
**HUBUNGAN RESIPROKAL CORPORATE GOVERNANCE DAN CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY**

Widiya Pratiwi¹, Saepul Pahmi²

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi 45 Mataram

Email: Widiyapратиwi19@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini membahas terkait hubungan timbal balik (resiprokal) antara pengaruh tata kelola perusahaan atau *corporate governance* (CG) dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR). Dimana dalam perspektif teori legitimasi keduanya saling melengkapi membentuk fungsi objektif dalam menghadapi kendala yang dihadapi perusahaan. Penelitian ini memberikan implikasi yang cukup luas bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan ekonomi mengenai pentingnya informasi non-keuangan seperti *corporate social responsibility* dan *corporate governance*. Untuk menjamin keberlanjutan (*sustainability*) perusahaan diharapkan tidak hanya fokus pada perolehan laba (*profit*) tetapi juga dapat memberikan perhatian terhadap lingkungan (*planet*) dan masyarakat (*people*) sehingga perusahaan mendapatkan legitimasi dan citra positif dari masyarakat bahwa perusahaan telah menerapkan tata kelola perusahaan dengan baik. Begitu pula dengan perusahaan yang mampu membangun CG dengan baik akan mampu menjamin kesetaraan hubungan di antara *stakeholder* nya, juga akan memberikan perhatian yang lebih baik terhadap lingkungan dan sosial untuk keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang.

Kata Kunci: *Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Stakeholder Theory, Legitimacy Theory*

PENDAHULUAN

Strategi pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan atau yang lebih dikenal dengan *corporate social responsibility* (CSR) merupakan kebijakan jangka Panjang yang kinerjanya tidak dapat diukur dalam jangka pendek. Sehingga keputusan jangka pendek yang dibuat oleh perusahaan dapat berdampak negatif terhadap keberlanjutan jangka Panjang perusahaan (Handajani *et al.* 2014). Peraturan Pemerintah RI No.47 tahun 2012 pasal 2 menyatakan “setiap perseroan selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan”. CSR juga diatur dalam Undang-Undang No.25 Tahun 2007 pasal 15 huruf (b) yang menyatakan “setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”. Selain itu diatur juga dalam Baepam-LK Nomor: KEP-431/BL/2012 yang merupakan tindak lanjut dari Bapepam-LK No.134/BL/2006 tentang kewajiban untuk menyampaikan laporan tahunan untuk emiten dan perusahaan publik, dengan

menggambarkan kegiatan dan pengeluaran yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Sedangkan dari sudut pandang PSAK, pelaporan CSR masih merupakan bentuk pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) yang dilakukan oleh perusahaan.

Tata Kelola perusahaan atau *Corporate Governance* (CG) mempunyai implikasi penting dalam keberlanjutan perusahaan, dalam beberapa tahun setelah munculnya skandal besar perusahaan-perusahaan Amerika seperti skandal enron, perspektif CG telah dikembangkan dari fokus tradisional konflik keagenan menjadi gabungan yang lebih menyeluruh untuk mengatasi masalah etika, akuntabilitas, transparansi dan pengungkapan, selain itu CSR juga semakin terfokus pada CG sebagai wahana untuk menggabungkan masalah sosial dan lingkungan kedalam proses pengambilan keputusan bisnis, yang dapat memberikan keuntungan bukan hanya kepada para investor melainkan juga terhadap karyawan, konsumen, dan masyarakat (Gill, 2008). Adapun menurut Money dan Schepers (2007) menyatakan bahwa ruang lingkup CG telah meluas dari waktu ke waktu, fenomena tersebut dipengaruhi oleh semakin pentingnya CSR.

Pengaruh masyarakat yang luas dapat menentukan alokasi sumber keuangan dan sumber ekonomi lainnya, perusahaan cenderung menggunakan kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan untuk membenarkan atau melegitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat (Ghozali dan Chariri, 2007:411). *Legitimacy theory* memfokuskan pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Penggunaan *legitimacy theory* dalam penelitian ini memiliki implikasi bahwa program CSR dilakukan perusahaan dengan harapan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat. Ini berarti apabila perusahaan mendapatkan legitimasi dari masyarakat, maka perusahaan dapat menjamin keberlanjutan (*sustainability*) dalam jangka Panjang.

Perspektif *stakeholder theory* menjelaskan peran perusahaan dalam kaitannya dengan para pemangku kepentingan. Perusahaan harus mampu memenuhi kepentingan *stakeholder*, oleh karena itu perusahaan harus menghadapi kepentingan yang berbeda antara para pemangku kepentingan. Keberadaan perusahaan tidak hanya untuk memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham, tetapi juga untuk melayani kepentingan *stakeholders* perusahaan. Kebijakan dan keputusan yang dibuat oleh suatu perusahaan tidak hanya didasarkan pada kepentingan dan kinerja ekonomi dari kelompok pemangku kepentingan tertentu, tetapi juga kinerja tanggung jawab sosial. Kebijakan dan keputusan juga harus mampu menjamin kesetaraan antara semua pemangku kepentingan dengan memaksimalkan manfaat dan meminimalkan kerugian dari masing-masing *stakeholder* (Handajani *et al.* 2014). Berdasarkan pada asumsi *stakeholder theory* tersebut, perusahaan tidak dapat melepaskan diri dari lingkungan sosial sekitarnya. Untuk itu, perusahaan hendaknya menjaga reputasinya yaitu dengan menggeser pola orientasi (tujuan) yang semula semata-mata diukur dengan *economic measurement* yang cenderung *shareholder orientation*, ke arah memperhitungkan faktor sosial sebagai wujud kepedulian dan berpihak terhadap masalah sosial kemasyarakatan (*stakeholder orientation*).

Hubungan resiprokal (timbal balik) antara CG dan CSR dijelaskan oleh Bhimani dan Soonwala (2005) dalam Jamali (2008) yang menyatakan bahwa CG dan CSR merupakan dua sisi dari mata uang yang sama, hal ini sejalan dengan Murwaningsing (2009) yang menyatakan bahwa pelaku CSR sebaiknya tidak memisahkan aktifitas CSR dengan CG,

karena keduanya merupakan satu kesatuan (*continuum*) dan bukan merupakan penyatuan dari beberapa bagian yang terpisahkan. Dapat disimpulkan bahwa CG dan CSR mempunyai keterkaitan yang erat, keduanya memiliki hubungan yang kuat dalam dunia bisnis, dimana CSR berorientasi kepada para *stakeholder* hal ini sejalan dengan salah satu prinsip GCG yaitu *responsibility*.

Hubungan resiprokal antara CG dan CSR tidak hanya akan mengurangi *agency cost* tetapi lebih jauh lagi dapat menciptakan *stakeholder value* dalam arti luas sehingga akan berdampak positif terhadap keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang. Ketika CG dibangun hanya untuk orientasi jangka pendek untuk mengatasi *agebcy problem* tanpa mampu merefleksikan kepentingan *stakeholder* secara luas serta menginternalisasikan nilai moral etis dan perspektif keberlanjutan jangka Panjang, maka tidak akan mengarah pada perbaikan tanggung jawab sosial perusahaan (Handajani *et al.* 2014). Penelitian ini dimotivasi oleh penelitian sebelumnya yang meneliti hubungan satu arah antara CG dengan CSR, ataupun hubungan antara CSR dengan CG. Dalam penelitian ini penulis ingin mengeksplorasi hubungan CG dan CSR dalam hubungan resiprokal (timbang balik atau dua arah).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif digunakan untuk mengamati berbagai fenomena sosial berdasarkan perspektif penulis, sehingga dalam pengumpulan datanya tidak memanfaatkan model matematik ataupun alat pengukur statistik. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian riset kepustakaan yaitu penelitian dengan menggunakan teknik pengumpulan data dari sumber data yang relevan yang kemudian dilakukan pencatatan, penghimpunan atas catatan, penganalisisan untuk mengetahui keterkaitan antar temuan tersebut dan kelebihan dan kekurangan dari masing-masing temuan, serta menyimpulkan gagasan kritis dari hasil temuan yang telah analisis.

Penelitian ini menggunakan data primer yang mana data primer ini diperoleh melalui sejumlah artikel, jurnal, website resmi dan beberapa penelitian sebelumnya oleh para ahli terkait. Tahap awal pengumpulan data dengan mengidentifikasi wacana yang berasal dari artikel, jurnal, website (internet) yang berkaitan dengan objek yang akan diteliti. Selanjutnya menghimpun seluruh data yang diperoleh dari berbagai sumber yang telah dipilih dan diidentifikasi. Setelah itu ditahap akhir menganalisis data-data tersebut untuk ditarik gagasan kritis yang relevan. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman. Model analisis yang dapat digunakan dalam riset kepustakaan ialah analisis data model Miles dan Huberman. Model ini menerapkan bahwa kegiatan analisis data perlu dilaksanakan secara interaktif dan terus menerus hingga penganalisisan data dirasa cukup. Kegiatan analisis data dalam model ini terdiri dari tiga kegiatan antara lain:

Pertama, Reduksi data: Mereduksi data sama artinya dengan merangkum, menyeleksi, membuang yang tidak perlu, dan memfokuskan hanya pada data-data yang dianggap penting. Reduksi data akan mempermudah dalam merumuskan dan memahami makna bacaan dengan lebih jelas dan memberikan efisiensi pada pengumpulan data berikutnya. Pada penelitian ini, data diperoleh melalui sejumlah data primer dan data sekunder yang relevan dengan objek

penelitian, kemudian data tersebut dirangkum dan diseleksi sehingga mempermudah dalam perolehan makna bacaan dengan lebih jelas.

Kedua, Penyajian data: Langkah selanjutnya adalah penyajian data agar data dapat terorganisir dan tertata dalam pola hubungan yang jelas sehingga akan mempermudah dalam memahami dan menarik kesimpulan. Penyajian data menurut Miles dan Huberman dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, grafik, bagan, hubungan antar kategori dan sebagainya. Selain itu penggunaan teks yang berbentuk naratif juga dapat dilakukan untuk mempermudah pemahaman terhadap objek penelitian. Ketika tahap ini dilakukan, maka akan memudahkan dalam menaksir gagasan kritis pada objek penelitian dan dapat menarik kesimpulan dengan benar.

Ketiga, Kesimpulan/verifikasi: Selanjutnya yaitu menarik kesimpulan sebagai jawaban atas rumusan masalah penelitian. Penarikan kesimpulan harus dibuat dalam bentuk uraian singkat dan mengacu pada tujuan penelitian. Namun kesimpulan yang disajikan sifatnya masih sementara dan dapat berubah apabila tidak ada lagi bukti kuat yang ditemukan dalam mendukung pengumpulan data selanjutnya. Kesimpulan yang diambil tetap harus terus diverifikasi selama penelitian berlangsung agar dapat dipertanggung jawabkan dengan benar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) dalam Urip (2014), mendefinisikan CSR sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum. Inti dari konsep CSR adalah perhatian terhadap keberlanjutan (*sustainability*), khususnya keberlanjutan lingkungan, karena hal ini penting bagi keberhasilan dan kemampuan bertahan dalam jangka panjang.

Kusuma dan Widagdo (2012) menyatakan bahwa, jika CSR dilaksanakan maka GCG akan memadai, karena dengan dilaksanakannya CSR pada lingkungan perusahaan dapat memberi jaminan kepada para pemangku kepentingan (*stakeholders*) bahwa perusahaan telah melakukan tata kelola perusahaan yang baik. Menurut Kusuma dan Widagdo (2012), tujuan dari CSR adalah: 1) Untuk meningkatkan dan mempertahankan citra perusahaan, 2) Untuk membebaskan akuntabilitas organisasi atas dasar asumsi adanya kontrak sosial di antara organisasi dan masyarakat, 3) Sebagai perpanjangan dari pelaporan keuangan tradisional dan tujuannya adalah untuk memberikan informasi kepada masyarakat. Untuk itulah maka CSR perlu diungkapkan dalam perusahaan sebagai wujud pelaporan tanggung jawab sosial kepada masyarakat. CSR dapat dikatakan sebagai pendorong CG yang efektif, karena perusahaan harus mampu memenuhi kebutuhan para *stakeholder* serta untuk menghasilkan pendapatan dalam menciptakan nilai bagi pemilik atau *shareholder*.

Finance Committee on Corporate Governance dalam Effendi (2009), menyatakan bahwa *Corporate governance* merupakan proses dan struktur yang digunakan untuk mengarahkan dan mengelola bisnis serta aktivitas perusahaan ke arah peningkatan pertumbuhan bisnis dan akuntabilitas perusahaan. *Corporate Governance* adalah tata hubungan diantara manajemen, direksi, dewan komisaris, pemegang saham, dan peran pemangku kepentingan (*stakeholder*) lainnya yang mengarahkan kegiatan perusahaan

(OECD, 2004). Hal ini sejalan dengan *stakeholder theory* yang menyatakan bahwa kebijakan dan keputusan yang dibuat oleh suatu perusahaan tidak hanya didasarkan pada kepentingan dan kinerja ekonomi dari kelompok pemangku kepentingan tertentu saja, namun juga kinerja tanggung jawab sosial.

Kusuma dan Widagdo (2012) menjelaskan beberapa keuntungan atau manfaat yang didapatkan oleh perusahaan dengan diterapkannya *Good Corporate Governance* yaitu: 1) Peningkatan kinerja perusahaan melalui terciptanya proses pengambilan keputusan yang baik dan meningkatkan efisiensi operasional perusahaan dengan lebih baik, 2) Perolehan dana pembiayaan yang lebih murah (karena faktor kepercayaan) yang pada akhirnya akan meningkatkan *corporate value*, 3) Pengembalian kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya di Indonesia, 4) Pemegang saham akan merasa puas dengan kinerja perusahaan karena sekaligus akan meningkatkan *shareholders value* dan deviden.

Mekanisme CG diharapkan tidak hanya mampu mengatasi *agency problem* tetapi mampu menciptakan nilai untuk keberlanjutan perusahaan jangka panjang (Handajani, 2014), karena perusahaan yang membangun CG dengan baik akan mampu menjamin kesetaraan hubungan di antara *stakeholder* serta memberikan perhatian yang lebih baik juga terhadap aspek sosial dan lingkungan. Stakeholder khususnya investor mengapresiasi praktik CSR dengan menggunakan program CSR sebagai bahan analisis untuk menilai potensi keberlangsungan usaha dan profitabilitas usaha suatu perusahaan. Murwwaningsari (2008) meneliti 126 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dan membuktikan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

KESIMPULAN

Sistem *corporate governance* yang efektif akan mendukung *corporate social responsibility*. *Corporate governance* dan *Corporate Social Responsibility* keduanya memiliki hubungan yang sangat kuat. Keduanya membentuk fungsi yang objektif dalam menghadapi kendala perusahaan. Baik CG maupun CSR memiliki hubungan imbal balik yang membentuk fungsi yang mampu meningkatkan nilai perusahaan dan meningkatkan kinerja sosial dan kinerja keuangan dalam jangka panjang. Dengan adanya CSR yang dituangkan dalam *sustainability report* maupun laporan tahunan perusahaan publik di Indonesia dapat meningkatkan penerapan prinsip CG pada perusahaan tersebut, di mana CSR sangat berkaitan untuk proses pembangunan keberlanjutan, dan dengan adanya pengungkapan CSR ini perusahaan juga mendapatkan citra positif dari masyarakat luas bahwa perusahaan telah menerapkan prinsip CG dengan yang baik yaitu mampu menjamin kesetaraan hubungan di antara *stakeholder*. Perusahaan yang mampu membangun CG dengan baik, akan memberikan perhatian yang lebih baik juga terhadap aspek sosial dan lingkungan. Dalam hal ini perusahaan tidak hanya terfokus pada kepentingan *shareholder* dan pencapaian kinerja ekonomi jangka pendek, namun juga memperhatikan kepentingan *stakeholder* perusahaan baik internal maupun eksternal.

Penelitian ini memberikan implikasi yang cukup luas bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan ekonomi mengenai pentingnya informasi non-keuangan seperti *corporate social responsibility* dan *corporate governance*, karena Investor dalam berinvestasi tidak semata-mata hanya memperhatikan kinerja keuangan perusahaan saja, namun juga

kinerja non-keuangan menjadi perhatian bagi para investor seperti CSR dan CG. Perusahaan yang hanya terfokus pada peningkatan aspek *financial* tanpa mampu memberikan perhatian yang lebih terhadap lingkungan dan sosial hanya akan memberi manfaat dalam jangka pendek, berbeda dengan perusahaan yang mampu memberikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial serta perusahaan yang membangun CG dengan baik akan mampu menjamin kesetaraan hubungan diantara *stakeholder* nya untuk keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang.

REFERENSI

- Effendi, M. A. (2009). *The Power of Good Corporate Governance: Teori dan Implementasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali, I. dan Chariri, A. (2007). *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gill, A. (2008). Corporate Governance as Social Responsibility: A Research Agenda. *Berkeley Journal of International Law*, 26(2), 452-478.
- Handajani, L., Subroto, B., Sutrisno, & Saraswati, E. (2014). Are Indonesian Corporates Really Ethical? Exploring Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Linkage. *International Jurnal of Business and Behavioral Sciences*, 4(5), 1-10.
- Jamali, D., Safieddine, A. M., & Rabbath, M. (2008). Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Synergies and Interrelationships. *Corporate Responsibility Research Conference*, 16(5), 443-459.
- Kusuma, R. D, dan Widagdo, B. (2012). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Manajemen Bisnis*. 2(1), 1-18.
- Miles, M. B, dan Huberman, A. M. (1992). *Qualitatif data analysis: A Sourcebook of New Method*. Terjemahan Tjetjep Rohendi Rohidi. *Anlisis Data Kualitatif: Buk sumber tentang metode-metode baru*. Jakarta: UI-PRESS
- Money, K. dan Schepers, H. (2007). Are CSR and corporate governance converging?: A view from boardroom directors and company secretaries in FTSE100 companies in the UK. *Journal of General Management*, 33(2), 1-11.
- Murwaningsih, E. (2009). Hubungan Corporate Governance, Corporate Social Responsibilities dan Corporate Financial Performance Dalam Satu Continuum. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 11(1), 30-41.
- Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD 2004).
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas
- Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (Revisi 2009)
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal.

Urip, S. (2014). Strategi CSR. Tangerang Selatan: Penerbit Literati Imprint dan Penerbit Lentera Hati.