta (1994) menegaskan bahwa yang dianggap dengan penyuaapan adalah semua tindakan yang bersifat *improbity* atau *dishonesty*. Batasan itu tidak hanya melanggar hukum namun juga kepantasan atau *improper*.

Di Amerika, penyuaapan dilarang didasarkan perundang-undangan “ *Foreign Corrupt Practices Act/FCPA* ” yang ditanda tangani oleh presiden Jimmy Carter ada tanggal 20 Desember 1977 dan menjatuhkan perkara ini sebagai perkara pidana. UU ini diterapkan pada kasus Lockheed Aircraft Corporation tahun 1972 yang melibatkan perdana menteri Jepang Tanaka. Gambaran ini jarang kita jumpai di Indonesia.

Korupsi dana BLBI yang menghilangkan uang Negara ratusan triliun rupiah, kasus bank mandiri, KPU , kasus jamsostek dan lain-lain hingga detik ini belum ada yang mendapatkan hukuman. Belum lagi kasus korupsi yang ada di dalam pemerintahan atau BUMN. Harian Kompas tanggal 27 Juli 2005 mencatatkan berdasarkan temuan Tim Investigasi Korupsi, korupsi yang terjadi di BUMN sebesar 2,2 triliun.

Saat ini pemerintah, perusahaan swasta menyadari perlunya perbaikan nilai-nilai moral dan etika dalam organisasi dan praktik bisnis yang disebut dengan *Good Corporate Governance*. *Good Corporate Governance* mutlak diperlukan guna membenahan secara internal dan structural untuk mewujudkan pemerintahan yang bersih dari korupsi, kolusi, manipulasi dan nepotisme. Sedangkan pada sector bisnis *Good Corporate Governance* juga dapat menimalkan pelanggaran etika dan moral, peningkatan kinerja organisasi baik eksternal maupun internal.

## ***Good Corporate Governance* sebagai implikasi pelaksanaan etika dan moral**

*Good Corporate Governance* dipahami sebagai pemerintahan atau penyelenggaraan pemerintahan atau organisasi yang bersih dan efektif sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang berlaku.

*Good Corporate Governance* meliputi political governance, economic governance seperti peningkatan dan pemerataan pendapatan, penciptaan kesejahteraan, penurunan angka kemiskinan dan pengangguran dan peningkatan kualitas hidup. Administrative governance meliputi tahapan administrasi pemerintahan yang efisien, efektif dan bersih.

Menurut Umer M. Chapra dan Habib Ahmed (2002), *Good Corporate Governance* adalah penyelenggaraan pemerintahan berdasarkan prinsip-prinsip sebagai berikut :

1. Landasan hukum, berarti keputusan pemerintah dituangkan sebagai peraturan atau hukum

1. partisipasi maksimal dari semua stakeholder memberikan hak keterlibatan dan peran semua stakeholder dalam proses pengambilan keputusan

2. prinsip hukum dan aturan, diartikan semua keputusan pemerintahan dituangkan dalam bentuk peraturan yang adil dan mampu memayungi semua lapisan masyarakat

3. prinsip transparansi, semua penyelenggaran Negara / organisasi harus terbuka baik dalam kebijakan dan pembuatan keputusan

4. prinsip responsivitas bahwa aparaturnya harus bertindak responsive terhadap tututan dan keluhan dari masyarakat baik langsung maupun tidak langsung

5. orientasi konsensus yaitu pengambilan keputusan secara musyawarah untuk mufakat yang menyangkut kepentingan rakyat

6. keadilan dan kewajaran dimaknai distribusi tugas dan hak harus dilakukan secara adil dan wajar sesuai dengan peraturan yang ada

7. efisiensi dan efektivitas, diartikan sebagai keharusan untuk pemerintah berjalan seefisien mungkin dan bekerja secara efektif sehingga didapatkan hasil yang maksimal

8. Prinsip akuntabilitas berarti setiap pelaksanaan tugas dan penggunaan sumber-sumber dana, pelaksanaan wewenang harus dapat dipertanggungjawabkan secara transparan dan terbuka kepada rakyat

9. Prinsip visi strategis, berarti semua pelaksanaan tugas pemerintahan harus selalu mengacu pada visi misi yang ditetapkan.

Pelaksanaan *Good Corporate Governance* (GCG) ini tidak hanya berlaku dalam organisasi pemerintahan tetapi dalam bidang industri dan bisnis juga mesti dilakukan. Prinsip-prinsip GCG dalam bidang bisnis telah banyak diterapkan. Sebuah organisasi internasional the organization for economic Cooperation and Developmet (OECD) menetapkan beberapa prinsip GCG untuk dunia bisnis agar dapat menembuhkan iklim investasi yang kondusif .

Prinsip-prinsip GCG yang ditetapkan oleh OECD mencakup hal-hal yaitu landasan hukum, hak pemegang saham dan fungsi pokok kepemilikan perusahaan, perlakuan adil terhadap pemilik saham, peranan *stakeholder* dalam penerapan GCG, prinsip transparansi dalam pengungkapan informasi mengenai perusahaan dan tanggungjawab manajemen perusahaan.

Dari definisi atas pada prinsipnya *Good Corporate Governance* meliputi empat aspek yaitu *akuntability, fairness (kewajaran), transparency dan responsibility*.

Penerapan etika dan GCG di dalam dunia bisnis dapat meningkatkan kinerja perusahaan dengan tetap menjalankan kewajaran dan tanggungjawab sosial, lingkungan dan hukum. Karena eksistensi perusahaan tidak hanya terkait dengan performa financial akan tetapi tak dapat dipungkiri *responsibility social* dan lingkungan hidup juga menambah *value of the firm*.

### **Corporate Sosial Responsibility Sebagai Implimentasi *Good Corporate Governance* Dalam Bisnis**

Nilai sebuah perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh kinerja keuangan sebagai tanggungjawab kepada *shareholder* (pemilik saham) sebagai mana konsep manajemen keuangan pada umumnya, akan tetapi konsistensi kepedulian kepada stakeholder dari

perusahaan seperti karyawan, lingkungan dan masyarakat, merupakan sebuah keharusan yang mesti dijalankan.

Sebagai bentuk penerapan etika dan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sosialnya maupun lingkungan hidup disekitar perusahaan, digalakkan gerakan *community development* sebagai bagian dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab social perusahaan.

Definisi CSR perusahaan adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan karyawan, dan masyarakat setempat untuk meningkatkan kualitas kehidupan (Abdullah, tt. : 12). Di sisi lain CSR dapat juga diartikan sebagai komitmen usaha untuk bertindak secara etis bergenerasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan kualitas hidup karyawan, komunitas lokal dan masyarakat umum secara luas (M. Syifaullah, tt. : 8).

*Corporate Social Responsibility* (CSR) biasa dikenal sebagai tanggung jawab social perusahaan adalah bagian yang sangat penting selain *good corporate Government* (GCG) dalam perusahaan. Salah satu dari empat prinsip GCG adalah *responsibility* selain *fairness, transparency, accountability* ([www. fcgi.or.id](http://www.fcgi.or.id)).

Responsibility pada CSR lebih menekankan pada *stakeholders-driven concept* yakni memberikan penekanan signifikan pada *stakeholders* perusahaan dan memelihara nilai tambah yang ditumbuhkan yang berkesinambungan.

*Stakeholders* perusahaan dapat didefinisikan sebagai pihak-pihak yang berkepentingan terhadap eksistensi perusahaan termasuk didalamnya adalah karyawan, pelanggan, konsumen, pemasok, masyarakat dan lingkungan sekitar termasuk pemerintah sebagai regulator.

Dalam CSR perusahaan tidak hanya dihadapkan pada tanggungjawab yang bersifat *single bottom line*

yakni nilai perusahaan

(*corporate value*

) yang direfleksikan dalam neraca laporan keuangan saja. Tanggung jawab perusahaan lebih berpijak

*triple bottom lines*

yakni finansial, masyarakat dan lingkungan sosial.

Lebih lanjut tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR memiliki bentuk yang beraneka ragam. Berbagai macam kegiatan dapat dilakukan oleh perusahaan untuk mengimplementasikan CSRnya, mulai dari pemberian beasiswa, pendidikan gratis, kepedulian lingkungan, *community development* dan lain-lain

Menurut Tursiana Setyohapsari dalam wawancaranya dengan majalah "MIX Marketing" mengatakan bahwasannya CSR bukan hanya sekedar kegiatan *charity* saja, akan tetapi akan lebih efektif bila CSR perusahaan mempunyai program jelas dan berkesinambungan (Dyah Hasto Palupi, *Majalah MIX*, Edisi 16, 30 Oktober 2006 : 24).

Terdapat lima kriteria penting dalam menjalankan program CSR bagi perusahaan. Pertama, *Sustainable empowerment*

artinya perusahaan harus mampu melakukan program CSR yang bersifat

*empowerment*

yang bertujuan memberdayakan

*beneficiary self-reliant*

secara ekonomis maupun sosial. Kedua

*strategic alliance*

dengan organisasi nirlaba. Kemitraan adalah faktor penting dalam membangun obyektifitas misi dan visi sebuah program CSR. Ketiga

*employee participation*.

Program CSR perusahaan dapat berjalan dengan baik bila berhasil menggali partisipasi aktif karyawan perusahaan yang bersangkutan. Keempat, sebuah program CSR harus mampu

membangun

*buffer*

sosial dan politik bagi perusahaan. Artinya perusahaan harus mampu membangun jaringan kerjasama dengan lembaga swadaya masyarakat yang berkaitan dengan bisnis perusahaan.

Kelima, program CSR yang dibangun harus

*high-profile*

, artinya program CSR yang dibangun harus

*stand out*

, yang mudah dilihat, didengar dan diingat orang. Hal ini berarti program CSR juga wajib didukung oleh kemampuan PR yang kuat.

Philip Kotler dan Lee lebih lanjut mengidentifikasikan enam pilihan program yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk mewujudkan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu:

Pertama, *Cause Promotion* dalam bentuk memberikan kontribusi dan atau penggalangan dana untuk meningkatkan kesadaran akan masalah-masalah sosial tertentu seperti , HIV, Narkoba (Pikiran rakyat, 2006)

Kedua, *Cause related marketing* yakni bentuk kontribusi perusahaan dengan cara menyisihkan seperkian persen dari keuntungan perusahaan untuk donasi sosial, untuk masalah , waktu atau produk tertentu

Ketiga, *Corporate social marketing*, disini perusahaan membantu pengembangan maupun implementasi dari kampanye dengan fokus untuk merubah perilaku tertentu yang negatif

Keempat, *Corporate Philanthropy* adalah inisiatif perusahaan dengan memberikan kontribusi secara langsung atau disebut amal.

Kelima, *Community Volunteering*. Dimana perusahaan dalam aktivitas CSRnya mendorong

karyawannya atau partner bisnisnya dengan sukarela bergabung ikut untuk membantu masyarakat setempat.

Keenam, *Socially practice, responsible business dimana* perusahaan mengadopsi dan melakukan praktik bisnis tertentu yang ditujukan untuk meningkatkan kualitas komunitas dan melindungi lingkungan.

Kesadaran perusahaan untuk melaksanakan program *Corporate Social Responsibility (CSR)*nya sudah mulai diterapkan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia. Para praktisi bisnis mulai menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan tidak hanya ditentukan oleh kuantitas produk yang terjual, indahny laporan keuangan, tingginya harga saham perusahaan, akan tetapi indahny hubungan kerja antar karyawan dan perusahaan, dukungan masyarakat terhadap eksistensi perusahaan menjadi faktor yang perlu diperhatikan.

Tercatat sejumlah perusahaan besar mulai merancang program CSR nya tidak sebatas *charity* atau sumbangan insidental ketika terdapat bencana, tetapi lebih terkootdinir dengan baik dan didukung oleh komitmen dana yang memadai.

Kuky Permana Direktur Eksekutif PT Indocement Tunggal Perkasa menyatakan bahwa hanya perusahaan yang melaksanakan CSR dengan baik yang dapat bertahan dalam jangka panjang. Terlebih program CSR harus didukung oleh setiap bagian dari perusahaan yang terlibat, dan dilakukan disetiap tahapan produksi sehingga lingkungan dan masyarakat tidak terganggu (Republika, 28 April 2007 : 22).

Disisi lain program CSR tidak hanya dilakukan untuk memberikan keuntungan satu sisi yakni lingkungan sosial dan masyarakat, akan tetapi program CSR oleh beberapa perusahaan juga dijadikan sarana untuk mendongkrak Citra perusahaan yang merupakan bagian dari strategi bisnis.

## **PENUTUP**

Penguatan struktur ekonomi Negara dan praktek bisnis seharusnya memegang teguh etika bisnis. Implementasi etika dapat terwujud dengan pelaksanaan *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Karena *value of the firm* tidak hanya bergantung pada kinerja keuangan akan tetapi kepedulian terhadap kepentingan stakeholder akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan tersebut dalam menjalankan bisnisnya. Pelaksanaan GCG di dalam bisnis, dengan sendirinya akan mendukung akuntabilitas pemerintahan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Dyah Hasto Palupi, *Bagaimana Seharusnya CSR?*, majalah MIX edisi 16, 30 Oktober 2006

Frans Magnis Suseno, **Etika Umum, Masalah-masalah pokok Filsafat Moral**, Yogyakarta: Kanisius, 1979 h. 12-13.

John Piers, Nizam Jim, **Etika Bisnis dan Good Corporate Governance**, Jakarta, Pelangi Cendikia, 2007

Lies Hendiani, *CSR untuk kemaslahatan Perusahaan*, Majalah MIX, edisi 16, 30 oktober 2006

Mahmud Ali Abdul halim, **Fiqih Responsibility Tanggung Jawab Muslim dalam Islam**, Jakarta: Gema Insani Press, 1998

Miranty Abidin, *CSR di Indonesia*, Majalah MIX, edisi 16 30 Oktober

M. Syifaullah, *Corporate Social Responsibility PT Antam tbk*, 2006

Muhammad, **Etika Bisnis Islam**, Yogyakarta: AMP YKPN, 2004

Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta; Indeks, 2004

Republika, Liputan Khusus CSR, Jakarta. sabtu, 28 April 007

Sumardy, *Branded CSR*, majalah Mix, edisi 16, 30 Oktober 2006

Tom Morris, **If Aristotle Ran General Motor: The New Soul Business** (terj)., Bandung: Mizan, 2003

Umer M. Chapra dan Habib Ahmed, *Corporate Governance in Islamic Institution*, Occasional Paper No 6 Jaddah 2002.