



Ranto P. Sihombing adalah dosen tetap akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang sejak 2006 sampai sekarang. Sarjana Akuntansi diperolehnya dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bandung (2002). Kemudian, ia melanjutkan Magister Akuntansi di Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta (2006) dan mendapatkan gelar Certified Sustainability Reporting Specialist (CSRS) pada 2010 dari National Centre for Sustainability Reporting (NCSR) yang merupakan official partner dari Belanda. Di samping itu, ia juga pernah diminta untuk me-review laporan CSR PT Indosat Tbk., PT Agro Lestari Tbk., dan PT Antam Tbk. pada 2011. Ia juga aktif mengajar mata kuliah Akuntansi Sosial dan Lingkungan yang menjadi salah satu mata kuliah unggulan di Progdi Akuntansi Unika Soegijapranata. Aktivitasnya selain mengajar, yakni melakukan riset, menulis di koran, dan beberapa kali diundang menjadi pembicara. Hibah riset yang pernah didapatkan, yaitu hibah internasional dari United Board (USA) tahun 2014. Selanjutnya, ia juga mendapatkan hibah riset nasional dari DIKTI pada 2017 dan 2018 tentang CSR yang hasilnya ditulis dalam buku ini. Beberapa artikel yang pernah ditulis, antara lain: CSR dan Strategi Pengungkapannya (Bisnis Indonesia), Akuntansi CSR (Jawa Pos), Dampak Global Aksi Lokal (Jawa Pos) dan masih ada beberapa artikel lainnya. Selain itu, ia juga pernah diundang dalam forum ilmiah di FEB UK Maranatha Bandung tahun 2014 dan pada 2016 ia diundang dalam forum diskusi Tim Ahli DPR RI untuk membahas tentang rancangan Undang-undang CSR. Ia dapat dihubungi melalui e-mail ranto@unika.ac.id.



Theresia Dwi Hastuti adalah dosen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang, sejak 1996 hingga sekarang. Sarjana Akuntansi diperolehnya dari Universitas Sebelas Maret, Surakarta pada 1995. Lulus dari Magister Akuntansi Universitas Gadjah Mada pada 2001, dan melanjutkan program doktoral pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro, Semarang lulus pada 2017. Selama proses kuliah program doktoral ia juga mengambil sertifikasi CPA dan mendapatkan gelar Certified Public Accountant pada April 2017. Di samping itu, ia juga aktif meneliti berbagai kajian ilmu di bidang akuntansi dan pengauditan serta ilmu sosial lainnya. Berdasarkan berbagai penelitian yang dilakukan dipublikasi dalam berbagai forum conference di dalam maupun di luar negeri. Selain itu, ia juga aktif dalam pemberdayaan masyarakat kecil, seperti pengrajin batik, pendampingan akuntansi dan keuangan yayasan, serta mengaudit laporan keuangan.

PENERBIT PT KANISIUS
Jl. Cempaka 9, Derasan, Galurunggal,
Depok, Sleman, D.I. Yogyakarta 55291



1018003010

ISBN 978-979-21-5527-3

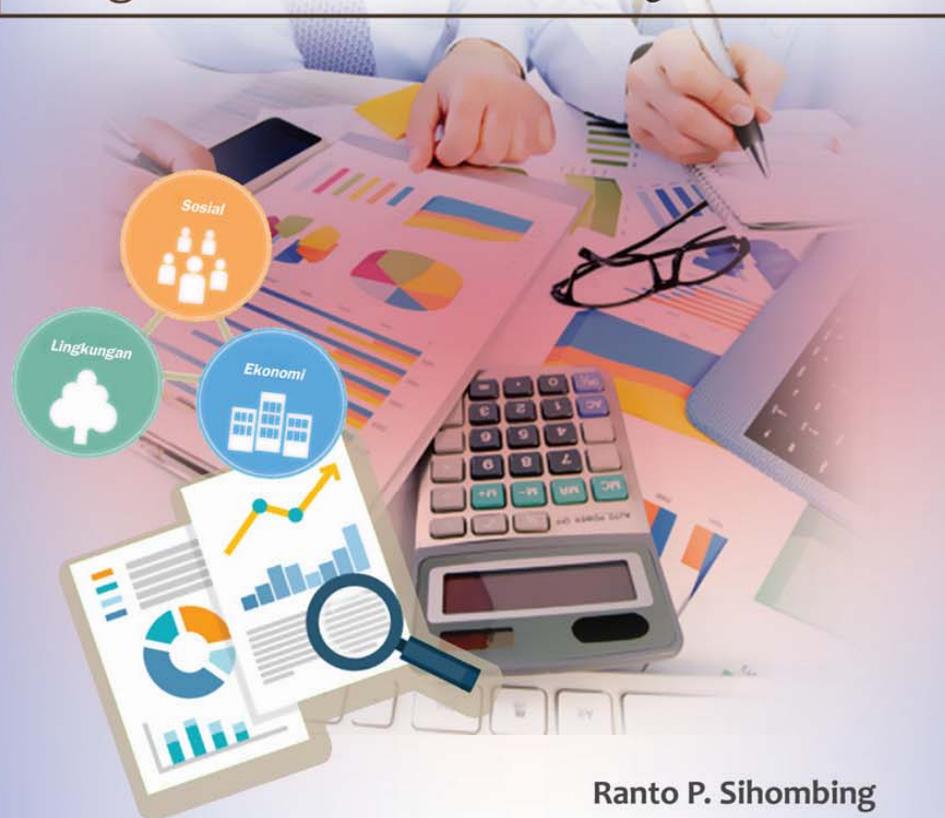


9 789792 155273

Ranto P. Sihombing
Theresia Dwi Hastuti

Dukungan
bagi **AKUNTANSI**
KEBERLANJUTAN

Dukungan AKUNTANSI bagi **KEBERLANJUTAN**



Ranto P. Sihombing
Theresia Dwi Hastuti

Dukungan Akuntansi bagi Keberlanjutan

Oleh:

Ranto P. Sihombing
Theresia Dwi Hastuti



PENERBIT PT KANISIUS

Dukungan Akuntansi bagi Keberlanjutan

1018003xxx

© 2018 - PT Kanisius

PENERBIT PT KANISIUS (Anggota IKAPI)

Jl. Cempaka 9, Deresan, Caturtunggal, Depok, Sleman,

Daerah Istimewa Yogyakarta 55281, INDONESIA

Telepon (0274) 588783, 565996; Fax (0274) 563349

E-mail : office@kanisiusmedia.co.id

Website : www.kanisiusmedia.co.id

Cetakan ke-	3	2	1
Tahun	20	19	18

Editor : Rosa de Lima

Desain isi : Oktavianus

Desain Sampul : Joko Sutrisno

ISBN 978-979-21-xxx-x

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apa pun, tanpa izin tertulis dari Penerbit atau Penulis.

Kata Pengantar

Isu *global warming* direspons oleh perusahaan dengan melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang lebih dikenal dengan istilah *corporate social responsibility* (CSR). Secara sekilas, aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan akan membebani perusahaan dalam jangka pendek, tetapi akan memberikan manfaat pada jangka panjang. Dalam hal ini, dukungan akuntansi dibutuhkan agar perusahaan dapat melakukan perencanaan keuangan yang baik serta pelaporan yang komprehensif untuk mengintegrasikan aspek sosial dan lingkungan sehingga perusahaan tidak hanya berorientasi pada laba yang sifatnya jangka pendek, tetapi juga memperhatikan aspek sosial dan lingkungan yang berorientasi jangka panjang.

Secara konseptual, CSR tidak hanya aktivitas yang bersifat filantropi saja, namun kegiatan yang berkaitan secara langsung dengan aktivitas utama perusahaan dalam upaya meminimalkan dampak negatifnya kepada lingkungan. Untuk itu, perlu dilakukan sebuah analisis kebutuhan *stakeholder* perusahaan agar CSR yang dilakukan perusahaan sesuai apa yang dibutuhkan oleh para *stakeholder*. Buku ini akan diawali dengan membahas kaitan akuntansi dengan isu *global warming* yang tengah terjadi dan banyak membahas tentang proses analisis kebutuhan *stakeholder* yang dilakukan perusahaan sampai dengan implementasinya. Untuk membantu memahami konsep yang komprehensif itu maka

buku ini didukung hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis selama dua tahun terhadap pelaku UMKM Batik Lasem sebagai salah satu mitra perusahaan yang menerapkan CSR-nya yang belum pernah dibahas di buku-buku sebelumnya.

Buku ini disusun dengan pembahasan yang sistematis sehingga dapat digunakan oleh berbagai kalangan, seperti mahasiswa, akademisi, para praktisi dan para pelaku UMKM Batik. Harapannya akan semakin banyak pihak menyadari pentingnya isu sosial dan lingkungan, terutama bagi pelaku UMKM Batik yang sangat bergantung pada teknik pewarnaan sehingga aktivitas yang dilakukan lebih ramah lingkungan.

Semarang, Agustus 2018

Tim Penulis



Daftar Isi

Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v
1 Bisnis dan Lingkungan	1
A. Pendahuluan	1
B. Akuntan, Akuntansi dan Lingkungan	2
C. Sikap Akuntan terhadap Lingkungan.....	4
D. Peran Akuntan	6
E. Perkembangan Agenda Lingkungan.....	6
F. Publik, Media, dan Politisi	9
G. Sikap dan Respons Perusahaan.....	11
H. Menghijaukan Perusahaan: Biaya atau Manfaat?	13
I. Akuntansi dan Informasi Manajemen.....	15
2 Akuntansi untuk Keberlanjutan: Sisi Praktis	19
A. Pendahuluan	19
B. Keberlanjutan, Pembangunan Berkelanjutan, dan Perubahan Iklim.....	20
C. Keberlanjutan Melalui Praktik Akuntansi	23
D. Sisi Praktis Perusahaan Berkelanjutan	24
3 Menghijaukan Perusahaan	31
A. Pendahuluan	31
B. Kekuatan Perubahan.....	32
C. Pengaruh Pihak Eksternal	33

	D. Pengaruh Karyawan.....	34
	E. Pengaruh Manajemen Puncak.....	36
	F. Sistem Penilaian dan Pengukuran Kinerja.....	37
	G. Peran Akuntan untuk Memulai Perubahan.....	38
4	Kebijakan Lingkungan.....	43
	A. Pendahuluan	43
	B. Kebijakan Lingkungan Perusahaan	44
	C. Piagam Lingkungan.....	46
	D. Prinsip-prinsip CERES.....	47
	E. Piagam Bisnis ICC.....	48
	F. Piagam dan Inisiatif yang Lain.....	50
	G. Implementasi dan Monitoring.....	51
5	Sistem Manajemen dan Audit Lingkungan.....	55
	A. Pendahuluan	55
	B. Audit Lingkungan.....	56
	C. Analisa Dampak Lingkungan (AMDAL)	57
	D. Survei Lingkungan.....	58
	E. Mengembangkan Audit Lingkungan	60
	F. Mengembangkan Sistem Manajemen Lingkungan....	63
	G. Standar Lingkungan.....	65
	H. Audit terhadap Supplier dan Eco-Labeling	69
6	Akuntansi Energi.....	73
	A. Pendahuluan	73
	C. Isu Energi yang Dihadapi oleh Bisnis.....	76
	D. Akuntansi Energi.....	77
	E. Akuntansi Unit Energi.....	79
7	Akuntansi Sampah, Pengemasan dan Daur Ulang	83
	A. Pendahuluan	83
	B. Masalah Sampah.....	84
	C. Manajemen Sampah Perusahaan	86
	D. Akuntansi untuk Sampah	88

E.	Pengemasan.....	90
F.	Daur Ulang dan Menggunakan Kembali.....	92
G.	Sampah dan Otoritas Lokal	93
8	Akuntansi dan Audit Sosial	95
A.	Pendahuluan	95
B.	Akuntansi Sosial: Pengantar	96
C.	Praktik Pelaporan Sosial.....	97
D.	Latar Belakang dan Sejarah Audit Sosial	99
9	Tanggung Jawab Sosial Perusahaan/Corporate Social Responsibility	101
A.	Sejarah Corporate Social Responsibility	101
B.	Keunggulan Kompetitif yang Berkelanjutan.....	105
C.	Strategi Keberlanjutan dan Laporan Terpadu.....	108
10	Pelaporan Lingkungan.....	111
A.	Pendahuluan	111
B.	Mengapa Akuntansi Keuangan?.....	112
C.	Bagaimana Akuntansi Keuangan Dipengaruhi?	113
D.	Respons Regulator Akuntansi	115
E.	Aspek Lingkungan di dalam Laporan Keuangan	118
F.	Pelaporan Lingkungan Terpisah	120
G.	Tekanan-tekanan Pengungkapan.....	122
H.	Praktik Pelaporan Lingkungan Perusahaan.....	124
11	Laporan Terpadu	129
A.	Arti Laporan Terpadu.....	129
B.	Alasan Membuat Laporan Terpadu.....	130
C.	Memperjelas antara Hubungan dan Komitmen	132
D.	Keputusan Lebih Baik.....	134
E.	Memperdalam Hubungan	135
F.	Mengurangi Risiko Reputasi	136

12	Perubahan Paradigma Perusahaan dan Pelaku Usaha	139
A.	Pendahuluan	139
B.	Dapatkah Bisnis menjadi Bagian Solusi?	140
C.	Akuntansi untuk Keberlanjutan?	141
D.	Dukungan Komunitas Investor	142
E.	Dukungan Pemerintah.....	142
F.	Perubahan Paradigma Pelaku Usaha Mikro di Lasem.....	145
G.	Batik dengan Pewarnaan Alam yang Ramah Lingkungan	188
H.	Bentuk Pendampingan Mitra Usaha Batik Melalui Penerapan CSR dan USR.....	194
I.	Proses Transfer Pengetahuan Pembatik dengan Pewarnaan Alam ke Pembatik Lasem	196
J.	Pengembangan Ekonomi Kreatif dan Pengelolaan Bisnis Batik yang Ramah Lingkungan.....	200
	Daftar Pustaka	205
	Glosarium.....	209
	Indeks	211

1 Bisnis dan Lingkungan

Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini maka Anda akan memahami hal-hal berikut:

1. Hubungan antara bisnis dan lingkungan;
 2. Gambaran singkat keterkaitan antara akuntan, akuntansi, dan lingkungan;
 3. Agenda lingkungan dan respons bisnis terhadap agenda lingkungan;
 4. Faktor-faktor yang mendorong perusahaan untuk merespons agenda lingkungan.
-

A. Pendahuluan

Saat ini di dunia telah terjadi banyak perubahan yang tidak dapat dihindari. Dunia telah mengalami banyak perubahan akibat perubahan iklim. Namun, di saat yang bersamaan, aktivitas bisnis bertumbuh dengan sangat pesat, baik dari skala produksi maupun teknologi yang digunakan sehingga dapat menyebabkan terancamnya keseimbangan lingkungan. Di sisi lain, negara-negara berkembang dihadapkan pada masalah-masalah, seperti peningkatan jumlah populasi, kemiskinan, kelaparan, dan kesenjangan sosial. Lalu, muncul pertanyaan, apa tujuan peningkatan aktivitas bisnis bila akan mengganggu keseimbangan lingkungan? Buku ini ditulis bukan untuk menjawab pertanyaan

itu, tetapi mencoba menganalisis di mana peran akuntan terkait isu lingkungan yang saat ini terjadi.

Ada dua alasan penting mengapa akuntan harus terlibat dalam hal ini. *Pertama*, bisnis dan lingkungan saling berkaitan erat. Apabila bisnis mau merespons agenda lingkungan maka membutuhkan akuntansi untuk melakukan hal itu. Bisnis juga membutuhkan sistem manajemen lingkungan (*environmental management system*) dan pelaporan lingkungan (*environmental reporting*) sehingga membutuhkan akuntan agar dapat berjalan dengan efektif. *Kedua*, adanya asumsi dasar bahwa laba atau biaya, sukses, atau gagal merupakan hal penting yang terkait dengan lingkungan. Aktivitas bisnis perusahaan dimulai dari input, baik berupa sumber daya yang digunakan, kemudian diproses, dan menghasilkan output. *Ketiga*, aktivitas itu tentunya memerlukan proses pencatatan yang melibatkan akuntansi.

B. Akuntan, Akuntansi dan Lingkungan

Tidak ada keraguan bahwa akuntansi dibutuhkan untuk mulai menempatkan isu lingkungan ke dalam bisnis. Pernyataan itu sesuai dengan pendapat yang banyak dikemukakan oleh para ahli bahwa tanpa menghidupkan akuntansi banyak inisiatif lingkungan akan menjadi sia-sia. Melalui buku ini, nantinya diharapkan akuntan memegang peran penting dalam perusahaan dan bukan hanya mengelola sistem informasi keuangan saja.

Untuk itu, maka hal yang dibutuhkan adalah memperkenalkan bisnis kepada agenda lingkungan dan implikasinya terhadap bisnis dan akuntansi. Seperti kita ketahui bahwa akuntansi yang dilakukan diperusahaan bukanlah sesuatu yang kaku. Sistem akuntansi akan dapat berjalan secara efektif apabila dilakukan sesuai konteks kegiatannya. Untuk memahaminya, kita perlu mengetahui isu manajemen yang lebih luas dalam inovasi akuntansi. Sama halnya dengan isu sosial yang mempengaruhi aktivitas dan akuntabilitas perusahaan. Menurut

Gray & Bebbington (2001), memberikan tahapan-tahapan peran akuntan dalam membantu perusahaan menjadi sensitif terhadap lingkungan melalui lima langkah berikut ini.

1. Modifikasi sistem akuntansi secara menyeluruh untuk mengidentifikasi lingkungan yang terkait pengeluaran-pengeluaran.
2. Identifikasi elemen-elemen negatif lingkungan yang terkait dengan kebutuhan akuntansi.
3. Kebutuhan sistem akuntansi lebih berorientasi ke masa depan dan berpotensi menjadi isu yang muncul secara serius yang berasal dari agenda perubahan lingkungan.
4. Perubahan fungsi pelaporan eksternal.
5. Sistem informasi akuntansi baru yang perlu untuk dikembangkan.

Melalui beberapa proses menghijaukan akuntansi dan keuangan, hal itu dimungkinkan untuk mendorong akuntansi menjadi lebih sederhana dan reaktif dibandingkan dengan peran yang bersifat konvensional. Banyak bukti yang mengatakan bahwa akuntan bersifat reaktif, namun penulis memprediksi bahwa akuntan bersifat profesional dan akan bertindak secara profesional pula. Itu artinya, akuntan perlu menyadari bahwa tanggung jawab akuntan terkait krisis lingkungan dan menyadari keahlian dan atribut akuntan yang berkaitan dengan pekerjaan. Langkah selanjutnya, melihat cara yang lebih kreatif untuk membantu perusahaan dalam mengembangkan kepekaan terhadap lingkungan. Beberapa akuntan tidak menentang hal ini, tetapi mereka tidak memiliki kemampuan untuk menerapkannya ke dalam dunia praktik. Dimulai dari pandangan yang bersifat kemanusiaan, etika, dan profesional, akuntan berkomitmen terhadap kepentingan publik dan perbaikan krisis ekosistem serta keberadaan makhluk hidup.

Para akuntan lambat untuk memulainya, namun organisasi profesi akuntan telah mengambil inisiatif untuk merespons agenda perubahan lingkungan. Inisiatif ini masih berjalan lambat dan bersifat tradisional seperti laporan keuangan dan pengauditan. Seberapa jauh profesi akuntansi mampu melakukan inisiatif lingkungan bergantung pada beberapa faktor, yaitu: aturan perundangan, kebutuhan bisnis, dan adanya kebutuhan standar. Oleh karena itu, mari kita mulai dengan apa yang dimaksud dengan definisi akuntansi lingkungan. Menurut Gray & Bebbington (2001), akuntansi lingkungan sebagai berikut.

1. Mengakui dan mencari dampak negatif lingkungan terhadap praktik akuntansi konvensional.
2. Mengidentifikasi biaya yang terkait dengan lingkungan dalam sistem akuntansi konvensional.
3. Melakukan inisiatif langkah-langkah perbaikan pengaruh lingkungan terhadap praktik akuntansi.
4. Membagi sistem keuangan dan non keuangan, sistem informasi, dan sistem pengendalian untuk mendorong keputusan manajemen yang lebih ramah lingkungan.
5. Mengembangkan sistem pengukuran kinerja, pelaporan, serta penilaian kinerja untuk tujuan internal dan eksternal.

C. Sikap Akuntan terhadap Lingkungan

Secara sekilas, tampaknya para akuntan tidak terlibat secara mendalam dalam agenda perubahan lingkungan. Pandangan yang lebih mengkhawatirkan lagi adalah pendekatan akuntansi konvensional akan mematikan inovasi lingkungan. Pengukuran laba jangka pendek, pelaporan kinerja, proses penganggaran, dan penilaian investasi sering kali bertentangan dengan inisiatif perubahan lingkungan. Namun, faktanya akuntan secara tajam melakukan proses inovasi. Tentunya, akuntan melakukannya terkait dengan akuntansi konvensional, khususnya pengukuran keuangan. Akibatnya, sering akuntan tidak terlibat dengan

sendirinya dalam inisiatif memberikan kontribusi. Penjelasan logis yang terkait dengan hal ini bahwa akuntan tidak begitu yakin apakah mereka harus terlibat, bagaimana berkontribusi untuk mengembangkan sensitivitas lingkungan dalam perusahaan. Selain itu, ada keraguan akuntan untuk memandang ke depan atau memiliki perhatian terhadap agenda perubahan lingkungan dan respons perusahaan terhadap agenda lingkungan. Oleh sebab itu, umumnya akuntan membutuhkan pedoman yang berasal dari perusahaannya atau organisasi profesi.

Ada beberapa pandangan yang dinyatakan dalam buku ini. Akuntansi lingkungan masih konsep yang relatif baru dan standar atau praktik terbaik masih baru bermunculan, semuanya itu secara luas telah diadopsi oleh perusahaan. Adopsi itu berasal dari akuntan yang enggan melakukan aktivitas baru yang kelihatannya tidak segera dibutuhkan. Akibatnya, adopsi yang terlambat pada teknik akuntansi lingkungan mengakibatkan keengganan bisnis untuk secara penuh mengakui dan memasukkan agenda lingkungan. Sebenarnya, akuntan ada di bawah tekanan untuk mengadopsi metode yang baru. Akuntansi lingkungan secara terus-menerus muncul sebagai pengetahuan dan teknik yang koheren, namun tidak berarti universal dan sebagai pengalaman perusahaan dengan pendekatan terhadap akuntansi lingkungan yang sangat beragam. Tidak ada seperangkat penjelasan pedoman yang jelas tentang apa sebenarnya akuntansi lingkungan. Penulis mencoba menggambarkan dari berbagai pengalaman mengajar, pendidikan sertifikasi, dan beberapa literatur terkait, serta contoh-contoh praktik terbaik dan *trial and error* tentang akuntansi lingkungan. Buku ini ditulis untuk memberikan bantuan maksimal bagi akuntan untuk mencoba memulai menghidupkan sistem akuntansi dan keuangan serta bagi pihak-pihak yang ingin mengetahuinya.

D. Peran Akuntan

Berdasarkan pendapat yang disampaikan oleh Gray & Bebbington (2001), menyatakan akuntan jangan dijadikan sebagai sumber inovasi dalam perusahaan. Meskipun akuntan melihat bahwa mereka berpotensi untuk berinovasi, namun akuntan menemui kendala dalam sistem informasi keuangan yang ada. Dampaknya, inovasi yang dilakukan akan berjalan lambat sehingga dalam jangka pendek, kemungkinan inovasi akan berasal dari profesi lain.

Walaupun demikian, permintaan akan adanya perubahan yang cepat dalam perusahaan dapat mengakibatkan perubahan yang cepat pula dalam aktivitas akuntansi. Penulis mencoba menyediakan dukungan dan dorongan bagi akuntansi untuk mengeksplorasi inisiatif lingkungan. Beberapa bagian dari buku ini akan menjelaskan bagian-bagian aktual dan potensial yang relevan dengan bidang akuntansi sekaligus manajemen.

E. Perkembangan Agenda Lingkungan

Pertanyaan yang muncul bagi perusahaan yang mau merespons agenda lingkungan adalah memutuskan apakah isu lingkungan merupakan sesuatu yang penting untuk dilakukan. Apakah mungkin dapat merespons dengan cara yang tepat? Penulis mencoba memperkenalkan bagian-bagian lingkungan yang sering diperdebatkan, kemudian mencoba menguraikan posisi individu-individu dan perusahaan dalam agenda lingkungan. Hal itu mengilustrasikan satu pandangan yang luas dan membantu akuntan dan pihak manajemen perusahaan untuk mencapai kesepakatan. Perlu disadari bahwa isu lingkungan berbeda sifatnya dengan isu strategi bisnis pada umumnya. Keputusan yang salah barangkali mempunyai pengaruh dalam terhadap perusahaan, karyawan, manajemen, dan para pemegang saham. Sikap terhadap isu lingkungan merupakan langkah pertama yang penting dalam

menghijaukan perusahaan seperti yang terlihat dalam tabel di bawah ini.

Tabel 1. Krisis yang terjadi

Penipisan Ozon	Penggunaan Energi
Pemanasan global	Populasi
Punahnya spesies	Limbah kimia
Hancurnya habitat	Polusi air, udara, tanah, suara
Penebangan hutan	Kelangkaan sumber daya
Sampah	Kemiskinan

Sumber: Gray dan Bebbington (2001)

Selanjutnya, isu lingkungan berkembang dengan cepat dalam hal pemikiran, hukum, praktik, dan sikap sehingga tidak seorang pun dapat mencegahnya. Pada tabel di bawah ini mengilustrasikan beberapa area mengalami perubahan dan beberapa area lagi akan mengalami perubahan.

Tabel 2. Tekanan terhadap Bisnis karena Perubahan Lingkungan

Tanggung Jawab Supplier	Daur Ulang	Investasi yang Etis
Perjanjian tentang CFCs	Pengungkapan Lingkungan	Konsumen hijau
Perjanjian tentang CO2	Efisiensi Energi	Pengendalian transportasi
Eco-labelling	Audit Lingkungan	Pajak energi
Limbah	Sistem Manajemen Lingkungan	Perdagangan karbon
Kontaminasi Lahan	Eco-efficiency	Kebijakan lingkungan organisasi
Pengemasan	Pembangunan berkelanjutan	Audit sosial

Sumber: Gray dan Bebbington (2001: 29)

Sementara itu, masing-masing perubahan akan memberikan tekanan (*pressure*) untuk perubahan, baik secara tidak langsung dan langsung. Contoh *pressure* secara tidak langsung adalah semakin minimnya ketersediaan jasa dan bahan baku, sedangkan *pressure* secara langsung adalah melalui regulasi yang mengatur perusahaan. Tekanan ini sebaiknya bersama-sama disadari perusahaan. Hal inilah yang dapat menyebabkan banyak permintaan terhadap inovasi dalam akuntansi dan sistem yang berhubungan dengan informasi. Penyesuaian yang dilakukan pada tahap awal akan menghindari dari kesalahan dan dampaknya pada sistem keuangan. Oleh karena itu, monitoring terhadap agenda dan seluruh pengembangannya adalah bagian penting pada masa mendatang dan edukasi terhadap pandangan krisis ekologi dan pengaruhnya terhadap bisnis serta akuntansi.

Setiap perusahaan sebaiknya dibantu mengikuti perkembangan lingkungan. Secara lebih luas, mungkin hal ini membutuhkan semacam *in house training* atau membaca publikasi, forum, jaringan, dan pusat-pusat informasi yang terus mengalami perkembangan. Di Indoensia sendiri lembaga yang menaruh perhatian terhadap hal ini, misalnya Wahana Lingkungan Hidup (Walhi) suatu lembaga yang menaruh perhatian terhadap lingkungan atau *National Centre for Sustainability Reporting* (NCSR) yang merupakan lembaga non profit yang menaruh perhatian terhadap laporan tentang aktivitas lingkungan perusahaan dan perguruan tinggi, seperti prodi akuntansi Universitas Katolik Soegijapranata yang mengajarkan tentang akuntansi sosial dan lingkungan ke dalam kurikulum pembelajaran, dan lain sebagainya.

Agenda perkembangan bisnis dan lingkungan berjalan sangat cepat dan mengandalkan inisiatif secara sukarela. Selain itu, organisasi internasional, seperti *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) dan *International Chamber of Commerce* (ICC) memiliki perwakilan di masing-masing negara.

Namun, hanya waktu yang akan membuktikan apakah hal ini dapat berjalan efektif atau tidak. Tidak ada bukti yang cukup kuat apakah kesukarelaan akan membantu mengatasi krisis lingkungan yang terjadi. Namun, di lain sisi, ada bukti yang memperlihatkan dari beberapa perusahaan bahwa kesukarelaan membawa dampak perubahan terhadap lingkungan meski tidak secara signifikan. Selain itu, faktor penting lainnya yang mempengaruhi keberhasilan dalam merespons isu lingkungan adalah sikap dan tingkat pendidikan para pemerhati lingkungan. Khususnya, apa yang diketahui seseorang tentang lingkungan dan bagaimana dampaknya bagi lingkungan sehingga mempengaruhi sikap orang untuk mencari solusi terhadap persoalan lingkungan yang dihadapi.

F. Publik, Media, dan Politisi

Edukasi tentang fakta krisis lingkungan dan respons etis terhadap fakta yang terjadi memungkinkan setiap perusahaan segera memberi perhatian terhadap isu lingkungan yang akan dibangun, dirasakan, dan ditafsirkan oleh publik, media, dan para politisi. Di samping itu, opini publik, media, dan politisi juga akan mempengaruhi praktik bisnis, sikap konsumen, perhatian karyawan yang pada akhirnya akan mempengaruhi regulasi dan kerangka institusi operasi perusahaan. Kemudian, beberapa opini akan langsung mempengaruhi perusahaan dalam penggunaan sumber daya, lalu mempengaruhi opini publik dan pemerintah.

Opini publik tentang lingkungan naik turun dan bervariasi antara satu negara dengan negara lain, tetapi variasi itu akan menyamakan luasnya perhatian terhadap lingkungan sebagai suatu isu yang terus berkembang. Berdasarkan sisi strategi bisnis, variasi opini publik ini tidak membawa kepada realita bisnis, kecuali mendorong perusahaan untuk meyakinkan publik bahwa tidak ada yang perlu dikhawatirkan. Perhatian media terhadap *green consumer* barangkali saja terhambat, tetapi pola konsumsi

akan mengalami perubahan dan akan berlanjut seperti itu. Sama seperti kita lihat pada bab selanjutnya, perusahaan tidak dapat lagi mengabaikan “pembeli hijau” (*green purchaser*) untuk jangka waktu yang lama. Paling tidak, *eco-labelling* dapat mempengaruhi pola konsumsi dan akan meningkatkan kehidupan organisasi.

Selanjutnya, pengaruh pemikiran karyawan terhadap lingkungan sangatlah kompleks. Bahkan, dari sebuah hasil penelitian dalam bukunya yang berjudul *Accounting for the Environment* pada 2001 mengatakan bahwa bidang marketing di Inggris pada tahun 1990-an menemukan isu lingkungan dimainkan oleh para lulusan ketika mencari pekerjaan. Namun, karena adanya resesi, pengangguran, perampingan karyawan tidak dapat secara efektif dilakukan. Fokus perhatian terhadap isu lingkungan adalah meningkatnya permintaan terhadap karyawan yang kompetitif dan memiliki potensi yang terbaik. Tentunya, motivasi karyawan sangat berhubungan dengan bagaimana mereka dapat merasakan pengaruh lingkungan dan apa yang sebaiknya akan dilakukan.

Persepsi publik terhadap agenda lingkungan sangat dipengaruhi oleh media populer dengan cara meningkatnya reportase yang mengarahkan kepada keterkaitan antara organisasi publik, komunitas lokal, konsumen, karyawan, dan barangkali para pemegang saham, bankir serta lembaga asuransi. Lalu, beberapa grup lingkungan yang berhasil menggunakan media, antara lain: Shell, British Petroleum, McDonald’s, Nike, dan BHP adalah perusahaan yang memiliki pengalaman-pengalaman dalam hal itu. Dengan demikian, apabila setiap perusahaan memonitor perhatian media terkait sikap perusahaan terhadap lingkungan maka sedapat mungkin perusahaan akan selalu menaruh perhatian terhadap lingkungan.

Perhatian publik akan memberi dampak besar kepada politisi terhadap isu lingkungan. Tentunya, perhatian para politisi terhadap isu lingkungan antara negara satu dengan yang lain berbeda-beda. Khusus untuk pemerintah Indonesia di tahun

2007, mengesahkan Undang-undang (UU) Perseroan Terbatas (PT) Nomor 40 tentang adanya kewajiban perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (TJSL) dan mengungkapkannya di dalam laporan tahunan yang diterbitkan setiap tahunnya. Selain itu, pemerintah telah mengesahkan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 40 tahun 2012 tentang sanksi yang mengatur tentang pelaksanaan TJSL (Sihombing, 2013). Peraturan lainnya adalah Undang-undang Penanaman Modal Nomor 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal yang menyatakan bahwa setiap penanam modal wajib melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan (Rahmatullah & Kurniatai, 2011). Di samping itu, ada juga kesepakatan internasional, seperti Protokol Montreal terhadap CFCs dan Protokol Kyoto terhadap emisi karbon yang memiliki pengaruh kuat pada level nasional.

Sebagian besar perusahaan sangatlah lambat merespons agenda lingkungan. Pada tahun 1990-an, sebanyak 30 % perusahaan yang ada di Inggris menyatakan bahwa isu lingkungan tidak relevan dengan bisnisnya dan hampir 50 % tidak ada langkah sedikit pun yang dilakukan untuk menyesuaikan dengan kondisi lingkungan. Namun, beberapa dekade terakhir ini, persentase itu mengalami penurunan yang berarti, semakin banyak perusahaan yang menaruh perhatian terhadap isu lingkungan. Isu sentralnya adalah seberapa *reliable* data tentang lingkungan dan apakah terdapat konflik antara proteksi lingkungan dan ketersediaan bahan baku (material) perusahaan. Isu ini sangatlah kompleks.

G. Sikap dan Respons Perusahaan

Respons perusahaan terhadap agenda lingkungan sebelum tahun 1990-an masih bersifat biasa, hampir sebagian besar ditentukan oleh regulasi, meskipun hal itu bervariasi dari satu perusahaan ke perusahaan lain dan dari satu negara ke negara lain. Hal itu sangat jarang dilihat sebagai suatu aktivitas utama dalam perusahaan mereka. Namun, saat ini dimungkinkan

bahwa manajemen lingkungan merupakan hal yang esensi bagi perusahaan. Oleh karena itu, hal ini secara tidak langsung akan berdampak pada isu keuangan dan negoisasi asuransi serta pelaporan lingkungan yang dapat dilihat sebagai bagian akuntabilitas perusahaan dan komunikasi terhadap para pemangku kepentingan (*stakeholder*).

Walaupun ada kebutuhan untuk mengintegrasikan lingkungan ke dalam manajemen perusahaan, hal itu tidak mudah untuk meyakinkan semua perusahaan akan menerapkan pemikiran-pemikiran yang disebut sebagai budaya lingkungan yang baru. Proses perubahan-perubahan itu dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. Posisi Bisnis dan Lingkungan

Respons Perusahaan	A (Penghijauan dianggap sebagai suatu yang tidak penting)	B (Isu lingkungan dianggap penting, tetapi tidak prioritas)	C (Lingkungan telah mengalami krisis dan dianggap sebagai sesuatu yang harus diprioritaskan)
Tidak melakukan apapun	Ya	Barangkali kehilangan bisnis	Krisis (tidak ada lingkungan alam)
Mengikuti Peraturan dan Opini Publik	Biaya dan Manfaat	Ya	Krisis (barangkali menunda)
Bertujuan menjadi bisnis yang berkelanjutan	Krisis	Biaya dan Manfaat	Ya

Sumber: Gray dan Bebbington (2001: 37)

Sekitar 10-20 tahun lalu banyak perusahaan, khususnya di Inggris memandang bahwa menghijaukan organisasi itu sebagai sesuatu yang tidak penting (titik A). Akibatnya, banyak perusahaan

tidak melakukan apa pun. Namun, seiring perkembangan dan munculnya perusahaan yang menganggap bahwa menghijaukan perusahaan sebagai sesuatu yang penting maka respons perusahaan bergeser ke titik B. Dengan berorientasi ke masa depan maka semakin banyak perusahaan menganggap menghijaukan organisasi sebagai sesuatu yang penting (C). Karenanya, banyak perusahaan yang mempunyai target-target ke arah keberlanjutan yang berdampak pada biaya yang ditimbulkan semakin rendah. Hal itu akan diuraikan lebih lanjut pada bab berikutnya.

H. Menghijaukan Perusahaan: Biaya atau Manfaat?

Bagi sebagian besar perusahaan, isu lingkungan masih dipertanyakan apakah hal itu bermanfaat ataukah tidak perlu dilakukan. Ilustrasi di bawah ini akan memberikan beberapa gambaran yang merupakan upaya perusahaan untuk mulai mencari pengurangan dampak negatif lingkungan dengan mengestimasi manfaat dan biaya yang diperoleh oleh perusahaan. Masalah yang timbul adalah beberapa pandangan yang muncul, yaitu perusahaan memandang bahwa menghijaukan itu sama dengan laba yang berarti ketika mereka berupaya mengurangi dampak negatif operasinya maka perusahaan dapat melakukan efisiensi biaya sehingga laba menjadi meningkat. Hal itu mungkin saja terjadi ketika perusahaan berupaya untuk ramah pada lingkungan sehingga terjadi penghematan biaya dan kesempatan memperoleh laba.

Tabel 4. Menghijaukan: Biaya atau Manfaat?

	Tidak ada perubahan lingkungan bisnis	Mungkin aturan dan PR berubah	Lingkungan mengalami masalah yang serius
Agak hijau (<i>ligh greening</i>)	Profit sedikit	Profit	-
Hijau (<i>Significant greening</i>)	Sedikit Rugi	Cenderung BEP	Profit
Menuju Keberlanjutan (<i>Toward Sustanablity</i>)	Rugi	BEP	Profit yang tinggi

Sumber: Gray dan Bebbington (2001: 39)

Akan tetapi, kenyataannya ada konflik yang terjadi antara lingkungan dan laba, dibandingkan apabila dilakukan proses penyesuaian. Setelah beberapa tahun membahas soal lingkungan ternyata banyak pemimpin bisnis seluruh dunia telah mengakui hal ini sangat mudah untuk memperoleh manfaat dari manajemen energi dan limbah yang sekaligus akan melibatkan keputusan investasi. Bagi sebagian besar perusahaan yang memiliki masalah *cash flow*, barangkali hal ini akan menjadi sulit. Biaya yang akan dikeluarkan adalah biaya perizinan, *clean-up cost*, biaya asuransi, dan lain sebagainya. Bagi perusahaan yang sesuai dengan standar lingkungan, tidak selalu identik dengan laba seperti perusahaan yang tidak menaruh perhatian terhadap lingkungan.

Selanjutnya, timbul pertanyaan seberapa dalam proses meng-hijaukan itu dilakukan dan berapa lama waktu yang diperlukan. Dalam hal ini, agaknya perusahaan sedikit mengalami beberapa kesalahpahaman tentang hal ini dan menempatkan mereka pada masalah yang menakutkan. Jelasnya, sebagian besar perusahaan, baik kecil dan besar bertanya ke mana tujuan yang akan dicapai. Bagi sebagian besar perusahaan, ketidakpastian itu cenderung akan menimbulkan reaksi terhadap isu lingkungan, namun ketika hal

itu dapat dipahami dengan baik maka hal itu bukan menjadi tanda buruk pada masa mendatang dan diperlukan konsultasi yang jelas dari pemerintah.

Menurut Gray & Bebbington (2001), survei terhadap perusahaan yang merespons lingkungan akan menghasilkan gambaran konflik yang aneh tentang apa dan mengapa perusahaan melakukannya. Konflik itu timbul antara bisnis dan pemerintah bahwa perusahaan melakukan secara sukarela, hal itu akan menjadi alasan paling baik dibandingkan dengan melakukannya karena diwajibkan oleh pemerintah. Oleh karena itu, timbullah *gap* yang tersembunyi antara ide dan realitanya. Namun, berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh peneliti (Gray & Bebbington, 2001), tidak semua perusahaan di dunia secara serius melakukan, meski ada sebagian yang tetap merespons terhadap perubahan lingkungan. Sebagai contoh, perusahaan di Jerman fokus terhadap audit lingkungan (*environmental auditing*), perusahaan di Amerika fokus terhadap reboisasi lahan, Denmark dan Swedia fokus terhadap kewajibannya untuk melaporkan, tetapi Inggris dan Kanada masih bersifat sukarela (*voluntary*). Selain itu, Australia fokus di bidang publik, sedangkan Jepang mempunyai manajemen energi yang baik walaupun saat ini menghadapi masalah akibat radiasi energi nuklir. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hanya beberapa negara di dunia ini yang mau menerapkan strategi lingkungannya secara menyeluruh dan memiliki dampak substantif kepada pembangunan berkelanjutan.

I. Akuntansi dan Informasi Manajemen

Berbagai sumber pedoman tersedia bagi perusahaan, mulai dari buku sampai konsultasi-konsultasi yang disesuaikan dengan praktik bisnis dan keahlian manajemen. Pedoman yang ada dalam publikasi buku-buku dan konsultasi-konsultasi yang ada biasanya hanya memberikan nasihat tentang apa yang dibutuhkan oleh perusahaan, tetapi tidak memberitahukan cara melakukannya.

Beberapa saran yang mungkin akan diberikan oleh beberapa ahli, seperti mengembangkan kebijakan lingkungan, menyusun sasaran, melakukan audit lingkungan, atau publikasi sebuah laporan lingkungan. Lalu, pertanyaan yang muncul selanjutnya, apakah perusahaan harus melakukan dari sisi aktivitas, produk, ataupun jasa? Siapa yang seharusnya terlibat di dalam perusahaan? Jenis sasaran kinerja dan target seperti apa yang harus ditetapkan? Pertanyaan-pertanyaan itu hanya dapat dijawab bila bergantung pada situasi di dalam perusahaan. Tidak ada satu obat yang mujarab, seluruh kemungkinan pendekatan-pendekatan dapat dicoba dalam konteks atau kerangka manajemen lingkungan.

Selanjutnya, mengelola dampak lingkungan yang disebabkan oleh aktivitas bisnis perusahaan merupakan ide yang bukan baru lagi. Pemikiran saat ini dalam mengelola lingkungan didasarkan pada hal tersebut tidak dapat dilakukan secara terpisah sebagai suatu bidang ilmu. Oleh sebab itu, manajemen lingkungan harus terintegrasi dengan praktik bisnis normal. Kemudian, esensi manajemen lingkungan adalah mengubah praktik dan sistem manajemen perusahaan dalam merespons isu lingkungan yang di dalamnya terdapat potensi dan ancaman. Langkah pertama yang harus dilakukan adalah perubahan cara kerja internal perusahaan yang harus dilakukan. Dengan memperoleh informasi dan data tentang penyebab dampak lingkungan maka perusahaan akan memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang isu kinerja lingkungan. Sementara itu, pemahaman dan informasi serta pengetahuan tentang teknologi dan relevansinya terhadap peraturan yang ada akan memberikan arah perubahan dalam kebijakan dan sasaran perusahaan.

Setelah itu, langkah awal yang harus dilakukan oleh perusahaan, yaitu *me-review* atau yang lebih dikenal dengan istilah audit lingkungan. Tujuannya untuk memperoleh pemahaman yang cukup tentang aktivitas operasi saat ini dan aktivitas yang akan dilakukan, yang berpotensi terhadap lingkungan, seperti: udara,

air tanah, dan sumber daya alam. Hal itu bukan berarti hanya melihat kemungkinan dampak lingkungan akibat bahan baku, sumber daya yang digunakan, limbah, emisi, dan produk, tetapi juga isu-isu bisnis yang akan muncul. Sebagai contoh, peraturan pemerintah, perkembangan standar yang ditetapkan, aktivitas pasar seperti apa yang dilakukan oleh kompetitor dan perilaku konsumen yang menginginkan produk lebih ramah lingkungan.

Hasil dari *review* atau audit lingkungan itu kemudian dijadikan dasar untuk meningkatkan bidang-bidang dalam perusahaan yang perlu ditingkatkan. Bidang-bidang itu harus tercermin dalam strategi dan kebijakan perusahaan yang akan dilakukan. Kebijakan lingkungan dan strategi yang akan dilakukan sebaiknya mencakup seluruh area kinerja penting dan tidak hanya ditentukan oleh peraturan perundang-undangan. Area kinerja mungkin saja dapat mencakup seperti emisi, limbah, dan penggunaan sumber daya alam (energi, air dan bahan baku), kinerja *supplier*, dan dampak desain produk setelah produk itu tidak terpakai lagi.

Keberhasilan dalam mengimplementasikan manajemen lingkungan yang efektif akan bergantung pada kualitas informasi yang tersedia. Perusahaan-perusahaan yang lebih mengandalkan informasi-informasi yang lebih bersifat tradisional akan membutuhkan tipe informasi yang baru, seperti emisi, data peraturan pemerintah, statistik tentang sampah yang terkait dengan tingkat *recovery* dan daur ulang termasuk dampaknya terhadap lingkungan setelah tidak digunakan lagi. Namun, ada kemungkinan kesulitan praktik yang diakibatkan dari kurangnya data yang disebabkan oleh hampir sebagian besar perusahaan harus mengembangkan aliran informasi dari *review* lingkungan. Berdasarkan penjelasan di atas, tidak ada keraguan bahwa sistem akuntansi dan keuangan dibutuhkan untuk memainkan peran dalam menghasilkan informasi yang lebih baik dan membantu pengambilan keputusan. Lalu, bagaimana caranya?

Dalam jangka pendek, akuntan dapat fokus pada kinerja area-area yang teridentifikasi dalam kebijakan dan mempertimbangkan kontribusinya ketika bekerja dalam sistem akuntansi dan keuangan yang ada. Hal ini tentunya akan berdampak kepada dua area penting. *Pertama*, dengan menentukan area-area penting yang relevan dengan sasaran lingkungan seperti pembuangan dan penanganan sampah, energi, dan pemeliharaan-pemeliharaan dalam suatu cara tertentu yang membuatnya secara terpisah dapat teridentifikasi serta lebih mudah dikendalikan. *Kedua*, mencari cara untuk memecahkan konflik antara manajemen lingkungan dan sistem manajemen keuangan tradisional.

Sementara itu, dalam jangka menengah, akuntan perlu menyusun ulang perencanaan dan sistem *forecasting* untuk menggabungkan target peningkatan lingkungan dan implikasinya terhadap keuangan. Dalam jangka panjang, perlu mengembangkan *eco-accounting* atau akuntansi sumber daya alam yang bertujuan untuk menghasilkan akun-akun yang mencerminkan biaya produksi yang memiliki kontribusi terhadap keberlanjutan.

Pertanyaan Diskusi

1. Jelaskan perkembangan agenda lingkungan yang ada di Indonesia!
2. Apakah perusahaan di Indonesia merespons agenda lingkungan yang ada? Jelaskan!
3. Jelaskan regulasi yang dikeluarkan oleh pemerintah untuk mendorong perusahaan agar lebih ramah lingkungan!
4. Jelaskan bentuk dukungan profesi akuntan terhadap isu lingkungan yang terjadi!
5. Jelaskan pendapat Anda terhadap krisis lingkungan yang ada dalam lingkungan terdekat Anda saat ini!

2 Akuntansi untuk Keberlanjutan: Sisi Praktis

Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini maka Anda akan memahami hal-hal berikut:

1. Hubungan antara perubahan iklim dan pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*);
2. Pengaruh *Global Warming* terhadap ekonomi;
3. Gambaran singkat tentang praktik perusahaan dari berbagai sektor yang mempunyai komitmen terhadap isu keberlanjutan.

A. Pendahuluan

Menjalankan bisnis yang ramah secara lingkungan, sosial, dan ekonomi merupakan suatu tantangan bagi perusahaan saat ini. Isu-isu seperti perubahan lingkungan, konsumsi sumber daya alam yang berlebihan, dan meningkatnya kerusakan ekosistem dengan cepat akan berpengaruh secara fundamental terhadap sosial dan ekonomi. Hal ini justru membuktikan bahwa penting bagi perusahaan untuk memahami dan merespons isu-isu yang akan mempengaruhi kontinuitas dan kesuksesan perusahaan di masa mendatang dan bagaimana perusahaan membantu komunitas dalam menghadapi tantangan perubahan lingkungan.

Selanjutnya, praktik dan proses akuntansi mempunyai peran penting dalam membantu perusahaan mengembangkan aktivitas produksi yang bersifat berkelanjutan untuk merespons

hal ini. Beberapa praktik secara sistematis mengidentifikasi dan menghubungkan antara ekonomi, sosial, biaya lingkungan, manfaat strategi serta respons perusahaan. Akuntansi juga dapat membantu perusahaan dalam proses pengambilan keputusan. Untuk dapat mencapai hal itu, praktik akuntansi harus berkembang dari yang bersifat tradisional hanya fokus kepada ekonomi saja, tetapi juga fokus terhadap sosial dan lingkungan.

B. Keberlanjutan, Pembangunan Berkelanjutan, dan Perubahan Iklim

Salah satu syarat bagi individu dan perusahaan agar bertahan dan berkembang dengan pesat dalam jangka panjang, yaitu merespons secara ekonomi, lingkungan, dan sosial. Menurut Hopwood, Jeffrey, & Jessica (2010), ketiga hal itu diperlukan karena tiga alasan. *Pertama*, keberlanjutan ekonomi akan memberikan keuntungan finansial dan sumber daya di masa mendatang. *Kedua*, keberlanjutan lingkungan akan memberikan perusahaan dukungan ekosistem, kehidupan, termasuk ketersediaan makanan dan air. *Ketiga*, keberlanjutan sosial berdampak pada komunitas sosial yang berfungsi dengan baik sehingga meningkatkan kualitas kehidupan.

Berangkali, hubungan yang paling signifikan dan penting antara ekonomi, sosial, dan lingkungan adalah perubahan iklim (*climate change*). Menurut Stern, pada 2006 seperti yang dimuat dalam artikel yang ditulis oleh Weitzman (2009) mengatakan bahwa ketika biaya tinggi dikeluarkan untuk mengurangi level emisi yang tinggi maka biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mengatasi pengaruh negatifnya akan jauh lebih besar lagi. Banyak biaya-biaya yang terjadi akan berdampak kepada perusahaan. Contohnya, tingginya biaya bahan baku dan energi, usangnya bangunan, rusaknya aset tetap karena perubahan cuaca, dan perubahan permintaan konsumsi. Sedangkan, biaya lain yang akan memberatkan perusahaan secara tidak langsung, yaitu kebutuhan

pajak yang tinggi. Dalam jangka panjang, bisnis yang tidak ramah lingkungan akan mempunyai konsekuensi negatif terhadap finansial perusahaan pada masa mendatang.

Stern pada tahun 2006 juga menambahkan bahwa *global warming* akan membawa dampak kepada beberapa hal, seperti produksi makanan, ketersediaan air, meningkatnya permukaan air laut, cuaca yang ekstrem dan ketidakstabilan ekosistem. Pada pertemuan bisnis yang diadakan di Copenhagen, para pebisnis menyadari bahwa peningkatan temperatur rata-rata sebesar 2 derajat celcius akan membawa dampak negatif terhadap lingkungan. Dampak itu tidak akan sama untuk seluruh bagian dunia, tetapi akan menimbulkan kekacauan dan konflik serta akan berdampak pada ketidakstabilan yang membutuhkan biaya yang tinggi. Bukan tidak mungkin hal itu akan mengganggu kestabilan ekonomi.

Global warming ini diakibatkan oleh emisi yang sangat tinggi di atmosfer. Emisi ini diakibatkan oleh aktivitas industri, transportasi, dan lain-lain sehingga melewati ambang batas yang mampu ditampung oleh atmosfer. Untuk mengurangi dampak *global warming* terhadap ekonomi, sosial, dan lingkungan maka langkah yang dilakukan, yakni mengurangi emisi. Komitmen dari negara-negara di dunia untuk menurunkan sampai dengan 80% dari tahun 1990 sampai dengan tahun 2025 membutuhkan dukungan teknologi yang dapat mengubah secara mendasar model ekonomi global. Lebih lanjut, menurut Stern (2009), transisi terhadap penurunan emisi akan meningkatkan keberlanjutan ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Menurut Aldrian (2014), dalam orasi ilmiahnya yang berjudul *Pemahaman Dinamika Iklim di Negara Kepulauan Indonesia sebagai Modalitas Ketahanan Bangsa* banyak menjelaskan tentang *global warming* dan iklim di Indonesia. Perubahan iklim dan pemanasan global adalah dua istilah yang berbeda. Perubahan iklim disebabkan oleh pemanasan global yang terjadi karena

peningkatan konsentrasi gas rumah kaca (GRK). Salah satu faktor penting penyebab pemanasan global di Indonesia, yaitu perubahan tata guna lahan yang menghilangkan daya serap GRK. Konsentrasi GRK, peningkatan suhu muka bumi, dan peningkatan paras muka laut adalah parameter utama pemanasan global yang merupakan sebab akibat langsung dari proses tersebut.

GRK yang terbuang di atmosfer berfungsi sebagai penyerap energi radiasi matahari, kemudian melepaskannya di atmosfer dari yang seharusnya dipancarkan kembali ke ruang angkasa. Fungsi itu dikenal sebagai efek rumah kaca yang di dalamnya terjadi pengumpulan energi yang terkungkung di atmosfer. Contoh sederhana, kabin kendaraan yang tertutup di siang hari menjadi panas akibat panas radiasi yang masuk melalui jendela kaca dan tidak dapat keluar kabin.

Selanjutnya, GRK terdiri dari gas-gas hasil buangan pembakaran industri rumah tangga dan transportasi. Berdasarkan kesepakatan Kyoto Annex A gas-gas adalah CO₂ (karbondioksida), CH₄ (methane), N₂O (nitrous oxide), dan lain sebagainya. Dalam perdebatan dan negoisasi politis pemanasan global, negara maju ditengarai telah mengemisikan GRK sejak 1,5 (satu setengah) abad yang lalu dan dituduh sebagai biang keladi penyebabnya. Hal itu didasarkan waktu hidup beberapa jenis GRK di atmosfer mencapai 1,5-2,0 abad. Proses akumulasi gas-gas itu di atmosfer dimulai sejak revolusi industri seiring usaha manusia melakukan mekanisasi sejak pertengahan abad 19. Lebih jauh, berdasarkan pendapat Aldrian (2014), menyatakan bahwa data konsentrasi CO₂ Indonesia jauh berada di bawah rata-rata konsentrasi CO₂ yang ada di kepulauan Hawaii Amerika Serikat. Bukti ini menepis berbagai tuduhan bahwa Indonesia sebagai Negara emitter ketiga dunia pada 2007.

C. Keberlanjutan Melalui Praktik Akuntansi

Praktik bisnis tradisional, keuangan, dan akuntansi cenderung fokus terhadap keuangan atau aktivitas ekonomi. Dalam sektor komersil, praktik ini menekankan pada bagaimana mencari cara memaksimalkan laba untuk pemegang saham. Akan tetapi, sebenarnya hal itu akan membawa dampak negatif terhadap ekonomi, sosial, dan lingkungan. Respons kreatif sangat diperlukan untuk mengubah pemikiran itu melalui proses perumusan strategi dan pengambilan keputusan dari waktu ke waktu yang berorientasi ke arah keberlanjutan. Akuntansi sendiri mempunyai peran yang sangat penting untuk menyeimbangkan antara keuangan, lingkungan, dan keberlanjutan sosial dalam level organisasi. Menurut Hopwood, *et al.* (2010), ada empat peran yang dapat dilakukan oleh Akuntansi.

1. Membantu organisasi untuk mengidentifikasi potensi dampak dan manfaat secara sosial dan lingkungan pada masa mendatang, termasuk estimasi dampak keuangan dari aktivitas yang dilakukan.
2. Membantu perusahaan memformulasikan strategi dan kebijakan yang diterapkan dalam menghadapi isu perubahan iklim.
3. Membantu manajemen risiko melalui identifikasi dan analisis yang terkait dengan risiko dan peluang yang terkait dengan keberlanjutan.
4. Dapat membuat suatu laporan tentang kebijakan perusahaan yang terkait dengan keberlanjutan yang dapat digunakan oleh pihak ketiga dalam menilai tanggung jawab dan akuntabilitas perusahaan.

Hal yang mendasari keempat peran di atas agar dapat lebih efektif, yakni melalui ketersediaan informasi kuantitatif dan kualitatif, informasi keuangan yang luas, konsekuensi lingkungan dan sosial terhadap strategi perusahaan, implikasi eksternal

ekonomi, serta tren lingkungan dan sosial bagi kinerja keuangan perusahaan. Hal itu bukan saja melihat strategi di masa lalu, tetapi juga melihat strategi secara keseluruhan pada masa mendatang. Meningkatnya perhatian terhadap hal itu akan membantu untuk menanamkan keberlanjutan dalam diskusi sehari-hari dalam perusahaan. Sementara itu, akuntansi menyediakan berbagai macam hal untuk membantu menyelesaikan hal itu. Bagian selanjutnya adalah pembahasan secara singkat tentang hal-hal yang dapat dilakukan akuntansi secara sederhana dalam membantu perusahaan untuk menerapkan (*embed*) isu keberlanjutan dalam perusahaan.

D. Sisi Praktis Perusahaan Berkelanjutan

Kita akan melihat 8 (delapan) kasus perusahaan dari berbagai jenis industri yang berhasil menerapkan keberlanjutan dalam perusahaannya secara singkat di berbagai negara di dunia. *Pertama*, perusahaan Sainsbury's. Sainsbury's adalah supermarket terbesar di Inggris. Fokusnya pada bagaimana alat pengambil keputusan dalam meningkatkan keberlanjutan secara ekonomi, sosial, lingkungan pada langkah-langkah produknya, berupa domba. Hal yang ditekankan adalah bagaimana menghemat biaya dan meningkatkan pendapatan dari keberlanjutan lingkungan dan sosial sebagai faktor utama dalam menerapkan keberlanjutan secara internal di antara para *supplier* Sainsbury's.

Sebagai contoh, beberapa peternak domba hanya mendapatkan margin laba yang rendah karena enggan melakukan keberlanjutan. Namun, setelah sebab akibat antara keuangan dan lingkungan dijelaskan, para peternak menyadari bahwa sistem pengoperasian peternakan yang lebih ramah terhadap lingkungan ternyata memiliki dampak terhadap keuangan mereka sehingga mereka mau mengubah cara pengelolaannya. Bagi Sainsbury's, praktik ini tidak selalu mendatangkan keuntungan yang dapat dikuantifikasi. Pada konteks keputusan seperti ini,

sangatlah membutuhkan naluri manajerial, kepemimpinan yang jelas, komunikasi yang efektif sebagai faktor keberhasilan dalam menerapkan keberlanjutan. Kemudian, praktik keberlanjutan yang dilakukan oleh Sainsbury's lainnya dapat dilihat secara detail di alamat *website* <https://www.about.sainsburys.co.uk/making-a-difference/environment>.

Kedua, perusahaan EDF Energy (EE). EE adalah distributor energi listrik terbesar yang ada di Inggris. Fokusnya adalah bagaimana EE melakukan aktivitas-aktivitas yang berkelanjutan. Caranya dengan mempertimbangkan komponen utama penggerak EE kepada kinerja perusahaan. Sama halnya dengan Sainsbury's, prinsip akuntansi untuk keberlanjutan memberikan informasi internal EE pada setiap level perusahaan. Ada lima tujuan strategis yang hendak dicapai, yakni melindungi seluruh *stakeholder*, memberikan konsumen berbagai pilihan produk, memenuhi ekspektasi keuangan bagi para pemegang saham, mempertemukan komitmen sosial dan lingkungan, serta pengembangan karyawan secara merata dari semua lapisan. Untuk membantu mencapai kelima hal itu maka EE menyusun target-target yang terukur dan memonitor kinerja dengan menggunakan kombinasi praktik-praktik, termasuk pelaporan dan kualitasnya. Selanjutnya, informasi internal biasanya digunakan untuk mengevaluasi kinerja sebagai dasar pelaporan EE. Praktik keberlanjutan yang dilakukan oleh EE lainnya dapat dilihat secara detail di alamat *website* <https://www.edfenergy.com/about/sustainability>.

Ketiga, perusahaan West Sussex County Council (WSCC). Selain melihat praktik perusahaan yang bersifat *private*, kita juga akan melihat perusahaan sektor publik. Hasil analisis terkait dengan kebijakan, praktik, dan struktur yang ada di West Sussex County Council (WSCC). Hal ini dihubungkan dengan aktivitas operasional internal dan pengambilan keputusan antara komitmen terhadap masyarakat dan strategi keberlanjutan dalam tiga hal, yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan. Kemudian, analisis

dilakukan pada tiga hal berikut: 1. program-program keberlanjutan pada WSCC; 2. integrasi pengembangan sistem kinerja manajemen melalui program yang menantang, namun terukur; dan 3. membuat alat yang dikembangkan untuk mengaplikasikan keberlanjutan dalam tindakan dan keputusan operasional.

Berdampingan dengan laporan keuangan, WSCC juga berkomitmen untuk mempublikasikan *sustainability report* (SR). Faktor-faktor yang mendorong kesuksesannya adalah komitmen manajer senior, komunikasi yang baik yang menghubungkan sosial dan lingkungan dengan hasil yang positif terhadap manfaat keuangan. Namun, dalam jangka panjang ada juga konflik yang dihadapi dengan kebijakan politik di antara pemerintah lokal. Tentu hal itu merupakan tantangan yang dapat melemahkan komitmen keberlanjutan. Praktik keberlanjutan yang dilakukan oleh WSCC lainnya dapat dilihat secara detail di alamat *website*: <https://www.westsussex.gov.uk/about-the-council/policies-and-reports/environment-planning-and-waste-policy-and-reports/sustainability/>.

Keempat, perusahaan The Environment Agency (EA). EA adalah perusahaan yang bertujuan melindungi lingkungan dan mempromosikan agenda pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Untuk mencapai hal itu maka EA mencari contoh keberlanjutan yang terkait dengan sektor perusahaan *private* dan sektor publik, termasuk sistem dan praktik dalam bidang akuntansi keberlanjutan. EA telah mengembangkan sistem akuntansi untuk keberlanjutan tersendiri dan praktik yang telah terintegrasi dengan pengambilan keputusan manajemen dan sistem pengendalian manajemen selama beberapa tahun. Oleh karena itu, sistem akuntansi manajemen yang dikembangkan dengan baik dapat menangkap dan mencatat dampak lingkungan yang bersifat non keuangan yang melampaui informasi biaya ekonomi tradisional. Sistem informasi dibangun dengan pendekatan *bottom-up*, namun peran para senior manajer sangatlah menentukan dalam menunjang keberhasilan penerapan isu

keberlanjutan dalam semua level dalam EA. Praktik keberlanjutan yang dilakukan EA lainnya dapat dilihat di *website*: <https://www.gov.uk/government/organisations/environment-agency/about/procurement>.

Kelima, perusahaan BT, yang merupakan perusahaan telekomunikasi terbesar yang ada di Inggris. Manajemen perusahaan BT fokus dalam menganalisis hubungan antara kerangka pelaporan keberlanjutan dengan pelaporan eksternal. Hal itu dicapai dengan cara mengembangkan dan mengomunikasikan antara manfaat ekonomi langsung dan tidak langsung terhadap dampak sosial dan lingkungan. Isu risiko dan materialitas memainkan peran penting dalam mengartikulasi dan menerapkan kasus keberlanjutan dalam operasi bisnis BT. Hampir sama dengan perusahaan sebelumnya, keberhasilannya ditentukan oleh peran senior manajer dengan cara mengomunikasikan target-target yang akan dicapai. Selanjutnya, praktik keberlanjutan yang dilakukan oleh BT lainnya dapat dilihat di *website*: <https://www.bt.com.au/about-bt/sustainability>.

Keenam, perusahaan yang akan dibahas adalah perbankan, yaitu HSBC. HSBC mengadopsi area-area keberlanjutan khusus pada sektor perbankan dengan Prinsip Ekuator (*Equator Principle*) dan mengembangkan sendiri kebijakan perbankannya. Melalui adopsi prinsip ini, HSBC membuat pertimbangan-pertimbangan yang terkait dengan kebijakan pinjamannya serta pengaruhnya kepada konsumen dalam konteks bisnis yang lebih besar. HSBC mengintegrasikan isu perubahan iklim dengan budaya perusahaan. Hal itu dilakukan dengan dua cara. *Pertama*, diskusi tentang aktivitas bisnis sehari-hari tentang target yang akan dicapai dan pemanfaatan sistem informasi yang dapat mendukung perubahan perusahaan. *Kedua*, adalah beberapa inisiatif-inisiatif yang dilakukan oleh kelompok-kelompok dalam perusahaan yang pada akhirnya mengubah perilaku karyawan. HSBC juga telah menghubungkan isu lingkungan dengan laporan keberlanjutan sejak tahun 2000. Praktik keberlanjutan yang dilakukan oleh HSBC

lainnya dapat dilihat secara detail di alamat *website* <http://www.hsbc.com/our-approach/sustainability>.

Ketujuh, perusahaan adalah Aviva yang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang investasi. Inisiatif yang dilakukan oleh Aviva ada empat. Keempat inisiatif itu, antara lain: implementasi keterkaitan laporan terutama yang berdampak secara operasional pada lingkungan, komitmen untuk menetralkan karbon dalam sistem pengoperasian Aviva, mempercepat keberlanjutan terhadap perilaku para investor di setiap langkah-langkah *Aviva Value Chain*, termasuk para *supplier* dan perusahaan dalam berbagai manajemen investasi dana yang dikelola oleh Aviva. Kemudian, inisiatif lain yang dilakukan memperluas inisiatif melalui peningkatan investasi terhadap produk-produk yang bertanggung jawab secara sosial.

Aviva menyadari pentingnya praktik pengelolaan lingkungan dan sosial yang baik pada perusahaan investasi ketika akan menilai risiko dan kinerja pada masa mendatang. Oleh karena itu, Aviva mencari cara untuk menghubungkan hal yang bersifat keuangan, sosial, dan lingkungan dalam penilaian investasi serta analisis yang dilakukan terhadap dana yang diinvestasikan. Aviva juga menghubungkan aktivitas operasinya dengan laporan keberlanjutan sejak tahun 2007. Praktik keberlanjutan yang dilakukan oleh Aviva lainnya dapat dilihat secara detail di alamat *website*: <https://www.aviva.com/social-purpose/>.

Kedelapan, perusahaan Novo Nordisk. Pada praktiknya, Novo Nordisk telah mengembangkannya secara lebih luas dan lebih dalam. Mereka telah mengembangkan laporan terpadu yang merupakan gabungan antara laporan keuangan dan laporan keberlanjutan (atau sering dikenal pula dengan laporan terpadu). Ada tiga hal penting yang dilakukan oleh Novo Nordisk. *Pertama*, perubahan pendekatan *triple bottom line* menjadi laporan keberlanjutan. *Kedua*, penggunaan *balanced scorecards* dalam strategi manajemen dan operasional yang berkelanjutan. *Ketiga*,

aplikasi praktik Sarbanes-Oxley dan proses monitoring terhadap pelaporan keberlanjutan non keuangan. Praktik keberlanjutan yang dilakukan oleh Novo Nordisk lainnya dapat dilihat secara detail di alamat website: <https://www.novonordisk.com/sustainable>.

Berdasarkan contoh-contoh perusahaan yang dikemukakan di atas, disimpulkan bahwa sebagian besar perusahaan berupaya mengaitkan kerangka laporan eksternal (laporan keberlanjutan) dengan aktivitas di dalam perusahaan yang juga akan dibahas di bagian akhir buku ini. Kemudian, bab selanjutnya akan membahas tentang bagaimana memulai menghidupkan perusahaan serta dukungan apa yang diperlukan dalam mencapai kesuksesan keberlanjutan yang dilakukan oleh perusahaan.

Pertanyaan Diskusi

1. Pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) sangat erat terkait dengan isu keberlanjutan. Lalu, bagaimana sejarah perumusan pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*)?
2. Apakah dampak konsep pembangunan berkelanjutan terhadap dunia bisnis selain dari apa yang sudah dibahas dalam bab ini?
3. Bagaimana konsep *sustainable development* diterapkan di Indonesia?
4. Secara berkelompok, pelajaryliah aktivitas keberlanjutan salah satu dari delapan perusahaan di atas!

3 Menghijaukan Perusahaan

Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini maka Anda akan memahami hal-hal berikut:

1. Langkah awal yang harus dipahami perusahaan untuk meng-hijaukan perusahaan;
2. Pihak-pihak yang dapat mempengaruhi perusahaan untuk menghijaukan perusahaan;
3. Peran akuntan untuk mulai menghijaukan perusahaan.

A. Pendahuluan

Tidak ada formula khusus untuk mulai meningkatkan sensitivitas perusahaan terhadap lingkungan. Respons terhadap perubahan lingkungan terdiri dari beberapa bagian yang harus segera di-*sharing*-kan ke berbagai divisi perusahaan. Hal itu harus menjadi isu sentral dari seluruh fungsi manajemen. Kemudian, krisis lingkungan muncul karena gagalnya struktur organisasi, etika bisnis, serta kerangka kerja ekonomi dan sistem akuntansi untuk mengakui pentingnya lingkungan. Seluruh kehidupan pada kenyataannya sebagian berasal dari lingkungan alam, tetapi lingkungan diabaikan oleh perusahaan. Sistem industri negara barat akan menganggapnya lebih dahulu dan memisahkannya dari kehidupan yang mengerikan sehingga menghancurkannya. Tetapi, kesehatan, keselamatan, dan respek antara satu dengan

yang lainnya menjadi sesuatu hal yang penting sebagai syarat pertanggungjawaban perusahaan. Jadi, sebaiknya fokus terhadap perubahan lingkungan menjadi bagian penting dari pertanggungjawaban manajemen kepada lingkungan.

Lalu, bagaimana mereka akan memulainya? Dari titik manapun, perusahaan bisa memulainya. John Elkington, pada tahun 1987 dalam buku Gray & Bebbington (2001) menjawabnya dengan memberikan 10 langkah-langkah yang dapat dilakukan perusahaan untuk meningkatkan sensitivitas terhadap lingkungan.

Tabel 1. Langkah Sensitivitas Lingkungan

No	Langkah-langkah
1	Mengembangkan dan mempublikasikan kebijakan lingkungan
2	Mempersiapkan program
3	Menata perusahaan dan staf, termasuk dewan direksi
4	Mengalokasikan sumber daya
5	Investasi terhadap teknologi lingkungan
6	Mengedukasi dan <i>mentraining</i>
7	Memonitor, audit, dan melaporkan
8	Memonitor perubahan agenda lingkungan
9	Berkontribusi terhadap program lingkungan
10	Membangun sarana komunikasi bagi para <i>stakeholder</i>

Sumber: Gray dan Bebbington (2001:48)

B. Kekuatan Perubahan

Pada dasarnya, seberapa banyak potensi atau kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan untuk berubah akan menentukan keberhasilan perubahan lingkungan alam. Tekanan perubahan dapat dibedakan menjadi dua, yaitu tekanan perubahan secara langsung dan tekanan perubahan secara tidak langsung. Tekanan perubahan secara langsung berasal dari perubahan kondisi alam yang terus rusak. Tekanan secara tidak langsung berasal dari perubahan

perilaku konsumen, karyawan, sikap manajemen, hukum, dan lain sebagainya. Hal itu menjadi satu alasan manajemen untuk mengelola agenda lingkungan. Sedangkan, komponen lain yang diperlukan, antara lain: monitoring pengembangan fakta-fakta tentang lingkungan, isu lingkungan pada masa mendatang, dan pengetahuan yang dimiliki oleh publik.

Selanjutnya, syarat perubahan lainnya, yaitu sikap dan tindakan dewan direksi. Kebijakan dari dewan direksi sangatlah penting untuk menyuarakan isu etika dalam perusahaan. Hal itu penting dan perlu disadari sehingga memerlukan perubahan budaya internal perusahaan. Perusahaan yang selalu menekankan laba dan pertumbuhan penjualan akan memulai meminimalisir segala sesuatu yang merupakan dimensi baru perusahaan.

C. Pengaruh Pihak Eksternal

Ada berbagai tekanan eksternal terhadap perusahaan yang berdampak sangat besar karena respons lingkungan. Akan tetapi, tekanan yang memaksa individu dalam perusahaan akan berdampak sangat kecil. Oleh karena itu, diperlukan manajemen yang baik untuk mendukung keberhasilan pelaksanaannya. Hampir sebagian besar tekanan muncul dari perubahan dalam hukum dan kerangka institusi yang saling terkait. Survei terhadap pelaku bisnis mengenai pandangannya terhadap perubahan lingkungan umumnya sebagai hasil keuletan dalam melakukan perubahan di dalam perusahaannya. Penelitian yang dilakukan oleh Gray & Bebbington (2001), menyatakan bahwa kekuatan efektif untuk memaksa perusahaan berasal dari “*shock*” atau dari hal yang tidak diduga sebelumnya. Beberapa *shock* dapat berasal peraturan-peraturan atau dari para pelaku bisnis. Hal itu berarti isu lingkungan tetap penting (*significant*) dalam perusahaan dan belum terintegrasi karena masih berupa *eksternal shock* terhadap sistem. Sebagai contoh, *Friends of the Earth*, *Greenpeace*, *Earth First*,

pengambil kebijakan (*regulator*) ataupun dari apa yang dilakukan oleh para kompetitor.

Shock lainnya adalah perilaku konsumen dan *eco labelling*, perubahan opini publik dan inisiatif dari komunitas bisnis, seperti *Global Reporting Initiative*, Audit Lingkungan dan ISO 14000, *supplier chain audit*, tanggung jawab produsen, serta investasi yang etis.

D. Pengaruh Karyawan

Penataan perusahaan menjadi lebih hijau dapat berasal dari bawah dan telah berjalan dengan baik dalam beberapa perusahaan. Para karyawan dapat mengedukasi para manajer, sebaliknya para senior manajer dapat memulai proses menghijaukan dengan memotivasi karyawan dengan berbagai cara. Hal yang terpenting adalah bagaimana mulai mengubah budaya perusahaan apabila masalah lingkungan akan ditangani dengan cara yang lebih serius. Pengalaman pertama dari beberapa perusahaan mengatakan bahwa inisiatif muncul dari para karyawan yang berupaya mengatasi hal-hal yang terkait dengan lingkungan. Sebagai contoh, pengumpulan kertas-kertas untuk didaur ulang, kantin pengumpulan kaleng dan gelas untuk didaur ulang, skema berbagai transportasi dan inovasi lain yang terkait dengan penanaman pohon, serta tanaman di area-area yang dimiliki perusahaan. Pengaruh beberapa inisiatif terhadap program lingkungan yang lebih besar masih sangat kecil, tetapi masing-masing bagian kecil itu sudah mulai memancing perhatian terhadap lingkungan di antara para karyawan. Beberapa inisiatif timbul dari individu, grup atau komunitas bisnis yang bersifat independen atau sebagai akibat interaksi melalui grup lingkungan, perguruan tinggi, dan otoritas lokal.

Di samping itu, respons dari pihak manajemen juga penting, meskipun sifatnya relatif sederhana, tetapi efektif untuk mengubah pandangan dari beberapa karyawan. Sebagai suatu aspek manajemen yang menyeluruh, sebaiknya ada perubahan

budaya yang dapat mendorong dan dipandang sebagai sesuatu yang serius untuk diperhatikan. Contohnya, budaya sederhana yang sering diwacanakan oleh pemerintah, yakni 3R (*reduce, reuse, recycle*). Keterbukaan budaya perusahaan biasanya merupakan faktor penentu keberhasilan perusahaan. Dengan meningkatnya kompleksitas dan kecepatan perubahan agenda lingkungan maka perusahaan sebaiknya mendorong karyawannya untuk melakukan lebih baik lagi.

Sebagai salah satu praktik pendekatan terbaik yang berasal dari bawah (*bottom-up*) dilakukan oleh perusahaan *The Environment Agency* (EA) seperti apa yang ditulis oleh Hopwood, *et al.* (2010). EA memiliki beberapa staf dengan tanggung jawab yang khusus di bidang ini. Sebagai contoh, Tim Keuangan Lingkungan mempunyai dua fungsi utama. *Pertama*, mencari cara untuk meningkatkan keterlibatan dan pengaruh melalui dana pensiun EA terhadap para karyawan, membangun jaringan kerja sama dan terlibat dalam proses penyusunan riset, serta pengembangan karena terkait aspek pelaporan yang harus dilakukan. *Kedua*, tim keuangan EA terlibat aktif dalam mempromosikan dan merumuskan standar akuntansi lingkungan di perusahaan sektor publik.

Selain kedua fungsi di atas, fungsi lain yang tak kalah penting adalah terlibat dalam akuntansi manajemen. Tim ini berupaya mengintegrasikan kinerja keuangan EA dan kinerja lingkungan EA melalui data sistem keuangan dan pelaporan, baik secara internal dan eksternal. Tim ini juga mempunyai teknik, konsep, dan keahlian akuntansi untuk melaporkan, verifikasi, serta menyoroti dampak lingkungan EA. Selain itu, tim ini juga menyadari tentang pentingnya penghematan biaya dengan mengurangi dampak negatif lingkungan.

E. Pengaruh Manajemen Puncak

Apabila isu lingkungan akan ditangani secara serius oleh perusahaan maka hal itu harus diperjuangkan dengan manajer puncak, khususnya para anggota dewan direksi. Tanpa representasi atau akses langsung terhadap manajer yang terkait dengan lingkungan maka perusahaan hanya melakukan sekadarnya. Representasi itu harus di *back up* oleh sejumlah cara-cara seperti yang telah dikemukakan oleh Elkington di bab awal. Penekanan antara satu perusahaan dengan perusahaan lain mungkin agak berbeda, namun hal yang perlu diperhatikan adalah hal itu didukung oleh sumber daya dan departemen yang efektif. Bagian ini biasanya terpisah dengan departemen lingkungan, tetapi masih saling berkaitan. Perusahaan di Indonesia umumnya menyebut sebagai departemen SHE (*safety, health, environment*), seperti perusahaan Astra International dan perusahaan lain yang menyebutnya sebagai departemen CSR.

Selanjutnya, masalah lingkungan sebaiknya tidak ditangani oleh departemen *Public Relation* (PR). Meskipun departemen PR juga bertugas menangani masalah lingkungan, tetapi lingkungan bukan isu dari PR. Karena hal ini bersifat substantif dan perlu perhatian khusus. Beberapa isu yang perlu diperhatikan adalah kebijakan lingkungan, penggunaan kertas, sumber energi dan penggunaannya, manajemen limbah, penggunaan air, desain produk, emisi, dan sebagainya (*Business in the environment*, (1991) dalam Gray & Bebbington (2001).

Pada saat respons dan pemikiran perusahaan terhadap lingkungan menjadi lebih dalam maka perusahaan akan menjadikan faktor lingkungan menjadi isu strategis bagi dewan direksi. Respons lingkungan harus diserap dalam setiap aspek aktivitas perusahaan sehingga diaplikasikan ke dalam perencanaan jangka pendek dan jangka panjang untuk memposisikan perusahaan, proses, struktur, dan produk. Sebagai respons langkah awal dengan cara membuat rumusan kebijakan lingkungan. Hal ini diperlukan

untuk memastikan bahwa etika dan strategi bisnis lingkungan merupakan prioritas, sama seperti kebijakan perusahaan ketika melakukan pemasaran, teknologi yang digunakan, pengembangan produk, dan sebagainya. Lalu, gambaran sekilas yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk memulainya akan dibahas pada bab selanjutnya.

F. Sistem Penilaian dan Pengukuran Kinerja

Sistem penilaian dan pengukuran kinerja merupakan bagian yang tidak kalah penting apabila perusahaan serius menangani dampak lingkungan, dalam seluruh prosedur dan kebijakan perusahaan. Isu lingkungan harus menjadi faktor utama dalam desain dan operasi sistem keuangan, sistem penilaian, insentif serta *reward*. Kemudian, hal yang perlu digarisbawahi adalah kebijakan lingkungan dan sistem manajemen lingkungan harus menjadi perhatian serius dari para dewan direksi. Jika hal itu tidak memiliki dampak untuk aktivitas perusahaan maka hanya menjadi suatu slogan PR. Setiap orang dalam perusahaan harus mengetahui bahwa kewajiban terhadap lingkungan akan menempatkan mereka pada suatu level kinerja.

Sebagai akibatnya, kinerja dikontrol dan dimonitor, termasuk masalah lingkungan terkait aktivitas individu yang relevan. Sama halnya apabila sistem penilaian kinerja dilakukan perusahaan, itu berarti penilaian, *reward* dan sanksi dipandang sebagai sesuatu hal yang mencerminkan isu lingkungan. Sebagai contoh, apabila manajer akan mengerjakan suatu proyek. Apakah proyek itu dapat merusak atau memperbaiki kualitas lingkungan? Apabila proyeknya merusak maka manajer wajib menolak atau memberikan sanksi, sebaliknya bila proyek itu meningkatkan kualitas lingkungan maka manajer wajib memberikan penghargaan terhadap para karyawannya.

Indikator lingkungan yang spesifik dan kadang bersifat retorika muncul dalam dua pertanyaan berikut. *Pertama*, bagaima-

mana isu lingkungan dapat diukur dan dinilai? *Kedua*, bagaimana pengukuran bisnis konvensional dapat diintegrasikan untuk mengatasi dampak lingkungan? Kedua pertanyaan itu sulit dan sangat kompleks. Inti dari pertanyaan itu berhubungan dengan apa yang disebut *Environmental Performance Indicators* (EPIs). EPIs adalah ukuran yang dipilih oleh perusahaan untuk diintegrasikan dalam kebijakan lingkungan manajemen, sistem manajemen lingkungan, dan sistem pelaporan lingkungan. Lalu, bagaimana cara EPIs terintegrasi dengan sistem pengukuran bisnis konvensional merupakan satu persoalan yang bergantung dengan akuntan.

G. Peran Akuntan untuk Memulai Perubahan

Apakah yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan multinasional, perusahaan kecil, ataupun perusahaan non profit untuk memulai perubahan? Tentunya adalah kriteria keuangan. Perusahaan telah mempunyai rencana baru yang berhubungan dengan area perlindungan karyawan, keamanan, dan kesehatan perusahaan yang mungkin mempertimbangkan perlindungan karyawan dalam investasi jangka panjang yang baik, juga keselamatan kerja karyawan ke arah yang lebih bertanggung jawab serta perusahaan yang etis. Dengan kata lain, unsur manusia harus melampaui kriteria keuangan yang telah ditetapkan karena hal itu sangat terkait dengan isu lingkungan.

Barangkali, salah satu ilustrasi yang baik dapat diberikan melalui contoh berikut ini. Setiap enam bulan para manajer melakukan penilaian berdasarkan target yang telah ditetapkan sebelumnya. Setiap penilaian fokus berdasarkan tiga hal, salah satunya lingkungan. Perusahaan memperlihatkan aktivitas operasinya dalam budaya TQM dan mengharapkan seluruh target area kerja sesuai dengan kerangka tidak ada komplain (*zero complaints*), tidak ada pemberitahuan negatif dari pemerintah, tidak ada pelanggaran standar yang ditetapkan, serta kecepatan

untuk memenuhi harapan dari pihak eksternal. *Reward* keuangan dan promosi dilakukan berdasarkan pada gagal atau tidaknya memenuhi standar lingkungan yang telah ditetapkan.

Pertanyaan lainnya, bagaimana dengan peran akuntan? Seperti yang pernah disampaikan oleh salah seorang manajer sebuah perusahaan. Dia mengatakan bahwa akuntan hanya fokus pada angka-angka yang mereka catat. Mereka akan memberi peringatan apabila terjadi pengeluaran-pengeluaran melebihi apa yang sudah dianggarkan. Oleh karena itu, ketika akan memulainya perusahaan sebaiknya memikirkan hubungan antara lingkungan dan akuntansi. Respons akuntan perusahaan sebaiknya berubah apabila perusahaan akan memberi respons terhadap perubahan lingkungan.

Sikap akuntan yang terbaik, yakni netral, namun yang menakutkan justru bila akuntan malah menghalangi. Apabila inisiatif lingkungan tidak didukung oleh sistem penilaian kinerja dan seluruh proyek yang ada juga harus sesuai dengan kriteria keuangan dan tidak ada fasilitas yang memadai maka sejauh itu pula inisiatif lingkungan dianggap tidak membawa manfaat bagi kinerja keuangan. Akuntan sebaiknya dipandang sebagai pihak yang berinisiatif untuk berinovasi melakukan pengembangan sistem informasi keuangan. Hal itu terjadi karena dari sisi lingkungan, para akuntan jarang menerjemahkan aktivitas akuntansi ke dalam praktik. Tabel di bawah ini menunjukkan beberapa hal yang dapat dilakukan untuk memulai agenda lingkungan.

Tabel 2. Aktivitas yang Dilakukan oleh Akuntan

No	Aktivitas
1	Mengadopsi sepuluh langkah dari Elkington
2	Mengadopsi prinsip 3R
3	Memonitor perkembangan agenda lingkungan
4	Mendorong insiatif karyawan terhadap skema lingkungan
5	Membuat kebijakan-kebijakan lingkungan
6	Memastikan bahwa isu lingkungan diterapkan dengan baik oleh perusahaan
7	Memastikan perusahaan melakukan pendekatan multidisiplin
8	Meningkatkan perhatian perusahaan dan memastikan bahwa hal itu menjadi perhatian bagi dewan direksi
9	Adaptasi sistem penilaian kinerja
10	Memastikan bahwa sistem akuntansi keuangan harmoni dengan inisiatif lingkungan
11	Melakukan <i>review</i> lingkungan
12	Mengukur dan mengidentifikasi indikator lingkungan
13	Mulai mengimplementasikan sistem manajemen lingkungan
14	Mengintegrasikan sistem manajemen lingkungan dan sistem informasi manajemen

Sumber: Gray dan Bebbington (2001: 64)

Apabila kita perhatikan tabel di atas, banyak bidang-bidang yang dapat dilakukan yang membutuhkan peran para akuntan karena membawa dampak finansial signifikan. Sebagai contoh, ketika perusahaan ingin memperbaiki persoalan sampah atau limbah sering kali dianggap tidak membutuhkan biaya yang besar. Hal itu sama sekali salah, karena persoalan itu tentunya membutuhkan biaya yang cukup besar. Akuntan, sistem akuntansi ataupun auditor kemungkinan akan mencegah hal itu bila tidak sesuai dengan sistem yang terintegrasi. Salah satu masalah serius

lainnya yang perlu dipikirkan oleh perusahaan, yaitu masalah transportasi. Masalah ini sebaiknya diatur dalam kebijakan perusahaan. Seperti kita ketahui bahwa aktivitas itu dimulai dengan seorang karyawan membawa kendaraan pribadinya pergi ke tempat di mana ia bekerja. Aktivitas itu tentunya akan berdampak pada lingkungan, terutama konsumsi bahan bakar yang semakin menipis. Oleh karena itu, perusahaan perlu memikirkannya, misal dengan cara mendorong para karyawannya untuk naik sepeda atau alat transportasi umum dan memberikan insentif kepada mereka.

Di samping itu, perusahaan tidak dapat mengurangi dampak negatif operasinya terhadap lingkungan atau ramah terhadap lingkungan, apabila masih memiliki budaya keuangan yang sangat ketat sehingga akuntan gagal merancang sistem informasi yang dapat mendukung hal itu. Eksklusivitas akuntan akan menghalangi inisiatif ini, namun keterlibatan mereka tentu akan membawa pada kerangka perubahan dalam perusahaan. Sebagai simpulan dari bab ini, tidak ada satu cara unik untuk memulai pengembangan sensitivitas lingkungan. Masing-masing perusahaan dapat memulai berdasarkan jalur yang sesuai. Ada yang memulainya dengan membuat kebijakan lingkungan, ada yang melakukan audit dan riset lingkungan serta ada pula yang melakukan pelaporan lingkungan. Tetapi, perusahaan lainnya dapat mulai mencoba berdasarkan apa yang diusulkan dalam buku ini. Namun, apabila menemui kesulitan maka dapat menghubungi beberapa konsultan yang sering menangani hal itu.

Pertanyaan Diskusi

1. Apakah yang dimaksud dengan menghijaukan lingkungan? Jelaskan disertai contoh yang memperjelas jawaban Anda!
2. Dalam rangka menghijaukan perusahaan perlu dukungan pemerintah sebagai regulator. Jelaskan aturan yang telah dibuat oleh pemerintah untuk mendorong atau memaksa perusahaan untuk menghijaukan perusahaannya!
3. Menurut Anda, apakah peraturan itu telah efektif mendorong perusahaan untuk lebih ramah terhadap lingkungan?

4 Kebijakan Lingkungan

Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini maka Anda akan memahami hal-hal berikut:

1. Tujuan pembuatan kebijakan lingkungan perusahaan;
 2. Contoh-contoh piagam lingkungan sebagai sumber perumusan kebijakan lingkungan;
 3. Proses implementasi kebijakan lingkungan yang ada di perusahaan.
-

A. Pendahuluan

Syarat utama suatu perusahaan dalam menangani masalah lingkungan, yaitu kebijakan lingkungan. Kebijakan itu seharusnya menjadi dasar dari seluruh bagian yang berinteraksi dengan lingkungan dan menjadi sinyal utama bagi para *stakeholder* internal, dan eksternal untuk menilai keseriusan perusahaan dalam merespons lingkungan. Ada kemungkinan perusahaan akan mengadopsi salah satu kebijakan lingkungan untuk kepentingan internal, tetapi mengungkapkannya kepada publik dengan versi yang lebih sederhana. Alternatif lainnya dengan mengembangkan kebijakan lingkungan sendiri. Akan tetapi, membuat kebijakan saja itu kurang berarti sehingga di akhir bab ini akan dijelaskan implementasi kebijakan lingkungan dalam praktik organisasi.

B. Kebijakan Lingkungan Perusahaan

Tujuan utama mengadopsi kebijakan lingkungan adalah sebagai pedoman aktivitas pada masa mendatang. Adopsi ini membutuhkan dukungan informasi data yang akurat tentang interaksi perusahaan dan lingkungan yang merupakan komitmen spesifik yang didukung oleh suatu mekanisme untuk menyelaraskan kebijakan ke dalam target khusus yang dapat dicapai. Target-target yang dibuat sifatnya sementara dan terus akan dikembangkan. Namun, hal itu ternyata menimbulkan pro dan kontra, apakah kebijakan lingkungan dapat menjadi pendukung atau sebaliknya penghambat. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat tabel di bawah ini.

Tabel 1. Pro dan Kontra Manfaat Kebijakan Lingkungan bagi Perusahaan

No	Pro	Kontra
1	Kebijakan lingkungan disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan	Kebijakannya agak lemah
2	Kebijakan lingkungan mencerminkan secara realistik apa yang dapat dicapai di masa mendatang	Implementasi dan monitoring tidak diprioritaskan
3	Kebijakan lingkungan dapat menjadi pelindung dan menjauhkan dari keinginan untuk publikasi	Derivasi (turunan) kebijakan mungkin akan jauh lebih mahal
4	Kelayakan dapat dinilai secara rahasia	Tidak dapat diperbandingkan antara nasional dan internasional
5	Dapat menjadi lebih umum	Terlihat sebagai opsi yang lunak atau PR yang buruk

No	Pro	Kontra
6	Dapat diperkaya dan dikembangkan melalui berbagai pengalaman	Tidak membutuhkan dorongan untuk transparansi
7	Dapat lebih mudah untuk bertahan dari kelompok lingkungan	Kesulitan untuk menghubungkan antara isu lingkungan dan perusahaan
8	Implementasinya akan lebih murah	
9	Akan lebih mudah "berpetualang" apabila tetap <i>private</i>	

Sumber: Gray dan Bebbington (2001:67)

Sebagai langkah awal, akan lebih baik bila perusahaan membuat draft kebijakan terlebih dahulu. Perusahaan akan melakukan *review* lingkungan, membuat penilaian tentang posisinya, dan menilai kelayakan tujuan lingkungan. Selanjutnya, membuat draft yang lebih riil dalam kebijakan yang layak dilakukan dan menjadi dokumen yang bersifat jangka panjang. Kebijakan ini kemudian dapat dipublikasikan. Tentu, akan jauh lebih baik apabila perusahaan mempunyai misi dan kebijakan secara umum, tetapi sebaiknya harus didukung oleh kebijakan terinci pada area-area yang spesifik, seperti lingkungan, kesehatan serta keamanan. Apabila proses perumusan kebijakan ini berhasil maka timbul pertanyaan, apakah pernyataan kebijakan harus mengikuti aturan perundang-undangan atau melampaui (*beyond*) ketentuan undang-undang. Berdasarkan pengalaman, kebijakan yang disusun sebaiknya tidak melampaui aturan perundang-undangan agar perusahaan tidak mengalami kesulitan dalam proses implementasinya.

Di samping itu, isu lain yang tak kalah penting adalah terkait perusahaan multinasional. Apakah perusahaan-perusahaan, se-

perti IBM, ICI, dan Norsk Hydro juga harus mengikuti aturan hukum internasional. Perusahaan-perusahaan itu ternyata telah melampaui standar lingkungan yang diminta oleh negara masing-masing. Alasannya, masalah ini terkait dengan persaingan. Apabila mereka tidak mengikuti standar internasional yang berlaku maka mereka akan kalah bersaing sehingga mereka mengembangkan kebijakan lingkungan melampaui apa yang ditetapkan oleh negara masing-masing.

C. Piagam Lingkungan

Piagam lingkungan adalah dokumen publik yang memiliki beberapa tujuan. Piagam itu terdiri dari pedoman prinsip-prinsip yang mencakup perencanaan, aktivitas, dan pengendalian yang di dalamnya terdapat aspek lingkungan yang harus diintegrasikan. Dalam bab ini, kita akan *me-review* beberapa piagam, seperti CERES *Principles* dan ICC's *Business Charter for Sustainable Development*. Tentunya, piagam ini akan menimbulkan pro dan kontra terkait manfaat yang akan diperoleh oleh perusahaan apabila mengikuti piagam. Tabel berikut akan menjelaskan pro dan kontra mengenai hal itu.

Tabel 2. Manfaat Piagam Lingkungan

No	Hal
1	Apabila disponsori oleh organisasi independen maka kemungkinan akan bebas dari bias. Oleh karena itu, kemungkinan akan lebih jelas dan mempunyai sasaran yang lebih jelas dibandingkan dengan pernyataan misi lingkungan yang ada dalam laporan tahunan atau pernyataan dari <i>Public Relation (PR)</i> .
2	Dengan memberikan pernyataan misi yang lebih bersifat umum, piagam menyederhanakan proses perbandingan kebijakan perusahaan.

No	Hal
3	Perusahaan dapat menilai kinerjanya dengan membandingkan piagam dari beberapa perusahaan. Hal ini memungkinkan menciptakan sebuah mekanisme untuk monitoring.
4	Memberikan standar eksternal sebagai referensi bagi organisasi apakah sesuai dengan piagam atautah tidak.
5	Mendorong eksistensi dan identitas bagi perusahaan yang belum mengikutinya agar bersedia untuk berubah.

Sumber: Gray dan Bebbington (2001:71)

D. Prinsip-prinsip CERES

Prinsip CERES telah dikembangkan pada waktu tragedi Exxon Valdez berdasarkan hasil gabungan antaraproyek *Coalition for Environmentally Responsible Economies* (CERES) dan *Social Investment Forum* yang ada di Amerika. Di Inggris, CERES, telah dipublikasikan pada November 1989, oleh Green Alliance dan Jupiter Tarbutt Merlin yang secara periodik terus di-*update*. Selanjutnya, perusahaan diminta menandatangani prinsip CERES. Dengan menandatangani, menunjukkan suatu sinyal yang baik tentang komitmen perusahaan dan kepatuhan terhadap dokumen resmi yang berdampak langsung pada keuangan. Prinsip CERES yang ketat tentang piagam publik dan tidak adanya dukungan dari berbagai industri menunjukkan ketidakpahaman terhadap kode-kode yang kurang ketat. Seberapa besar komitmen yang dibutuhkan oleh prinsip-prinsip yang diminta oleh publik menjadi satu alasan mendasar mengapa perusahaan menolaknya atau menandatangani.

Tabel 3. Ringkasan Prinsip-prinsip CERES

No	Hal
1	Perlindungan terhadap biosfer
2	Penggunaan sumber daya alam secara berkelanjutan
3	Pengurangan dan pembuangan sampah
4	Konservasi energi
5	Pengurangan risiko
6	Keamanan produk dan jasa
7	Perlindungan lingkungan
8	Penyampaian kepada publik
9	Komitmen manajemen
10	Audit dan pelaporan

Sumber: Gray dan Bebbington (2001:73)

Pada prinsipnya, isi dari piagam CERES adalah kombinasi dari prinsip-prinsip kualitas manajemen lingkungan, sistem manajemen lingkungan, serta tanggung jawab dan kepedulian informasi sebagai syarat pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Interpretasi sederhananya adalah prinsip CERES yang diterapkan oleh beberapa perusahaan berkomitmen untuk mengurangi pembangunan yang bersifat tidak berkelanjutan, sistem manajemen lingkungan, dan mengedepankan pengembangan aturan. Akan tetapi, masih ada juga perusahaan yang tidak menandatangani sehingga kita akan melihat piagam lain, yaitu ICC's Charter.

E. Piagam Bisnis ICC

International Chamber of Commerce meluncurkan *Business Charter for Sustainable Development* (ICC BCSD) pada April 1991, di *Second World Industry Conference on Environmental Management* (WICEM). Piagam ini kelihatan sangat banyak didukung oleh

piagam yang lainnya dengan hampir 1000 perusahaan besar yang mengikutinya. ICC adalah organisasi non profit yang mempunyai anggota di lebih dari 100 negara di dunia. Visinya adalah menjadi perwakilan bisnis dalam level internasional, mempromosikan perdagangan bebas dengan kompetisi yang adil, mengharmonisasikan praktik perdagangan, memformulasikan terminologi dan pedoman bagi eksportir dan importir, serta memberikan pelayanan kepada perusahaan.

Selanjutnya, ICC memiliki sejarah mendukung bisnis dalam berbagai arena lingkungan. Pedoman lingkungan untuk berbagai industri di dunia pertama kali dipublikasikan pada tahun 1974. Berbeda dengan CERES Principles, ICC BCSD lebih bersifat standar yang lunak dan lebih fleksibel untuk diikuti. Sebagai contoh, ICC BCSD mensyaratkan bahwa tidak ada dampak lingkungan yang tidak semestinya (No 6) dan mendorong untuk berdialog secara terbuka (No 15). ICC ini lebih mendorong perusahaan untuk merespons dibandingkan memaksa.

Tabel 4. Ringkasan Prinsip-prinsip ICC

No	Hal
1	Prioritas perusahaan
2	Manajemen yang terintegrasi
3	Meningkatkan proses
4	Pendidikan karyawan
5	Penilaian awal
6	Produk dan jasa
7	Saran pelanggan
8	Fasilitas dan operasi
9	Penelitian
10	Pendekatan pencegahan
11	Kontraktor dan <i>supplier</i>
12	Penyiapan hal-hal yang tidak terduga
13	Transfer teknologi
14	Kontribusi terhadap usaha yang bersifat umum
15	Keterbukaan
16	Kepatuhan dan pelaporan

Sumber: Gray dan Bebbington (2001:76-77)

ICC tidak meminta untuk mempublikasikan sebagai salah satu syarat pengauditan dan pelaporan. Ketika point 16 meminta pelaporan secara periodik, hal itu bukan merupakan persyaratan mutlak yang perlu diungkapkan sebagai salah satu syarat audit. Point ini menjadikan perusahaan untuk lebih fleksibel dalam pelaporan, tetapi dampaknya publik dan pemegang saham tidak memperoleh jaminan terhadap kualitas kinerja lingkungan atau informasi lingkungan secara rutin.

ICC tidak melakukan proses monitoring terhadap kepatuhan dengan piagam. Hal itu diserahkan kepada mekanisme publik yang memberikan penilaian. Dengan mengetahui bahwa perusahaan berjanji kepada BCSD maka akan memungkinkan publik untuk mengevaluasi kepatuhan terhadap piagam. Bagaimanapun juga, ketiadaan pengumuman publik tentang perusahaan yang menandatangani piagam dan tiadanya audit yang sistematis serta hasil publikasi, publik tidak akan mengetahui level kepatuhan terhadap piagam.

Ironisnya, ada perusahaan yang tidak berkomitmen terhadap ICC yang ternyata berasal dari perusahaan besar yang sangat ramah terhadap lingkungan. Argumennya tidak pantas menandatangani sesuatu hal untuk berkomitmen terhadap pembangunan berkelanjutan karena baru saja dipahami. Hal itu bukan berarti perusahaan menentang konsep itu, tetapi karena "*buying into sustainable development*" berimplikasi juga terhadap "*buying into*" kebijakan sosial yang lebih besar, yang akan muncul terus-menerus. Selain itu, direktur perusahaan tidak meyakini bahwa wewenang mereka sebagai pemimpin akan memperkuat komitmen.

F. Piagam dan Inisiatif yang Lain

Adanya pengembangan agenda bisnis lingkungan maka akan ada pertumbuhan dalam piagam lingkungan. Piagam lingkungan yang dicari perusahaan dibutuhkan untuk menyesuaikan target

kinerja lingkungan yang ideal atau penawaran perusahaan yang realistis sehingga cukup kuat untuk mencapai tujuan dalam manajemen lingkungan. Contoh piagam yang lain, yaitu *Canadian National Round Table on the Environment dan Economy's Objectives for Sustainable Development*, *Japan's Federation of Economic Organization's* dan di Inggris ada *The CBI's Environment Business Forum* yang telah mempublikasikan *Agenda for Voluntary Action*. CBI's telah mempublikasikannya pada tahun 1992 yang secara eksplisit mencoba membujuk perusahaan untuk mengadopsi sikap yang bertanggung jawab terhadap isu lingkungan agar regulasi tentang manajemen lingkungan dan pelaporan lingkungan tidak diperlukan.

Inisiatif dari sektor-sektor industri juga sudah mulai bermunculan, contohnya *The European Petroleum Industry Association's Environmental Guiding Principles*, *The UK Environmental Investor Code* yang dibentuk oleh *Pensions Investment Research Consultants (PRIC)*, *The UK Environmental Charter for Local Government* yang dibentuk oleh *Friends of the Earth* serta yang sangat terkenal adalah *The Chemical Industry Association's (CIA) Responsible Care Programme*. Sedangkan, CIA memiliki syarat yang lebih mudah dibandingkan dengan ICC dan Piagam CERES. CIA mempunyai contoh yang baik tentang inisiatif industri yang lebih realistis untuk dilakukan. CIA pertama kali dipublikasikan pada Mei 1989, dengan tujuan meningkatkan kinerja industri kimia dan memungkinkan perusahaan untuk menunjukkan kepedulian kepada publik. Selain meningkatkan *image* kepada publik, piagam CIA juga bertujuan mendorong industri agar mematuhi undang-undang.

G. Implementasi dan *Monitoring*

Setelah perusahaan membuat rumusan kebijakan lingkungan, langkah selanjutnya adalah implementasi kebijakan. Langkah-langkah implementasi dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 5. Implementasi Kebijakan Lingkungan

No	Hal
1	Tetapkan tujuan dari kebijakan lingkungan yang telah disusun
2	Tetapkan tujuan perusahaan yang sesuai dengan kebijakan lingkungan
3	Identifikasi interaksi perusahaan dan memutuskan bagaimana cara mengharmonisasikannya
4	Sesuaikan tujuan ke dalam target spesifik
5	Tetapkan tanggal target
6	Menetapkan tanggung jawab
7	Monitor kinerja
8	Umpan baik dan insentif

Sumber: Gray dan Bebbington (2001: 81)

Sementara itu, Alcan (1991) dalam buku Gray & Bebbington (2001:80), mengatakan bahwa kebijakan lingkungan akan *drive* investasi dan riset & pengembangan (R&D). Contohnya, British Telecom yang secara periodik mempublikasikan kebijakan, target dan tanggal pencapaiannya. Ada tiga hal yang penting untuk diperhatikan dalam proses implementasi. *Pertama*, apabila kebijakan menjadi sangat spesifik maka tidak dapat dikendalikan. Contohnya, seluruh perusahaan mungkin akan berpikir bahwa mereka telah *sustainable* tanpa mendefinisikan keberlanjutan (*sustainability*) atau mengetahui syaratnya. *Kedua*, apabila terjadi konflik kebijakan dan kebijakan itu tidak berguna. Contohnya, organisasi akan mengurangi emisi dengan mengembangkan teknologi, tetapi konflik dengan anggaran yang telah ditetapkan.

Pernyataan itu menjadi tidak berarti apa pun sampai hal itu diselesaikan terlebih dahulu. *Ketiga*, monitoring jauh lebih penting dibandingkan hanya sekadar kesadaran. Tidak hanya memberikan penilaian, *feedback*, dan mekanisme pengendalian, monitoring juga diperlukan dengan dua tujuan **1.** tidak adanya proses monitoring

merupakan suatu sinyal bagi karyawan bahwa perusahaan tidak serius menanggapi isu lingkungan; 2. monitoring sebaiknya menjadi satu kesatuan dengan monitoring keseluruhan sebagai suatu peringatan awal bagi perusahaan. Kemudian, hal lain yang perlu disadari adalah proses ini membutuhkan waktu dan tenaga. Desain sistem informasi yang baik dan data dari sistem informasi diperlukan untuk menghindari masalah-masalah yang akan terjadi. Hal penting lainnya dalam proses implementasi ini adalah kepercayaan terhadap kinerja yang realistis antararea lingkungan yang memerlukan pengaruh yang besar sebagai sumber untuk melakukannya.

Pertanyaan Diskusi

1. Bagaimana analisis kebijakan lingkungan yang diterapkan oleh enam dari delapan perusahaan besar yang ada di Bab 2?
2. Bandingkan implementasi kebijakan lingkungan perusahaan di Indonesia dengan kebijakan lingkungan perusahaan yang ada di Bab 2!
3. Jelaskan pula proses perumusan dan implementasinya! Anda dapat mencari dari internet atau langsung mempelajari dari *website* perusahaan mereka masing-masing.

5 Sistem Manajemen dan Audit Lingkungan

Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini maka Anda akan memahami hal-hal berikut:

1. Definisi audit lingkungan;
2. Tipe-tipe audit lingkungan;
3. Pengembangan sistem manajemen lingkungan;
4. Perbedaan *audit supplier* dan *eco-labelling*.

A. Pendahuluan

Berdasarkan sudut pandang perusahaan hanya respons sensitif terhadap perubahanlah yang dapat mempercepat agenda lingkungan sehingga mengarahkan perusahaan untuk mengembangkan sistem manajemen lingkungan (SML) terintegrasi. *British Standards Institution* (1994) dalam buku yang ditulis oleh (Netherwood, 2014) mendefinisikan sistem manajemen lingkungan sebagai suatu struktur, tanggung jawab, praktik, prosedur, proses, serta sumber daya untuk penentuan dan pengimplementasian kebijakan lingkungan.

SML mencakup seluruh aspek dalam perusahaan yang merupakan elemen terpisah untuk merespons lingkungan secara sistematis yang diharmonisasikan dan diintegrasikan kepada sistem manajemen lainnya (termasuk sistem akuntansi) dalam perusahaan. Hal itu lebih mudah untuk dikatakan daripada

dilakukan. Tujuan buku ini hanyalah sederhana, yaitu penulis mencoba memperkenalkan area-area agenda lingkungan yang mempengaruhi perusahaan dengan tujuan untuk mengidentifikasi cara-cara yang di dalamnya akuntansi seharusnya dapat berkontribusi untuk merespons lingkungan. Untuk mencapai hal itu, paling tidak dibutuhkan pemahaman tentang sistem manajemen lingkungan dan audit lingkungan.

B. Audit Lingkungan

Audit lingkungan adalah langkah substantif yang dilakukan oleh perusahaan apabila ingin menerapkannya (*embedding*) dalam praktik perusahaan sehingga dapat mengelola dan melaporkan isu lingkungan. Manajer dan akuntan juga sebaiknya memahami area-area mana saja yang sesuai untuk mulai memahami proses bagaimana perusahaan dapat mengembangkan SML-nya. Audit lingkungan dan manajemen lingkungan adalah dua istilah yang hampir sama dalam merespons agenda lingkungan. Keduanya berkembang dengan cepat dan agak kompleks. Buktinya, *British Standards Institution* (BSI), *European Union* (EU), dan *International Organization for Standardization* (ISO) telah mengembangkan beberapa pedoman standar terkait dengan audit dan manajemen lingkungan. Kemudian, kita akan mulai membahas konsep-konsep dasar yang akan dimulai dengan membahas definisi terlebih dahulu. Menurut (CBI, 1990), audit lingkungan sebagai pengujian sistematis terhadap interaksi antara bisnis operasi dan lingkungan di dekat perusahaan, yang meliputi: udara, tanah, air, serta dampaknya terhadap komunitas masyarakat, lahan juga ekologi dan persepsi publik terhadap operasi perusahaan di area lokal.

Selanjutnya, langkah awal dalam audit lingkungan adalah perusahaan harus menentukan terlebih dahulu seberapa luas area yang akan dijangkau. Langkah awal ini ditentukan oleh beberapa faktor, yaitu karakteristik perusahaan, jenis industri dan pasar, seberapa jauh keinginan untuk memenuhi agenda lingkungan.

Apakah perusahaan berkeinginan mencari akreditasi dari lembaga standar audit lingkungan dan yang terpenting adalah audit lingkungan ini menjadi elemen penting dalam membangun sistem manajemen lingkungan perusahaan yang walaupun awalnya perusahaan berupaya dengan tergopoh-gopoh dalam membangun sensitivitas lingkungan.

Ada lima tipe audit lingkungan seperti yang ada dalam (Gray & Bebbington, 2001:89). *Pertama*, analisa dampak lingkungan (AMDAL); *kedua*, survei lingkungan; *ketiga*, *review*, pemantauan, dan pengawasan lingkungan; *keempat*, investigasi lingkungan, audit, dan manajemen lingkungan seperti EMAS, BS7750 dan ISO 14001; *kelima*, penilaian independen informasi lingkungan. Masing-masing tipe audit lingkungan ini memiliki karakteristik yang berbeda sehingga membutuhkan keahlian yang berbeda pula. Selain itu, masing-masing jenis audit memiliki implikasi hukum yang berbeda. Bahasan berikutnya akan menjelaskan tipe-tipe audit lingkungan.

C. Analisa Dampak Lingkungan (AMDAL)

AMDAL pertama kali dikembangkan di USA oleh National Environment Policy Act pada 1969. Kemudian, diikuti oleh Canada, Australia, Belanda dan Selandia Baru, serta Jepang. Setelah itu, menjadi salah satu persyaratan yang umum di seluruh dunia. Dalam artikel yang ditulis oleh Wang, Yang, & Xu (2006) menjelaskan AMDAL sebagai aktivitas yang dilakukan untuk mengidentifikasi dan memprediksi dampak suatu proyek terhadap lingkungan serta mencegah dan memonitor dampak yang akan terjadi. Tujuan utama dari AMDAL ini adalah sebagai panduan perencanaan dalam membangun pabrik, jalan, dan aktivitas industri.

Umumnya, AMDAL merupakan salah satu persyaratan legal yang harus dipenuhi oleh pengusaha sebelum memulai sebuah proyek. Hal itu perlu disadari oleh perusahaan bahwa

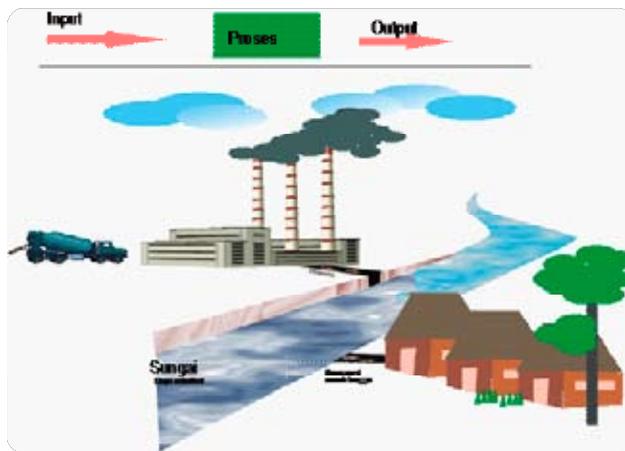
nilai AMDAL dapat membantu proses perencanaan dan sebagai sesuatu teknik manajemen yang berguna sebagai bagian audit dan manajemen lingkungan yang lebih luas. Tentunya, AMDAL jangan dilihat sebagai sesuatu hal yang sukar oleh sebagian besar perusahaan. Perusahaan dapat dengan cepat menyederhanakan dan mengurangi risiko-risiko dari proses perencanaan. Hal itu dapat meningkatkan reputasi lingkungan perusahaan dan membantu dalam merencanakan prosedur di masa mendatang.

D. Survei Lingkungan

Buku ini menggunakan istilah survei lingkungan untuk mengacu pada tipe audit lingkungan yang lebih sederhana. Survei lingkungan ini merupakan langkah awal perusahaan untuk meningkatkan sensitivitas lingkungan. Awalnya, dilakukan dengan mengenali isu lingkungan perusahaan, yaitu dengan mengenali area-area dan mengidentifikasi potensi aktivitas yang berdampak pada lingkungan. Kemudian, menyusun agenda awal untuk audit lanjutan dan mulai melengkapi proses manajemen lingkungan. Apa pun hasil dari survei lingkungan ini maka akan dijadikan umpan balik (*feedback*) oleh perusahaan apakah aktivitas operasi perusahaan sudah sesuai dengan agenda lingkungan yang telah direncanakan sebelumnya atukah belum sehingga akan mempengaruhi budaya perusahaan.

Hal yang sungguh menyedihkan adalah hampir sebagian besar perusahaan tidak pernah melakukan langkah awal ini. Berdasarkan pengalaman dan riset yang pernah dilakukan oleh para ahli menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan, baik *private* maupun sektor publik tidak melakukan audit lingkungan, bahkan beberapa perusahaan beranggapan tidak ada dampak lingkungan yang signifikan seperti yang telah dibahas pada bab terdahulu. Pada tahap awal ini barangkali terlihat sangat mendasar, namun sangat sulit. Tahap selanjutnya, tidak hanya melibatkan pengetahuan tentang perusahaan saja,

tetapi membutuhkan pemikiran-pemikiran yang sifatnya secara keseluruhan yang dimulai dengan mengidentifikasi input, proses, dan output. Ketiga hal itu jangan dibayangkan sebagai input bahan baku diproses kemudian menghasilkan output berupa produk barang jadi. Namun, perlu diidentifikasi mulai dari dampak bahan baku terhadap lingkungan, diproses, lalu menghasilkan output yang berupa limbah padat atau cair yang juga berdampak pada lingkungan seperti yang diilustrasikan di bawah ini.



Sumber: Djajaningrat (2010)

Gambar 1. Ilustrasi Input, Proses dan Output terhadap Lingkungan

Seperti yang diilustrasikan pada gambar di atas, mulai dari input sampai dengan output sebaiknya dapat diidentifikasi dan dikelola dengan cara sederhana, misalnya *refuse*, *reduce*, *reuse*, *recycle*, dan *substitute*. Beberapa pendekatan sederhana dapat mempunyai pengaruh yang sangat dalam terhadap pemikiran dan tindakan yang dilakukan oleh para manajer. Hal lain yang dapat muncul, *pertama*, bagaimana biaya dan manfaatnya? Apakah jumlah angka yang besar akan disetujui? Dalam menjalankan perusahaan secara ketat, dengan *margin* laba yang kecil dan tidak ada cadangan modal maka sebagian besar tindakan yang signifikan tidak mungkin dilakukan dalam perusahaan untuk

mencapainya. *Kedua*, apakah faktor penentu keberhasilan bisnis? Apakah perusahaan tidak terlalu sulit untuk melakukan hal itu? Intinya, apakah ada konflik antara standar lingkungan dan standar bisnis?

Selanjutnya, bagi perusahaan yang baru pertama kali melakukan survei lingkungan, sebaiknya langkah ini diperbaiki atau direvisi sebelum berubah ke arah bentuk yang lebih sulit lagi. Dua cara yang dapat dilakukan untuk memperbaikinya, *pertama*, merevisi konsep perusahaan ke dalam sektor yang lebih bermanfaat. Contohnya, pengaruh yang ekstrem, orang-orang, pemrosesan, produk atau jasa, emisi, limbah, dan efek lainnya. *Kedua*, memisahkan analisis menjadi bagian-bagian kecil dengan referensi yang lebih bersifat kriteria lokal.

Selanjutnya, hal penting lain, namun sering hilang dalam proses audit, yaitu beberapa acuan terhadap hukum, kondisi lokal, standar industri, perizinan, dan sebagainya. Berdasarkan pengalaman, justru perusahaan-perusahaan besar yang sering mengabaikan hal-hal di atas. Sebaliknya, perusahaan-perusahaan kecil sangat mempertimbangkan aturan yang bersifat lokal, misalnya aturan dari pencinta alam, seperti *Greenpeace* atau organisasi pencinta alam lainnya. Sebagai pemula, survei memang dapat membantu, tetapi hal itu tentunya tidaklah cukup. Tanpa pertimbangan dari seorang ahli yang benar-benar mengetahui tentang aspek legal dan hal-hal yang bersifat kimiawi semuanya akan menjadi sia-sia.

E. Mengembangkan Audit Lingkungan

Ada dua pendekatan dalam mengembangkan audit dan sistem manajemen lingkungan. *Pertama*, dengan cara coba-coba (*trial and error*) seperti yang dilakukan oleh ICI dan IBM. *Kedua*, dengan cara mengadopsi prosedur yang telah ditetapkan oleh organisasi, seperti EMAS atau ISO 14001. Meningkatnya tekanan untuk melakukan standardisasi dalam mengembangkan audit

lingkungan, mendorong masing-masing perusahaan memiliki ciri tersendiri, memfokuskan pada hal yang berbeda atau barangkali juga berbeda dalam hal-hal yang potensial, waktu, dan ketersediaan kas. Oleh karena itu, keputusan pertama kali yang harus dilakukan, apakah akan dilakukan sendiri atau meminta bantuan dari pihak luar? Apakah investigasi posisi perusahaan juga akan berdampak langsung pada penataan sistem manajemen lingkungan?

Beberapa perusahaan dari beberapa ukuran menemukan bahwa penelitian lebih rinci dibutuhkan sebagai pendahulu dalam mengembangkan sistem manajemen lingkungan. Beberapa perusahaan bahkan berkonsultasi dengan konsultan untuk membangun tim secara *in house training*. Hal itu dibutuhkan untuk mengetahui apa yang seharusnya akan dilakukan. Sebagai ilustrasi dasar akan diberikan beberapa hal yang dapat dilakukan di bawah ini.

Tabel 1. Hal-hal yang Diperlukan dalam *Review Audit Lingkungan*

No	Hal
1	Menentukan skala prioritas interaksi lingkungan
2	Menilai derajat dampak lingkungan
3	Mempelajari bagaimana mengatasi dengan cara mengurangi atau meningkatkan dampak perusahaan
4	Mengidentifikasi perubahan kebijakan dan respons sikap sosial masyarakat
5	Menetapkan kebijakan dan standar
6	Mengidentifikasi penanggung jawab
7	Melatih karyawan
8	Mengubah cara-cara lama dan meletakkan kebijakan baru dalam setiap aktivitas yang dilakukan
9	Mengembangkan sistem informasi lingkungan
10	Memonitor dan menilai kinerja
11	Menilai kinerja yang bertentangan dengan standar
12	Melakukan proses evaluasi

Sumber: Gray dan Bebbington(2001: 98)

Seiring berjalannya waktu, suatu perusahaan dapat menjangkau langkah-langkah dalam memikirkan suatu strategi audit lingkungan. Hal itu dimuai dengan cara menanyakan pertanyaan yang lebih besar tentang keseluruhan strategi lingkungan, tujuan, sasaran, dan bagaimana isu lingkungan dapat sesuai (*fit*) dalam konteks perusahaan. Salah satu pendekatan dalam mengintegrasikan hal ini adalah dengan menggunakan analisis SWOT. Seperti pengalaman perusahaan Pilkington Glass yang melakukan analisa SWOT. Apabila dipergunakan dengan baik dan jujur maka akan dapat digunakan sebagai pedoman untuk mengarahkan respons perusahaan terhadap lingkungan. Sebagai contoh, di bawah ini diberikan ilustrasi tentang hasil analisis SWOT yang telah dilakukan.

Tabel 2. Contoh Ilustrasi Analisis SWOT

Kekuatan	Kelemahan
<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Image</i> publik; 2. Moral karyawan; 3. Tipe produk; 4. Teknologi yang dimiliki; 5. Peluang daur ulang; 6. Posisi perusahaan saat ini; 7. Perhatian terhadap isu lingkungan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesan publik terhadap polusi yang ditimbulkan; 2. <i>Trade off</i> antara biaya dan emisi; 3. Standar internasional; 4. Level daur ulang; 5. Keterbatasan teknologi dalam pemrosesan 6. Transportasi.
Peluang	Tantangan
<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk yang ramah lingkungan; 2. Keterlibatan dengan bisnis dan kelompok lingkungan; 3. Keterlibatan dengan komunitas; 4. Peluang daur ulang; 5. Penggunaan ide dan niat baik karyawan; 6. Posisi dalam perusahaan; 7. Riset dan pengembangan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hukum yang berlaku di seluruh negara operasi; 2. Biaya energi; 3. Kewajiban terhadap kepedulian dan biaya lahan; 4. Standar internasional dan perdagangan antarperusahaan; 5. Biaya pemantauan saat ini dan masa mendatang.

Sumber: Gray dan Bebbington (2001:99)

Beberapa ilustrasi dari hasil analisis di atas memiliki manfaat yang jelas dalam mendorong perusahaan untuk melihat secara mendalam dan memulai proses identifikasi dari manakah usaha respons terhadap lingkungan seharusnya dilakukan. Walaupun keberhasilan analisis SWOT merupakan dugaan awal tentang aktivitas perusahaan yang signifikan. Pengalaman telah menunjukkan bahwa baik perusahaan besar maupun kecil sering mempunyai ide sederhana tentang apa yang terjadi melalui operasi perusahaan mereka.

F. Mengembangkan Sistem Manajemen Lingkungan

Pemahaman terhadap peran audit lingkungan dan memanfaatkan pemrosesannya dapat dicapai hanya dalam konteks pembelajaran yang lebih luas untuk mengelola kinerja lingkungan. Hal itu tidak sesederhana apa yang dibayangkan karena isu lingkungan bukanlah bersifat sesaat, namun terjadi secara terus-menerus sehingga dibutuhkan suatu proses audit yang kritis, teratur, dan analitis dalam seluruh bagian perusahaan.

Mengembangkan kebijakan lingkungan dan menyetujui piagam lingkungan membutuhkan suatu pemahaman tentang dampak perusahaan terhadap lingkungan. Untuk mengarahkan audit lingkungan agar dapat berjalan secara efektif dan efisien maka hal itu membutuhkan dukungan kebijakan pihak manajemen perusahaan. Seluruh proses yang dilakukan akan membentuk suatu siklus seperti yang diilustrasikan di bawah ini.



Sumber: Gray dan Bebbington (2001:101)

Gambar 2. Ilustrasi bagaimana mengembangkan manajemen lingkungan

Dengan ilustrasi ini, kita akan dapat melihat fungsi yang lebih dalam tentang bagaimana cara untuk mengembangkan audit lingkungan atau lebih tepatnya sering disebut dengan *review*, *monitoring*, dan *supervisi*, sebagai suatu cara untuk mengembangkan target-target yang *progresif* dan mencari solusi apabila menemukan suatu masalah. Selain itu pula, akan berinovasi mencari cara untuk meningkatkan kualitas lingkungan. Apa yang dilakukan oleh perusahaan ketika mulai melangkah dalam mengintegrasikan strategi manajemen lingkungan hampir sama prinsipnya dengan *total quality management (TQM)*.

Adanya peningkatan kebutuhan manajemen lingkungan yang baik dapat dilihat sebagai komponen TQM yang disebut dengan *Environmental Quality Management (EQM)*. Hampir sama dengan TQM, tidak ada cara mudah untuk membeli kualitas. Perusahaan harus mencari cara dalam seluruh aspek untuk menjadi yang terbaik. Hal itu akan mengarahkan perusahaan kepada beberapa pertimbangan, seperti *zero complaints*, *zero spills and accidents*,

zero pollution, dan *zero waste* sebagai sesuatu hal dasar yang tidak dapat ditoleransi. Pendekatan terhadap TQM/EQM lingkungan ini memimpin IBM sebagai perusahaan yang memiliki standar paling tinggi di dunia dan diikuti oleh perusahaan lainnya, seperti ICI dan BAT. Pendekatan ini akan mengarahkan pada inisiatif-inisiatif yang dilakukan oleh perusahaan, seperti prinsip 3R serta indikator-indikator dan pengukuran kinerja lingkungan.

G. Standar Lingkungan

Audit lingkungan dan sistem manajemen lingkungan keduanya bermanifestasi dalam suatu rangkaian pedoman yang secara cepat ditetapkan sebagai indikator praktik terbaik. Dengan banyaknya adopsi secara eksplisit dan sistematis terhadap satu atau lebih pedoman yang secara bersamaan dengan sertifikasi oleh badan yang menerbitkan pedoman maka hal ini dapat menjadi bahan pertimbangan sebagai suatu elemen penting dalam mengelola bisnis yang baik.

Selanjutnya, pedoman tentang audit dan sistem manajemen lingkungan telah ada di beberapa negara dalam beberapa waktu. Penerbitan standar dan pedoman internasional akan memaksakan audit dan sistem manajemen lingkungan ke dalam langkah internasional sebagai bagian sentral dalam strategi dan kebijakan lingkungan. Ada tiga standar yang akan didiskusikan dalam bagian ini. *Pertama, British Standards Institution (BS7750); kedua, The European Union's Eco Management and Audit Scheme (EMAS), ketiga, International Organization for Standardization's (ISO 14000).*

BS7750 dianggap sebagai standar internasional pertama kali untuk sistem manajemen lingkungan dan audit lingkungan. Pertama kali diterbitkan pada 1991 dan mengalami revisi pada 1997. Standar ini menggambarkan pendekatan yang agak susah dan rasional yang digunakan di Inggris sebagai pendekatan *Total Quality Management*. Alasan yang mendasarinya adalah perusahaan telah siap disertifikasi dengan standar kualitas yang sesuai dengan

standar manajemen lingkungan. Bagian yang esensi antara kualitas dan standar lingkungan adalah perusahaan harus memiliki kebijakan sistematis yang saling terkait satu dengan lainnya, hal ini berarti mengidentifikasi isu utama, pemantauan yang sistematis, dan komitmen untuk melakukan perbaikan terus-menerus yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 3. Prinsip-prinsip dalam BS7750

1	Persiapan <i>review</i> lingkungan, termasuk fasilitas emisi dan limbah
2	Penilaian dampak lingkungan dan penyusunan target
3	Menetapkan target manajerial dan penilaian pusat kinerja, tanggung jawab, dan akuntabilitas
4	Implikasi bahwa perusahaan akan selalu <i>me-review</i> bahan baku sama seperti prosedur investasi keuangan
5	Melakukan audit lingkungan yang dapat dilakukan pihak independen atau eksternal auditor
6	Keseluruhan proses bisnis dapat diaudit
7	Komitmen terhadap sistem manajemen lingkungan, <i>review</i> , dan audit sistem

Sumber: Gray dan Bebbington (2001:106)

Dengan menekankan arti penting mengelola dampak lingkungan dibandingkan kinerja lingkungan sesungguhnya, standar ini lebih populer di dalam bisnis dan diadopsi secara luas di dalam praktik. EMAS pertama kali diadopsi oleh dewan negara-negara di Eropa pada 1993. Tidak seperti biasanya, EMAS dilakukan secara sukarela. Tetapi, hal itu dilakukan setelah keberhasilan lobi yang dilakukan untuk kepentingan bisnis untuk mencegah adopsi sebagai suatu persyaratan dalam seluruh sistem perusahaan. Berdasarkan hasil perbandingan antara EMAS dan BS7750 ternyata mempunyai perbedaan yang signifikan. Kemudian, elemen-elemen EMAS dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4. Prinsip-prinsip EMAS

No	Hal
1	Adopsi kebijakan lingkungan yang terdiri dari komitmen untuk mematuhi seluruh peraturan terkait dan melakukan perbaikan terus-menerus (<i>continuous improvement</i>) dalam kinerja lingkungan.
2	<i>Review</i> lingkungan pada bidang yang berkaitan.
3	Keseuaian sistem manajemen lingkungan dan kebijakan lingkungan yang telah ditetapkan.
4	Audit lingkungan telah mencakup seluruh area perusahaan dan siklus auditnya tidak boleh lebih dari tiga tahun.
5	Hasil audit dijadikan dasar untuk menyusun sasaran lingkungan dan revisi terhadap program lingkungan untuk mencapai sasaran ini.
6	Sebagai pelengkap <i>review</i> dan audit, perusahaan akan membuat pernyataan terhadap publik terkait dengan lingkungan dan harus divalidasi oleh pihak independen.
7	Pernyataan lingkungan sebaiknya mencakup seluruh hal yang signifikan terkait dengan isu lingkungan, termasuk polusi, limbah, penggunaan bahan baku, energi, air, dan sebagainya.

Sumber: Gray dan Bebbington (2001:107)

Barangkali, tiga elemen EMAS yang penting, yaitu desakan yang kuat dalam target; persyaratan untuk pengungkapan; dan verifikasi oleh pihak independen. Desakan terhadap target dan perbaikan yang berimplikasi bahwa standar tidak akan dapat mentoleransi dampak lingkungan sehingga sesungguhnya hal itu membutuhkan perbaikan kinerja lingkungan. Apabila perbaikan kinerja lingkungan sebagai tujuan perusahaan yang utama maka pengungkapan kelihatannya sebagai suatu komponen yang penting. Perusahaan juga perlu mengetahui bahwa kinerja mereka akan diteliti lebih lanjut oleh masyarakat berdasarkan data yang disajikan secara sistematis. Pengungkapan itu akan memerlukan

proses pelaporan lingkungan yang baik. Bagian ini akan dibahas secara rinci pada bab selanjutnya pada materi pelaporan lingkungan dan laporan terpadu.

Selanjutnya, beberapa perusahaan di luar negeri telah mengembangkan pengungkapan lingkungan. Hal ini tentunya akan mendorong perusahaan untuk mendapatkan pengakuan yang baik untuk aktivitasnya serta dapat mendorong perusahaan dan para *stakeholder*-nya untuk berdiskusi tentang kesulitan-kesulitan yang dihadapi tentang konflik kepentingan dengan isu lingkungan. Akan tetapi, banyak perusahaan yang menentang untuk mengungkapkannya dan merasa keberatan untuk mengadopsi EMAS. Ketika EMAS sifatnya sukarela maka biarlah pasar yang akan menentukan apakah EMAS akan diadopsi ataukah tidak. Hal itu justru menyulitkan untuk menemukan alasan sosial dan lingkungan mengapa perusahaan menentang pengungkapan dan verifikasi EMAS.

EMAS tetap yang paling sulit dalam manajemen lingkungan dan standar audit. EMAS telah diadopsi hampir di seluruh negara Jerman dan Austria, tetapi adopsinya belum secara keseluruhan. Sebagian besar perusahaan telah memilih sesuai keinginannya dan menghindari EMAS. Akan tetapi, beberapa perusahaan tidak dapat menghindari untuk melakukannya, namun ketika dilakukan penelitian secara cermat terhadap kinerja lingkungannya, ternyata praktik yang dilakukan sangat jauh dari standar lingkungan sehingga hal inilah yang mendasari bahwa ISO 14000 memainkan perannya.

Seri ISO 14000 hampir sama seperti BS7750 yang awalnya sama dengan standar manajemen kualitas (ISO 9000). ISO 14000 pertama kali diterbitkan pada 1996 dan terus mengalami perkembangan. Dapat dikatakan, ISO 14000 sebagai standar yang mendasari audit dan manajemen lingkungan. Berlokasi di USA dan didominasi oleh perusahaan-perusahaan besar yang ada di sana, pedoman ISO dalam audit dan manajemen lingkungan

secara eksplisit diikuti. Hal ini lebih terkait dengan sistem manajemen dibandingkan kinerja lingkungan per bagian dan lebih spesifik lagi. Tidak ada ketentuan khusus untuk pengungkapan dan verifikasi. Berikut contoh *outline* ISO 14000.

Tabel 5. *Outline* ISO 14000

No	Hal
1	Memiliki kebijakan lingkungan
2	Penilaian terhadap aspek hukum dan lingkungan
3	Sistem manajemen lingkungan
4	Adanya internal audit periodik dan laporan terhadap top manajemen
5	Adanya pernyataan publik bahwa ISO 14001 telah diimplementasikan

Sumber: Gray dan Bebbington (2001:108)

ISO 14000 akan berdampak kepada sebagian perusahaan untuk memenuhi standar minimum. Adapun alasan bagi perusahaan mengapa mereka bergembira akan hal itu karena, “Kami tidak perlu membodohi diri kami sendiri dengan cara memaksakan perusahaan kami, apabila diperlukan maka kami akan mencapai kinerja lingkungan dan bila perlu akan mencapai keberlanjutan (mengenai hal ini telah dibahas sebelumnya pada bab 2)”.

H. Audit terhadap *Supplier* dan *Eco-Labeling*

Eco-labelling dan audit *supplier* adalah dua hal yang saling berkaitan dalam SML dan audit lingkungan. Keduanya didominasi oleh mekanisme pasar melalui pembelian barang dan jasa. Hal itu terkait dengan informasi tentang sejarah lingkungan mengenai barang yang dibeli. Apa yang mereka lakukan terkait dengan apa yang disebut secara ekonomi sebagai *value chain*. Pada sisi lain, *eco-labelling* terkait dengan pembelian oleh konsumen akhir. Sedangkan, audit *supplier* umumnya berkaitan dengan dampak

lingkungan yang bersumber dari pembelian barang dan jasa yang dilakukan oleh perusahaan *supplier*.

Eco-labelling bertujuan untuk mendorong perusahaan untuk mendapatkan tanda atau label sebagai produk dan jasa yang memenuhi standar lingkungan, baik dalam proses produksi ataupun operasinya. Beberapa pelabelan barangkali telah aktif di Eropa. *The European Eco-Labelling Regulation* pertama kali didirikan pada 1991. Berdasarkan program Blue Angel dari negara Jerman, suatu *eco-label* yang terlampir pada sebuah produk adalah sebagai suatu cara untuk memastikan bahwa produk dapat melalui negara-negara Uni Eropa (*Europe Union*). Suatu *eco-label* akan diperoleh apabila keseluruhan proses produk telah memenuhi standar lingkungan yang telah ditetapkan yang pada faktanya hal itu merupakan hasil dari penerapan suatu sistem *total quality management* yang menyeluruh. Dengan kata lain, *eco-label* tidak dapat diperoleh tanpa perusahaan melakukan operasi sesuai kualifikasi EMAS atau ISO 14000.

Eco-labelling telah terbukti sebagai suatu proses yang penuh dengan kesulitan dan konflik. Pada dasarnya, dampak potensial pasar tentang sebuah *eco-label* membuat perusahaan khawatir tentang kriteria yang akan diadopsi dalam menentukan label. Oleh karena itu, tidak dapat dihindari akan membawa pada proses lobi dan konflik. Dasar konfliknya cukup beralasan, yaitu kompleksitas produk (misalnya mesin cuci atau mobil) akan melalui berbagai macam proses yang dapat meragukan nilai lingkungan dalam penggunaan beberapa indikator tunggal yang telah ditetapkan sehingga tidak mungkin dilakukan (mungkin energi, bahan baku atau emisi dapat digunakan sebagai dasar penilaian). Apabila hal ini digunakan sebagai dasar penilaian atau ditambah yang lainnya, bagaimanakah proses produksi seharusnya ditempatkan?

Esensi audit *supplier* adalah produk dan jasa yang dibeli oleh perusahaan harus memenuhi standar minimum yang ada dalam perusahaan. Alasannya pun beragam, *pertama*, tidak mungkin

dapat menghasilkan produk yang *green* apabila tidak berasal dari bahan yang *green* pula. *Kedua*, alasan etis, yaitu tidak baik kalau mengakui sesuatu hal yang tidak dilakukan. *Ketiga*, inisiatif lingkungan dan alasan terakhir adalah alasan strategis yang merupakan suatu keunggulan kompetitif. Audit *supplier* masih merupakan suatu fenomena dan belum mempunyai suatu metode yang baku.

Audit *supplier* ini muncul sekitar tahun 1960, perusahaan-perusahaan, seperti British Telecom, DIY *supplier* dari B&O dan supermarket *Gateway* melaporkan telah mengembangkan analisis bahwa para *supplier*-nya telah memiliki standar lingkungan yang tinggi. Barangkali, IBM adalah sebuah contoh perusahaan yang menetapkan kebijakan perusahaan yang baik. Contoh program lingkungan IBM, yaitu menetapkan penilaian kebijakan lingkungan terhadap para *supplier*, membuat pedoman terhadap seluruh *supplier*, dan membuat pertanyaan rinci tentang lingkungan terhadap para *supplier*.

Selanjutnya, audit *supplier* mempunyai pengaruh yang signifikan dan meningkatkan aktivitas lingkungan perusahaan. Meskipun pengaruhnya berjalan dengan lambat, namun pada dasarnya ada begitu banyak hal dalam lingkungan yang berkembang. Mereka bekerja dengan pengaruh yang searah, konstan meningkatkan standar, hingga tidak ada perusahaan yang akan mampu mengabaikannya bila mereka ingin mengatasi persoalan lingkungan.

Pertanyaan Diskusi

1. Sebagai langkah preventif mengatasi lingkungan maka pemerintah menetapkan AMDAL sebelum memulai suatu proyek bangunan. Bagaimana ketentuan pelaksanaan AMDAL di Indonesia dari segi prosedur dan persyaratan yang diperlukan oleh perusahaan?
2. Apakah PROPER adalah istilah sama yang dilakukan di Indonesia terkait dengan audit lingkungan. Jelaskan secara rinci!
3. Jelaskan penerapan audit *supplier* dan *eko-label* di Indonesia!

6 Akuntansi Energi

Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini maka Anda akan memahami hal-hal berikut:

1. Isu-isu terkait dengan energi;
2. Isu energi yang dihadapi oleh bisnis;
3. Akuntansi untuk energi dan unit energi.

A. Pendahuluan

Pada bab sebelumnya telah membahas secara umum isu tentang lingkungan yang mempengaruhi bisnis. Lalu, agar diskusi yang kita bahas lebih konkrit maka bab ini akan membahas tentang dua hal spesifik, yaitu penggunaan energi dan beberapa cara bagaimana mengatasi pemborosan energi. Hal ini seharusnya menjadi perhatian yang serius bahwa perusahaan menghadapi interaksi lingkungan yang bersifat kompleks dan luas. Hal yang sama pula diperlukan apabila sistem akuntansi akan merespons terhadap agenda lingkungan. Paling tidak membantu perusahaan untuk meningkatkan sensitivitas lingkungan sehingga ada kebutuhan yang sama untuk menempatkan isu ini melalui akuntansi. Pembahasan ini tidak dapat mencakup semua hal yang berkaitan dengan penggunaan energi, tetapi ada dua hal yang akan membantu untuk mengilustrasikannya, yaitu mencari cara untuk

menghitungnya dan menawarkan beberapa pedoman tentang bagaimana memulai.

Selanjutnya, energi sebagai sesuatu hal penting harus dipertimbangkan. Energi merupakan titik tumpu bagi bisnis dan sangat terkait dengan lingkungan. Di satu sisi, dianggap oleh sebagian besar perusahaan sebagai tekanan lingkungan. Di sisi lainnya, sebagai faktor penting dalam mencapai keberlanjutan. Hal ini juga sebagai salah satu area yang membawa manfaat keuangan. Pendekatan terhadap manajemen energi tidak membutuhkan satu hal pun yang dilakukan sebagai pertimbangan lingkungan secara langsung. Praktik manajemen yang baik seharusnya mencari cara untuk meminimalkan seluruh pemborosan dan mengurangi biaya per unit, yang artinya sama saja dengan mencari opsi biaya energi yang murah. Bagaimanapun juga, meminimalkan biaya energi dan meminimalkan penggunaan energi bukan sesuatu hal yang sama. Manajemen perlu mempertimbangkan hal lebih penting lainnya yang mungkin akan terbukti baik secara jelas.

Energi yang dibahas di sini terlihat secara lebih luas. Misalnya, biaya transportasi, biaya BBM, pemrosesan bahan baku dan energi yang dibawa melalui air, serta emisi. Untuk alasan keuangan dan lingkungan, keduanya harus diminimalkan. Bab ini akan memperkenalkan isu terkait dengan energi, masalah-masalah penggunaan energi dan penghematan, serta lingkungan dan keuangan perusahaan. Selain itu, penulis juga akan membahas mengenai pengendalian penggunaan energi sebelum melihat implikasi akuntansi dan peran akuntansi dalam meminimalkan energi.

B. Isu tentang Energi

Isu lingkungan terkait dengan energi sangat kompleks dan penting. Energi dapat berasal dari energi tidak terbarukan dan tidak terbarukan. Contoh energi tidak terbarukan, antara lain: batubara, minyak, gas. Sedangkan, energi yang terbarukan, misalnya: angin, air, dan matahari. Bahan bakar di negara Eropa

umumnya berasal dari energi yang tidak terbarukan. Proses menghasilkan energi itu sendiri bersifat intensif dan tidak efisien. Hal itu menggunakan dan memproses limbah, oleh produk dan emisi gas serta secara langsung menciptakan hujan asam, *global warming*, polusi udara, dan campuran lainnya di atmosfer. Implikasi dari pencampuran ini masih banyak perdebatan, tetapi skenario yang dibahas adalah penghancuran terhadap spesies manusia. Di antara negara maju dan negara berkembang tidak meyekebuntukan hal yang sama terkait makhluk hidup lainnya dan planet secara keseluruhan. Implikasi tentang penggunaan tenaga nuklir, skema geotermal, dan hidro dapat secara langsung menambah masalah terhadap lingkungan itu sendiri. Hal itu akan menjadi masalah bila tidak menggunakan energi konvensional seperti di negara barat secara keseluruhan tanpa masalah.

Energi juga menjadi bahan perebatan bagi negara-negara G7/G77. *Pertama*, konsumsi energi per kapita di negara maju diperkirakan tujuh kali lebih banyak dibandingkan negara-negara berkembang. Hal itu menjadi jelas bahwa negara-negara berkembang memiliki kapasitas penghematan yang lebih banyak dibandingkan negara-negara maju. Untuk sebagian besar populasi negara-negara maju, penggunaan energi langsung berhubungan dengan hal yang mendasar, seperti memasak, mencuci, atau menyetrrika. Aktivitas itu hanya menggambarkan sebagian kecil dari penggunaan energi negara maju. Meningkatnya tekanan terhadap energi bagi negara-negara maju seiring dengan meningkatnya industrialisasi yang akan meningkatkan permintaan terhadap kayu sebagai tambahan bahan bakar, akhirnya akan menghancurkan hutan sehingga juga menyebabkan hancurnya habitat dan mengakibatkan banjir.

Dengan demikian, jelaslah seluruh sektor populasi dipengaruhi dalam proses dan usaha pemerintah, individu, dan bisnis yang akan diperlukan untuk mencegah pengaruh buruk sebelum penghancuran yang lebih parah. Oleh karena itu, hal ini

mebutuhkan dukungan dari sektor bisnis. Sebagai contoh, CO₂ akan berkontribusi pada pemanasan global di Inggris 70 % dari seluruh CO₂ yang dihasilkan dari bisnis dan transportasi. Hal itu akan berdampak kepada hujan asam Sox dan Nox.

Ironinya, sebagian besar penggunaan energi pada negara maju sangatlah boros. *Friends of the Earth* mengestimasi bahwa negara Inggris dapat mengurangi konsumsinya sebesar 70 %. Sebagian besar negara maju pada tahun 1970-an mengalami krisis energi. Namun, sayangnya tidak memiliki komitmen yang cukup kuat untuk efisiensi energi. Dengan pemerintahan yang efektif seharusnya dukungan terhadap pembenahan transportasi publik dan riset tentang energi alternatif dapat mendorong efisiensi energi.

C. Isu Energi yang Dihadapi oleh Bisnis

Bertumbuhnya perhatian secara terus-menerus terhadap energi, penggunaan, dan akibat emisi menciptakan perubahan tetapi bersifat relatif dan tidak dapat diprediksi. Sumber tekanan utama terkait penggunaan energi bisnis adalah meningkatnya harga energi, tetapi hal itu belum terjadi pada tingkat yang besar. Paling tidak, bagi bisnis sebagai alasan untuk sedapat mungkin melakukan penghematan, tanggung jawab warga yang baik atau posisi strategis sehingga telah mendopsi rencana manajemen energi atau mencari energi alternatif atau efisiensi energi. Salah satu manifestasi hal itu adalah meningkatnya penggunaan tenaga angin dan beberapa eksplorasi yang dilakukan terkait dengan tenaga matahari.

Salah satu perkembangan yang akan membuat perbedaan penting, yaitu apabila biaya energi meningkat maka akan bertentangan dengan tren secara umum. Contohnya, sistem pajak energi telah lama menjadi perdebatan apakah ini merupakan benar-benar biaya energi. Hukum secara nasional atau internasional sangatlah dibutuhkan. Sebagai contoh, standar yang

lebih tinggi untuk emisi listrik atau efisiensi energi terhadap penilaian dampak lingkungan.

Pada masa mendatang, hal yang mempengaruhi bisnis terkait perubahan penggunaan energi dan efisiensi tampaknya berasal dari dua hal. *Pertama*, perhatian global terkait efisiensi energi. *Kedua*, meningkatnya kekhawatiran tentang emisi, polusi, dan perubahan iklim. Sesungguhnya, efisiensi energi dan pengendalian emisi di negara-negara G7 telah meningkat secara terus-menerus. Peningkatan penggunaan energi dan emisi di negara G7 karena adanya peningkatan industrialisasi.

Menurut Gray & Bebbington (2001), ada dua hal yang dapat meningkatkan perhatian perusahaan terkait penggunaan energi dan emisi, yaitu pajak energi (*energy taxes*) dan perdagangan karbon (*carbon trading*). Pajak energi adalah insentif atau penalti terkait penggunaan energi untuk menekan penggunaan energi dengan tujuan mengharmonisasikan bisnis yang baik dan meningkatkan sensitivitas praktik lingkungan. Pendekatan kedua yang dapat dilakukan adalah perdagangan emisi yang dapat digunakan untuk mencapai target khusus emisi, seperti CO₂ dan SO₂. Idanya adalah perusahaan yang bersih (efisien) dapat menjual lisensinya kepada perusahaan yang kotor sehingga mentransfer dari hal yang buruk menjadi hal yang baik. Awalnya, hal itu berkembang di USA, kemudian diikuti oleh negara-negara Uni Eropa, Inggris, dan Selandia Baru.

D. Akuntansi Energi

Salah satu kontribusi akuntan dalam mengembangkan sensitivitas perusahaan terhadap lingkungan adalah akuntansi energi. Salah satu syarat yang dibutuhkan untuk mengendalikannya, yaitu mengetahui apa yang dikendalikan. Langkah pertama adalah memisahkan biaya energi dalam akuntansi dasar dan sistem biaya. Sebuah hasil survei menunjukkan, kurang dari 50 % perusahaan besar memiliki sistem perhitungan energi yang

terpisah dan sangat sedikit membebankannya pada pusat aktivitas dengan alasan menyederhanakan dan mencatatnya sebagai biaya *overhead*. Berdasarkan sistem akuntansi yang sangat beragam yang digunakan dalam praktik, sebenarnya tidaklah sulit dan cepat untuk akuntansi energi. Namun, beberapa sistem masih memiliki bagian yang bersifat proporsional, seperti yang ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Langkah Awal untuk Akuntansi Energi

No	Hal
1	Pengkodean dalam akun akuntansi untuk setiap energi yang digunakan
2	Memisahkan <i>posting</i> faktur energi
3	Membuat penilaian terkait penggunaan langsung untuk proses pengisian kembali melalui biaya produk dengan metode ABC
4	Membuat alokasi biaya realisitas yang tidak dapat ditelusuri penyebabnya
5	Melaporkannya kepada manajemen pusat
6	Membuat tren biaya energi
7	Memisahkan identifikasi biaya energi dalam laporan biaya, anggaran, dan alat pengendalian lainnya
8	Mendesain sesuatu hal yang terkait dengan perubahan perilaku konsumsi energi, misalnya insentif
9	Membuat ringkasan dan laporan biaya yang dapat mengidentifikasi siapa penggunaannya
10	Akuntan harus terlibat dalam pembuatan proposal dan penilaian terkait dengan investasi terhadap energi

Sumber: Gray dan Bebbington (2001:133)

Elemen-elemen ini tidak hanya dimulai dari proses pengumpulan data hingga pengendalian biaya energi, tetapi juga dapat meningkatkan profil biaya energi, seperti biaya energi per produk atau per divisi. Tentu bukan hanya ini saja upaya yang dapat

dilakukan untuk mengurangi pemakaian energi. Tidak hanya mekanisme untuk memastikan bahwa energi secara aktif dapat dikendalikan melalui penginvestasian energi atau pun melalui penjaminan bahwa biaya energi merupakan bentuk penilaian kinerja. Akan tetapi, juga membutuhkan pemisahan perhitungan unit energi sebagai penyesuaian terhadap biaya. Contohnya, penurunan biaya energi barangkali akan diperoleh dengan meningkatnya perubahan sifat bisnis, perubahan proses, dan yang terpenting adalah peralihan antara bahan bakar atau pengurangan biaya per unit energi.

Kombinasi dengan memisahkan bahan bakar antara biaya dan unit telah membuat berhasil perusahaan-perusahaan IBM, ICI, Carron Phoenix, Marks dan Spencer, Tesco, serta Sainsbury dalam mengendalikan energinya. Perusahaan lain melakukannya hanya dengan cara mengontrol keuangan atau unit pengukurannya saja. Hal itu sangat berbahaya. Akuntansi hanya berimplikasi pada keuangan dan tidak menempatkan perusahaan pada posisi untuk meramalkan perubahan biaya bahan bakar dan menilai dampaknya. Sebagian besar perusahaan menyadari fakta bahwa biaya energi akan meningkat secara substantif dan sekarang langkah yang tepat untuk melakukan penghematan, yaitu mengurangi penggunaan.

E. Akuntansi Unit Energi

Ide ini muncul ketika Eropa menghadapi krisis energi pada 1970 yang menggunakan unit energi sebagai dasar pencatatan (*bookkeeping*). Meskipun ide ini mengandung banyak kelemahan, tetapi membawa banyak manfaat. Kelemahannya, yakni kurangnya hubungan dengan kas yang sebagian besar didominasi dengan pengukuran yang bersifat keuangan. Fokusnya hanya pada interaksi lingkungan. Idenya berasal dari identifikasi bentuk lain pendapatan, biaya, dan laba yang sangat serius dalam mendukung keberlanjutan. Kemudian, esensi satuan untuk seluruh pencatatan

saat ini didominasi oleh satuan mata uang tertentu, seperti rupiah atau dolar, dan lain sebagainya, atau dapat didesain dalam satuan energi per unit yang digunakan dalam proses produksi.

Akuntansi yang lengkap berdasarkan ide ini tidak pernah dikembangkan dan beberapa isu praktis sangat jauh dari hal yang sifatnya sederhana. Tetapi, satuan mata uang tertentu untuk menelusuri input energi dengan beberapa pilihan adalah ide yang bodoh. Pada tahun 1970, perusahaan mobil di USA menghitung untuk 21 % total konsumsi energi dan perusahaan kayu kurang dari sepertiga energi yang diperlukan sebagai input untuk menghasilkan batu bata yang mempunyai dimensi yang sama dan efisiensi energi. Ketika logika pasar dan keuangan diterima pada situasi ini, suatu perhitungan energi dapat mengeksplorasi hasil yang aneh terhadap asumsi yang diberikan. Munculnya langkah serius untuk merestruktur harga energi seharusnya mempunyai pengaruh mengurangi perbedaan dan mendorong perubahan dalam perhitungan energi yang akan dilakukan sekali lagi.

Selain hal itu bermanfaat dalam efisiensi dan kemampuan untuk meramalkan yang dapat timbul dari percobaan untuk menghitung unit energi, kemungkinan lainnya adalah berkaitan dengan pragmatis dan berdasarkan realita yang ada. Sebagai contoh, akuntansi energi dapat menjadi suatu mekanisme penghematan pemborosan (*waste energy*) yang mungkin saja berhasil. Satu perusahaan kimia internasional telah melakukan percobaan dalam alokasi biaya energi kepada aktivitas. Identifikasi limbah padat dari bangunan melalui "*smokestacks*" telah membantu pihak manajemen mengidentifikasi ke mana biaya energi yang dikeluarkan, berdasarkan akuntabilitas dengan level yang tinggi, mendorongnya untuk menemukan cara meminimalkan kerugian.

Kemungkinan lain akuntansi unit energi muncul dalam pemborosan bangunan dengan ukuran medium dan perusahaan yang menghasilkan produk bangunan. Diskusi tentang keinginan untuk mengukur peningkatan lingkungan timbul dari

perubahan proses dan desain yang menyebabkan inovasi penggunaan terhadap unit energi per meter kubik bangunan yang dikonstruksikan sebagai suatu eksperimen pengukuran kinerja. Energi sebagai sesuatu hal yang sangat terkait dengan dampak lingkungan keseluruhan perusahaan terbukti menjadi sesuatu ukuran spesial yang membantu untuk memisahkan akuntansi yang diperlukan. Sama seperti tahun 1970, kita dapat secara realitis mengharapkan imaginasi pengembangan dalam akuntansi energi muncul sebagai sebuah solusi dalam mengatasi krisis lingkungan yang terjadi.

Pertanyaan Diskusi

1. Isu energi merupakan isu kritis bagi negara-negara di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Kebijakan dan hal apa saja yang telah dilakukan oleh pemerintah dalam mengatur hal ini?
2. Hal-hal apa saja yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka menggunakan energi yang terbarukan?
3. Jelaskan bagaimana cara perusahaan mengungkapkan penggunaan energi dan upaya yang dilakukan untuk meminimalkan penggunaan energi dari salah satu perusahaan yang ada di bab 2!

7 Akuntansi Sampah, Pengemasan dan Daur Ulang

Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini maka Anda akan memahami hal-hal berikut:

1. Isu-isu yang terkait dengan persoalan tentang sampah;
2. Akuntansi untuk sampah;
3. Pengemasan, daur ulang, dan menggunakan ulang;
4. Akuntansi untuk daur ulang;
5. Persoalan-persoalan yang terkait dengan sampah.

A. Pendahuluan

Manajemen dan pengendalian terhadap sampah terkait dengan dua hal, yaitu lingkungan dan keuangan. Dua hal itu akan dilihat sebagai sesuatu hal yang saling berkaitan. Untuk alasan itulah, salah satu area utama yang di dalamnya terdapat inisiatif lingkungan yang telah dilakukan. Manfaat keuangan yang diperoleh dari hal itu setidaknya manajemen sampah. Hal itu akan membuat aspek perusahaan dan interaksi dengan lingkungan dapat dilakukan oleh akuntan.

Konsep sampah memiliki dua dimensi, yaitu pemborosan dan polusi. Konsep pemborosan berhubungan dengan menggunakan

lebih dari yang dibutuhkan berdasarkan produksi suatu produk, penggunaan per produk, pembuangan per produk, dan apa yang dilakukan dengan produk ketika orang-orang berupaya menghentikannya. Konsep polusi berkaitan dengan dampak dari proses terhadap kapasitas biosfer untuk berfungsi dengan baik. Bab ini bertujuan menjelaskan upaya yang dilakukan untuk meminimalkan sampah.

B. Masalah Sampah

Sampah adalah masalah global. *Organization for Economic Co-operation and Development* (OECD) secara periodik mempublikasikan peningkatan produksi sampah setiap tahun di seluruh negara-negara yang menjadi anggotanya. Tidak hanya menghasilkan ratusan ribu per kapita kilogram sampah, tetapi juga berpengaruh kepada lapisan biosfer. Hampir seluruh sektor mulai dari pertanian, industri, dan rumah tangga menghadapi masalah serius terkait dengan sampah.

Walaupun hampir seluruh negara mencoba untuk mengendalikan level sampah dan polusi, tetapi belum banyak berhasil. Sebagai salah satu contoh, bagaimana komunitas internasional mengatasi masalah sampah dengan cara melakukan tiga pendekatan yang disesuaikan dengan level perusahaan. *Pertama*, pencegahan dan meminimalkan melalui seluruh rangkaian proses produksi. Hal itu dapat dibantu dengan proses *eco-labelling*, ISO 14001, dan EMAS, seperti yang telah dibahas pada bab sebelumnya. *Kedua*, daur ulang dan penggunaan kembali (*reuse*), khususnya melalui pengemasan. *Ketiga*, pengamanan dalam pembuangan, yaitu dengan memberikan pedoman tentang pembuangan, pemusnahan, dan pengiriman sampah serta hak-hak masyarakat karena kerusakan yang disebabkan oleh sampah.

Elemen lainnya adalah interaksi perusahaan dengan lingkungan yang biasa disebut dengan istilah “perdagangan sampah” (*terms of trade*) yang berubah secara signifikan. Pengendalian

sampah dan biaya pembuangan menunjukkan tanda-tanda peningkatan yang disebabkan oleh beberapa hal seperti yang terlihat dalam tabel di bawah ini.

Tabel 1. Tekanan Perusahaan Terkait dengan Biaya Sampah

No	Hal
1	Penurunan volume sampah yang sedikit
2	Berkurangnya fasilitas pembuangan sampah
3	Meningkatnya perhatian terhadap konsekuensi yang ditimbulkan
4	Meningkatnya biaya pembuangan
5	Biaya asuransi
6	Masalah keamanan dalam pembuangan
7	Meningkatnya kebutuhan biaya sampah
8	Meningkatnya biaya legal
9	Meningkatnya biaya pajak
10	Meningkatnya biaya bahan baku dan energi

Sumber: Gray dan Bebbington (2001:142)

Selain tekanan yang telah disebutkan dalam tabel di atas, perubahan biaya langsung, hukuman yang lebih luas terhadap pelanggaran peraturan terhadap sampah, dan ketentuan perpajakan juga mulai mendorong perusahaan untuk melakukan perubahan yang cepat. Pengalaman dari negara-negara Eropa menyatakan bahwa perusahaan-perusahaan yang tidak mengedepankan lingkungan dalam mengatasi masalah sampah, pengemasan, dan risiko daur ulang menemukan bahwa pasar nasional serta internasional akan menjauhinya.

C. Manajemen Sampah Perusahaan

Apapun isitilah yang digunakan, baik itu pemborosan ataupun polusi, muncul dari keseluruhan proses produksi dan distribusi seperti yang terlihat dalam tabel di bawah ini.

Tabel 2. Bagian-bagian Proses Produksi Sampah

No	Hal
Kualitas input	
1	Spesifikasi yang sesuai
2	Kualitas teknis
3	Pengemasan pengiriman
4	Pertimbangan <i>just in time</i>
5	Buruknya kualitas
Kualitas pemrosesan	
1	Efisiensi konversi
2	Pelanggaran dalam penggunaan
3	Panas, bising, emisi yang berasal dari proses
4	Kegagalan kualitas dan apa yang dibuang dari proses
5	Sampah yang diperoleh berdasarkan produk
Kualitas output	
1	Seberapa penting produk ini?
2	Reliabilitas dan kualitas dalam penggunaan
3	Kemungkinan diperbaiki kembali
4	Kemungkinan untuk dibuang
5	Pengiriman dan pengemasan kepada pengguna

Sumber: Gray dan Bebbington (2001:144)

Dari sisi lingkungan, tujuan manajemen sampah adalah meminimalisir prosesnya. Meminimalkan penggunaan sumber daya dan sampah akan sejalan dengan tujuan bisnis secara ekonomi. Suatu jumlah yang dapat dipertimbangkan tentang sampah dapat diwakili oleh produk, hal ini sebagai masalah mendasar untuk seluruh bisnis yang memaksimalkan laba sebagai tujuan

umumnya. Adanya kendala dalam mengoperasikan bisnis saat ini, respons terhadap “*go green*” hanya dilihat perusahaan sebagai sesuatu hal yang bersifat realistik.

Sebagian besar perusahaan secara berhati-hati telah menempatkan isu tentang sampah melalui seluruh aspek operasinya. Seluruh aspek itu memiliki potensi penghematan keuangan yang signifikan dengan alasan beberapa hal seperti yang tercantum dalam tabel di bawah ini.

Tabel 3. Alasan Mengapa Meminimalkan Biaya Sampah

No	Menurunkan	Meningkatkan
1	Biaya produksi	Pendapatan melalui penjualan sampah yang digunakan ulang
2	Biaya monitoring dan <i>treatment</i>	Efisiensi operasi
3	Biaya pembuangan	Keamanan karyawan
4	Biaya bahan baku	<i>Image</i> perusahaan di mata para pemegang saham
5	Biaya energi dan air	
6	Biaya asuransi dan <i>contingent liability</i>	
7	Risiko-risiko kecelakaan yang mungkin timbul	

Sumber: Gray dan Bebbington (2001:144)

Selanjutnya, proses manajemen sampah secara umum dimulai dari *review* lingkungan dan melangkah ke audit spesifik tentang sampah. Tabel di bawah ini memberikan beberapa pedoman tentang bagaimana cara melakukan manajemen sampah atau yang sering disebut dengan *hierarki manajemen sampah*.

Tabel 4. Manajemen Sampah

No	Hal
1	Pengurangan yang dapat dilakukan dengan teknologi yang lebih ramah lingkungan, desain ulang proses produksi, dan teknik manajemen yang lebih baik
2	Menggunakan ulang
3	<i>Recovery</i> melalui daur ulang
4	Pembuangan dengan cara yang lebih ramah terhadap lingkungan

Sumber: Gray dan Bebbington (2001:145)

Berdasarkan pengalaman, publikasi telah meluas, seperti proyek 3M's 3Ps (*Pollution Prevention Pays*) dan Dow Chemicals WRAP (*Waste Reduction Always Pays*) yang terus dikembangkan. Seluruh program yang mereka lakukan sangat terkait erat dengan budaya TQM perusahaan dan langsung berhubungan dengan sistem keuangan perusahaan.

D. Akuntansi untuk Sampah

Menurut Gray & Bebbington (2001:146), perusahaan memiliki tiga cara untuk melakukan akuntansi sampah. *Pertama*, melakukan pendekatan sederhana dengan mengakui total aktual dan biaya potensial manajemen sampah yang dihasilkan oleh perusahaan, identifikasi keseluruhan bagian perusahaan atas dasar aktivitas, dan kebijakan yang mengikutinya. *Kedua*, dengan menerapkan akuntansi non keuangan sebagai *driver* dan menyusun suatu pencatatan dan pengomunikasian sistem informasi, yang dapat meliputi jumlah fisik sampah. *Ketiga*, dengan cara yang lebih canggih terkait dengan akuntansi konvensional. Hal itu dapat diilustrasikan dengan apa yang dilakukan perusahaan kimia Rhone Poulenc (RP) dan Monsanto.

RP sangatlah dikenal dengan indeks lingkungan yang tujuan awalnya untuk memonitor kualitas air hingga sampah. Hal itu dimulai dengan membentuk sistem akuntansi sampah

yang komprehensif oleh perusahaan, yang meliputi seluruh biaya manajemen sampah. Contohnya, biaya yang timbul dari pembuangan, asuransi, prosedur *emergensi*, dan lain sebagainya. Selain itu, pengaruh motivasi juga terlihat jelas, pihak manajemen mengakui adanya *eksternalitas* untuk setiap aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dan mencari cara untuk menguranginya. Kemudian, perusahaan lainnya, yaitu Monsanto yang memberlakukan sistem pajak internal untuk seluruh hal yang berhubungan dengan sampah, hukuman, dan motivasi dari pihak manajemen yang bertanggung jawab untuk sampah yang dihasilkan.

Contoh sistem akuntansi ini memberikan data penting tentang aktivitas yang berhubungan dengan lingkungan yang dicerminkan dalam sebagian perusahaan. Perusahaan manufaktur skala menengah pun telah melakukan hal itu tanpa beberapa kesadaran terhadap isu lingkungan secara keseluruhan. Seluruh manajemen dinilai sepenuhnya dari sisi keuangan, tetapi pihak direktur bertanggung jawab untuk isu keamanan dan lingkungan dengan kekuasaan penuh dari dewan direksi sebagai bagian tanggung jawabnya. Seluruh biaya yang dapat diidentifikasi secara otomatis akan dibebankan melalui sistem akuntansi yang memiliki tujuan utama, yaitu mengalokasikan setinggi mungkin proporsi biaya perusahaan. Hal itu dipaksa oleh praktik keamanan dan praktik pemimpin yang meminta bahwa tumpahan, kebocoran, kotoran dan limbah bahan baku di atasi segera dengan tanggung jawab manajemen. Konsekuensi dari kebijakan itu, salah satunya menyebabkan pengeluaran yang lebih besar sehingga hal penting lainnya yang perlu dipastikan, yakni keputusan investasi yang dilakukan juga perlu untuk mempertimbangkan hal berkaitan dengan lingkungan.

Selanjutnya, ilustrasi ini merupakan contoh ideal bagaimana sistem akuntansi, dioperasikan dengan cara-cara konvensional dan dengan realistis berkontribusi meningkatkan sensitivitas

lingkungan perusahaan (kebanyakan akuntan di perusahaan besar maupun kecil tidak membuat sistem akuntansi yang dapat menghitung sampah yang tentunya ini merupakan sesuatu yang menggelisahkan). Tentu, peran akuntan tidak berhenti sampai di sini saja, perhatian terhadap investasi soal sampah bisa saja akan bertentangan dengan penilaian akuntansi konvensional. Langkah-langkah yang dapat dilakukan oleh akuntan terkait masalah sampah, antara lain seperti tabel di bawah ini.

Tabel 5. Langkah-lagkah yang Dilakukan dalam Akuntansi Sampah

No	Hal
1	Memisahkan seluruh biaya pembuangan dan manajemen sampah untuk mengidentifikasi biaya yang utama
2	Mengembangkan akun-akun terkait dengan sampah
3	Mengembangkan sistem akuntansi non keuangan yang dapat menelusuri seluruh biaya sampah
4	Menghubungkan biaya untuk penelusuran sampah perusahaan dengan sistem identifikasi
5	Mengembangkan sistem ABC atau desain ulang untuk mengembangkan proses
6	Memperkenalkan item-item yang sudah disusun dalam proses penganggaran
7	Mengembangkan strategi dan investasi
8	Mengembangkan sistem pajak internal sampah
9	Memastikan bahwa sistem pengukuran dan penilaian kinerja juga terkait dengan masalah ini
10	Membuat tren perkembangan atas masalah ini

Sumber: Gray dan Bebbington (2001: 145)

E. Pengemasan

Sebagian besar apa yang sudah dibahas di atas dapat diterapkan pada hal yang lebih spesifik, yaitu pengemasan (*packaging*). Meskipun sejumlah bagian yang dikembangkan membuat elemen pengemasan menjadi satu kasus yang spesial. Pengemasan telah menjadi target spesial untuk kelompok konsumen, paling tidak

karena sebagian besar pengemasan merupakan perjalanan tunggal dan tampaknya tidak berguna di akhir perjalanannya. Tujuan perusahaan melakukan pengemasan, yakni untuk perlindungan saat pengiriman, tumpukan, mempertahankan umur hidup produk, *display*, komunikasi, dan alat komunikasi kepada para pembeli.

Berdasarkan pengalaman, penghematan yang signifikan, baik secara finansial maupun lingkungan dapat diperoleh dari pengemasan yang hati-hati. Inisiatif dari *The Business in the Environment* membantu perusahaan Star Rite untuk menghemat 6.5 % biaya pengemasan. Di samping itu, perusahaan Pilkington juga telah menghemat dengan mendesain ulang proses pengiriman kaca. Kemudian, perusahaan Marks dan Spencer mengatakan bahwa mereka tidak berpikir pengemasan sebagai sampah. Mereka berinisiatif menunjukkan bahwa Anda dapat mengembalikan sampah menjadi bahan baku yang berharga sehingga menghemat uang dan menyelamatkan lingkungan. Percobaan yang dilakukan oleh industri untuk melakukan secara sukarela juga telah disadari oleh pihak regulator. Dengan meningkatnya jumlah negara yang menyadari dampak pengemasan dan memulai proses untuk mengembangkan dan meningkatkan standar yang tinggi dalam penggunaan dan perlakuan terhadap bahan pengemasan. Tren ini ternyata menjadi perhatian yang serius bagi negara-negara Eropa, yang di dalamnya inisiatif terhadap pengemasan telah menjadi agenda politik.

Mendesain ulang pengemasan dan sistem pengiriman serta produk akan menyebabkan biaya yang sangat mahal. Perhitungan biaya produk akan menambahkan biaya tambahan, yang meliputi proses pembuatan, *me-recover*, dan menggunakan ulang kemasan. Hal itu kemudian akan meningkatkan penggunaan penyimpanan dalam jangka panjang. Observasi pada skenario ini juga akan menarik perhatian akuntan. Apakah perusahaan dapat menerima dengan baik pengemasan secara tepat? Apakah akan ada

potongan apabila menerima kemasan ini? Hal itu terlihat menjadi suatu kasus bahwa beberapa perusahaan merespons terhadap pengembangan ini dalam mendesain ulang dan memikirkan kembali strategi pengemasan. Potensi kontribusi akuntan dalam hal ini sangat signifikan, tanpa penganggaran yang hati-hati terhadap seluruh biaya yang terkait dengan pengemasan maka perusahaan tidak memerlukan pengungkapan.

F. Daur Ulang dan Menggunakan Kembali

Meskipun publik menyatakan antusiasme untuk daur ulang, hal itu hanyalah respons sesaat terhadap krisis lingkungan. Daur ulang bukanlah aktivitas yang berdiri sendiri. Daur ulang membutuhkan energi dan input bahan baku dan juga beberapa opsi sumber daya untuk penghematan. Daur ulang muncul dalam berbagai bentuk dengan kompleksitas yang bervariasi dan dapat menimbulkan masalah tersendiri dalam industri. Pada saat daur ulang dianggap sebagai hal yang ramah terhadap lingkungan, jumlah sampah yang dapat di daur ulang masih dalam jumlah sedikit. Salah satu alasannya, yaitu rendahnya keuntungan yang diperoleh dari bahan yang di daur ulang.

Walaupun kelihatannya pilihan-pilihan konvensional terhadap keberhasilan perusahaan akan dapat mengalami penurunan, tetapi solusi dan pilihan imajinatif akan memberikan manfaat komersial. Keahlian akuntan dalam hal ini sangatlah penting. Karena tidak hanya secara sederhana menghindari reaksi akuntan, namun justru akan dapat mencegah pilihan imajinatif dan juga berpikir secara kreatif tentang implikasi keuangan dari pilihan yang berbeda. Tentu, dalam hal ini diperlukan pengalaman dari pemerintah lokal yang banyak membagikan masalah sampah dalam industri dan mempunyai insentif kuat untuk mengembangkan kerja sama baru dengan sektor swasta.

G. Sampah dan Otoritas Lokal

Rumah tangga juga memproduksi sampah yang perlu di atasi oleh pemerintah lokal yang di dalamnya perlu menekankan pentingnya daur ulang. Tidak hanya otoritas lokal yang mengambil peran positif dalam mendorong meminimalkan sampah dan menggunakan ulang, tetapi perencanaan imajinatif dan keuangan juga dapat membuka pilihan yang produktif. Sebagai contoh, kalkulasi otoritas lokal mengusulkan bahwa secara ekonomi setiap rumah tangga dapat membeli *composting system* yang dapat meminimalkan sampah sebanyak 28 %.

Inisiatif lain muncul dari negara Inggris yang memperkenalkan sistem "Pajak pembuangan" (*landfill tax*), yang mengenakan biaya tambahan untuk sampah yang dibuang di tempat pembuangan akhir (TPA). Dengan meningkatnya biaya pembuangan merupakan disinsentif untuk membuang sampah. Secara ekonomi, hal itu merupakan insentif untuk mengurangi aliran sampah dan mendorong penggunaan ulang (*reuse*). Hal ini merupakan contoh sederhana bagaimana sistem fiskal akan digunakan untuk meningkatkan derajat dalam mendorong internalisasi biaya lingkungan eksternal.

Di samping itu, ada kekhawatiran dari kalangan pelaku usaha dapat menurunkan profit yang mereka terima terkait biaya penanganan sampah. Biaya-biaya itu, antara lain biaya monitoring yang diperlukan untuk mengidentifikasi masalah yang timbul, biaya pemulihan untuk kerusakan yang terjadi, biaya pencegahan kerusakan, biaya *litigasi*, misalnya adanya tuntutan dari masyarakat yang terkena dampak akibat pembuangan sampah atau limbah. Untuk mengatasi kekhawatiran yang akan terjadi dan kemungkinan biaya yang akan timbul maka diperlukan manajemen sampah yang baik, serta fasilitas daur ulang yang baik.

Pertanyaan Diskusi

1. Sampah merupakan masalah serius yang perlu di atasi. Jelaskanlah peran pemerintah pusat dan daerah terkait kebijakan yang dibuat untuk mengatasi masalah sampah!
2. Berikan contoh-contoh yang dilakukan oleh satu perusahaan dalam mengatasi masalah sampah!
3. Berdasarkan contoh kasus perusahaan yang ada di Bab 2, masing-masing kelompok diminta mengidentifikasi apa saja yang dilakukan oleh perusahaan tersebut untuk mengatasi masalah sampah dan jelaskan bagaimana mereka mengungkapkannya dalam laporan!

8 Akuntansi dan Audit Sosial

Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini maka Anda akan memahami hal-hal berikut:

1. Akuntansi sosial;
2. Audit sosial;
3. Praktik pelaporan akuntansi sosial di sebuah perusahaan.

A. Pendahuluan

Dalam bab-bab sebelumnya, buku ini telah membahas bagaimana perusahaan berinteraksi dengan lingkungan alam. Selain itu, buku ini juga telah membahas bagaimana akuntansi berinteraksi dengan lingkungan alam. Untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang hubungan antara akuntansi dan lingkungan maka kita perlu memahami suatu sistem yang lebih luas yang ikut mempengaruhi perusahaan dalam merespons isu keberlanjutan. Sistem yang lebih luas, seperti sistem politik, ekonomi, dan keuangan cenderung mempengaruhi kehidupan ekonomi kita yang lebih dikenal dengan istilah sistem ekonomi kapitalis. Kita akan mencoba memahami lebih dalam tentang bagaimana perusahaan sesungguhnya berfungsi dan bagaimana sistem sosial berjalan. Dengan demikian, kita perlu mengetahui bagaimana sistem sosial mempengaruhi dan dipengaruhi oleh operasi perusahaan.

Kita akan memulai dengan pertanyaan, mengapa ketika ekonomi suatu negara bertumbuh maka kemiskinan dan kerusakan alam serta kepunahan spesies juga mengalami peningkatan? Pertanyaan itu tidak mudah untuk dijawab. Hal itu akan sulit untuk mempertimbangkan beberapa aspek, seperti aktivitas perusahaan, akuntansi, khususnya lingkungan tanpa adanya sensitivitas lingkungan terhadap isu ini. Untuk membahas pertanyaan di atas, kita akan mengacu pada bab pertama, yaitu kita adalah manusia yang merupakan bagian dari lingkungan alam dan saling bergantung atau saling membutuhkan. Jawaban kedua, yaitu sistem sosial, ekonomi, dan keuangan sangat dipengaruhi oleh sistem akuntansi yang merupakan salah satu penyebab degradasi lingkungan. Jawaban sederhana ini akan membawa kita pada isu-isu yang bersifat etika, yang artinya hal ini akan terkait dengan isu-isu sosial. Segala sesuatu yang dilakukan oleh perusahaan dan berdampak pada aktivitas sosial masyarakat disebut sebagai akuntansi sosial (Gray & Bebbington, 2001: 274).

Selanjutnya, ada beberapa alasan mengapa perusahaan harus manaruh perhatian terhadap isu sosial ini. *Pertama*, isu sosial dan lingkungan menjadi satu kesatuan. *Kedua*, pelaporan lingkungan tidak dapat menghindari akuntansi sosial. *Ketiga*, fokus pada lingkungan juga akan fokus pada isu keberlanjutan (*sustainability*) dan keberlanjutan memerlukan perhatian terhadap isu sosial. *Keempat*, adanya tekanan dari pihak eksternal, seperti lembaga-lembaga LSM (*NGO*) untuk melakukan audit sosial.

B. Akuntansi Sosial: Pengantar

Akuntansi sosial adalah aktivitas yang beragam dan telah menjadi area riset sejak 1970. Ketika akuntansi sosial dapat digunakan oleh perusahaan untuk mendukung keputusan manajemen, hal itu didorong oleh keinginan untuk meningkatkan akuntabilitas perusahaan. Perusahaan secara aktif bertanggungjawabkan kepada pihak yang memberikan modal dan

akuntabilitas yang berhubungan dengan aktivitas ekonomi perusahaan. Tetapi, setiap perusahaan mempunyai beberapa *stakeholder* yang berhak terhadap informasi dan pemilik modal mempunyai kebutuhan informasi yang bukan hanya sekadar aktivitas keuangan perusahaan saja. Karenanya, akuntansi sosial, khususnya pelaporan sosial eksternal cenderung menyediakan seluruh *stakeholder* informasi tentang aktivitas sosial dan lingkungan serta dampaknya terhadap perusahaan.

Secara historis, akuntansi sosial dapat kita lihat sebagai sebuah proses yang berkaitan dengan komunitas, karyawan, konsumen, dan isu lingkungan. Bentuk pelaporannya bermacam-macam tergantung dari perusahaannya, tetapi umumnya perusahaan melaporkannya menjadi satu dengan laporan tahunan. Beberapa pelaporan bersifat sukarela, namun ada juga yang bersifat wajib tergantung kebijakan negara masing-masing. Kecenderungan umumnya adalah kewajiban dari undang-undang sehingga laporan tahunan yang disampaikan oleh perusahaan biasanya berisikan jumlah karyawan, kebijakan terhadap rasial, kesamaan gender, dan hal-hal yang dilakukan terhadap komunitas.

Selanjutnya, bentuk pelaporan itu mulai mengalami peningkatan sejak 1990. Awalnya, laporan itu menjadi satu dengan laporan tahunan sehingga membutuhkan akun tersendiri yang disebut dengan akun sosial. Namun, seiring dengan perkembangan dan inovasi yang dilakukan oleh perusahaan maka pada akhir tahun 1990 perusahaan sudah mulai membuat laporan tersendiri yang disebut laporan sosial (*social report*).

C. Praktik Pelaporan Sosial

Kebangkitan kembali perhatian terhadap akuntansi sosial telah dilakukan oleh kelompok-kelompok yang disebut bisnis-bisnis etis. Percaya atau tidak, kita meyakini bahwa sebagian besar perusahaan akan menjadi etis dengan satu cara atau cara

tertentu, sayangnya mayoritas perusahaan tidak menempatkan isu etika sebagai hal utama dalam tujuan dan strategi mereka. Pada akhir tahun 1990-an, sejumlah perusahaan seperti Body Shop, Traidcraft, serta Ben dan Jerry's dapat diikuti melalui kampanye etika produksi melalui laporan sosial perusahaan. Laporan itu mencoba memberikan informasi kepada para pembaca pengenalan komprehensif tentang kinerja sosial dan etika perusahaan selama satu periode tertentu. Laporan itu mencakup masalah-masalah yang terkait dengan karyawan, kepuasan pelanggan, dan isu-isu penting dalam keterlibatan terhadap komunitas sehingga dapat menilai bahwa seberapa baik mereka bekerja sesuai dengan standar etis. Barangkali, tampilan yang paling menyolok, yakni masing-masing laporan memberikan keunggulan terhadap pandangan para *stakeholder* tentang kinerja perusahaan, etika, keberhasilan sosial, dan etika.

Motivasi perusahaan untuk membuat pelaporan sosial dan akuntansi beragam. Sejalan dengan pelaporan lingkungan bahwa meningkatnya keberlanjutan dapat meningkatkan profil akuntansi sosial oleh laporan tentang etika bisnis. Contoh laporan yang terdokumentasi dengan baik, yaitu Shell. Shell merespons dengan berbagai cara, namun signifikan. Shell menyadari bahwa hal itu terlihat seperti melegalkan sosial. Salah satu mekanisme yang dilakukan untuk mencapai publikasinya dengan mencoba untuk terbuka dan membuat laporan sosial secara komprehensif.

Ada kesulitan-kesulitan yang ditemui oleh perusahaan lainnya dalam mengikuti langkah yang dilakukan oleh Shell. Namun, tetap ada respons positif dari beberapa perusahaan terhadap akuntabilitas sosial. Tidak hanya membutuhkan akuntabilitas sosial yang sistematis dan signifikan yang lebih baik, namun yang terpenting adalah pelaporan lingkungan yang sesuai dengan kebutuhan di masa akan datang.

D. Latar Belakang dan Sejarah Audit Sosial

Adanya tuntutan untuk lebih demokrasi terhadap aliran informasi membuat akuntansi sosial seharusnya dapat mendukung dan berisi petunjuk-petunjuk dalam membuat keputusan. Meskipun akses terhadap informasi, hak terhadap informasi dan keinginan berbagi informasi sama dan sederajat secara sosial. Berdasarkan hal itu maka diperlukan audit sosial eksternal. Hal itu mengacu pada istilah bahwa persiapan dan publikasi informasi tentang perusahaan dilakukan oleh pihak independen.

Apa pun tujuan yang mungkin berasal darinya, mereka ada dan berhasil menyajikan informasi tentang aktivitas perusahaan dalam berbagai cara berbeda, yang mungkin memilih untuk membicarakannya sendiri. Dalam konteks ini, barangkali akan dilihat sebagai indikasi keterbatasan praktik pelaporan eksternal oleh perusahaan dan sebagai suatu mekanisme yang akan meningkatkan akuntabilitas perusahaan, apakah diinginkan atau tidak. Kemudian, asal audit sosial terjadi sekitar akhir tahun 1960 dan awal tahun 1970. Contohnya, di Amerika ada Ralph Nader dan *the consumer movement* serta *the Council on Economic Priorities*. Sedangkan, di Inggris ada *The Consumers' Association*, *Social Audit Ltd.*, dan *Counter Information Services*. Mereka adalah perusahaan yang memiliki karakteristik yang berbeda, namun berhasil meningkatkan kualitas informasi sesuai kepentingan publik.

The Consumers' Association berorientasi kepada konsumen yang merupakan awal dalam audit sosial sebagai suatu mekanisme dalam menantang ketidakpedulian individu dalam menghadapi kekuatan pertumbuhan perusahaan dan kapasitasnya untuk mengexploitasi iklan dan karakteristik pilihannya. *Social Audit Ltd.* adalah perusahaan yang lebih kompleks. Awalnya, didirikan untuk menunjukkan bahwa audit sosial sebagai suatu usulan yang perlu dipertimbangkan. Perhatian untuk mempublikasikan data yang mencakup tentang interaksi perusahaan dengan karyawan,

konsumen-konsumen, komunitas, serta lingkungan dalam konteks akuntabilitas yang lebih luas dan menyajikan suatu pandangan yang seimbang. Alasan esensi dibalik hal itu, yakni perusahaan secara umum baik perseroan ataupun pemerintah berhasil menyajikan pandangannya kepada publik secara luas. Sedangkan, lembaga terakhir, yaitu *Counter Information Service* menaruh perhatian terkait dengan pelaksanaan bagaimana perusahaan memberdayakan karyawannya dengan baik.

Pertanyaan Diskusi

1. Organisasi yang menaruh perhatian terhadap masalah-masalah bisnis yang etis telah banyak di Indonesia, seperti organisasi yang terkait dengan karyawan, konsumen, dan lain sebagainya. Jelaskan organisasi itu dan hal apa saja yang menjadi fokus mereka!
2. Berdasarkan kasus perusahaan yang ada di bab 2, identifikasikanlah hal apa saja yang dilakukan oleh perusahaan yang berkaitan dengan akuntansi sosial!
3. Jelaskanlah contoh laporan yang dilakukan oleh perusahaan terkait dengan isu-isu sosial!

9 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan/ *Corporate Social Responsibility*

Tujuan Penulisan

Setelah mempelajari bab ini maka Anda akan memahami hal-hal berikut:

1. Sejarah tanggung jawab sosial perusahaan atau yang lebih dikenal dengan istilah *corporate social responsibility*;
2. Strategi keberlanjutan;
3. Hubungan strategi keberlanjutan dan laporan terpadu.

A. Sejarah *Corporate Social Responsibility*

Munculnya informasi non keuangan dalam laporan tahunan barangkali masih relatif baru. Perusahaan Ricoh adalah perusahaan pertama yang menulis laporan formal tentang CSR di tahun 2004. Konsep CSR yang dikenal oleh sebagian orang sebagai tanggung jawab sosial perusahaan, sebetulnya bukanlah konsep baru. Tanggung jawab sosial (*social responsibility*) telah didefinisikan oleh Howard Bowen yang disebut sebagai “Bapak *corporate responsibility*” pada 1953 (Carroll, 2015). Ia mengatakan bahwa tanggung jawab sosial adalah kewajiban para pengusaha untuk mematuhi aturan, membuat keputusan, atau mengambil tindakan

yang sesuai dengan tujuan dan nilai sosial. Bowen juga mengutip hasil survei pada 1946, yang dilakukan oleh majalah (Fortune, 1946: 197-198) yang mengatakan bahwa 93.5 % responden sepakat bahwa pengusaha bertanggung jawab atas konsekuensi tindakannya lebih dari laporan laba rugi perusahaannya. Namun, hanya 29,7 % yang mengatakan bahwa sepertiga dari pengusaha mengetahui tentang tanggung jawab sosial perusahaan.

Sementara itu, Bowen bukanlah satu-satunya pionir. Berdasarkan hasil diskusi dengan Dekan Harvard Business school Wallace B. Donham's dalam artikel berjudul "*The Social Significance of Business*" yang dimuat dalam Business Review tahun 1927. Donham menyatakan bahwa pengembangan, penguatan, dan multiplikasi secara sosial yang dipikirkan oleh pengusaha adalah masalah utama dari bisnis. Hal itu diekspresikan para pemimpin bisnis dengan cara belajar melatih kekuasaan dan tanggung jawabnya serta meningkatkan perhatian terhadap kelompok-kelompok dalam komunitas. Meskipun Donham tidak menyebuntukan istilah *stakeholder*, namun dia mengacu pada istilah kelompok lainnya dalam komunitas.

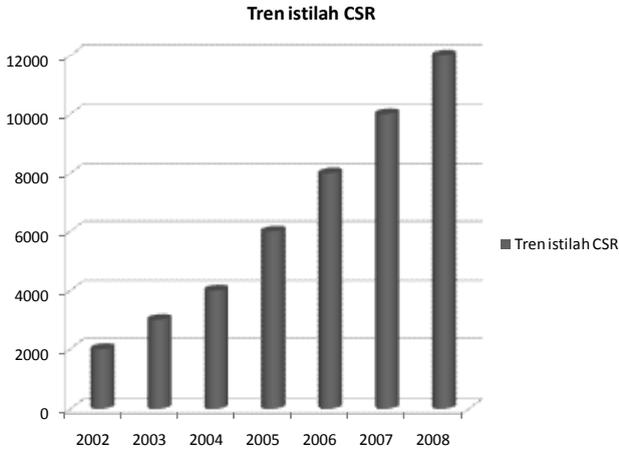
Menurut Ackerman (1975), dari Harvard Business School menggunakan istilah *corporate responsibility* atau *corporate social responsibility* untuk menjelaskan respons perusahaan terhadap dinamika lingkungan sosial. Dia beranggapan bahwa hal itu bersifat manajerial, dibandingkan isu etika atau ideologi karena isu sosial seperti polusi udara dan pencemaran air tidak mungkin tidak terkait dengan fungsi operasi bisnis perusahaan dan proses keputusan-keputusan manajemen.

Setelah itu, sekitar tahun 1980, para peneliti mencoba menemukan hubungan antara CSR dan profitabilitas. Bowen dan Ackerman, kemudian mengatakan bahwa pertanggungjawaban sosial dapat menjadi mahal, paling tidak dalam jangka pendek. Lalu, Margolis, Elfenbein, & Walsh (2007), melakukan studi meta analisis terhadap 251 penelitian selama 35 tahun yang meneliti

tentang hubungan *corporate social performance* (CSP) dan *corporate financial performance* (CFP) serta menemukan bahwa terdapat hubungan positif di antara keduanya.

Di samping itu, CSP juga tidak mematikan perusahaan secara keuangan ataupun merusak fungsi ekonomi. Temuan mereka juga konsisten dengan pandangan bahwa CSR hanya sekadar menurunkan tingkat risiko dibandingkan meningkatkan kinerja secara dramatis. Hasil dari penelitian empiris itu sesuai dengan survei yang dilakukan oleh McKinsey (2009) pada bulan Desember, yang menemukan bahwa dua pertiga manajer keuangan dan sepertiga investor profesional setuju bahwa aktivitas sosial, lingkungan, dan tata kelola yang baik akan memberi nilai tambah kepada para pemegang saham (*shareholder*) dalam kondisi ekonomi normal.

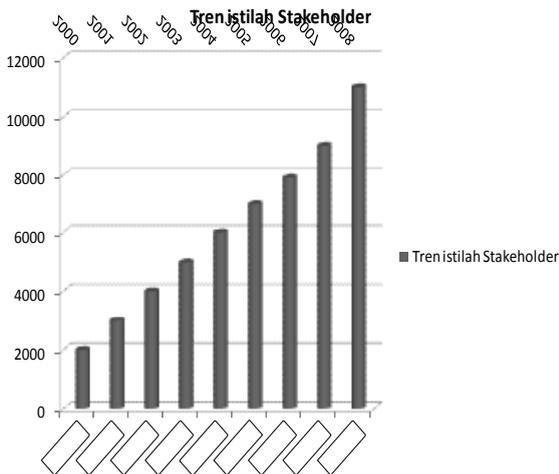
Setelah itu, literatur CSR mengalami perkembangannya dalam beberapa dekade terakhir ini maka beberapa istilah dan konsep yang hampir sama lalu bermunculan. *Corporate social performance* menjadi alternatif CSR yang digabungkan oleh *stakeholder theory*, *business ethics*, dan *corporate citizenship* pada akhir 1990-an sebagai suatu konsep CSR. Beberapa ahli CSR, seperti Parmar, *et al.* (2010), menambahkan beberapa istilah, yaitu: *corporate governance*, *corporate accountability*, *sustainability*, *triple bottom line* dan *corporate social entrepreneurship* ataupun *corporate philanthropy*, serta *CSR report*. Semakin lama tren istilah CSR mengalami perkembangan. Berikut grafik tren perkembangan istilah CSR dalam dua puluh tahun terakhir.



Sumber: Eccles dan Krzus (2010:126)

Gambar 1. Tren istilah *corporate social responsibility*

Selanjutnya, CSR juga sangat terkait dengan para pemegang saham, para karyawan, dan komunitas sosial yang lebih dikenal dengan istilah *stakeholder*. Freeman (1984), mengemukakan bahwa istilah *stakeholder* juga mengalami perkembangan seperti yang terlihat dalam tabel di bawah ini.



Sumber: Eccles dan Krzus (2010:127)

Gambar 2. Tren istilah *stakeholders*

Menurut Freeman (1984), mendefinisikan *stakeholder* sebagai kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi dan dipengaruhi pencapaian tujuan perusahaan termasuk pemilik perusahaan sebagai salah satu bagian dari *stakeholder*. *Stakeholder* dipengaruhi dan mempengaruhi perusahaan sehingga hal itu merupakan lisensi untuk menjalankan aktivitas bisnis. Kedua peneliti, yaitu Wartick & Cochran (1985) menyatakan ada dua hal tentang tanggung jawab sosial yang memperjelas hubungan antara sosial dan bisnis.

Pertama, bisnis ada untuk kebahagiaan masyarakat sehingga perilaku dan metode operasinya harus sesuai dengan aturan yang telah disusun oleh masyarakat. Kemudian, kontrak sosial adalah kendaraan perilaku bisnis yang dibawa ke dalam kesepakatan dengan sasaran masyarakat. *Kedua*, bisnis adalah agen moral dalam masyarakat. Sama seperti negara, gereja, dan agama lainnya merefleksikan dan menanamkan nilai-nilai. Jadi, perusahaan dan para *stakeholdernya* saling memiliki ikatan satu dengan lainnya. Masyarakat mempunyai nilai yang dikodifikasikan dalam hukum dan peraturan sehingga perusahaan harus menaatinya ketika menjalankan bisnisnya. Sama seperti yang dikatakan oleh Porter & Kramer (2006), keberhasilan perusahaan membutuhkan masyarakat yang makmur (*a healthy society*), sebaliknya masyarakat yang makmur juga membutuhkan perusahaan yang sukses. Oleh sebab itu, strategi perusahaan yang berkelanjutan secara langsung juga akan berkontribusi kepada masyarakat yang berkelanjutan.

B. Keunggulan Kompetitif yang Berkelanjutan

Sebelum isu keberlanjutan menjadi ranah bisnis dalam konteks CSR, konsep itu berdiri sendiri dan sedikit agak berbeda, namun masih berkaitan dalam pengertian strategi yang disebut dengan strategi keberlanjutan (*sustainable strategy*). Porter pada tahun 1985, telah menciptakan konsep keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) yang merupakan akar dari strategi

kompetitif yang terdiri dari tiga strategi umum, yaitu *cost leadership*, *differentiation*, dan *focus*. Menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif membutuhkan fokus pada jangka panjang. Keberlanjutan terhadap tiga strategi yang telah disebutkan sebelumnya, membutuhkan keunggulan kompetitif untuk melawan erosi yang berasal dari perilaku pesaing dan revolusi industri sehingga erosi ini menjadi suatu proses yang lama dan panjang.

Ghemawat (1986) melakukan identifikasi lebih lanjut terhadap ketiga kategori strategi ke dalam keunggulan yang berkelanjutan, yaitu jumlah yang ditargetkan pasar, akses terhadap sumber daya dan konsumen, serta keterbatasan pilihan pesaing dan memberikan catatan terhadap apa yang bisa dilakukan dan semakin sering berinteraksi. Lebih lanjut, Ghemawat mengatakan bahwa pencarian keberlanjutan melibatkan serangkaian keputusan komitmen tinggi tentang bagaimana cara melakukan sesuatu berdasarkan posisi relatif perusahaan terhadap para pesaing.

Akan tetapi, Porter & Kramer (2006), memberikan pendapat yang agak sedikit berbeda dengan Ghemawat. Mereka mengatakan bahwa CSR merupakan fungsi manajemen risiko. *Pertama*, CSR merupakan sebuah aksi perusahaan yang memberi perhatian terhadap *stakeholder*. *Kedua*, CSR merupakan aksi perusahaan yang bertujuan untuk mengurangi atau mengantisipasi pengaruh yang berlawanan dari aktivitas bisnis. Dalam hal ini, CSR bersifat preventif pengurangan polusi dan mengetahui area-area bisnis yang akan mengalami pengaruh dari luar, seperti pengurangan energi. Dengan melakukan CSR seperti ini maka perusahaan akan melakukan pengendalian polusi berdasarkan standar yang dapat mengurangi finansial perusahaan, tetapi sekaligus meningkatkan reputasi.

Kedua orang itu juga melihat kesempatan lain yang disebut dengan strategi CSR yang dapat menciptakan nilai. Beberapa inisiatif kecil yang bersifat sosial dan bisnis memiliki manfaat besar dan khusus. Strategi CSR membutuhkan keterlibatan dimensi

eksternal dan dimensi internal yang saling bekerja sama. Dimensi internal artinya bagaimana perusahaan berhubungan dengan masyarakat melalui operasi normal perusahaan, sedangkan dimensi eksternal artinya kondisi luar perusahaan yang mempengaruhi aktivitas perusahaan. CSR yang dapat menghubungkan dimensi internal dan dimensi eksternal dalam aktivitas perusahaan akan menciptakan ruang subur untuk produk dan jasa atau pelanggan di masa mendatang serta menjadi hal penting bagaimana perusahaan menciptakan keunggulan kompetitif sehingga dapat berkontribusi pada strategi berkelanjutan.

Sementara itu, melakukan hal ini perlu memilih hubungan perusahaan terhadap masyarakat karena strategi adalah memilih posisi yang unik, melakukan sesuatu secara berbeda dari pesaing dengan cara biaya yang lebih rendah atau memberikan jasa yang lebih baik sesuai kebutuhan pelanggan. Ketika pilihan telah dibuat, strategi CSR membagi nilai dengan cara menginvestasikan dalam konteks aspek sosial yang dapat memperkuat daya saing perusahaan dan menghasilkan hubungan simbiosis yang berarti keberhasilan perusahaan juga merupakan keberhasilan komunitas. Dengan melakukan hal itu, perusahaan barangkali menemukan sebuah kesempatan seperti apa yang disebut oleh Ghemawat sebagai keunggulan kompetitif yang klasik. Apabila berhasil maka perusahaan akan menjadi lebih baik dalam menghubungkan antara sumber daya dan pelanggan serta membatasi pilihan pesaing.

Porter dan Kramer mengkaitkan CSR ke dalam strategi yang berkelanjutan berdasarkan keunggulan kompetitif, tetapi Stuart Hart melihat hubungan antara pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) dan keunggulan kompetitif. Strategi dan keunggulan kompetitif pada masa mendatang akan bersumber dari kemampuan memfasilitasi aktivitas ekonomi yang ramah lingkungan. Berdasarkan *resource based theory* yang dikemukakan oleh Hart (1995), sumber daya alam berdasarkan pandangan perusahaan tentang kerangka konseptual yang terdiri dari strategi

berhubungan dengan pencegahan polusi, tanggung jawab produk, dan pembangunan berkelanjutan serta keunggulan kompetitif. Karena konsep *sustainable development* menjadi aspek utama dalam CSR maka keduanya dipandang sebagai sesuatu yang dapat memberikan peluang untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Dengan melakukan hal itu akan mengintegrasikan ke dalam strategi dan operasi perusahaan dan tidak hanya dilakukan sebatas aktivitas filantropi atau aktivitas *public relation* (PR) saja.

C. Strategi Keberlanjutan dan Laporan Terpadu

Konvergensi antara CSR, *sustainable development* dan keunggulan kompetitif akan berdampak pada konvergensi yang lebih besar di antara kepentingan para *stakeholder*. Tentunya, konvergensi ini tidak akan pernah lengkap dalam memenuhi kepentingan para *stakeholder*. Terkadang, solusi yang inovatif dapat ditemukan ketika akan meningkatkan pemenuhan kepentingan seluruhnya. Konvergensi ini membawa konsekuensi terhadap pelaporan eksternal perusahaan. Hal ini juga diperlukan sebagai persyaratan hukum dan peraturan. Bukan suatu argumen yang baik untuk mempublikasikan laporan keuangan dan non keuangan secara terpisah. Strategi berkelanjutan adalah bagaimana mengintegrasikan kinerja keuangan dan non keuangan sehingga tidak dapat dihindari bahwa perusahaan seharusnya melaporkan tentang bagaimana cara perusahaan mengintegrasikannya dengan baik.

Berdasarkan pendapat yang disampaikan oleh Porter & Kramer (2006), mereka menduga bahwa membuat laporan CSR tersendiri akan mengakibatkan publikasi yang dilakukan tidak dapat koheren. Laporan yang terintegrasi itu dibutuhkan untuk membuat *rating* perusahaan tentang kinerja CSR-nya. Perusahaan yang menerima *rating* buruk kemungkinan memiliki kinerja pada masa lalu yang buruk dan prediksi kinerja masa mendatang yang buruk pula. Apabila perusahaan berkomitmen terhadap CSR dan

keberlanjutan sebagai sebuah sumber keunggulan kompetitif maka akan memungkinkan perusahaan mempunyai strategi keberlanjutan yang menghasilkan *return* laba saat ini dan masa mendatang. Hal itu sudah banyak diakui oleh perusahaan-perusahaan sehingga seharusnya laporan kinerja keuangan dan non keuangan dibuat secara holistik dan terintegrasi. Hasil survei oleh McKinsey (2009), menemukan bahwa laporan terpadu akan meningkatkan komunikasi tentang bagaimana aktivitas CSR menciptakan nilai pemegang saham sehingga investor profesional akan tertarik pada laporan yang terintegrasi antara nilai keuangan, lingkungan sosial, dan tata kelola dalam laporan keuangan perusahaan.

Pertanyaan Diskusi

1. Apakah perusahaan di Indonesia sudah melakukan CSR sesuai konsep yang benar?
2. Menurut pendapat Anda, kapan perusahaan di Indonesia mulai marak melakukan CSR? Jelaskan!
3. Apakah aktivitas yang dilakukan perusahaan dilaporkan dalam satu laporan secara periodik? Jelaskan!

10 Pelaporan Lingkungan

Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini maka Anda akan memahami hal-hal berikut:

1. Pengaruh lingkungan terhadap akuntansi keuangan;
2. Respons regulator akuntansi terhadap isu lingkungan;
3. Pengaruh lingkungan terhadap laporan lingkungan;
4. Praktik laporan lingkungan melalui laporan tahunan;
5. Praktik laporan lingkungan terpisah menjadi laporan sendiri.

A. Pendahuluan

Dua hal yang dapat mendorong perusahaan untuk mengembangkan agenda lingkungan adalah sistem manajemen lingkungan dan laporan lingkungan. Sistem manajemen lingkungan telah kita bahas dalam bab 5. Sedangkan, bab ini akan fokus pada pembahasan tentang laporan lingkungan. Pelaporan dan pengungkapan informasi yang berisikan tentang interaksi perusahaan dengan lingkungan dapat dikategorikan menjadi tiga kelompok. *Pertama*, pelaporan melalui laporan keuangan. *Kedua*, pelaporan melalui laporan tahunan atau menjadi satu bagian yang terpisah dalam satu laporan lingkungan. *Ketiga*, pelaporan yang dibuat oleh pihak independen. Berkaitan dengan pelaporan ini, ada dua hal yang harus ditekankan.

Pertama, ketiga cara pendekatan yang berbeda-beda terkait laporan lingkungan dapat berubah-ubah. Meskipun perbedaan-

perbedaan itu sangat berguna ketika melakukan pelaporan pertama kali. Perbedaan itu terkait dengan informasi. Pelaporan yang secara langsung mempengaruhi akuntan dan auditor secara tradisional yang biasanya berdasarkan undang-undang berperan sebagai pembuat dan auditor laporan keuangan. *Kedua*, pelaporan yang dilakukan perusahaan tentang informasi keuangan dan non keuangan umumnya bersifat sukarela, namun pertumbuhannya sangat lambat sehingga untuk mendorong hal itu perlu dilakukan pendekatan lain yang bersifat wajib. *Ketiga*, informasi yang dilaporkan oleh perusahaan umumnya memiliki kontrol yang kurang. Hal itu mengacu pada perlunya audit sosial, seperti yang telah dibahas dalam bab sebelumnya. Penekanan kedua adalah terkait dengan kecepatan pengembangan dalam area yang dibahas dalam bab ini karena adanya perbedaan pandangan tentang pengembangan di antara negara-negara dan profesi akuntansi.

B. Mengapa Akuntansi Keuangan?

Alasan utama mengapa akuntansi sangat berhubungan erat dengan krisis lingkungan dalam sebuah perusahaan, industri, dan ekonomi, dapat ditunjukkan dengan suksesnya indikator-indikator laba. Akan tetapi, secara bersamaan juga menyebabkan polusi udara dan laut, memperdaya karyawan, menghancurkan habitat, dan menghancurkan komunitas masyarakat, dan lain sebagainya. Laba adalah ukuran keberhasilan dan kegagalan perusahaan seperti yang telah kita bahas dalam bab pertama. Akibatnya, para pemegang saham, manajemen, dan pengelola menggunakan indikator laba sebagai pedoman aktivitas, keputusan, dan kebijakan.

Ada tiga alasan mengapa akuntan harus menaruh perhatian pada hal itu. *Pertama*, alasan etika atau alasan moral. Akuntan sebaiknya berpikir bahwa ia tidak hanya memberikan sinyal, tetapi juga harus menaruh perhatian terhadap krisis lingkungan. *Kedua*, alasan profesional. Akuntan sebaiknya memikirkan akun-

akun yang mengakomodasi tentang lingkungan. *Ketiga*, alasan pragmatis, yaitu para pemegang saham dan manajemen membuat keputusan berdasarkan informasi yang kurang lengkap dan kurang tepat. Isu lingkungan pada waktunya akan mempengaruhi pendapatan dan biaya sehingga manajemen dan para *shareholder* yang mengambil keputusan membutuhkan informasi sebagai panduan. Dua alasan pertama sangat meyakinkan pemikiran kita dan seharusnya juga sangat meyakinkan pemikiran akuntan dan pemerintah sebagai pembuat kebijakan. Namun, hal yang mengkhawatirkan adalah alasan ketiga, terutama berkaitan dengan bagaimana laporan keuangan yang seharusnya juga mencerminkan isu lingkungan.

Sebelum membahas lebih detail bagaimana isu lingkungan akan dapat mempengaruhi laporan keuangan maka satu poin lain harus dibahas dahulu. Dengan pertimbangan yang mendalam dari akuntan terhadap isu lingkungan dan laporan keuangan dan secara eksklusif bagaimana isu lingkungan dapat cocok (*fit*) dengan Prinsip Akuntansi Berterima Umum (PABU/GAAP). Apakah PABU dapat disesuaikan agar dapat lebih mencerminkan isu lingkungan? Dengan demikian, isu lingkungan akan berdampak pada isu yang lebih besar dibandingkan hanya akuntansi konvensional saja. Ketika kita membahas isu lingkungan, kita tidak hanya membahas soal lingkungan saja, tetapi juga implikasinya terhadap pengukuran keuangan peristiwa ekonomi yang sifatnya material. Kita tidak hanya melihat rusaknya habitat, tetapi apa yang menjadi penyebab rusaknya habitat. Kita tidak hanya melihat kontribusinya terhadap perubahan iklim, tetapi apa yang harus dilakukan untuk mematuhi hukum emisi, dan lain-lain.

C. Bagaimana Akuntansi Keuangan Dipengaruhi?

Dalam bab pertama, kita telah membahas bagaimana laporan keuangan dapat dipengaruhi oleh perubahan iklim. Tetapi, isu PABU dan lingkungan tidaklah berbeda secara fundamental dari

perubahan lingkungan bisnis. Perubahan lingkungan bisnis akan menyebabkan perubahan dalam biaya, hutang, dan pendapatan dan perubahan ini dicerminkan dalam angka-angka keuangan perusahaan melalui sistem pencatatan akuntansi dan pembukuan normal. Kemudian, adanya perubahan dalam lingkungan bisnis sehingga diperlukan perubahan dalam angka keuangan yang ada dalam pemikiran akuntansi konvensional dengan cara pemisahan yang teridentifikasi. Karenanya, banyak perusahaan menghadapi peningkatan biaya-biaya untuk mengakomodasi biaya lingkungan dan meningkatnya biaya administrasi untuk melakukan sistem manajemen lingkungan (SML).

Berikut beberapa contoh biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan seperti yang dikemukakan oleh *Canadian Institute of Chartered Accountant* (CICA) tahun 1993 dalam Gray & Bebbington (2001:224): pengeluaran-pengeluaran yang bertujuan untuk mencegah, mengurangi dan mendaur ulang emisi atau limbah; biaya untuk produksi yang lebih ramah lingkungan; biaya untuk melakukan reboisasi dan penghijauan, serta denda yang harus dibayar karena tidak mematuhi aturan lingkungan yang berlaku.

Dalam pandangan akuntansi konvensional, PABU bukanlah hal yang menarik perhatian. Satu hal yang dapat secara signifikan mempengaruhi adalah pengaruh terhadap angka keuangan akan menarik perhatian PABU. Akan tetapi, beberapa biaya lingkungan bersifat material, baik saat ini maupun pada masa mendatang. Sebagai contoh, yang baik, yaitu apa yang dilakukan oleh Superfund yang ada di USA. Superfund bukan saja isu yang krusial, tetapi juga memberi pengaruh sangat besar terhadap pemikiran akuntansi keuangan dan masalah lingkungan.

Pada tahun 1980, Amerika menerbitkan *Comprehensive Environmental Response Compensation and Liability Act* (CERCLA) dan ditunjukkan dalam era baru manajemen lingkungan dengan implikasi akuntansi yang spesifik. Kemudian, CERCLA telah dirancang untuk memaksa perusahaan bertanggung jawab

membersihkan lahan/tanah yang terkontaminasi melalui pangkalan dan penyimpanan sampah, dan lain-lain. Lalu, agar hal itu dapat terwujud yang di dalam perusahaan tidak mempunyai dana untuk melakukan pembersihan (*remediation*), kemudian CERCLA membentuk suatu *superfund* yang dananya 88 % berasal dari industri. Sekitar tahun 1988, *Environmental Protection Agency* telah mengidentifikasi sekitar 27.000 potensi area yang harus dibersihkan dan membutuhkan biaya sekitar \$25 juta per area. Dari 27.000 area itu hanya 10.000 area yang telah diinspeksi dan hanya sekitar 1000 area yang masuk dalam daftar prioritas. Akhirnya, 124 area telah mengalami proses remediasi dan 43 area telah dibersihkan.

Isu akuntansi dari kasus Superfund berpengaruh secara langsung dan mendorong ketentuan untuk remediasi, *contingent liability* dan bagaimana menghitung aset tetap yang secara tiba-tiba mendapat nilai negatif (*negative value*) dan juga merupakan isu akuntansi yang berkaitan dengan biaya lingkungan. Masalah ini berkaitan dengan pemikiran akuntansi tentang masalah-masalah lingkungan yang tidak pernah terjadi sebelumnya.

D. Respons Regulator Akuntansi

Inisiatif dalam mengembangkan pelaporan lingkungan dalam konvensi kerangka akuntansi keuangan muncul dari *United Nations Centre for Transnational Corporations Intergovernmental Working Group of Experts on International Standards of Accounting and Reporting* (UN CTCT ISAR). Pada sesi ke-9 tahun 1991 telah membuat rekomendasi rinci yang harus diikuti oleh perusahaan. Rekomendasai itu sebaiknya juga diikuti oleh para penguasa yang duduk di pemerintahan. Beberapa hal yang menjadi rekomendasinya, seperti yang dikutip oleh Gray & Bebbington (2001: 227) adalah adopsi kebijakan lingkungan, biaya lingkungan material dibebankan dalam periode aktivitas pelaporan, dan dalam catatan atas laporan keuangan harus dikemukakan tentang

kebijakan perusahaan terkait dengan *contingent liability* atau juga dampak pajak lingkungan yang diterima oleh perusahaan

Berdasarkan beberapa rekomendasi yang disebutkan di atas, memberikan indikasi yang representatif terhadap pemikiran saat ini dalam profesi dan hal lainnya tentang angka-angka yang seharusnya muncul dalam laporan tahunan, khususnya dalam laporan tahunan yang diwajibkan dalam undang-undang. Meskipun rekomendasi itu baru muncul hanya di beberapa negara, namun sebagian telah muncul dalam perundangan-undangan suatu negara dan telah menjadi bahan perdebatan dalam profesi akuntansi. Kemudian, walaupun ada dukungan dari pengungkapan yang dimandatkan oleh hukum, namun telah beralih pada isu teknis sekitar integrasi isu lingkungan ke dalam laporan keuangan.

Sama seperti debat lingkungan, akuntansi juga mulai memikirkan apakah membutuhkan PABU yang bersifat global. Lalu, agar dapat memulai lebih baik maka yang perlu dipertimbangkan pertama kali, apakah hal-hal yang berkaitan dengan lingkungan akan dihilangkan atau dimasukkan dalam laporan keuangan. Setelah memutuskan hal itu, bagaimana kita akan memperlakukan dan mengungkapkan item-item lingkungan yang terkait dengan akuntansi? Kemudian, hal yang sangat mendasar apabila kita memutuskan untuk mempertimbangkan hutang lingkungan, kontinjensi dan provisi, lalu bagaimana hal itu berbeda dengan hutang dan provisi yang lain? Mengapa pedoman akuntansi, standar, dan yang lainnya belum cukup?

Hal yang wajar muncul tentang pendapat yang menyatakan bahwa ada definisi yang sangat sempit tentang akuntan tradisional, pedoman akuntansi dan standar yang dapat mengatur soal lingkungan. Namun, sekaligus muncul potensi yang cukup besar terkait dampak lingkungan terhadap keuangan. Selain itu pula, muncul anggapan bahwa akuntansi tidak memiliki kemampuan untuk memprediksi dan mengombinasikan dengan

realistis pertumbuhan tentang bahaya lingkungan alam dan pentingnya hidup untuk memaksa pertimbangan yang lebih luas tentang bagaimana akuntansi keuangan dan isu lingkungan dapat dikombinasikan. Untuk itu, UN CTC ISAR memberikan pedoman bagaimana mengombinasikan antara akuntansi dan isu lingkungan. Berkaitan dengan apa yang telah dilakukan, UN ISAR telah bekerja sama dengan profesi akuntansi untuk melakukan gabungan pengembangan antara akuntansi dan lingkungan seperti adanya pengakuan biaya-biaya lingkungan, pengakuan kewajiban lingkungan, dan pengakuan *recovery*.

Fokus rekomendasi yang diberikan adalah menghubungkan antara akuntansi keuangan dan isu lingkungan yang secara relatif berkaitan dengan institusi penelitian, departemen teknis serta komite-komite. Sebagai contoh, USA (AICPA), Kanada (CICA), UK (ACCA, ICAEW, ICAS), Belanda (NIVRA), Australia (ICAA) dan juga lembaga internasional seperti IFAC (*International Federation of Accountants*). Secara khusus FEE di Eropa telah konsisten dan aktif melakukan perubahan-perubahan. Aktivitas ini telah meningkat dengan sendirinya dalam dewan standar. Namun, masih terdapat organisasi profesi yang masih enggan untuk menempatkan isu lingkungan ini sebagai sesuatu yang terpisah, isu yang berdiri sendiri. Alasannya, masalah seperti *provisi*, *liabilitas*, dan *impairment* aset tetap perlu menyadari tentang pengaruh lingkungan. Sebagai catatan khusus, hanya IASC (*International Accounting Standards Committee*) yang terus menunjukkan perhatian serius terhadap isu lingkungan ini. Bagaimanapun juga perhatian yang mendalam terhadap tekanan pengaruh lingkungan terhadap laporan keuangan hanya berjalan lambat untuk menemukan cara tepat sebagai sesuatu yang wajib terkait pengungkapan lingkungan dalam laporan keuangan.

E. Aspek Lingkungan di dalam Laporan Keuangan

Adanya kepentingan pokok laporan keuangan dan tumbuhnya perhatian yang serius terhadap lingkungan menjadi suatu alasan bahwa isu lingkungan dapat tercermin di dalam laporan keuangan. Sayangnya, hal itu sangat jarang ditemui. Pada tahun 1990, kita dapat mempelajari bahwa lingkungan alam tidak memiliki relevansi dalam mendukung perkembangan perusahaan. Alasan untuk hal itu tentunya bersifat relatif, yaitu hampir sebagian besar tidak mau mengungkapkannya secara sukarela. Hingga ada peraturan dan pedoman akuntansi tentang pengungkapan isu lingkungan dalam laporan keuangan, namun masih hanya sebagian kecil perusahaan yang melakukannya.

Sekitar 50 % perusahaan besar di dunia ini melakukan beberapa catatan isu lingkungan dalam laporan tahunannya. Jumlah itu telah mengalami pertumbuhan pesat sejak dicetuskan pertama kalinya pada 1990, namun tidak semua catatan terkait laporan keuangan atau bahkan bersifat keuangan. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh KPMG pada 1996, kurang dari 20 % saja yang melaporkan biaya lingkungan dan akun lingkungan dalam laporan keuangannya. Bahkan, di Amerika pun, hal itu berkembang ketika SEC (*stock exchange commission*) memberikan peraturan untuk mengungkapkan isu lingkungan dalam laporan keuangan perusahaan. Salah satu contoh pengungkapan yang baik, yaitu yang dilakukan oleh perusahaan Zeneca tahun 1999.

Meskipun perkembangannya berjalan agak lambat, namun sudah ada tanda-tanda perbaikan dalam mengakui isu lingkungan dalam laporan keuangan. Sebagai contoh, negara yang serius memperhatikan perkembangan hal itu, yakni Norwegia, Denmark, dan Swedia yang mewajibkan pembuatan laporan lingkungan, namun perusahaan di Amerika dan Korea berjalan agak lambat dalam mengembangkan hal itu. Selain itu, kita juga telah mengetahui perkembangan standar yang berjalan lambat dalam

membuat pedoman. Salah satu sumber *pressure* untuk melakukan pelaporan lingkungan, yaitu auditor laporan keuangan.

Kebenaran dan kewajaran laporan keuangan tidak dapat dibuat lebih mudah apabila ada isu lingkungan. Selain itu, ada komponen-komponen lingkungan yang berdampak terhadap laporan keuangan, misalnya usangnya persediaan dan aset produksi, depresiasi, tambahan biaya produksi dan pemrosesan, serta potensi biaya legal. Lalu, apa yang akan dilakukan oleh seorang auditor apabila perusahaan tidak mengungkapkan hal itu? Kebenaran dan kewajaran seperti apa yang akan dituntut dari laporan keuangan perusahaan? Beberapa masalah itu akan berimplikasi legal dan akan mempengaruhi kewajiban seorang auditor untuk menginvestigasi dan mungkin akan melaporkan kejadian-kejadian tidak wajar kliennya. Masalahnya, apabila perusahaan tidak memiliki dokumen resmi terkait dengan sistem manajemen lingkungan dan interaksinya dengan lingkungan, tidak mungkin seorang auditor melakukan penilaian risiko terkait dengan isu lingkungan.

Masalah itu bukanlah hal yang sepele dan membutuhkan perhatian serius dari profesi audit. Penelitian yang dilakukan di Inggris menemukan bahwa semakin banyak auditor mengetahui hal itu maka akan semakin terlibat mereka dalam hal ini. Namun, kecenderungan umumnya pada kantor akuntan yang besar memiliki departemen teknis dan konsultasi yang dapat memahami isu ini. Dalam prosedur standar audit, ada dua hal yang perlu diketahui oleh seorang auditor. *Pertama*, menilai apakah sistem manajemen lingkungan telah dilakukan dengan tepat atau tidak. *Kedua*, menambahkan isu lingkungan sebagai penilaian risiko klien. Tentunya, hal ini lebih mudah untuk dikatakan daripada dilakukan. Hal ini seperti bom yang sewaktu-waktu dapat meledak sehingga dapat meningkatkan kegelisahan di dalam profesi audit. Apabila hal ini tidak cukup, auditor sebaiknya terlibat dalam menilai pelaporan lingkungan selain laporan keuangan. Beberapa

laporan mungkin saja laporan lingkungan yang terpisah, lainnya mungkin dalam laporan tahunan atau laporan berdasarkan sistem manajemen lingkungan. Hal ini merupakan atestasi tambahan yang adalah ranjau. Auditor tradisional harus melewati ranjau pembahasan umum dengan suatu kewaspadaan yang dapat dipahami. Masalahnya, ketika prinsip bukti, sistem informasi, dan pengendalian begitu sentral, pengauditan tradisional memiliki prinsip yang tidak jauh berbeda ketika akan menerapkan pelaporan lingkungan.

F. Pelaporan Lingkungan Terpisah

Saat ini laporan lingkungan merupakan tampilan utama dalam aktivitas bisnis. Melalui beberapa dekade sejak tahun 1990, hal tersebut tumbuh dari sesuatu yang tidak penting menjadi sesuatu yang sangat diperlukan dalam konteks hubungan perusahaan dengan lingkungan. Meskipun belum menjadi praktik yang universal, laporan lingkungan perusahaan telah dilakukan pada sebagian besar perusahaan. Hal yang menjadi fenomena dari praktik ini meskipun mengalami pertumbuhan yang signifikan, praktik ini masih bersifat sukarela. Pada pembahasan sebelumnya, kita telah melihat apakah laporan lingkungan dapat mempengaruhi PABU atau tidak. Bagian ini dimulai dengan membahas mengenai praktik, pedoman dan pengembangan untuk membuat laporan lingkungan secara umum. Fokus pada bahasan ini, *pertama*, pelaporan dalam laporan tahunan terpisah dari laporan keuangan. *Kedua*, pelaporan yang disampaikan melalui laporan lingkungan yang terpisah dalam suatu booklet atau dipublikasikan melalui internet.

Selain itu, mungkin saja pelaporan lingkungan dapat dilakukan melalui video perusahaan, iklan, kemasan produk, konferensi, *website* perusahaan atau materi yang bersifat edukasi. Kita juga akan membahas lebih banyak tentang bagaimana membuat laporan lingkungan yang terpisah. Kelihatannya para

pembaca lebih mengenal dengan tampilan laporan yang memuat berbagai aktivitas dengan garis besar sikap perusahaan dengan lingkungan, gambar-gambar glosi tentang lingkungan, serta sistem manajemen lingkungan dan audit lingkungan yang menunjukkan data tabel tentang level emisi dan sampah yang dihasilkan oleh perusahaan dan usulan-usulan tentang level investasi lingkungan.

Sebuah perusahaan mungkin akan melaporkan secara sukarela dengan beberapa alasan. *Pertama*, membangun *image* perusahaan, mendukung aktivitas perusahaan dan meningkatkan akuntabilitas perusahaan. *Kedua*, bukti yang mengatakan bahwa perusahaan mendapatkan manfaat untuk mengembangkan regulasi pelaporannya untuk memberikan mereka waktu untuk menciptakan kebutuhan sistem informasi dan membangun keahlian yang diperlukan dalam area pelaporan. Suatu penelitian yang dilakukan oleh Gray pada 1990 dengan pendekatan yang sistematis terhadap masalah dan mengusulkan bahwa beberapa perusahaan yang melakukan secara sukarela akan mempertimbangkan waktu dan biaya. Hasilnya adalah informasi secara positif akan mempengaruhi harga saham, akan membantu untuk mengurangi risiko dari informasi dan secara politis akan mengubah persepsi tentang pemerintah, karyawan, dan pemegang saham. Hal menarik lainnya dari hasil penelitian yang dilakukan bahwa pengungkapan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan akan memotong biaya, namun tidak kehilangan keunggulan kompetitif.

Setelah semuanya itu, biaya pengungkapan seharusnya tidak besar dan jumlahnya relatif kecil dengan catatan perusahaan telah memahami data yang relevan. Biaya politik dari satu negara ke negara lainnya berbeda antara satu negara ke negara lainnya yang tentu saja manfaat yang diperoleh sulit untuk diukur seperti kepercayaan para *stakeholder*, moral karyawan, strategi yang menekankan pada inisiatif lingkungan, dsb. Motivasi untuk mengungkapkan secara sukarela tidaklah sederhana. Berdasarkan

hasil pengalaman bahwa hal tersebut bergantung pada budaya perusahaan yang dicerminkan dalam suatu pernyataan sama seperti pengungkapan perusahaan karena pemilik saham (*shareholders*) dan para *stakeholder* lainnya memiliki hak terhadap informasi atau kita bertanggungjawab untuk menunjukkan pertanggungjawaban dan manajemen yang bertanggung jawab.

Bagaimanapun juga, tidak realistik apabila mengharapkan semua perusahaan untuk mengungkapkan informasinya. Pada level dasar seseorang dapat menanyakan mengapa beberapa individu atau perusahaan harus melakukan sesuatu sekalipun mereka telah sibuk dan tidak ada paksaan untuk melakukan hal tersebut. Berdasarkan waktu, apa pun motivasi untuk mengungkapkan atau tidak mengungkapkan, faktanya bahwa inisiasi sukarela bersifat umum, dapat diprediksi dan mengikuti suatu pola sehingga bukanlah hal yang mengejutkan. Oleh karena itu, inisiatif ini dilakukan dengan beberapa inovasi dari perusahaan terkemuka. Alasan perusahaan untuk melakukan pengungkapan lingkungan sangatlah kompleks dan alasan untuk mengabaikannya sangat dipahami. Tidak ada pertanyaan bahwa hukum begitu penting untuk mengkodifikasikan dan menyelesaikan area dan memperlambat perusahaan untuk sejalan dengan pemimpinnya. Pengungkapan lingkungan secara sukarela akan berjalan sangat cepat untuk melihat kebutuhan dan nilai pelaksanaan laporan lingkungan.

G. Tekanan-tekanan Pengungkapan

Apabila motivasi perusahaan secara sukarela melaksanakan pelaporan lingkungan adalah kompleks maka berbagai peran yang dimainkan juga kompleks. Beberapa pengaruh yang wajar misalnya, tekanan dari konsumen dan *supplier*, persaingan internasional, kebijakan lingkungan, persepsi karyawan, dan sebagainya. Berdasarkan beberapa contoh di atas, terlihat beberapa penjelasan dibuat secara luar biasa. Namun, masih banyak alasan

lain yang memaksa perusahaan untuk melakukan pengungkapan laporan lingkungan yang berasal dari komunitas bisnis itu sendiri.

Keterlibatan bisnis dalam membuat regulasi ibarat pedang bermata dua yang berarti inisiatif yang dibuat harus diterima dan direspons. Hal itu juga menjelaskan mengapa persyaratan terhadap akuntabilitas lingkungan sebagian besar telah absen dari berbagai mekanisme yang digunakan untuk membujuk bisnis dalam mengadopsi pelaporan yang sukarela. Selain itu, ada dua hal yang saling berkaitan berdasarkan contoh di atas, yaitu kode-kode ataupun pedoman laporan lingkungan yang diterbitkan dari waktu ke waktu dan evaluasi publik yang dibuat tentang kinerja dan pelaporan lingkungan perusahaan. Isu lingkungan telah menjadi perdebatan publik dan komunitas bisnis telah mulai terlibat dalam perdebatan ini. Hal ini menjadi sulit bagi perusahaan secara individu untuk menyatakan secara publik bahwa hal tersebut tidak bertujuan untuk mengungkapkan data tentang kinerja lingkungan. Apabila kita meyakini bahwa lingkungan aman di tangan para pebisnis, mengapa bisnis tidak memberikan informasi? Apabila perusahaan tidak mengharapkan untuk melaporkan cara apa yang lebih baik maka ada keinginan melompat keluar dari situasi ini dibandingkan mengalami penjelasan yang sangat sulit atau mereka tidak tahu bagaimana melakukannya.

Akan tetapi, mengapa begitu banyak muncul pedoman di awal munculnya isu laporan lingkungan ini? Beberapa pedoman diterbitkan oleh kampanye dari berbagai warna organisasi untuk mendorong perusahaan melakukan pelaporan lingkungan. Pedoman lainnya dikonstruksikan oleh kelompok bisnis itu sendiri dengan berbagai alasan. Alasan *pertama*, paling tidak hal ini membuktikan bahwa bisnis berupaya membuat laporan lingkungan secara serius. Alasan *kedua*, untuk mengakrabkan bahwa tidak ada kebutuhan untuk regulasi karena kelompok-kelompok bisnis dengan menerbitkan pedoman kepada anggota dan rekannya. Agar strategi ini dapat berjalan maka regulasi harus

disusun, tetapi sebaliknya mengapa membuat suatu pedoman bila perusahaan tidak mematuhi apa yang telah diterbitkan? Berapa banyak pedoman yang industri butuhkan?

Untuk memberikan keseriusan terhadap panduan ini, pendekatan selangkah demi selangkah bahwa perusahaan dapat membangun pelaporan lingkungan beberapa elemen utama dari apa yang dianggap sebagai praktik terbaik seperti yang dimuat oleh Gray & Bebbington (2001: 248).

Tabel 1. Ringkasan Pedoman Laporan Lingkungan

No	Hal
1	Memuat kebijakan perusahaan tentang lingkungan
2	Rencana dan struktur manajemen lingkungan
3	Dukungan keuangan
4	Aktivitas apa saja yang dilakukan terkait dengan lingkungan
5	<i>Sustainable management</i> (telah dibahas dalam bab 2)
6	Atestasi dan audit

H. Praktik Pelaporan Lingkungan Perusahaan

Seperti yang telah dibahas pada bagian awal bab ini, laporan lingkungan non PABU terbagi menjadi dua bentuk, yaitu laporan melalui laporan tahunan dan laporan lingkungan yang terpisah.

1. Pelaporan Melalui Laporan Tahunan

Pengungkapan lingkungan dalam laporan tahunan cenderung agak dangkal. Pengungkapan yang dilakukan hanya bersifat untuk menarik perhatian para pembaca dan memberikan ringkasan latar belakang data yang terkait dengan kinerja lingkungan. Sebagai salah satu contoh yang baik dalam mengungkapkan laporan lingkungan melalui laporannya, yaitu perusahaan Zeneca (1999). Umumnya, beberapa laporan menyajikan pernyataan yang lunak tentang pentingnya lingkungan atau mengapa perusahaan ramah terhadap lingkungan dan juga review parsial tentang

kebijakan lingkungan, audit lingkungan, dan sistem manajemen lingkungan.

Pada tahun 1990-an laporan ini bertumbuh dengan lambat, tetapi sekarang hampir sebagian besar perusahaan mengungkapkan informasi lingkungan dalam laporan tahunannya. Tidak hanya perusahaan besar saja yang melakukannya, tetapi juga perusahaan dari berbagai sektor industri, seperti perusahaan kimia, minyak dan gas, serta farmasi. Di samping itu, masih ada kontroversi di antara perusahaan-perusahaan tentang laporan lingkungan, apakah harus diungkapkan dalam laporan tahunan atau diungkapkan secara terpisah. Berdasarkan pendapat penulis, hal itu sangat esensi karena isu lingkungan akan memberi perhatian yang substansial terhadap laporan tahunan. Perusahaan tidak hanya entitas ekonomi saja, tetapi juga menyangkut aspek sosial dan lingkungan yang tentunya memberikan dampak kepada sosial dan lingkungan (*externalitas*).

Externalitas adalah bagian dari harga yang memberikan manfaat ekonomi yang dapat ditunjukkan dalam keseluruhan laporan keuangan, (Elkington, 1997) menyebuntukan hal ini sebagai *triple bottom line*, yaitu perusahaan memiliki dampak sosial dan lingkungan sama seperti ekonomi. Akuntansi hanya mengukur aspek ekonomi saja, sedangkan keberhasilan perusahaan harus melihat juga aspek sosial dan lingkungan. Oleh karena itu, diharapkan laporan tahunan dapat memberikan ketiga aspek itu secara seimbang. Namun, sayangnya pelaporan lingkungan melalui laporan tahunan tidaklah cukup. Perlu data yang lebih lengkap yang dapat dimuat dalam laporan tahunan terpisah.

2. Pelaporan Melalui Laporan Lingkungan

Fokus utama perhatian pelaporan lingkungan cenderung pada laporan yang terpisah. Laporan ini biasanya akan dirancang dengan hati-hati, disertai dengan foto-foto, terdokumentasi dengan baik dan biasanya dipublikasikan bersamaan dengan

laporan tahunan. Publikasi laporan lingkungan secara terpisah umumnya masih banyak dilakukan oleh perusahaan besar. Sebagai contoh, dari hasil survei yang dilakukan oleh KPMG (1997) pada 100 perusahaan yang terdapat di 12 negara menemukan bahwa 23 % perusahaan telah membuat laporan lingkungan secara terpisah sejak tahun 1996.

Berdasarkan hasil penelitian itu kita dapat melihat bahwa masih sedikit perusahaan yang membuat laporan lingkungan meskipun telah banyak pedoman-pedoman yang dipublikasikan. Itu artinya, jumlah pedoman yang diterbitkan mungkin saja lebih banyak dan bisa jadi tumpang tindih, dari laporan lingkungan yang dihasilkan. Kita juga telah melihat bahwa tekanan untuk mengungkapkan kinerja lingkungan sudah muncul dari berbagai kalangan, termasuk komunitas perusahaan itu sendiri. Hal ini tentunya aneh karena perusahaan telah mengetahui manfaat yang akan diperoleh karena perusahaan berpikir bahwa hal ini sulit untuk dilakukan, bahkan tidak mungkin dilakukan. Dengan demikian, pendekatan yang perlu dilakukan adalah analisis manfaat dan biaya. Biaya yang akan ditimbulkan adalah biaya desain dan format laporan, biaya cetak, dan distribusi laporan. Manfaat yang diperoleh oleh perusahaan, misalnya mendorong transparansi dan memperbaiki hubungan dengan para *stakeholder*.

Pengalaman menunjukkan bahwa biaya yang besar tidak akan muncul apabila laporan dilakukan dengan serius, tetapi tidak mencoba untuk berbuat curang, bahkan biasanya reaksi dari para *stakeholder* cenderung positif. Biaya data juga seharusnya tidak besar bila perusahaan sudah mengetahui dampak lingkungan yang ditimbulkan. Biaya lain yang diperlukan, yaitu biaya *editing*, *desain* dan cetak yang sebetulnya tidak terlalu signifikan. Hal mendasar yang perlu diketahui oleh perusahaan, yakni tidak ada keharusan untuk membuat laporan dengan desain yang canggih dan cetakan yang sempurna. Menghasilkan laporan yang murah, namun didukung dengan data yang valid itu akan jauh lebih baik

dibandingkan laporan dengan desain yang mahal tanpa dukungan data yang valid. Alternatif lain apabila perusahaan keberatan dengan hal itu maka perusahaan dapat mempublikasikannya melalui *website* perusahaan.

Pertanyaan Diskusi

1. Zeneca adalah perusahaan yang berhasil dalam mengungkapkan informasi lingkungan dalam laporan tahunannya pada tahun 1999. Jelaskan hal itu dengan mempelajari laporannya dari *websitenya*!
2. Jelaskan interpretasi Anda tentang laporan itu apabila Anda seorang Investor!
3. Bagaimana praktik pelaporan lingkungan yang ada di Indonesia? Jelaskan!

11

Laporan Terpadu

Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini maka Anda akan memahami hal-hal berikut:

1. Arti laporan terpadu;
2. Motivasi perusahaan membuat laporan terpadu;
3. Manfaat yang diperoleh perusahaan dari laporan terpadu.

A. Arti Laporan Terpadu

Barangkali, sebagian dari kita belum pernah mendengar istilah laporan terpadu. Secara sederhana, laporan terpadu adalah menghasilkan satu laporan (*one report*) yang menggabungkan informasi finansial dan naratif dalam laporan tahunan dengan informasi non finansial, seperti isu lingkungan, sosial dan tata kelola (*governance*). Naratif informasi dapat ditemukan dalam tanggung jawab sosial perusahaan atau laporan keberlanjutan (*sustainability report*). Tetapi, membuat laporan terpadu tidak hanya sekadar menggabungkan dokumen sehingga membutuhkan dukungan teknologi internet untuk dapat melakukan hal yang tidak dapat dilakukan oleh pelaporan *manual paper report* sehingga dapat digunakan untuk menganalisis informasi keuangan dan non keuangan. Hal itu juga memerlukan informasi yang khusus terkait kepentingan para *stakeholder* yang berbeda.

Laporan terpadu juga berarti bahwa seharusnya satu laporan mengintegrasikan informasi keuangan dan non keuangan perusahaan. Namun, bukan berarti hal itu menghindarkan perusahaan dari menyediakan informasi dalam berbagai cara dengan target khusus. Laporan terpadu mempunyai dua pengertian. *Pertama*, diartikan secara sempit sebagai satu dokumen yang disajikan secara elektronik dalam bentuk file pdf ataupun *paper* dokumen. Pengertian lainnya adalah suatu cara mengomunikasikan kepada seluruh *stakeholder* dengan suatu cara pandang yang *holistik* terkait dengan berbagai kepentingan yang saling melengkapi satu dengan lainnya.

Pengertian *kedua*, yang lebih luas dalam pelaporan keuangan dan informasi non keuangan dalam berbagai bentuk yang menunjukkan dampak satu dengan lainnya. Laporan terpadu bukanlah keputusan sederhana untuk membuat laporan, tetapi merupakan suatu perjalanan yang menunjukkan komitmen organisasi terhadap *continuous improvement* dalam konteks mengintegrasikan laporan eksternal.

B. Alasan Membuat Laporan Terpadu

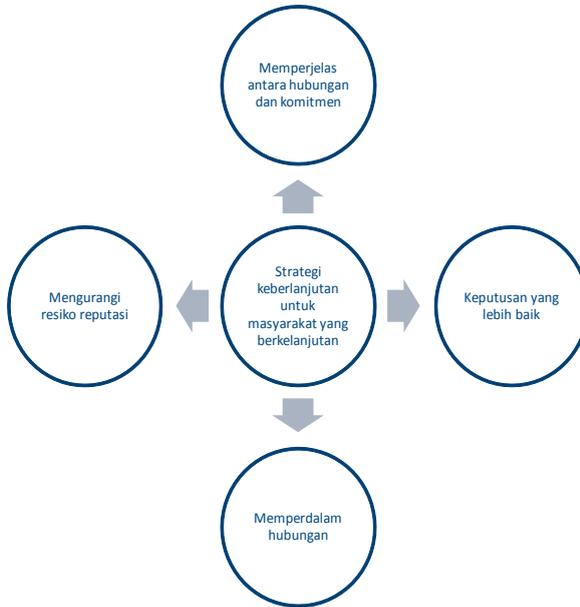
Ada dua alasan mengapa perusahaan membuat satu laporan dalam laporan eksternalnya. *Pertama*, perhatian terhadap keberlanjutan (*sustainability*) secara serius membuat strategi berkelanjutan dengan memberi respons terhadap risiko-risiko dan peluang yang diciptakan karena adanya kebutuhan untuk memastikan keberlanjutan sosial. Alasan *kedua*, penyederhanaan laporan terpadu menjadi pesan tunggal kepada seluruh *stakeholder* sebagai elemen penting dalam meningkatkan pengungkapan dan transparansi.

Alasan kedua itu bukanlah obat mujarab atau satu solusi hebat dalam membuat keberlanjutan lebih dari *public relation* (PR) atau memecahkan masalah yang kompleks untuk meningkatkan pengungkapan perusahaan terhadap seluruh *stakeholder*. Alasan

itu sebetulnya bertanggung jawab terhadap keberlanjutan secara serius membutuhkan pemahaman terkait risiko dan kesempatan yang diberikan oleh lingkungan, sosial, dan *tren* tentang cara-cara merespons lingkungan. Kapan pun dan di mana pun komitmen organisasi terhadap keberlanjutan dan pengungkapan yang dilakukan menunjukkan adanya transparansi maka laporan terpadu menjadi sesuatu hal yang dibutuhkan karena memberikan fokus perhatian dan disiplin.

Argumentasi lain juga menyatakan bahwa untuk menunjukkan komitmen organisasi terhadap keberlanjutan tidak harus membuat laporan terpadu seperti yang dilakukan oleh perusahaan Ricoh. Ricoh membuat tiga laporan dalam perusahaannya, yaitu laporan tahunan, laporan keberlanjutan lingkungan, dan laporan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Untuk laporan pertama itu perusahaan harus fokus pada pemegang saham klasik yang hanya fokus pada keuangan saja. Tetapi, bila perusahaan berkomitmen terhadap keberlanjutan sekaligus berkomitmen terhadap transparansi maka laporan terpadu sebagai salah satu pendorongnya.

Selanjutnya, mempraktikkan laporan terpadu akan membawa manfaat kepada perusahaan. *Pertama*, akan memperjelas antara hubungan dan komitmen. *Kedua*, membantu membuat keputusan yang lebih baik. *Ketiga*, memperdalam hubungan dengan para *stakeholder*. *Keempat*, mengurangi risiko yang dapat merusak reputasi. Kemudian, perhatikan gambar di bawah ini, pada gambar ini akan dibahas satu persatu.



Sumber: Eccles dan Krzus (2010:155)

Gambar 1. Manfaat strategi keberlanjutan

C. Memperjelas antara Hubungan dan Komitmen

Kelihatan mudah apabila sebuah perusahaan mengatakan suatu pernyataan bahwa kami meyakini keberlanjutan sangat baik untuk para *shareholder* kami atau mengatakan bahwa lingkungan, sosial, dan tata kelola akan menciptakan nilai bagi seluruh *shareholder*, dan lebih luas lagi, yaitu masyarakat. Tentu saja, strategi keberlanjutan tidaklah mudah. Investasi untuk meningkatkan efisiensi energi dan mengurangi emisi karbon berpengaruh positif terhadap *return* investasi, tetapi dapat mengancam pendapatan dan *cash flow* dalam jangka pendek.

Strategi keberlanjutan dengan perspektif *multistakeholder* terkadang menimbulkan suatu *trade off*. Margolis, *et al.* (2007) mengatakan bahwa manajer akan menghadapi suatu realita yang menjengkelkan. Para manajer harus mencari cara untuk melakukan pekerjaannya sehingga kelihatannya ada peningkatan yang baik

terhadap keuangan dan masyarakat. Daripada mengabaikannya atau berbuat seolah-olah bahwa hal itu tidak ada, para manajer perlu berkonfrontasi secara langsung terkait *trade off* dan menjadi semakin jelas membuat pilihan yang dibuat dan mengapa mereka menyadari bahwa beberapa kelompok *stakeholder* tidak akan kecewa terhadap keputusan yang telah dibuat.

Esensi penting laporan terpadu, yaitu menggambarkan apa yang manajemen yakini bahwa ada hubungan antara keuangan dan non keuangan. Perusahaan-perusahaan harus sepakat dengan hal itu. Survei yang dilakukan oleh KPMG tahun 2008 (KPMG, 2008) menemukan bahwa hanya 16 % dari 250 perusahaan besar telah mengkuantifikasi nilai kinerja *corporate responsibility* secara spesifik untuk analisis dan investor. Hal ini merupakan suatu isu yang butuh perhatian secara serius agar meyakinkan investor terhadap strategi keberlanjutan perusahaan. Perusahaan mulai mengkuantifikasi nilai CSR, misalnya mulai menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut. Topik *Environmental, Sosial and Governance* (ESG) manakah yang memberikan peluang untuk dapat mendorong kinerja keuangan sehingga dapat meningkatkan pendapatan melalui *green product* atau mengurangi biaya melalui efisiensi energi yang lebih baik? Lalu, topik ESG manakah yang mencerminkan risiko-risiko dan menyebabkan penurunan nilai-nilai *shareholders*? Topik ESG mana yang bukan risiko, tetapi perusahaan berkomitmen untuk membuat investasi agar menciptakan nilai bagi para *stakeholder* lainnya, meskipun dapat menimbulkan konsekuensi biaya yang muncul terhadap *shareholders*?

Jelasnya, perlu membagi batas antara kategori berbagai risiko, kesempatan, dan komitmen lainnya yang tidak terdefinisi dengan baik. Laporan terpadu juga memberikan manajemen perusahaan sebuah peluang untuk mengklarifikasi batasan dan menjelaskan bagaimana komitmen lainnya menjadi bernilai sehingga dapat menjadi aktivitas yang bernilai tambah. Karena manajemen

mengembangkan pemahaman lebih baik tentang hubungan antara kinerja keuangan dan non keuangan melalui pemodelan dan analisis, serta meningkatkan sistem internal dan metodologi pengukuran yang dibutuhkan maka hal itu dapat mengevaluasi ulang apa yang termasuk dalam kategori risiko-risiko, peluang, dan pilihan-pilihan. Laporan terpadu menantang manajemen untuk menjadi lebih rinci tentang bagaimana berbuat baik dan melakukannya dengan baik. Hal itu membuat mereka secara eksplisit melihat kemungkinan *cause and effect* seberapa baik hasil aspek khusus ESG yang menyebabkan matriks keuangan.

D. Keputusan Lebih Baik

Manajemen mencoba secara eksplisit meningkatkan hubungan antara keuangan dan non keuangan. Tidak dapat dihindari menemukan beberapa matriks yang tidak ada atau sangat sulit untuk berkembang. Hal itu dapat menjadi alasan untuk tidak melakukan analisis yang sulit dan dibutuhkan untuk menspesifikasikan dan memvalidasi hubungan yang diyakini akan ada. Respons yang lebih baik, yaitu untuk meningkatkan metodologi pengukuran yang buruk dan menciptakan hal baru untuk matriks berguna yang masih belum ada. Hasil informasi yang lebih baik akan menghasilkan keputusan yang lebih baik pula. Dalam beberapa kasus, informasi yang lebih baik berasal dari kombinasi data sederhana yang sudah ada dalam perusahaan, tetapi menyebar di bagian-bagian perusahaan. Beberapa matriks, seperti kepuasan konsumen membutuhkan sumber dari luar untuk memperoleh data. Sedangkan, metodologi pengukuran data akan sangat dibutuhkan, termasuk pemerolehan data dari transaksi, pengukuran proses secara fisik, dan survei.

Kaplan dan Norton, sebagai orang yang sangat produktif mengembangkan *Balanced scorecard*, yang dikutip oleh Eccles & Krzus (2010) memberikan argumen yang menarik dan bukti bagaimana pengukuran yang lebih baik untuk menghasilkan

keputusan manajemen yang lebih baik. Ketika sebuah informasi dilaporkan secara eksternal maka *reliabilitas* standar sangatlah dibutuhkan. Matriks kualitas yang lebih tinggi dibutuhkan untuk pelaporan eksternal dapat memberikan kualitas informasi internal yang lebih baik sehingga menghasilkan keputusan yang lebih baik pula. Transparansi eksternal tentang hasil keputusan menambah sebuah tambahan insentif untuk membuat menjadi baik.

Selanjutnya, mengembangkan arti yang lebih baik tentang hubungan informasi keuangan dan non keuangan, mengembangkan dukungan matriks untuk menguji dan memvalidasi hubungan ini, kemudian memuat seluruh informasi kinerja bersama-sama dalam laporan terpadu membutuhkan tingkat kolaborasi yang tinggi antarfungsi dan unit bisnis. Masing-masing unit melihat perannya dalam konteks yang lebih luas dan mulai memperbaiki pemahaman konsekuensi keputusan terhadap unit yang lain, serta keputusan yang lebih baik, yang memperbaiki dan memaksa strategi keberlanjutan akan dibuat untuk perusahaan secara keseluruhan.

E. Memperdalam Hubungan

Perusahaan menyadari bahwa manfaat keputusan yang lebih baik berasal dari level kolaborasi internal yang lebih tinggi. Mereka akan secara alamiah mencari cara untuk mendapatkan manfaat yang sama dari level kolaborasi eksternal. Hal itu dilakukan melalui keterlibatan *stakeholder* untuk memperbaiki ekspektasi yang lebih baik sehingga jelas berguna untuk pembuatan keputusan internal. Menurut survei yang dilakukan oleh KPMG tahun 2008, pemahaman terhadap ekspektasi *stakeholder* prioritas merupakan alasan penting melibatkan para *stakeholder*. *Stakeholder* eksternal dapat memberikan input yang berguna dalam proses pengambilan keputusan. Pada awalnya, kolaborasi antara individu dalam unit internal dan bermitra dengan pihak eksternal, tetapi

disadari bahwa kolaborasi akan menjadi lintas fungsi dari berbagai karakter *stakeholder*.

Secara implisit, teori di balik laporan tahunan fokus terhadap kinerja keuangan dan memisahkan laporan CSR yang fokus pada kinerja non keuangan yang laporannya secara spesifik mempertemukan kebutuhan para pembaca. Faktanya, ketika perusahaan menghadapi permintaan banyak *stakeholder*, hal itu penting bahwa *stakeholder* memahami bagaimana kepentingannya saling terkait antara satu faktor dengan faktor lainnya yang berkontribusi pada level kinerja yang sesuai. Fokus isu tunggal oleh *stakeholder* adalah sama, yaitu fokus tunggal perusahaan terhadap laba jangka pendek pemegang saham. Hanya karena perusahaan harus melakukan pendekatan yang terintegrasi terhadap pelaporan eksternal, *stakeholder* harus memandang secara terintegrasi tentang bagaimana kepentingannya saling terkait satu dengan yang lainnya. Laporan terpadu mengeliminasi perbedaan analisis yang bersifat tiruan dan yang tidak membantu antara pemegang saham dan para *stakeholder*.

Selanjutnya, memasukkan seluruh informasi kinerja ke dalam laporan terpadu dengan cara yang terintegrasi akan menghadapi tantangan bagi seluruh *stakeholder* untuk melakukan perspektif yang holistik. Para pemegang saham tidak hanya fokus pada laba jangka pendek. Mereka membutuhkan pemahaman bahwa kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba jangka panjang akan membutuhkan investasi yang bersifat jangka pendek. Sebaliknya, *stakeholder* lainnya membutuhkan pemahaman bahwa perusahaan membutuhkan keuntungan untuk *survive* dan bertumbuh.

F. Mengurangi Risiko Reputasi

Tidaklah mengejutkan, tanggung jawab sosial perusahaan dan keberlanjutan sangatlah penting sehingga membutuhkan pengelolaan risiko *reputational* yang saat ini dilihat sebagai sesuatu

yang sangat penting dan sulit untuk di-*manage*. Survei terhadap eksekutif senior oleh *The Economist Intelligence Unit* menemukan bahwa sebagai prioritas perusahaan, risiko reputasi ditempatkan pada ranking pertama. Kemudian, risiko peraturan dan risiko sumber daya manusia ditempatkan pada level kedua. Temuan lainnya, yakni alasan sulitnya mengelola risiko reputasi sebab kurangnya standar alat dan teknik, tidak adanya orang yang secara khusus bertanggung jawab, koordinasi yang buruk antara dewan direksi, manajemen risiko dan komunikasi perusahaan, serta buruknya komunikasi dengan *stakeholder* eksternal. Seluruh kesulitan itu akhirnya dapat di atasi dengan proses dan komunikasi yang diperlukan dengan pelaporan CSR.

Eccles & Krzus (2010) membedakan tiga hal yang mempengaruhi risiko reputasi. *Pertama*, gap realitas yang berarti reputasi eksternal perusahaan lebih tinggi dibandingkan dengan kemampuan untuk konsisten memenuhi ekspektasi dengan kinerja aktual. *Kedua*, perubahan nilai dan keyakinan serta lemahnya koordinasi internal. Untuk mengatasi masalah itu diperlukan tiga aksi yang saling berkaitan. *Pertama*, untuk mengatasi gap realita perusahaan secara obyektif menilai reputasi dan realitas. Pandangan yang terintegrasi tentang kinerja keuangan dan non keuangan yang diberikan oleh laporan terpadu akan mengidentifikasi seluruh area risiko sehingga hal itu membuat lebih jelas area-area yang di dalamnya reputasi perusahaan memperoleh hasil kinerja yang tumpang tindih. *Kedua*, untuk mengatasi masalah perubahan nilai dapat dilakukan melalui *tren monitoring* yang konsisten, sikap sosial, dan media. Selain itu, melalui proses keterlibatan yang lebih dalam, laporan terpadu memfasilitasi suatu dialog yang dapat mengidentifikasi tema-tema baru dan berhubungan dengan kelompok *stakeholder*. Solusi *ketiga*, seseorang perlu ditempatkan secara khusus ditempatkan pada bagian ini untuk memastikan bahwa semua terkolaborasi dengan baik.

Pertanyaan Diskusi

1. Novo Nordisk adalah perusahaan pertama pembuat laporan terpadu. Pelajarilah proses pembuatannya dengan melihat dari *website*-nya!
2. Jelaskan perbedaan proses pembuatan laporan terpadu PT Timah dan PT United Tractor sebagai perusahaan pertama di Indonesia yang membuat laporan terpadu!
3. Jelaskan kolaborasi apa saja yang Anda temukan dalam laporan-laporan di atas!

12 Perubahan Paradigma Perusahaan dan Pelaku Usaha

Tujuan Pembelajaran

Setelah membaca bab ini maka Anda akan memahami hal-hal berikut:

1. Bisnis dapat menjadi salah satu bagian solusi krisis lingkungan;
2. Dukungan akuntansi dalam mendukung keberlanjutan;
3. Dukungan berbagai pihak dalam mendukung keberlanjutan;
4. Perubahan paradigma pengelolaan usaha batik dengan pewarisan alam.

A. Pendahuluan

Di awal buku ini, kita telah membahas tentang masalah-masalah lingkungan. Sikap dan perdebatan terhadap krisis yang dihadapi oleh bumi saat ini. Apakah ekonomi dan bisnis dapat menjadi satu bagian solusi dalam menghadapi krisis lingkungan? Sepertinya hal itu agak berlawanan dengan apa yang dilakukan oleh para pemimpin pemerintahan dan bisnis serta apa yang digagas oleh *United Nations Conference of Environment and Development* di Rio de Janiero pada 1992. Para pemimpin negara-negara G7 yang ikut hadir pada waktu itu menganggap bahwa

bumi ini belum mengalami krisis yang serius sehingga tidak perlu berbuat sesuatu untuk mengatasinya. Beberapa bukti yang mendukung hal itu, antara lain sebagai berikut.

1. Bisnis pada umumnya tidak yakin bahwa telah terjadi krisis yang serius.
2. Para pebisnis umumnya berpandangan bahwa bisnis bukan menjadi salah satu bagian dari masalah.
3. Tidak mengambil langkah apa pun untuk melakukan perubahan.

Penulis menilai bahwa apa yang terjadi sampai saat ini terkait dengan ketiga hal di atas, meskipun kita sadari bahwa bumi ini semakin tua dan jumlah orang yang tinggal di dalamnya semakin banyak.

B. Dapatkah Bisnis menjadi Bagian Solusi?

Bisnis barangkali akan mempengaruhi agenda lingkungan ketika menganggap bahwa profit dan tingkat penjualan adalah hal yang utama. Perusahaan-perusahaan bisa saja akan berdebat dengan hal-hal yang terkait dengan keberlanjutan. Sebagai contoh, pemerintah Inggris, negara-negara Uni Eropa dan Amerika menghindari kesepakatan yang terkait dengan pemanasan global (*global warming*) karena akan mempengaruhi industrinya dan isu-isu terkait dengan pajak energi (*tax energy*). Kita dapat mengatakan secara positif tentang seberapa jauh keinginan perusahaan untuk terlibat dalam agenda lingkungan. Faktanya, sangat sulit memperoleh jaminan bahwa bisnis menjadi bagian penting dalam mengatasi krisis yang ada.

Tentu saja, tidak sesederhana ini dengan menganggap bisnis bukan menjadi bagian solusi. Bisnis meskipun bersifat propaganda tidak dapat dianggap sama semuanya. Perusahaan-perusahaan individu umumnya sangat besar dan tidak dianggap mempunyai satu suara dan keberadaan bisnis dalam suatu sistem yang secara

eksplisit immoral, eksploitatif, dan agresif yang sering menghargai perilaku yang tidak dapat diterima setiap individu. Ketika sebagian orang yang bekerja di perusahaan dan pemerintah menganggap bahwa planet mengalami krisis yang serius, sebagian lainnya tidak. Budaya dan struktur institusional dapat mempengaruhi inisiatif lingkungan, sosial, dan etika sulit untuk dilakukan. Secara substansi, perubahan yang sistemik dalam rerangka bisnis dan konsep intelektual dalam menjalankan bisnis adalah prasyarat penting dalam sistem ekonomi yang ramah lingkungan. Syarat bagi individu dan perusahaan dapat bertahan dan kelangsungan hidupnya terjaga pada masa mendatang, yaitu adanya komunitas secara ekonomi, secara lingkungan, dan secara sosial berkelanjutan (*sustainable*).

C. Akuntansi untuk Keberlanjutan?

Kita telah membahas bahwa dalam menjalankan bisnis pasti akan membutuhkan keterlibatan akuntansi dan akuntan. Kita hampir dapat meyakini bahwa bisnis tidak akan dapat berubah bila akuntansi juga tidak mengalami perubahan secara substansial. Apabila bisnis dan akuntansi lingkungan merupakan suatu permainan maka sebaiknya akuntan harus memilih untuk memainkannya. Akuntan dapat memilihnya dengan harapan hal itu akan mempengaruhi agenda lingkungan dan tentu saja tuntutan dan pengembangan akuntansi terhadap lingkungan telah dimulai.

Pada tahun 1992, EU mengusulkan bahwa untuk menuju keberlanjutan membutuhkan redefinisi konsep akuntansi, aturan, kebiasaan, dan metodologi untuk mendorong akuntansi dalam menginternalisasi seluruh biaya lingkungan. Sensitivitas bisnis dan sensitivitas akuntansi sangatlah dibutuhkan dalam hal ini sebagai dasar perubahan. Itu artinya, dari segi bisnis atau perusahaan yang perlu dipikirkan adalah strategi perusahaan, sedangkan dari sisi akuntansi yang diperlukan, yaitu perubahan metode-metode

konvensional menjadi metode yang dapat mengakomodasi hal-hal yang menyangkut lingkungan.

Kita tidak mengharapkan bahwa standar untuk informasi non keuangan menjadi bagian PABU dan IFRS, meskipun mungkin saat ini dibutuhkan. Penulis juga melihat hal itu sebagai kebutuhan yang juga perlu dikembangkan dalam hal pelaporan yang terintegrasi, pengukuran, pelaporan, dan standar audit. Selanjutnya, suatu proses yang diperlukan untuk proses konvergensi informasi non keuangan antara dewan standar yang ada di Amerika, yaitu FASB dan IASB. Alasannya, risiko akibat perubahan iklim berjalan demikian cepat sehingga semakin memperburuk komunitas masyarakat.

D. Dukungan Komunitas Investor

Isu tentang modal investor yang harus berkembang dalam jangka panjang adalah isu abadi. Ibarat suatu lingkaran yang fokus pada pemerolehan laba jangka pendek oleh perusahaan dan investor adalah sama dan pengelolaan perusahaan terhadap ekspektasi “seputar permainan laba”. Ada tiga hal yang dapat dilakukan oleh investor dalam mendukung keberlanjutan. *Pertama*, mengintegrasikan informasi non keuangan dalam analisis dan keputusan investasi sebagai suatu sinyal bagi perusahaan untuk menyiapkan laporan lingkungan. *Kedua*, para pemilik aset, seperti dana pensiun sebaiknya memberikan panduan tentang investasi kepada aset manajer dan memberikan *reward* kinerja yang bersifat jangka panjang dibandingkan dengan kinerja jangka pendek. *Ketiga*, pemilik aset dan manajer butuh karakter yang sama dalam level transparansi yang diminta perusahaan.

E. Dukungan Pemerintah

Pertanyaan pentingnya, apakah pelaporan lingkungan bersifat wajib atau tidak? Jawaban dari penulis adalah iya. Peme-

rintah bisa juga belajar dari perusahaan yang telah membuat laporan lingkungan. Semakin cepat penyebarannya maka akan semakin banyak pengetahuan yang dibutuhkan. Alasan inilah yang menyebabkan para pemimpin perusahaan top dunia menganggapnya penting dan memimpin perusahaannya untuk menghasilkan laporan lingkungan. Di Indonesia sendiri telah diberlakukan undang-undang yang mengatur tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan bagi Perusahaan yang terdaftar (*Go public*) di Bursa Efek Indonesia (BEI). Undang-undang (UU) No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Pasal 74 ayat 1 menyebuntukan bahwa “Perseroan yang menjalankan usahanya di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungannya”.

Sementara itu, ayat 2 menyatakan “Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran”. Sebagai konsekuensi kedua ayat itu maka perusahaan berkewajiban mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunannya (Sihombing, Palupi, Ayu, & Purnamasari, 2015). Bahkan, pemerintah telah mengeluarkan peraturan bagi perusahaan, khususnya dalam bentuk perseroan terbatas (PT) untuk melakukan aktivitas CSR, yaitu Peraturan Pemerintah (PP) No 47 tahun 2012. Kemudian, Pasal 7 PP itu menyebuntukan bahwa Perseroan yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dapat dikenai sanksi sesuai ketentuan perundang-undangan.

Dukungan lainnya dari pemerintah berupa insentif pajak melalaui Undang-Undang tentang Pajak Penghasilan (PPh) No 36 tahun 2008 Pasal 4 tentang pajak yang dikecualikan dalam obyek pajak. Pasal itu berbunyi bahwa bantuan atau sumbangan, termasuk zakat yang diterima oleh badan amil zakat atau lembaga amil zakat yang dibentuk atau disahkan oleh pemerintah dan

diterima oleh penerima zakat yang berhak atau sumbangan keagamaan yang sifatnya wajib bagi pemeluk agama yang diakui di Indonesia, yang diterima oleh penerima sumbangan yang berhak, yang ketentuannya diatur dengan atau berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP).

Peraturan Pemerintah (PP) yang dimaksud, yaitu PP No. 93 tahun 2010, Pasal 1 tentang sumbangan yang dikecualikan dalam obyek pajak, antara lain: *pertama*, sumbangan dalam rangka penanggulangan bencana nasional yang merupakan sumbangan untuk korban bencana nasional disampaikan secara langsung melalui badan penanggulangan bencana atau disampaikan secara tidak langsung melalui lembaga atau pihak yang telah mendapatkan ijin. *Kedua*, sumbangan dalam rangka penelitian dan pengembangan yang merupakan sumbangan untuk penelitian dan pengembangan yang dilakukan di wilayah Republik Indonesia. *Ketiga*, sumbangan fasilitas pendidikan yang disampaikan melalui lembaga pendidikan. *Keempat*, sumbangan dalam rangka pembinaan olahraga yang merupakan sumbangan untuk membina, mengembangkan yang disampaikan melalui lembaga pembinaan olahraga. *Kelima*, biaya pengembangan infrastruktur sosial untuk keperluan membangun sarana dan prasarana bagi kepentingan umum dan bersifat nirlaba.

Selanjutnya, bentuk dukungan lainnya berasal dari Kementerian Lingkungan Hidup yang meluncurkan buku pedoman tentang pelaksanaan CSR di bidang lingkungan hidup agar sesuai *core business* perusahaan. Pedoman itu terdiri dari dua buku. Buku pertama diluncurkan pada Agustus 2011 dan buku kedua diluncurkan pada November 2012. Pada dasarnya, buku pedoman kedua itu merupakan penyempurnaan dari buku pedoman pertama. Penyempurnaan yang kedua dimaksudkan agar perusahaan dapat mengintegrasikan aktivitas bisnisnya ke dalam sistem CSR yang dirancang oleh perusahaan. Oleh sebab itu,

diharapkan CSR yang dilakukan perusahaan bukan hanya sekadar aktivitas yang bersifat filantropi saja.

F. Perubahan Paradigma Pelaku Usaha Mikro di Lasem

Dalam sub bahasan ini akan membahas tentang praktik CSR perusahaan kepada pelaku usaha mikro kecil menengah pembatik Lasem yang merupakan hasil riset penulis selama dua tahun. Fokus riset di tahun pertama, yaitu akan menjelaskan tentang praktik pengelolaan bisnis pembatik Lasem yang dikelompokkan dari pengusaha kecil, menengah, dan besar. Peneliti menemukan bahwa peran perusahaan sangat membantu dalam mengembangkan usaha batik di Lasem. Selanjutnya, pada tahun kedua akan fokus perubahan perilaku para pembatik dalam pewarnaan batik dengan menggunakan teknik pewarnaan alam dalam rangka upaya mengurangi dampak negatif limbah akibat proses pewarnaan kimia yang sering digunakan.

1. Urgensi UMKM dan Kemitraan Program CSR

Negara Indonesia, sebagai salah satu negara berkembang, menempatkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai salah satu penyokong dan penggerak roda perekonomian daerah maupun nasional. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah tahun 2012, dari tahun ke tahun, pertumbuhan jumlah UMKM terus mengalami peningkatan yang pesat (Depkop, 2012). Bagi negara yang sedang berkembang, integrasi ke dalam ekonomi global melalui liberalisasi ekonomi, deregulasi, dan demokratisasi telah dianggap sebagai salah satu cara terbaik untuk mengatasi kemiskinan dan kesenjangan ekonomi (UNIDO, 2002).

Sementara itu, ada berbagai macam peran strategis yang dapat dilakukan oleh UMKM dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah dan nasional seperti menyerap tenaga kerja dan mengurangi kemiskinan (Pinasti & Adawiyah, 2016).

Bahkan, penelitian yang dilakukan oleh (Berry, Rodriguez, & Sandee, 2001) menemukan bahwa usaha kecil dan menengah lebih tahan terhadap krisis ekonomi yang terjadi dibandingkan dengan korporasi. Mereka menyatakan bahwa UMKM memiliki fleksibilitas yang tinggi untuk menyesuaikan perubahan yang diakibatkan oleh krisis ekonomi yang terjadi.

Salah satu produk unggulan UMKM yang dimiliki oleh Indonesia dan mempunyai daya saing sampai dengan level internasional, yaitu Batik (Haryanto & Priyanto, 2013). Batik menjadi salah satu warisan budaya nasional dan produk unggulan daerah Jawa Tengah yang terus dikembangkan oleh masyarakat dan pemerintah Provinsi, pemerintah Kota/Kabupaten karena memiliki berbagai fungsi dan peran strategis. Menurut Steelyana (2012), salah satu produk Batik yang perlu dilestarikan dan dikembangkan, yakni Batik Lasem. Saat ini, ada berbagai macam perhatian dan kepedulian pemerintah yang melibatkan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) serta sejumlah pihak, termasuk perguruan tinggi untuk berpartisipasi aktif membantu para pelaku usaha batik Lasem dengan menyediakan bantuan pendanaan, peralatan, pemasaran, promosi, pelatihan dan pengembangan, pendampingan manajemen dan lainnya melalui program Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan.

Sejumlah permasalahan krusial itu seharusnya menjadi pertimbangan bagi pemerintah dan berbagai lembaga yang selama ini terlibat dalam program-program pemberdayaan UMKM Batik Lasem. Mereka seharusnya mengevaluasi kembali proses komunikasi dan pendekatan CSR, serta implementasi CSR dalam membantu memajukan UMKM Batik Lasem. Menurut Chen & Donaldson (2015), salah satu lembaga yang dapat berkontribusi terhadap UMKM Batik Lasem, yaitu perguruan tinggi yang lebih dikenal dengan istilah University Social Responsibility (USR).

Selanjutnya, definisi CSR menurut Chen & Donaldson (2015) adalah pendekatan etis dari sebuah universitas untuk berpartisipasi aktif dalam mengembangkan komunitas global dan lokal agar dapat mencapai keberlanjutan secara sosial, ekologi, lingkungan, teknik, dan ekonomi. USR dapat dilakukan dalam bentuk kemitraan strategis antara universitas dan korporasi karena universitas memiliki sumber daya manusia (dosen) yang memiliki kajian teoretis ilmiah dari perspektif keilmuan, sedangkan korporasi memiliki sumber daya ekonomi dan kemampuan serta pengalaman praktik. Berdasarkan argumen yang disampaikan oleh (Lako, Rahutami, Christmastuti, Kekalih, & Wahjudi, 2015) kolaborasi dan sinergitas antara pemerintah, dunia usaha, perguruan tinggi, dan masyarakat dalam pengembangan sebuah usaha, pemberdayaan masyarakat atau pengentasan kemiskinan sebagai CSR bersama.

Berdasarkan Undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) dan Undang-undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. PT dan perusahaan-perusahaan penanam modal di Indonesia wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (CSR). Demikian pula SK Menteri BUMN tahun 2003, juga mewajibkan perusahaan-perusahaan BUMN dan BUMD wajib menyetujui dananya untuk melaksanakan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). Kewajiban UU dan regulasi itu telah mendorong perusahaan-perusahaan melaksanakan program CSR, termasuk program CSR untuk pendampingan dan pengembangan UMKD industry batik, salah satunya adalah industry batik Lasem.

Berdasarkan hasil studi awal yang dilakukan oleh penulis, Lasem sebagai sentral batik tulis di Jawa Tengah memiliki hak kekayaan intelektual yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan pendapatan para pengrajin batik. Tetapi, dalam kenyataannya para pengrajin batik ini hanya menjadi buruh pengusaha batik dengan upah rendah, padahal para pengrajin

inilah yang menjadi penentu kualitas batik yang dihasilkan. Hal penting lain, yang perlu mendapatkan perhatian dari program CSR yang dilakukan oleh perusahaan, yaitu adanya indikasi kuat proses produksi industri Batik Lasem kurang memperhatikan prinsip-prinsip manajemen produksi yang ramah lingkungan sehingga produksi batik tulis Lasem mampu bersaing di pasar Eropa dan pasar lainnya di mancanegara.

2. Potensi Pengrajin Batik Lasem

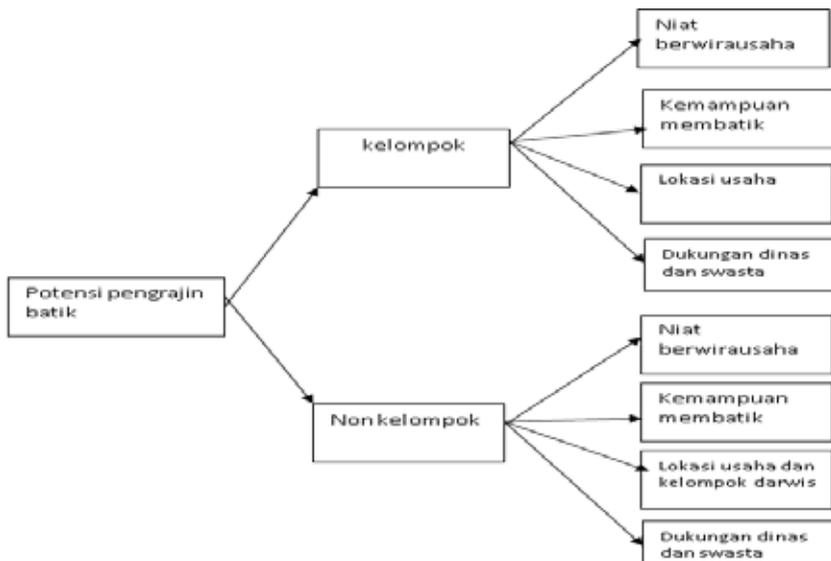
Sub bab ini secara khusus akan menguraikan mengenai potensi para pengrajin Batik Lasem yang dapat dikembangkan melalui program CSR perusahaan. Responden dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi 2 (dua), yaitu kelompok BNI dan kelompok Non BNI. Kedua kelompok ini diketuai oleh Ibu Winarti selaku koordinator pokdarwis (kelompok sadar wisata). Proses pembentukan kelompok ini diawali dari Ibu Murni yang saat itu bekerja di Dinas Pariwisata Kabupaten Rembang, yang mempunyai misi ingin mengembangkan potensi daerah pariwisata di daerah Rembang.

Selanjutnya, Ibu Murni mendatangi desa babagan yang terkenal dengan desa wisata yang memproduksi batik dan menemukan Bu Winarti. Bu Winarti semula menjadi buruh pabrik, namun karena Bu Winarti memiliki kemauan berkembangnya sangat besar, sehingga dipilih oleh Dinas untuk mengikuti berbagai pelatihan dalam keterampilan membatik. Dari hasil pelatihan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata tentang proses pembuatan batik, akhirnya Bu Winarti dapat berkembang dan mandiri dalam menghasilkan batik. Namun, hambatan selanjutnya yang dihadapi, yakni masalah permodalan. Atas dasar inisiatif Bu Murni maka Bu Winarti diperkenalkan dengan pihak bank BNI yang memiliki program CSR. Bank BNI akhirnya memberikan kredit lunak untuk permodalan usaha batik Bu Winarti.

Pengembangan batik yang dirancang dinas selanjutnya adalah pembentukan kelompok usaha bersama yang menghimpun orang-orang yang memiliki kemauan dan kemampuan dalam hal membatik sehingga semakin banyak orang yang terlibat. Langkah selanjutnya, Bu Winarti menawarkan kepada para karyawan dan tetangganya di desa Babagan untuk terlibat dalam kelompok usaha bersama dan hal ini disambut baik oleh para tetangga dan karyawannya. Dalam penelitian ini, terdapat pula responden yang tidak tergabung dalam pokdarwis. Mereka berasal dari luar desa Babagan yang ingin dan telah mengembangkan usaha batik secara mandiri. Mereka umumnya berdomisili tidak satu dukuh, tetapi tersebar yang juga tergabung dalam Dekranasda, yaitu Dinas yang memfasilitasi pengembangan potensi desa Lasem.

3. Potensi Pengrajin Batik Lasem dalam Berwirausaha

Di bawah ini digambarkan skema pemetaan potensi pembatik Lasem berdasarkan faktor internal dan eksternal.



Gambar 1. Pemetaan potensi pembatik lasem

Berdasarkan gambar di atas potensi pengrajin batik Lasem dalam berwirausaha dapat dipetakan dalam 2 (dua) hal pokok yaitu potensi diri pengrajin dan potensi lingkungan yang mendukungnya. Dari sisi internal, dinilai berdasarkan potensi diri berwirausaha yang dilihat berdasarkan perspektif niat pembatik dan kemampuan mereka dalam membatik dan mewarna. Sedangkan, dari sisi eksternal, potensi lingkungan yang mendukung dapat diidentifikasi dari lokasi tempat tinggal pembatik, keberadaan pokdarwis yang saling memberikan motivasi dan dukungan dari dinas pemerintah.

Selanjutnya, pemetaan potensi internal dan eksternal terbagi lagi menjadi potensi sedang merintis atau memulai usaha, potensi sedang atau berkembang dan potensi yang sudah matang yang terbagi menjadi dua yaitu laki-laki dan perempuan. Secara detail hasil pemetaan itu dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Potensi Pembatik Lasem

Jenis Kelamin	Kelompok	Potensi Berwirausaha	Kemampuan		Niat Berwirausaha	Menjaga Tradisi dan Warisan
			Membatik (pola/gambar, nyanting, ngeblok/nembok)	Mewarna dan <i>nglorot</i>		
Laki-laki	Non anggota	Potensi kecil/merintis	Memiliki pengetahuan batik dari kecil dari lingkungan sekitar dan turun-menurun		Memajukan usaha, menambah penghasilan, mengembangkan usaha	Melestarikan budaya, meningkatkan taraf hidup
		Potensi sedang/bertumbuh	Semua dikerjakan sendiri, tapi ada karyawan yang mengerjakan. Umumnya, yang membatik perempuan	Ngemplong dan mewarna umumnya dilakukan laki-laki	Ingin maju dan memajukan usaha bersama	Melestarikan budaya, meningkatkan taraf hidup
	Potensi tinggi/matang	Mewarnai dan nglorot dengan alat yang dimiliki sendiri		Ingin pengembangan usaha dengan bantuan kredit dari lembaga keuangan	Melestarikan budaya, meningkatkan taraf hidup	

Jenis Kelamin	Kelompok	Potensi Berwirausaha	Kemampuan		Niat Berwirausaha	Menjaga Tradisi dan Warisan
			Membatik (pola/gambar, nyanting, ngeblok/nembok)	Mewarna dan <i>nglorot</i>		
	Anggota	Potensi kecil/merintis	Bisa membatik, tapi saat ini bekerja di bidang lain, membuat satu potong dan memasarkan melalui usaha bersama	Memiliki kemampuan <i>nglorot</i> dan mewarnai karena latihan di kelompok usaha bersama	Beralih dari bidang tani yang selama ini tidak bisa diharapkan	Melestarikan budaya, meningkatkan taraf hidup
		Potensi sedang/bertumbuh			Terus berkembang bersama dengan kelompok usaha bersama, menjaga kualitas batiknya	Melestarikan budaya, meningkatkan taraf hidup
		Potensi tinggi/matang	Membuat semuanya: pola, mencanting dan wanita serta ngeblok	Mewarnai dan <i>nglorot</i> dengan alat miliki kelompok usaha bersama	Berkembang bersama dengan kelompok.	Melestarikan budaya, meningkatkan taraf hidup

Jenis Kelamin	Kelompok	Potensi Berwirausaha	Kemampuan		Niat Berwirausaha	Menjaga Tradisi dan Warisan
			Membatik (pola/gambar, nyanting, ngeblok/nembok)	Mewarna dan <i>nglorot</i>		
Wanita	Non anggota	Potensi kecil/merintis	Mau dan bisa membatik, menambah keterampilan, menambah pengalaman; dari pola, nyanting, ngeblok.		Memajukan usaha, mandiri, ingin memiliki usaha, menjadi pengusaha hal ini karena mereka memiliki waktu luang yang banyak, dan ingin punya usaha dibidang batik karena didukung juga oleh lingkungan	Melestarikan budaya, meningkatkan taraf hidup
		Potensi sedang/bertumbuh	Semua dikerjakan sendiri, tapi ada karyawan yang mengerjakan. Umumnya, yang membatik perempuan	Ngemplong, mewarna	Ingin sukses, ingin usaha lebih maju, ingin dapat mengembangkan pemasaran, dan memperluas pemasaran .	Mendapat pengalaman, saling berbagi

Jenis Kelamin	Kelompok	Potensi Berwirausaha	Kemampuan		Niat Berwirausaha	Menjaga Tradisi dan Warisan
			Membatik (pola/gambar, nyanting, ngeblok/nembok)	Mewarna dan <i>nglorot</i>		
		Potensi tinggi/matang	Membuat semuanya: pola, mencanting dan ngeblok		Mengembangkan yang sudah ada dengan mendapatkan dana kredit lunak dari pihak bank karena yang mendapat kredit akan mendapat kesempatan pameran sehingga bisa lebih luas pemasarannya	Melestarikan budaya, meningkatkan taraf hidup
	Anggota	Potensi kecil/merintis	Buruh batik, membatik dirumah, belajar dan berusaha		Merintis usaha batik sendiri	Melestarikan budaya, meningkatkan taraf hidup

Jenis Kelamin	Kelompok	Potensi Berwirausaha	Kemampuan		Niat Berwirausaha	Menjaga Tradisi dan Warisan
			Membatik (pola/gambar, nyanting, ngeblok/nembok)	Mewarna dan <i>nglorot</i>		
		Potensi sedang/bertumbuh	Buat di rumah dari pola, nyanting dan ngeblok		Keinginan menjadi sukses, tetapi belum punya keinginan untuk lepas dari kelompok usaha bersama	Melestarikan budaya, meningkatkan taraf hidup
		Potensi tinggi/matang	Buat di rumah dan punya usaha batik; membuat semuanya: pola, mencanting dan wanita serta ngeblok		Maju dalam kebersamaan, belum punya keinginan mendapat kredit lunak secara pribadi, menambah wawasan dan jaringan lewat usaha bersama	Melestarikan budaya, meningkatkan taraf hidup

Pada tabel 1 membedakan potensi pembatik berdasarkan gender yang dapat dijelaskan sebagai berikut ini. Atas dasar ulasan potensi batik berdasarkan gender, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

- a. Pada umumnya, pembatik perempuan melakukan proses dari membuat pola sampai *nembok*, sedangkan yang laki-laki melakukan pewarnaan dan melorot.
- b. Perempuan pembatik tertarik membatik memiliki keinginan kuat untuk belajar dan belajar, berjiwa ulet, dan tidak kenal menyerah, berkeinginan sangat kuat untuk mengembangkan usahanya sampai berhasil. Sementara itu, pengrajin laki-laki lebih luas jangkauannya, ingin segera maju usahanya dan membuat banyak kreasi. Potensi ini sangat kelihatan, terutama pengrajin yang tidak masuk dalam kelompok usaha bersama.
- c. Lokasi pembatik yang masuk dalam kelompok usaha bersama umumnya satu dukuh, sedangkan yang tidak masuk usaha bersama tersebar diberbagai tempat/dusun dikecamatan/kelurahan.

Dukungan dari dinas sangat kuat bagi para pengrajin, baik yang masuk dalam kelompok usaha bersama maupun non kelompok usaha bersama. Dukungan dinas secara nyata memberikan fasilitas tempat pemasaran, kesempatan ikut dalam pameran-pameran, dan pemberian pelatihan-pelatihan yang relevan dengan batik serta perhatian dinas berimbang antara pengrajin yang masuk dalam usaha bersama maupun yang tidak masuk dalam kelompok usaha bersama. Sedangkan, pihak swasta/pemberi dana berkontribusi di dalam memberikan kredit lunak, memberi bantuan pelatihan-pelatihan yang mendukung usaha batik, dan memberikan kesempatan pameran serta order seragam untuk kantornya.

4. Potensi Usaha Batik Berdasarkan Potensi yang Sudah Dikembangkan

Potensi wirausaha Batik Lasem juga dapat dilihat dari hasil produksi yang telah dicapai. Berdasarkan hasil produk berupa batikan yang sudah dibuat maka potensi wirausaha pembatik Lasem dapat dikelompokkan menjadi 3 kelompok sebagai berikut.

a. Potensi masih kecil/sedang merintis usaha dengan kriterianya adalah pengrajin yang belum memproduksi sampai dengan produksi berjumlah 20/bulan

Pengrajin yang memiliki potensi berwirausaha yang masih kecil, sebagian besar dari mereka masih menjadi buruh batik pada wirausaha lain, ada juga yang membatik di rumah sendiri, kemudian menitipkan hasil batikannya ke teman lain yang sudah berwirausaha batik. Namun, ada juga yang belum membatik, tetapi sangat ingin bisa bergabung menjadi pembatik. Pengrajin dengan kategori potensi berwirausaha kecil ini terdiri dari laki-laki dan perempuan, baik yang sudah bergabung dengan kelompok pembatik maupun yang belum bergabung. Potensi dalam berwirausaha untuk pengrajin dengan potensi masih kecil ini laki-laki dominan dengan niat untuk berwirausaha, sedangkan pengrajin perempuan dominan memiliki potensi pembatik karena berasal dari keturunan. Umumnya, mereka melihat teman-teman dan tetangga mereka yang mulai membatik, minat untuk bergabung dalam kelompok menjadi tinggi, diperkuat lagi dengan penghasilan yang diperoleh dari sektor lain (umumnya pertanian) tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka.

b. Potensi berwirausaha sedang dengan kriteria memproduksi antara 21 sampai dengan 99 batik/bulan

Pengrajin dalam kelompok ini memiliki niat berwirausaha lebih nyata dibanding dengan pengrajin dengan potensi

kecil. Keinginan untuk sukses dan sukses bersama dalam kelompok lebih nyata terlihat dan mereka lebih memiliki optimisme. Hal itu ditunjang dengan kemampuan membatik yang lebih baik, yang dibuktikan dengan hasil membatik lebih banyak. Keinginan untuk mendapatkan informasi lebih di dalam kelompok bersama juga muncul karena sudah lebih merasakan hasil usahanya.

c. Potensi berwirausaha besar dengan kriteria memproduksi batik di atas 100 batik/bulan

Pengrajin dengan potensi berwirausaha besar jumlahnya lebih sedikit dibanding dengan pengrajin dengan potensi berwirausaha sedang dan kecil. Umumnya, pengrajin dalam kelompok ini sudah memiliki usaha sendiri di rumah, sudah memiliki pegawai dan melangkah pada pengembangan usaha dan potensi dirinya lebih baik lagi. Keinginan untuk mengangkat pengrajin lain dan mengandengnya untuk maju bersama juga tumbuh dengan baik. Pengrajin dengan potensi berwirausaha besar ini sudah menyadari potensi desanya sebagai desa wisata, menyadari potensi warisan budaya dari leluhur yang harus dijaga dan dikembangkan serta dapat digunakan untuk meningkatkan taraf kehidupan dirinya dan masyarakat sekitarnya.

Mereka memiliki potensi membatik, bisa membatik, bisa mengarahkan pengrajin lainnya, bisa memahami teknik mewarna, membuat pola, *ngloroti* (melunturkan malam yang sudah dilekatkan dalam kain batik), bisa memasarkan produknya, dan bisa mengelola keuangan. Pengrajin dengan potensi berwirausaha tinggi ini lebih banyak dari kaum perempuan, baik yang sudah bergabung dalam kelompok Darwis maupun yang belum. Sedangkan, untuk pengrajin laki-laki yang masuk dalam kelompok Darwis masih dalam taraf buruh batik dan belum membatik sendiri serta belum memiliki usaha.

Atas dasar ulasan di atas, dapat disimpulkan bahwa kemampuan membatik pada dasarnya sudah dimiliki oleh para pengrajin karena mendapat warisan dari orang tua, ingin dan mau belajar membatik dari tetangga yang bisa membatik dan memiliki waktu untuk membuat batik dirumah. Kondisi lingkungan sekitar pengrajin yang sudah banyak yang membatik dan ada kelompok usaha bersama ini menjadi motivator yang besar bagi para pengrajin untuk menekuni usaha ini. Keberadaan kelompok sadar wisata yang dibentuk oleh pemerintah desa serta perhatian yang diberikan oleh dinas pariwisata daerah sangat berperan di dalam pengembangan potensi batik di Lasem ini.

Di sisi lain, perhatian dari pihak korporasi untuk menjadi mitra pengrajin batik yang masuk dalam kelompok-kelompok usaha bersama batik sangat berperan untuk mengembangkan potensi yang sudah ada. Hal ini karena korporasi itu dapat mendukung dari sisi permodalan dan pemasarannya. Berikut analisis pengrajin berdasarkan potensi yang dimiliki.

- 1) Potensi diri wanita pengrajin batik yang non anggota kelompok usaha, yang masuk dalam kriteria potensi sedang merintis
 - a) Memiliki kemampuan membatik (pola/gambar, nyanting, nembok/ngeblok), tetapi juga belajar bisa ngemplong, mewarnai, dan *nglorot*.
 - b) Memasarkan produknya melalui penjualan dari rumah ke rumah atau kantor ke kantor.
 - c) Kualitas batik tergantung kepada kemampuan orangnya dalam mempola, *lengkrenng*, dan mencantingnya.
- 2) Potensi diri wanita pengrajin batik yang non anggota kelompok usaha yang masuk dalam kriteria potensi sedang/bertumbuh

- a) Memiliki kemampuan membatik (pola/gambar, nyanting, nembok/ngeblok), tetapi juga belajar untuk bisa ngemplong, mewarnai, dan *nglorot*.
 - b) Pemasaran dilakukan sendiri, melalui internet, menawarkan dari rumah ke rumah, kantor ke kantor dan ikut pameran, serta ikut di koperasi dan dekranasda.
 - c) Potensi membatik ada pada semua pengrajin, yang membedakan potensi rendah, sedang, maupun tinggi, yaitu dari hasil usaha dalam bentuk batikan dan dana penjualan. Selain itu, nilai penjualan juga menyangkut hasil kualitas batikan.
- 3) Potensi diri wanita pengrajin batik yang non anggota kelompok usaha yang masuk dalam kriteria potensi matang/tinggi
- a) Memiliki kemampuan dan pengetahuan pada semua tahapan membatik, terkadang mengerjakan sendiri, terkadang juga memberi pengarahan terhadap pegawainya.
 - b) Berfokus kepada pemasaran dan pengembangan area pemasarannya serta pelatihan-pelatihan untuk pengembangan usahanya.
- 4) Potensi diri wanita pengrajin batik yang masuk anggota kelompok usaha dan masuk dalam kriteria potensi sedang merintis
- a) Memiliki kemampuan membatik (pola/gambar, nyanting, nembok/ngeblok).
 - b) Pemasaran dilakukan melalui *showroom* yang dimiliki kelompok usaha bersama, memasarkan ke kantor-kantor, memasarkan melalui internet, serta ikut pameran dan asosiasi di dekranasda.

- 5) Potensi diri wanita pengrajin batik anggota kelompok usaha yang masuk dalam kriteria potensi sedang/bertumbuh
 - a) Lebih memfokuskan kepada hasil jumlah batik yang dapat dihasilkan dan kualitas batiknya.
- 6) Potensi diri wanita pengrajin batik yang masuk anggota kelompok usaha yang masuk dalam kriteria potensi matang/tinggi
 - a) Berfokus kepada penjualan dan pemasaran batik serta peningkatan kualitas batik dengan menjamin relasi, baik dari dinas, swasta, maupun lembaga yang memberikan kredit.
 - b) Memberikan supervisi dan mendampingi teman-teman usaha bersama untuk menjadi lebih maju sembari memajukan usaha mandiri.
- 7) Potensi diri laki-laki pengrajin batik yang non anggota kelompok usaha yang masuk dalam kriteria sedang merintis usaha
 - a) Memiliki pengetahuan tentang membatik dari pola sampai mewarna dan melakukannya sendiri.
 - b) Pemasaran dilakukan sendiri melalui internet, menawarkan dari rumah ke rumah, kantor ke kantor dan ikut pameran, serta ikut di koperasi dan dekranasda.
 - c) Semangatnya adalah memajukan usaha, menambah penghasilan, dan mengembangkan usaha.
- 8) Potensi diri laki-laki pengrajin batik yang non anggota kelompok usaha yang masuk dalam kriteria potensi sedang/bertumbuh
 - a) Melakukan kegiatan membuat pola, mewarnai, dan memasarkan batik, sedangkan untuk mencanting dilakukan oleh pegawainya.

- b) Semangatnya ingin maju dan memajukan usaha bersama.
- d. **Potensi diri laki-laki pengrajin batik yang non anggota kelompok usaha yang masuk dalam kriteria potensi matang/tinggi**
- 1) Ingin pengembangan usaha dengan bantuan kredit dari lembaga keuangan.
- e. **Potensi diri laki-laki pengrajin batik yang masuk anggota kelompok usaha dan masuk dalam kriteria potensi sedang merintis**
- 1) Memiliki kemampuan membatik (pola/gambar, nyanting, nembok/ngeblok).
 - 2) Pemasaran dilakukan melalui *showroom* yang dimiliki kelompok usaha bersama, memasarkan ke kantor-kantor, memasarkan melalui internet dan ikut pameran serta asosiasi di dekranasda.
- f. **Potensi diri laki-laki pengrajin batik anggota kelompok usaha yang masuk dalam kriteria potensi sedang/ bertumbuh:**
- 1) Lebih memfokuskan kepada hasil jumlah batik yang dapat dihasilkan dan kualitas batiknya.
 - 2) Pemasaran ditangani pegawai yang direkrut untuk menjaga *showroom*, tetapi terkadang digilir juga para anggota.
 - 3) Ingin maju dan memajukan usaha bersama.
- g. **Potensi diri laki-laki pengrajin batik yang masuk anggota kelompok usaha, yang masuk dalam kriteria potensi matang/tinggi**
- 1) Berfokus kepada penjualan dan pemasaran batik serta peningkatan kualitas batik dengan menjamin relasi, baik dari dinas, swasta, maupun lembaga yang memberikan kredit.

- 2) Memberikan supervisi dan mendampingi teman-teman usaha bersama untuk menjadi lebih maju sembari memajukan usaha mandiri
- 3) Sebagian besar melakukan *ngemplong*, mewarna, dan *nglorot* karena pewarnaan terpusat di kelompok usaha bersama. Pemasaran dilakukan melalui *showroom* yang dimiliki kelompok usaha bersama, memasarkan ke kantor-kantor, memasarkan melalui internet dan ikut pameran, serta asosiasi di dekranasda.

5. Pengelolaan Keuangan Pengrajin Batik

Pengelolaan keuangan para pengrajin batik agar dapat lebih detail pemetaannya maka pembahasan didasarkan kepada 3 kelompok pengrajin batik berdasarkan potensi diri dan berdasarkan jenis kelamin sebagaimana terlihat pada gambar.

a. Pengelolaan keuangan dengan potensi rendah

- 1) Pengrajin laki-laki yang belum masuk ke dalam kelompok usaha bersama

Kondisi keuangan pengrajin ini sangat membutuhkan dukungan dana untuk pengembangan usaha. Penghasilan yang diperoleh dari usaha membuat batik di bawah 2 juta, belum dapat diandalkan untuk menjamin kelangsungan usaha, diharapkan dapat dukungan dana dengan pengembalian yang ringan. Hal itu karena mereka membutuhkan dana untuk pembelian alat-alat produksi yang dapat menunjang pembuatan batik tersebut. Alat-alat produksi yang diharapkan dapat dibantu, yaitu alat-alat produksi mendasar, seperti kain, canting (alat membatik), malam, kompor, dan wajan sehingga mereka bisa langsung memulai mempraktikkan membatik. Kemudian, keuangan yang dimiliki tidak dapat digunakan secara penuh hanya untuk mendukung

usaha batik, tetapi digunakan juga untuk mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari.

- 2) Pengrajin laki-laki yang sudah masuk dalam kelompok usaha bersama

Pengrajin yang masuk dalam kelompok ini adalah para pengrajin dengan kondisi ekonomi yang pas-pasan, mereka bergabung ke dalam kelompok usaha bersama untuk mendapatkan mata pencarian yang lebih baik dari usaha tani yang selama ini mereka geluti. Potensi diri dalam membatik diperoleh dari keturunan, kebanyakan mereka buruh batik dan menjadi pemotong pola, pemberi warna, dan beberapa bisa membatik. Potensi keuangan mereka masih menyatu dengan ekonomi keluarga dan penghasilan dari butuh batik ini diharapkan dapat digunakan untuk meningkatkan penerimaannya.

- 3) Pengrajin perempuan yang belum masuk dalam kelompok usaha bersama

Pengrajin ini adalah mereka yang ingin dapat gabung dengan kelompok usaha bersama dengan tekad dapat mengubah nasibnya. Sebagian dari pengrajin ini memiliki kemampuan membatik dari keturunan, dengan maraknya usaha batik di dusun babagan, beberapa wanita yang memiliki waktu luang ingin dapat menambah pendapatannya dengan membatik. Mereka beberapa sudah membatik di rumah sendiri, beberapa buruh batik pada orang lain, dan beberapa baru ingin mencoba untuk membatik sehingga keuangannya masih lemah dan pengelolaannya masih diutamakan untuk mencukupi kebutuhan hidupnya.

4) Pengrajin perempuan yang sudah masuk dalam kelompok usaha bersama

Pengrajin ini sudah membuat sendiri baik dirumahnya maupun kerja pada pengusaha batik. Mereka bergabung dalam kelompok usaha bersama karena selama ini mereka menitipkan hasil batikannya ditempat wirausaha yang dibina oleh Bank BNI untuk membentuk kelompok bersama selain itu mereka juga bertetangga dan tinggal di desa babagan yang menjadi desa wisata dan dibentuk pokdarwis. Dengan kondisi yang demikian menguntungkan bagi mereka untuk dapat mengembangkan kemampuan membatiknya dan memasarkan batiknya pada showroom yang dimiliki oleh usaha bersama. Meskipun demikian, pengrajin batik yang masuk dalam kelompok ini masih menghasilkan batikan yang sedikit dan perlu untuk diberi motivasi agar dapat menggunakan kesempatan yang baik ini untuk mengembangkan diri dan usahanya. Sebagian besar mereka masih terus ingin bekerja pada orang lain, belum berani membuka usaha sendiri karena risiko usaha sendiri belum bisa mereka hadapi dan mereka masih kesulitan untuk mengembalikan pinjaman bank. Keuangan untuk usaha masih campur dengan keuangan rumah tangga. Atas dasar uraian di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

- a) Pengrajin yang belum masuk dalam usaha bersama dan potensi wirausahanya masih kecil, merupakan pengrajin yang memiliki kemampuan membatik, mewarna, memotong pola, melorot tetapi potensi itu belum dikembangkan lebih jauh. Mereka tertarik untuk mengembangkan potensi batik atau ingin mencoba usaha dalam pengembangan batik karena melihat tetangga dan orang-orang

dilingkungannya telah bekerja pada usaha batik dan mendapatkan penghasilan dari usaha itu. Mereka ingin mencoba peruntungan pada usaha batik ini dan akan berpindah dari usaha tani yang selama ini ditekuninya.

- b) Pengrajin yang sudah tergabung dalam kelompok batik, tetapi potensinya masih lemah, yakni mereka yang menjadi butuh pada usaha batik atau membuat batik dirumah dan diajak bergabung pada kelompok usaha bersama sehingga dapat memasarkan hasil batiknya pada showroom yang dimiliki oleh usaha bersama. Keinginan untuk lebih berkembang ada, tetapi takut dengan risiko yang akan dihadapi sehingga sering kali memilih zona nyaman hanya menjadi buruh batik saja.

Berdasarkan kondisi pengelolaan keuangan pengrajin batik yang memiliki potensi wirausaha lemah, dapat dianalisis kekuatan dan kelemahan yang dimiliki pengrajin, kesempatan dan tantangan yang akan dihadapi oleh pengrajin batik yang memiliki potensi berwirausaha yang lemah. Dari sisi **kekuatan**, mereka memiliki kemampuan membatik yang diperoleh dari keturunan yang bisa dikembangkan sesuai dengan kekhasan masing-masing. Sebaliknya, **kelemahan** yang dimiliki adalah rasa malas dan pesimistis akan kemampuan yang dimiliki serta tidak berani mengambil risiko **Peluang** yang diperoleh adalah kesempatan yang ada bagi pengrajin yang memiliki potensi berwirausaha yang rendah ini, ada pelatihan-pelatihan keahlian penunjang untuk usaha batik yang dapat mereka peroleh baik melalui pemda maupun melalui rekan perusahaan yang memberikan CSR, demikian juga

peluang untuk memanfaatkan pemasaran melalui show-room, pameran dan penjualan melalui rekannya yang sudah lebih berhasil serta mendapatkan pendanaan dengan pembayaran angsuran dan bunga yang ringan. **Tantangan** yang dihadapi adalah mengatasi pesimistis dan mengalahkan sikap menghindari risiko.

b. Pengelolaan keuangan dengan potensi usaha sedang

- 1) Pengrajin laki-laki yang belum masuk ke dalam kelompok usaha bersama

Kondisi keuangan pengrajin ini sudah lebih baik daripada pengrajin dengan potensi rendah. Penghasilan yang diperoleh dari usaha membuat batik berkisar antara 2 juta sampai dengan 5 juta dalam sebulan. Penghasilan yang diperoleh dari penjualan batik dapat digunakan untuk membayar pengembalian di bank jika seandainya mereka mendapat pinjaman modal dari bank. Pengrajin dikelompok ini mulai menyenangi dan meyakini usaha dibidang batik dapat memberikan tambahan penghasilan yang dapat diharapkan untuk meningkatkan taraf hidupnya lebih baik bagi saat ini dan ke depan.

- 2) Pengrajin perempuan yang belum masuk dalam kelompok usaha bersama

Kondisi keuangan pengrajin sudah memperoleh penghasilan rata-rata 5 juta sebulan. Mereka sangat ingin mendapatkan kredit dari bank untuk mengembangkan usahanya dengan kisaran antara 25 sampai dengan 100 juta. Selain itu, mereka sangat ingin ikut bergabung dalam kelompok usaha bersama agar dapat pelatihan dan pendanaan yang mendukung perkembangan usahanya. Kelompok pengrajin ini meyakini potensi membuat batik yang dimilikinya dapat digunakan untuk memperbaiki kehidupannya dan keluarganya.

- 3) Pengrajin laki-laki yang sudah masuk dalam kelompok usaha bersama

Berdasarkan pemetaan data, tidak ada responden laki-laki yang masuk dalam kategori ini.

- 4) Pengrajin perempuan yang sudah masuk dalam kelompok usaha bersama

Kondisi keuangan pengrajin sudah memperoleh penghasilan berkisar 2 sampai dengan 5 juta. Mereka ingin memperoleh pinjaman bank berkisar antara 5 juta sampai dengan 10 jutaan dengan keyakinan bisa membayar bunga dan angsurannya dengan hasil aktivitas membatikinya. Mereka merasa membutuhkan pelatihan pengelolaan usaha yang lebih intensif serta pinjaman modal yang lebih besar, karena mereka merasakan bahwa jika tanpa adanya tambahan modal, usahanya hanyalah begitu- begitu saja. Semangat untuk dapat mandiri sangat besar.

Atas dasar analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa pengrajin batik yang memiliki potensi usaha batik sedang, antara yang sudah masuk dalam kelompok usaha bersama dengan yang belum masuk dalam usaha bersama memiliki perbedaan latar belakang ekonomi. Mereka yang belum masuk usaha bersama justru sudah memiliki kondisi ekonomi yang lebih baik dibandingkan dengan yang sudah masuk di dalam kelompok usaha bersama. Hal ini karena prioritas yang masuk di dalam kelompok usaha bersama adalah pengrajin batik yang memiliki kemampuan batik dan kondisi ekonominya memang masih butuh dibantu. Jadi, prioritas pada mereka-mereka yang selama ini menjadi buruh batik dengan penghasilan kecil agar memiliki semangat dan kreativitas membangun usaha bersama dan mandiri. BNI membantu mereka memberi pendanaan agar dapat

percaya diri dari sedikit demi sedikit sehingga dapat berkembang secara natural.

Keinginan untuk mendapatkan kredit lunak guna pengembangan usaha juga berbeda. Pengrajin batik yang sudah masuk ke dalam kelompok tidak seberani pengrajin yang belum masuk ke dalam kelompok usaha bersama. Kisaran keinginan mendapatkan kredit lebih besar ada pada pengrajin yang belum masuk dalam kelompok usaha bersama. Karena mereka berani mengajukan kredit dengan kisaran yang lebih besar. Pengrajin ini bila dibandingkan dengan pengrajin dengan potensi rendah lebih berkembang dengan baik di masa yang akan datang karena hasil batiknya lebih banyak, dan keinginan pengembangan batiknya lebih jelas, serta kebutuhan yang diharapkan dapat didukung dapat disebuntukan dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa mereka sudah dapat melihat potensi dirinya dan siap untuk mengembangkannya.

Berdasarkan kondisi pengelolaan keuangan, pengrajin batik yang memiliki potensi wirausaha sedang, dapat dianalisis kekuatan dan kelemahan yang dimiliki pengrajin, kesempatan dan tantangan yang akan dihadapi oleh pengrajin batik yang memiliki potensi berwirausaha yang sedang. Dari sisi **kekuatan**, mereka sudah dapat melihat potensi membatiknya yang data dikembangkan kearah usaha mandiri dan sudah mulai berani untuk meningkatkan potensi tersebut dengan pengembangan tambahan kredit usaha dan pelatihan-pelatihan yang diharapkan diperolehnya. Sebaliknya, **kelemahan** yang dimiliki, *pertama*, pengelolaan keuangan usaha masih tercampur dengan keuangan rumah tangga, yang dicatata hanya yang terima dari pelanggan, yang dicatat pengeluaran hanya pengeluaran untuk batik

padahal dana usaha juga dipakai untuk mendanai rumah tangga. *Kedua*, untuk yang masuk anggota kelompok usaha, sering kali masih angin-anginan dalam membuat dan masih belum berani mandiri, masih banyak keahlian yang harus ditambahkan bagi mereka untuk menjadi yakin akan berhasil dalam berwirausaha. *Ketiga*, piutang yang ada dari para pelanggan batik, tidak segera ditagih, akan ditagih bila mereka merasa dana yang dipegang menipis.

Sementara itu, dari sisi **peluang** yang diperoleh, kesempatan sangat besar bagi pengrajin yang memiliki potensi berwirausaha yang sedang ini, ada pelatihan-pelatihan keahlian penunjang untuk usaha batik yang dapat mereka peroleh baik melalui pemda maupun melalui rekan perusahaan yang memberikan CSR. Demikian juga, peluang untuk memanfaatkan pemasaran, melalui *showroom*, pameran, dan penjualan melalui rekannya yang sudah lebih berhasil. **Tantangan** yang dihadapi, yaitu menjadi pembatik yang general yang tidak membuat kekhasan diri sendiri dan terlena dengan penerimaan yang sudah diterima tanpa ada usaha yang lebih keras untuk meningkatkan usaha.

c. **Pengelolaan keuangan dengan potensi tinggi**

- 1) Pengrajin batik laki-laki yang belum masuk ke dalam kelompok usaha bersama

Kondisi keuangan pengrajin ini sangat baik. Sudah memiliki penghasilan 100 juta keatas dan dapat menggaji beberapa karyawan untuk mendukung usaha baiknya. Penghasilan dari usaha batiknya dapat digunakan sebagai pencaharian utama keluarga. Usaha Batik berkembang dengan baik, keinginan untuk meningkatkan usaha terus dilakukan dengan pemasaran melalui pameran dan keinginan masuk ke dalam kelompok usaha bersama dan mendapatkan pinjaman

dari bank BNI yang selama ini menjadi bank rekanan para pengrajin batik di Lasem ini.

- 2) Pengrajin batik laki-laki yang sudah masuk dalam kelompok usaha bersama

Responden dalam penelitian ini tidak ada responden laki-laki anggota kelompok bersama yang masuk dalam kelompok memiliki potensi wirausaha yang tinggi.

- 3) Pengrajin batik perempuan yang belum masuk dalam kelompok usaha bersama

Pengrajin perempuan dalam kelompok ini sudah menghasilkan batik dan laku terjual rata-rata dengan penghasilan 10.000.000 per bulan. Usaha batik yang dijalankan sudah menjadikannya mampu menghidupi keluarga dan mengubah kehidupannya menjadi lebih baik dan maju. Dilihat dari kemampuan keuangan untuk mengembangkan usahanya, pengrajin pada kelompok ini masih membutuhkan dana pinjaman dari bank yang dapat digunakan untuk mengembangkan usahanya lebih maju lagi.

- 4) Pengrajin batik perempuan yang sudah masuk dalam kelompok usaha bersama dan kategori memiliki potensi wirausaha yang tinggi

Responden wanita yang memiliki potensi kewirausahaan tinggi, rata-rata memiliki penghasilan 10 juta/bulan, sudah memiliki beberapa karyawan dan sudah menembangkan usahanya melalui pameran-pameran dan mempunyai ruang *display/showroom* di rumahnya. Keuangannya cukup baik dan telah mendapatkan bantuan kredit dari pemerintah/BUMN dengan model bertingkat, dari kredit 5 juta, 100 juta, 100 juta sampai 500 juta. Pengelolaan keuangan sudah terpisah antara keuangan rumah tangga dan keuangan usaha. Perkembangan usaha batik telah

meningkatkan taraf hidup pengrajin dalam kelompok ini dan sudah sangat terlihat perbedaannya.

Atas dasar analisis atas pengelolaan keuangan pengrajin batik yang memiliki potensi wirausaha tinggi, dapat disimpulkan pengelolaan keuangannya sudah cukup baik, terpisah antara keuangan untuk usaha dan rumah tangga, untuk perempuan tingkat pendapatannya bisa lebih dari 10 juta, sedangkan untuk laki-laki bisa di atas 100 juta. Hal ini menunjukkan dari segi keuangan laki-laki lebih kuat karena sudah mendapatkan warisan dari keluarga dan mengembangkan usahanya sampai saat ini, sedang perempuan berwirausaha mulai dari bawah sebagai pengrajin, bekerja pada orang lain kemudian terus mengembangkan kemampuannya sampai bisa memiliki usaha sendiri dan terus berupaya agar usaha tersebut terus berkembang. Pengrajin perempuan tumbuh secara alami di dalam pengembangan usahanya dan memiliki semangat kuat untuk menjaga perkembangannya usahanya.

Pengrajin yang ikut kelompok usaha bersama, umumnya mereka berangkat dari pengrajin batik yang bekerja buruh pada pengusaha batik, atau bekerja pada bidang usaha lain kemudian melihat tetangganya mulai berhasil dengan menjadi pembatik, ikut peruntungan membatik. Dengan ketekunan, mereka mulai membuat target batiknya dan ikut memasarkan pada *showroom* yang dibuatkan oleh BNI sebagai CSR. Pemasaran yang dilakukan mulai dikembangkan pada luar daerah melalui pameran-pameran, Di samping itu, ditambah kemampuan pada pewarnaan, *finishing*, dan pengemasan.

Rata-rata penghasilan mereka per bulan, baik pengrajin laki-laki maupun perempuan berkisar antara 10 juta

sampai dengan 100 juta, dengan kondisi demikian mereka dapat terus mengembangkan usahanya dengan bantuan permodalan pinjaman lunak dari BNI (sebagai mitra kerjanya). Kredit yang didapatnya dengan mudah dicicil dari hasil usaha tersebut dan dengan sejarah cicilan yang lancar mereka dapat memperoleh pinjaman lagi dengan jumlah yang semakin meningkat. Bersama dengan teman-temannya yang tergabung dalam kelompok usaha bersama mereka saling menopang dan bersaing juga dengan persaingan sehat.

Berdasarkan kondisi pengelolaan keuangan pengrajin batik yang memiliki potensi wirausaha tinggi, dapat dianalisis juga kekuatan dan kelemahan yang dimiliki pengrajin, kesempatan dan tantangan yang akan dihadapi oleh pengrajin batik yang memiliki potensi berwirausaha yang kuat. Dari sisi **kekuatan**, kekuatan yang dimiliki adalah keuletan dalam berusaha dan pengelola keuangan yg sudah baik dan bisa mengembalikan pokok dan bunga pinjaman usaha yang dimilikinya. Kepercayaan bank terhadap pengrajin ini terus meningkat yang dibuktikan dengan pemberian kredit dengan jumlah yang semakin meningkat.

Sebaliknya, **kelemahan** yang dimiliki adalah pembukuan/ pencatatan usaha masih sangat tradisional dan catatan yang dimiliki belum sepenuhnya dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan dengan lebih baik dan lebih cepat. Pengambilan keputusan selama ini masih didasarkan kepada kekuatan feeling di dalam berbisnis. **Peluang** yang diperoleh adalah kesempatan sangat besar bagi pengrajin yang memiliki potensi berwirausaha yang kuat ini, perbankan membuka peluang yang besar bagi pengrajin untuk memberikan kredit modal usaha yang besar, demikian juga pemerintah daerah memberi kesempatan yang besar untuk pengembangan batik

dengan memberikan kesempatan berpromosi melalui pameran-pameran. Tantangan yang dihadapi adalah persaingan bisnis dari pengusaha batik yang memiliki modal yang besar yang akan bisa menguasai pasaran, yang akan mengambil keuntungan lebih besar dari para pengrajin batik, sementara para pengrajin masih dalam kondisi yang tidak banyak berubah.

6. Pengelolaan Pemasaran Produk

a. Pengelolaan pemasaran dengan potensi rendah

- 1) Pengrajin laki-laki yang belum masuk ke dalam kelompok usaha bersama
Pengrajin pada kelompok ini mengharapkan mendapatkan pelatihan untuk dapat menjual produknya, mendapat bantuan promosi dan mendapat pendanaan promosi sebagai kebutuhan yang mendesak. Pengembangan pemasaran yang ada di dalam benak mereka adalah pemasaran di *showroom* dan pemasaran melalui internet.
- 2) Pengrajin laki-laki yang sudah masuk dalam kelompok usaha bersama
Pengrajin pada kelompok ini juga mengharapkan pengembangan usaha batik dengan mendapat bantuan pemasaran. Pemasaran yang selama ini mereka lakukan adalah menitipkan hasil batiknya di *showroom*. Mereka juga mengharapkan bisa melakukan promosi sendiri dan dapat melakukan promosi produknya melalui internet.
- 3) Pengrajin perempuan yang belum masuk dalam kelompok usaha bersama
Pengrajin pada kelompok ini melakukan pemasaran dengan menitipkan hasil batikannya di *showroom*. Mereka berharap memiliki toko sendiri, dapat menjadi agen

batik, ada bantuan pemasaran dari pihak pemerintah maupun dari pihak institusi lain yang memberikan bantuan CSR, dapat melakukan promosi baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Kebutuhan yang mendesak menurut mereka, yaitu bantuan pendanaan, hanya satu orang yang menyebut bantuan yang mendesak adalah pemasaran.

- 4) Pengrajin perempuan yang sudah masuk dalam kelompok usaha bersama

Pengrajin pada kelompok ini melakukan pemasaran dengan menitipkan hasil batikannya di *showroom*, mereka melakukan pemasaran karena disuruh, dan mereka memandang pemasaran memerlukan tempat yang strategis. Hal yang mendesak untuk segera dapat dipenuhi menurut mereka adalah dapat melakukan pameran untuk memasarkan produknya. Atas dasar uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa pengrajin laki-laki, baik yang sudah masuk dalam kelompok usaha bersama ataupun yang belum masuk dalam kelompok usaha bersama memiliki pemikiran mengenai pemasaran produk yang hampir sama, yaitu pemasaran melalui internet, pameran-pameran, *showroom* dan pemasaran ke dalam maupun ke luar negeri. Mereka menempatkan pemasaran sebagai hal yang mendesak untuk dipenuhi.

Pengrajin perempuan baik yang tergabung maupun yang belum tergabung dalam kelompok usaha bersama agak sedikit berbeda dengan pengrajin laki-laki dalam hal prioritas pemasaran dan usaha-usaha pemasaran yang dilakukan. Prioritas perempuan pengrajin dengan potensi wirausaha rendah bukan pada pemasarannya tetapi masih menempatkan kebutuhan modal sebagai hal yang mendesak. Pengrajin perempuan juga dapat melihat saluran pemasaran lebih detail

dari pada laki-laki. Pemasaran yang dilihat oleh pengrajin perempuan bukan hanya melalui internet, showroom, pameran-pameran tetapi juga melihat pada agen-agen pemasaran dan tempat pemasaran yang strategis. Berdasarkan kondisi pengelolaan pemasaran produk pengrajin batik yang memiliki potensi wirausaha lemah, dapat dianalisis kekuatan dan kelemahan yang dimiliki pengrajin, kesempatan dan tantangan yang akan dihadapi oleh pengrajin batik yang memiliki potensi berwirausaha yang lemah.

Sementara itu, dari sisi **kekuatan**, pengelolaan pemasaran yang ada pada mereka adalah keinginan untuk dapat pengetahuan mengenai promosi, training pemasaran dan pelayanan penjualan. Sebaliknya, dari sisi **kelemahan**, kelemahan yang dimiliki adalah ketergantungan terhadap jasa-jasa pemasaran yang diberikan oleh pihak lain. Kemudian, dari sisi **peluang**, para pembatik memperoleh pengembangan pemasaran yang ada bagi pengrajin yang memiliki potensi berwirausaha yang rendah ini, adalah ada bantuan *showroom* untuk pemasaran hasil produksi mereka, pameran-pameran yang dapat diikuti yang difasilitasi oleh dinas dan instansi yang membrikan CSR. Dari sisi **tantangan**, mereka berupaya melatih diri untuk mandiri di dalam memasarkan hasil produknya.

b. Pengelolaan pemasaran dengan potensi usaha sedang

Kategori potensi usaha sedang dalam penelitian ini adalah usaha dengan omset berkisar 5 juta sampai dengan 50 juta. Responden laki-laki yang tergabung dalam penelitian ini, yang masuk dalam kategori memiliki potensi usaha sedang belum masuk kelompok usaha bersama. Mereka merasakan memiliki kendala di dalam melakukan pemasaran dan menyatakan bahwa kebutuhan yang mendesak adalah dapat mengikuti pameran-pameran yang diselenggarakan oleh berbagai instansi baik dinas maupun swasta agar produknya

bisa dikenal. Berbeda dengan responden laki-laki, responden perempuan baik yang sudah tergabung dalam usaha bersama maupun belum mereka tidak merasakan kendala dalam pemasaran. Pengrajin perempuan yang sudah masuk dalam kelompok usaha bersama, memasarkan batiknya dengan promosi sendiri melalui teman-temannya, sedangkan yang belum masuk kelompok usaha bersama dapat memasarkan produknya dengan titip di *showroom* tetangganya dan memasarkan lewat internet.

Atas dasar data di atas, maka dapat disimpulkan pengrajin batik yang memiliki potensi usaha batik sedang, dalam memasarkan produknya memiliki beragam usaha dan kondisi. Untuk responden perempuan yang memang dominan menjadi pengrajin batik dan tekun dalam menjalani usaha memiliki berbagai informasi dan strategi dalam memasarkan produknya. Sedangkan, pengrajin laki-laki selain belum masuk dalam kelompok usaha bersama juga belum dapat menyelami proses pemasaran yang sudah terjadi di sekitarnya sehingga masih merasakan kendala dalam memasarkan produknya, meskipun sudah melirik teman-teman pengrajin lain yang sudah dapat memasarkan produknya.

Selanjutnya, ada ide-ide kreatif dalam memasarkan produknya, sudah mengikuti perkembangan teknologi juga dengan memasarkan melalui internet. Pengrajin dalam kategori ini juga sudah memahami pemanfaatan jaringan untuk pemasaran produknya, ini suatu pengembangan pemasaran yang sudah mengikuti jaman dan perkembangan. Berdasarkan kondisi pengelolaan pemasaran pengrajin batik yang memiliki potensi wirausaha sedang, dapat dianalisis kekuatan dan kelemahan yang dimiliki pengrajin, kesempatan dan tantangan yang akan dihadapi oleh pengrajin batik yang memiliki potensi berwirausaha yang sedang. Dari sisi **kekuatan**, sebagian dari pengrajin batik ini sudah mengikuti

perkembangan pemasaran melalui pemasaran online, pameran-pameran serta pemanfaatan jaringan teman dan showroom. Hal ini akan sangat membantu mereka di dalam menjaga kontinuitas pemasaran batiknya.

Sebaliknya, **kelemahan** yang dimiliki adalah masih ada ketergantungan terhadap usaha-usaha pemerintah dalam membuka pameran-pameran untuk memasarkan produk mereka, juga ketergantungan terhadap showroom yang dibuka oleh instansi terkait yang memiliki CSR. Dari sisi **peluang**, mereka memperoleh kesempatan sangat besar bagi pengrajin yang memiliki potensi berwirausaha yang sedang ini, kesempatan untuk berinovasi di dalam memasarkan produk batiknya karena banyak konsumen yang membutuhkan yang membeli dari pengusaha yang harganya sudah ditambah laba yang lebih besar. Dari segi tantangan yang dihadapi adalah tidak mengenal lelah untuk terus menembus pemasaran produknya meski akan banyak kendala yang dihadapi.

c. **Pengelolaan pemasaran dengan potensi tinggi**

Potensi berwirausaha batik yang kuat diukur dari omset penjualan produknya di atas 50 juta, para pengrajin yang masuk dalam kategori ini, yaitu pengrajin perempuan baik yang masuk dalam kelompok usaha bersama maupun yang belum dan laki-laki yang sudah masuk dalam usaha bersama. Kondisi pemasarannya sudah modern dan berkembang dengan berbagai jalur pemasaran. Pengrajin laki-laki yang belum masuk anggota usaha bersama, memasarkan produknya melalui promosi diluar daerah, memiliki *showroom* dan melakukan pameran-pameran, sedangkan pengrajin perempuan yang belum masuk kelompok usaha bersama memasarkan produknya melalui penjualan batik lewat bakul-bakul, perluasan pasaran luar dan dalam daerah dan pameran-pameran gratis yang diadakan oleh dinas dan pengrajin perempuan yang sudah masuk usaha bersama,

memasarkan produknya dengan melakukan pameran-pameran yang diadakan oleh dinas maupun pihak swasta lainnya, menjual pada *showroom* dan menjual melalui jaringan teman-teman dan instansi-instansi yang menjadi rekan kerja sama dan jaringan CSR.

Berdasarkan analisis pengelolaan pemasaran pengrajin batik yang memiliki potensi wirausaha tinggi maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut.

- 1) Pengelolaan pemasaran sudah baik karena sudah memiliki jaringan pemasaran baik dari dinas maupun dari instansi-instansi kenalan dan CSR serta sudah memiliki *showroom* dan jaringan untuk pameran-pameran produknya agar dapat dikenal lebih luas. Pengrajin yang sudah masuk dalam kelompok usaha, umumnya menjadi pioner dan menjadi personel yang diberi kepercayaan oleh dinas untuk menarik pengrajin lainnya mengikuti jejaknya. Sedangkan, pengrajin yang masuk dalam kelompok ini yang belum masuk dalam usaha bersama berhasil memasarkan produknya karena keuletan, relasi yang dimilikinya, dan warisan dari orang tua.
- 2) Inovasi pemasaran perlu dikembangkan dengan pemasaran via internet agar jaringan yang diperoleh lebih luas dan keragaman pemasaran akan dapat menunjang kontinuitas usaha.

Berdasarkan kondisi pengelolaan pemasaran pengrajin batik yang memiliki potensi wirausaha tinggi, dapat dianalisis juga kekuatan dan kelemahan yang dimiliki pengrajin, kesempatan dan tantangan yang akan dihadapi oleh pengrajin batik yang memiliki potensi berwirausaha yang kuat. Dari sisi **kekuatan**, kekuatan yang dimiliki adalah keuletan dalam memasarkan produk, pemeliharaan jaringan dan kemampuan menangkap peluang serta saluran-saluran pemasaran.

Sebaliknya, **kelemahan** yang mereka miliki adalah ketergantungan terhadap dinas yang masih ada dan ketergantungan terhadap kekayaan warisan orang tua juga beberapa pengrajin masih mengandalkan hal tersebut. Dari sisi **peluang** yang diperoleh adalah kesempatan sangat besar bagi pengrajin yang memiliki potensi berwirausaha yang kuat ini, banyak perusahaan - perusahaan swasta yang berorientasi pada CSR untuk pengembangan budaya bangsa, sehingga dapat dijadikan rekanan untuk pengembangan usahanya. **Tantangan** yang dihadapi adalah kreativitas pengembangan pemasaran online dan pemasaran melalui jaringan internet dan medsos lainnya belum pernah dicoba, oleh karena itu perlu untuk dilakukan inovasi pemasarannya.

7. **Pengelolaan Produksi**

a. **Pengelolaan produksi dengan potensi rendah**

Pengrajin batik perempuan yang belum masuk kelompok usaha bersama dalam memproduksi tergantung kepada kemampuan mengelola waktu untuk membatik dan bahan – bahan batik yang dimilikinya. Produksinya dilakukan dirumah sendiri dengan memanfaatkan waktu luang disamping mengurus keluarga, Hal ini juga terjadi pada pengrajin batik wanita yang masuk dalam kelompok usaha bersama dengan kondisi yang tidak jauh berbeda kondisinya, hanya bedanya lebih banyak bantuan dari kelompok usaha bersama berupa pelatihan-pelatihan dan bahan-bahan produksi. Siklus produksi yang dijalankan oleh pengrajin perempuan lebih kepada proses mempola, lengkreng, menyanting, dan *nembok*. Pengrajin batik laki-laki yang belum masuk kelompok usaha bersama masih dalam konteks keinginan untuk berwirausaha batik, jadi menyatakan kepentingan yang utama dalam memproduksi adalah keberadaan alat-alat batik. Dalam memproduksi batik, keterlibatan laki-laki lebih banyak pada

mewarnai dan nglorot. Nglorot adalah membersihkan batik dari 'malam/plastisin', yang dilakukan setelah dilakukan pewarnaan.

Pengrajin batik laki-laki yang masuk dalam kelompok usaha bersama keterlibatan berproduksi pada mewarna dan melorot juga. Keterlibatan ini lebih intensif karena ada proses pengerjaan di dalam usaha bersama. Mereka mengerjakan hasil batikan teman-teman kelompok usaha bersama yang mewarnanya dikerjakan dalam kelompok usaha bersama. Atas dasar analisis atas pengelolaan produksi oleh pengrajin batik yang memiliki potensi wirausaha rendah dapat disimpulkan sebagai berikut.

- 1) Proses produksi batik diawali dari membuat pola/menggambar, nglengkeng, nyanting, nembok, mewarna dan melorot plasitin. Mayoritas pengrajin perempuan melakukan pembuatan pola, nglengkeng, mencanting dan nembok sedangkan yang laki-laki mewarnai dan melorot.
- 2) Kemampuan produksi melekat kepada setiap pengrajin karena mereka mengetahui proses batik secara turun menurun dan dilingkungan mereka banyak yang mengerjakan batik tersebut.
- 3) Kemampuan memproduksi batik, sangat tergantung kepada usaha untuk mengembangkan diri para pengrajinya.

Berdasarkan kondisi pengelolaan produksi pengrajin batik yang memiliki potensi wirausaha lemah, dapat dianalisis kekuatan dan kelemahan yang dimiliki pengrajin, kesempatan dan tantangan yang akan dihadapi oleh pengrajin batik yang memiliki potensi berwirausaha yang lemah. Dari sisi **kekuatan**, ada keinginan untuk bisa membuat batik yang lebih baik, keinginan untuk mendapat pelatihan cara-cara

membatik yang baik, mewarnai dan mengembangkan batik dalam kreasi. Sebaliknya, **kelemahan** yang dimiliki adalah sifat angina-anginan dalam berwirausaha dan dorongan diri yang masih lemah. **Peluang** yang diperoleh adalah perhatian dinas dan kesempatan yang dibrikan oleh lembaga keuangan untuk memberikan kredit, jika dapat dimanfaatkan dengan bank menjadi penggerak produksi yang efektif. **Tantangan** yang dihadapi adalah ketelatenan dan ketekunan yang harus terus menerus dipupuk.

b. Pengelolaan produksi dengan potensi sedang

Responden laki-laki yang belum masuk kelompok usaha bersama menekankan kepada kemampuan inovatif di dalam membatik sedang yang sudah masuk usaha bersama menekankan kepada kemampuan menemukan cirikhas usaha batiknya. Tanggapan mengenai pengelolaan produksi yang diberikan oleh pengrajin agak berbeda. Pengrajin perempuan menekankan kepada pengembangan potensi dirinya dan anak buahnya di dalam kemampuan membatik dari yang kasaran ke alusan, bahkan keinginan untuk dapat mewarna juga kuat. Selain itu, mereka mulai dapat menilai kendala utama pengembangan produksi usahanya adalah kepada SDM. SDM yang dimaksud adalah SDM yang saat ini membantu produksinya yang sulit didorong untuk memperbaiki bantikkannya dari kasaran ke alusan agar kualitas yang dihasilkan dapat lebih baik dan penghasilan lebih tinggi juga. Di samping itu, juga SDM untuk pengembangan batik ke depan yang kemungkinan akan sulit didapat karena anak-anak penerus mereka lebih suka bermain hp dan komputer daripada ikut terlibat membatik. Atas dasar data di atas, dapat disimpulkan sebagai berikut.

- 1) Pengrajin dalam kelompok ini di dalam produksi batik sudah dibantu beberapa karyawan, baik karyawan yang direkrut harian maupun direkrut untuk kebutuhan

- mendesak. Mereka juga sudah mulai dapat mengenali potensi SDM yang bekerja padanya serta memiliki keinginan untuk mengembangkan usaha terus-menerus.
- 2) Pemikiran pengembangan produksi pengrajin laki-laki dan perempuan berbeda karena perhatian dan keterlibatan dalam produksi berbeda sehingga laki-laki lebih melihat potensi unik yang harus dimiliki sedangkan perempuan kepada hasil batikannya.

Berdasarkan kondisi pengelolaan produksi pengrajin batik yang memiliki potensi wirausaha sedang, dapat dianalisis kekuatan dan kelemahan yang dimiliki pengrajin, kesempatan dan tantangan yang akan dihadapi oleh pengrajin batik yang memiliki potensi berwirausaha yang sedang. Dari sisi **kekuatan**, mereka memiliki ketekunan dan kecermatan di dalam melihat peluang pengembangan usaha dan keunikan produknya. Sebaliknya dari sisi **keterbatasan**, pembatik memiliki pengetahuan yang dimiliki di dalam mengatasi kelemahan SDM yang membantu produksi. Dari sisi **peluang** yang diperoleh adalah kesempatan sangat besar bagi pengrajin yang memiliki potensi berwirausaha yang sedang ini, kesempatan untuk berinovasi di dalam membuat produk batiknya karena banyak konsumen yang membutuhkan yang membeli dari pengusaha yang harganya sudah ditambah laba yang lebih besar. Dari sisi **tantangan**, yang dihadapi adalah mereka mau belajar terus menerus untuk menemukan ke khasan diri untuk kemudian dikembangkan menjadi keunggulannya.

c. Pengelolaan produksi dengan potensi tinggi

Kondisi produksinya sudah diakui masyarakat luas dan memiliki stock yang banyak untuk dipamerkan dan dijual. Mereka sudah mulai mengandeng pengusaha garmen untuk bekerjasama membuat baju dan dijual serta dipajang, bukan

hanya menjual kain batik saja. Sebagian besar responden yang sudah mencapai level ini berjenis kelamin perempuan, sedang laki-laki yang ikut terlibat adalah suaminya yang sudah mulai percaya bahwa usaha batik ini bisa meningkatkan taraf hidupnya. Bahkan, mereka meninggalkan usaha/pekerjaan lamanya untuk ikut terjun pada usaha batik secara total. Anak-anak mereka juga sudah mulai terlibat dalam usaha batik tersebut. Pelanggan sudah bukan lagi individual tetapi sudah dinas-dinas yang memesan dalam jumlah banyak untuk pembuatan seragam kantornya. Atas dasar analisis atas pengelolaan produksi pengrajin batik yang memiliki potensi wirausaha tinggi dapat disimpulkan sebagai berikut.

- 1) Pengrajin sudah dapat mandiri dalam semua tahapan proses membatik dan sudah mulai mengembangkan usahanya dengan mengandeng pengusaha garmen.
- 2) Produk sudah dikenal masyarakat yang lebih luas
- 3) Anak-anak dan keluarga dilibatkan dalam usaha batik secara totalitas.

Sementara itu, berdasarkan kondisi pengelolaan produksi pengrajin batik yang memiliki potensi wirausaha tinggi, dapat dianalisis juga kekuatan dan kelemahan yang dimiliki pengrajin, kesempatan dan tantangan yang akan dihadapi oleh pengrajin batik yang memiliki potensi berwirausaha yang kuat. Dari sisi **kekuatan**, kekuatan yang dimiliki adalah keuletan dalam mengembangkan produksi batiknya. Dari sisi **peluang** yang diperoleh adalah kesempatan sangat besar bagi pengrajin yang memiliki potensi berwirausaha yang kuat ini, banyak perusahaan-perusahaan swasta yang berorientasi pada CSR untuk pengembangan budaya bangsa, sehingga dapat dijadikan rekanan untuk pengembangan usahanya. Dari sisi **tantangan** yang dihadapi adalah mereka menjaga kontinuitas usaha, menjaga kualitas produknya bahkan mengembangkan kualitas produknya.

8. Evaluasi Program CSR-USR Bersama terhadap Batik Lasem

Pada bagian ini akan menjelaskan mengenai efektifitas pelaksanaan program CSR yang dilakukan oleh Bank BNI terhadap para pengrajin batik. Para pengrajin batik ini dibagi menjadi dua kelompok, yaitu pengrajin batik yang tergabung dalam kelompok dan pengrajin yang belum tergabung dalam kelompok. BNI merupakan salah satu badan usaha milik negara di sektor jasa yang bisnis utamanya adalah memberikan kredit kepada nasabah sehingga memperoleh pendapatan bunga yang diperoleh dari hasil pinjaman yang diberikan kepada para pelaku usaha. Sebagai salah satu badan usaha milik negara, BNI diwajibkan melaksanakan program CSR kepada masyarakat sebagai salah satu *stakeholdernya*. Kewajiban inilah yang dilakukan oleh pihak BNI untuk melaksanakan program CSR kepada para pengrajin batik di daerah Lasem dalam bentuk pengembangan potensi ekonomi para pengrajin Batik.

Selanjutnya, agar program CSR yang dilaksanakan dapat berjalan secara efektif, BNI melakukan kerja sama dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Rembang. Untuk dapat mempercepat proses pengembangan ekonomi melalui program CSR yang dilakukan maka BNI mengusulkan supaya membentuk kelompok-kelompok yang mempunyai keahlian dalam membatik.

9. Efektivitas Program CSR BNI

Pada awalnya, program CSR yang dilakukan oleh Bank BNI hanya memberikan modal pinjaman untuk mengembangkan usaha batik dengan bunga yang ringan. Namun berdasarkan diskusi dengan ketua kelompok dan analisa kebutuhan yang dilakukan oleh tim BNI terhadap para pengrajin, kebutuhan mereka tidak hanya modal saja, tetapi hal lainnya yang dapat mendukung kemajuan usaha para pengrajin. Kebutuhan itu adalah pelatihan cara membuat batik, mendapatkan bantuan alat membatik, serta

pelatihan bagaimana cara memperluas pemasaran, bahkan BNI membuatkan fasilitas *showroom* yang dijadikan tempat untuk memasarkan batik para pengrajin. Ternyata hal yang sama pula dilakukan oleh pihak BNI terhadap para pengrajin yang belum tergabung dalam kelompok. Mereka mendapatkan fasilitas kredit dengan tingkat bunga yang ringan serta pelatihan-pelatihan dalam rangka meningkatkan kemampuan para pengrajin batik.

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan oleh peneliti, kami menemukan bahwa para pengrajin, baik anggota kelompok maupun non anggota kelompok tidak merasa keberatan dengan bunga yang dibebankan atas pinjaman yang diterima. Mereka merasa bahwa bunga yang dibebankan sebanding dengan potensi pengembangan yang akan dilakukan apabila mendapatkan tambahan kredit sehingga merasa yakin dapat mengembalikan kredit tepat pada waktunya. Para pengrajin yang sudah mendapatkan pinjaman kredit berkeinginan pula untuk mendapatkan tambahan kredit dari BNI dengan alasan untuk mengembangkan usahanya. Arah pengembangan yang akan dilakukan oleh para pengrajin adalah untuk menambah jumlah produksi kain batik dan juga menambah produksi kain batik dengan pewarnaan alam. Namun, sebagian para pengrajin batik ada pula yang belum mendapat bantuan kredit dari BNI, mereka mendapatkan modal dari suami maupun anggota keluarga yang lainnya, bahkan ada pula yang mendapatkan fasilitas kredit dari bank lain.

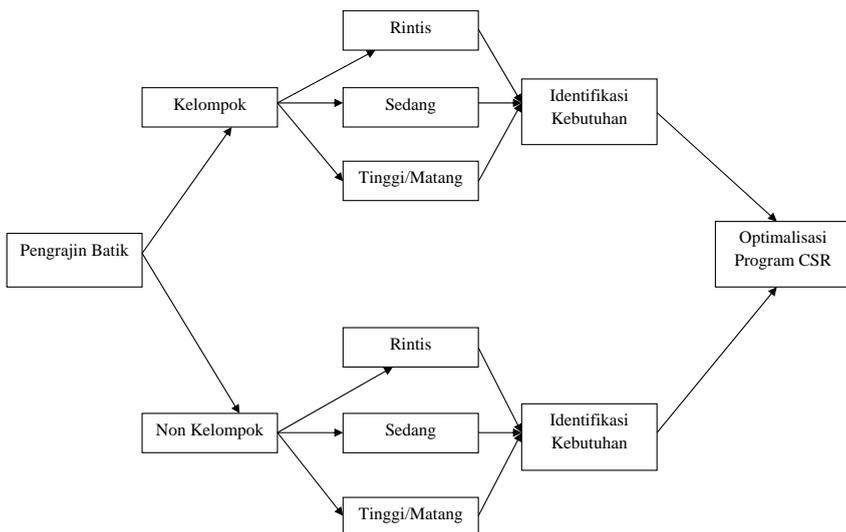
10. Evaluasi Program CSR BNI

Peneliti juga menanyakan beberapa hal kepada para anggota kelompok maupun non anggota kelompok, terkait harapan dan kendala program CSR yang dilakukan oleh BNI. Harapan dan kendala ini diharapkan dapat dijadikan sebagai proses evaluasi terhadap pelaksanaan program CSR agar dapat dilakukan lebih baik. Ada beberapa harapan yang disampaikan terkait dengan

pinjaman kredit yang diberikan. *Pertama*, bunga pinjaman dapat lebih diperingan. Ternyata sebagian para pengrajin berpendapat bahwa meskipun bunga yang dibebankan sudah ringan, namun masih dirasa membebani bagi para pengrajin. *Kedua*, proses untuk mendapatkan kredit dapat dilakukan dengan lebih mudah serta mendapatkan tambahan kredit pinjaman. Harapan lainnya yang disampaikan oleh non anggota kelompok adalah mereka mendapatkan pinjaman kredit dengan menggunakan jaminan Bukti Kepemilikan Kendaraan Bermotor (BPKB) serta dapat bekerja sama secara berkelanjutan.

Lebih lanjut, harapan yang mereka sampaikan kepada pihak BNI sebagai bentuk CSR-nya adalah intensitas pelatihan-pelatihan yang diadakan dapat lebih ditingkatkan seperti pelatihan pemasaran, kewirausahaan serta proses produksi batik dengan pewarnaan alam. Kedua kelompok itu juga mengharapkan agar *event* pameran batik yang dilakukan dapat ditingkatkan dan diberikan kesempatan yang sama diantara anggota kelompok. Penjelasan tentang program pelaksanaan CSR yang dilakukan oleh pihak BNI dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

Gambar 2. Model CSR terhadap pengrajin batik lasem



G. Batik dengan Pewarnaan Alam yang Ramah Lingkungan

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti munculnya kewirausahaan batik pewarnaan alam serta pengembangannya, dapat dikelompokkan dalam 3 bentuk. *Pertama*, kewirausahaan yang terbentuk karena di dalam keluarga sudah ada usaha batik dan hasil warisan turun temurun. *Kedua*, kewirausahaan yang muncul karena desakan ekonomi dan memilih sedikit kemampuan membatik sebagai modal dasarnya. *Ketiga*, kewirausahaan yang muncul karena keinginan secara pribadi dan mandiri yang didasarkan kepada kompetensi seni yang diperdalam melalui pendidikan formal dan keinginan kuat melestarikan budaya dan pengembangan ekonomi. Berikut adalah gambaran mengenai pengembangan usaha, pemasaran, proses produksi dan proses pengembangan sumber daya manusia (tenaga kerja) masing-masing bentuk kewirausahaan:

Tabel 2. Pengembangan Kewirausahaan Batik dengan Pewarnaan Alam

Pembentukan Usaha	Pengembangan	Pemasaran	Proses Produksi dan Tenaga Kerja
Usaha turun-temurun	<ol style="list-style-type: none"> 1. Unsur sosial terhadap masyarakat 2. Bekerja sama dengan pengusaha batik alam yang sudah memberuk usaha sebelumnya 3. Menggunakan bahan-bahan ekstrak 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perluasan pasar lewat pameran 2. Memiliki <i>showroom</i> untuk <i>display</i> produk 3. Promosi melalui media social 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tenaga kerja diperoleh dengan memberdayakan masyarakat sekitar yang memiliki kemampuan membatik 2. Proses produksi dan pewarnaan dilakukan oleh masyarakat sekitar yang bisa warna alami

Pembentukan Usaha	Pengembangan	Pemasaran	Proses Produksi dan Tenaga Kerja
	4. Segmen pasar sudah ada, yaitu konsumen batik sintetis yang berkunjung di <i>showroom</i> dan beberapa langganan batik yang dimiliki sebelumnya		3. Bahan pewarna diambil dari pewarna alam jadi yang sudah dijual
Usaha baru berbasis kemampuan dasar membatik	1. Ketekunan 2. Inovasi bahan-bahan pewarnaan, inovasi corak, inovasi desain 3. Perluasan segmentasi pasar	1. Pameran 2. <i>Door to door</i> 3. <i>Display</i> di <i>showroom</i> 4. Jaringan luar negeri 5. Jaringan konsumen yang memiliki selera khas batik alam 6. Iklan melalui media sosial	1. Tenaga kerja menggunakan Masyarakat sekitar yang bisa membatik 2. Proses produksi membangun tempat produksi secara sederhana 3. Bahan bahan pewarna mengambil dari alam sekitar

Pembentukan Usaha	Pengembangan	Pemasaran	Proses Produksi dan Tenaga Kerja
Usaha baru berbasis pengembangan keahlian dan jiwa seni	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketekunan 2. Inovasi bahan-bahan pewarnaan, inovasi corak, inovasi desain 3. Perluasan segmentasi pasar 4. Penciptaan kekhasan batikannya 5. Penciptaan detail corak dan detail warna yang berkualitas 6. Inovasi warna-warna dari bahan-bahan yang berkualitas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pameran 2. <i>Display</i> di <i>showroom</i> 3. Jaringan konsumen yang memiliki selera khas batik alam 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tenaga kerja diperoleh dengan memberdayakan masyarakat sekitar yang memiliki kemampuan membatik dan menggunakan tenaga pembatik yang dulu sudah bekerja pada perusahaan batik yang terkenal, yang diberhentikan karena perampangan usaha 2. Proses produksi dan pewarnaan dilakukan oleh pemilik usaha yang terus berinovasi dalam membuat berbagai warna dari bahan alami

Pembentukan Usaha	Pengembangan	Pemasaran	Proses Produksi dan Tenaga Kerja
			3. Bahan pewarna diambil dari bahan-bahan alam yang berkualitas yang dicari diberbagai pelosok untuk mendapatkan warna yang bagus.

Sementara itu, atas dasar tabel di atas, dapat disusun kesimpulan sebagai berikut.

1. Usaha batik alam terus berkembang karena proses inovasi yang terus menerus dilakukan oleh pemilik ini terjadi untuk ketiga jenis kewirausahaan.
2. Inovasi dilakukan dalam beberapa hal:
 - a. Untuk bentuk kewirausahaan bukan turun temurun meliputi inovasi bahan untuk pewarnaan, inovasi corak, inovasi desain, penciptaan kekhasan, inovasi pasar.
 - b. Untuk bentuk kewirausahaan yang turun temurun cenderung mempertahankan ke khasan yang sudah dimiliki, berinovasi dalam hal diversifikasi produk dan pasar
3. Proses produksi yang diawasi langsung oleh pemilik membuat produksi batik lebih berkualitas dan keahlian batik alam semakin terpupuk.
4. Pengembangan pemasaran, antara lain sebagai berikut.
 - a. Untuk kewirausahaan turun-temurun, pemasaran dilakukan dengan membuat *showroom*, melalui *facebook* dan menjaga pasar/pelanggan yang sudah ada dengan diskon bagi yang mengambil banyak. Pemasaran tidak banyak berubah, dikembangkan lebih kepada banyaknya

jenis barang yang dijual mengikuti selera pasar. Oleh karena itu, di *showroom*-nya juga dijual batik yang bukan pewarnaan alam saja, tetapi juga batik sintetis. Proses pembuatan batik juga beragam, ada yang *printing*, *cap*, dan batik tulis.

- b. Untuk kewirausahaan yang dibangun karena desakan kondisi ekonomi pemasaran dilakukan dengan *door to door*. Pembuatan deskripsi batik dan foto-fotonya melalui media sosial (*facebok*, *watsapp*), menemukan pangsa pasar peminat khusus batik alam menjadi salah satu kunci keberhasilan usaha karena peminat khusus ini tidak bersifat musiman dan akan konsisten.
- c. Untuk kewirausahaan dengan model pengembangan seni, pemasaran dilakukan dengan menciptakan kekhasan seninya untuk dapat dipasarkan kepada penggemar batik alam dengan harga yang lebih mahal dari wirausaha 1 dan 2, kekhasan itu menjadi faktor pemasaran yang paling baik, menjaga kualitas, baik dalam pewarnaan maupun dalam motif.

Berikut akan dijelaskan kesadaran untuk menjaga lingkungan yang dilakukan pengrajin batik.

Tabel 3. Kesadaran untuk Menjaga Lingkungan Para Pengrajin Batik

Pembentukan usaha	Kebutuhan	Kesadaran
Usaha turun-temurun	Prosesnya menggunakan perwarnaan alam terjadi begitu saja karena saat ini sedang tren, maka ikut berkecimpung dalam menjual dan memproduksi batik pewarnaan alam.	Belum terjadi kesadaran memproduksi batik alam untuk menjaga keamanan lingkungan, lebih kepada mengikuti <i>trend</i> saja.

Pembentukan usaha	Kebutuhan	Kesadaran
<p>Usaha baru berbasis kemampuan dasar membatik dan kebutuhan ekonomi</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pewarnaan dengan bahan-bahan tumbuh-tumbuhan (pewarnaan alam) sangat efektif dan efisien, karena pembatik pada kelompok ini memanfaatkannya secara baik. Limbah bekas bahan – bahan pewarna digunakan untuk pupuk dan juga dicampur dengan tanah dijadikan media tanam yang laku dijual. 2. Pengusaha pada kelompok ini pernah diberi bantuan alat pengolahan limbah pabrik dari luar negeri. Jika diestimasi dengan nilai rupiah harganya cukup mahal, yaitu senilai 80 juta. 	<p>Kesadaran pentingnya menjaga lingkungan muncul dan tumbuh bersamaan dengan proses pembuatan warna batik itu sendiri. Saat bereksperimen dengan berbagai bahan pewarnaan alam untuk menciptakan warna baru, saat ada limbah, kemudian limbah dikumpulkan dieksperimen juga untuk pupuk dan ternyata baik untuk pupuk.</p>
<p>Usaha baru berbasis pengembangan keahlian dan jiwa seni</p>	<p>Kebutuhan untuk mengelola limbah dari pewarnaan alam sudah menjadi hal yang tidak bisa dihindari. Untuk komentar pengusaha dalam kelompok ini.</p>	<p>Kesadaran akan pentingnya mengolah limbah pewarna alam untuk kepentingan menjaga kelestarian alam sudah tinggi. Prosesnya bukan sekadar mengolah limbah, tetapi juga melakukan regenerasi</p>

Pembentukan usaha	Kebutuhan	Kesadaran
		atas tumbuh-tumbuhan yang menjadi sumber bahan pengolahan pewarnaan alam.

Berdasarkan tabel 3 di atas, dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Kesadaran memelihara kelestarian lingkungan oleh pengusaha batik belum sepenuhnya ada, kesadaran itu muncul bersamaan dengan proses pengolahan pewarnaan batik alam itu sendiri serta pendampingan dari pihak luar yang memberikan pemahaman tentang pentingnya pengolahan limbah pewarnaan batik.
2. Dari pengamatan praktik pewarnaan batik alam, ternyata beberapa limbah pewarnaan alam justru dapat digunakan untuk pupuk sehingga limbah pewarnaan alam relatif aman bagi lingkungan.
3. Ketergantungan pewarnaan alam atas lingkungan tinggi karena warna-warna batik diperoleh dari tumbuh-tumbuhan sekitar. Kemudian, menjadi hal penting untuk menjaga kelestarian tumbuh-tumbuhan yang menjadi sumber/bahan pewarnaan alam itu. Pengusaha batik menyadari kebutuhan itu dan ada usaha untuk menjaga kelestarian tumbuhan sumber pewarnaan batik itu sendiri dengan membudidayakan tumbuhannya.

H. Bentuk Pendampingan Mitra Usaha Batik Melalui Penerapan CSR dan USR

Pada tahun pertama pendampingan mitra usaha batik dilakukan dalam bentuk pemetaan potensi pembatik dan penciptaan ekonomi kreatif serta pengembangan usaha batik yang ada di

Lasem. Kemudian, pada tahun kedua dikembangkan potensi pembatik Lasem dengan diversifikasi produk berupa pelatihan pewarnaan batik alam. Pendampingan dilakukan dengan cara menemukan pembatik dari daerah lain yang memiliki kepakaran di dalam melakukan pewarnaan batik dengan warna alam untuk menjadi mentor dan memberikan *sharing* pengalamannya kepada para pembatik Lasem.

Pola itu diambil agar pembatik Lasem mampu membuat diversifikasi produk dengan berproses langsung dengan ahlinya dan dapat melakukan konsultasi dan mencoba sendiri proses melakukan pewarnaan dengan warna alam, membuat warna batik alam, menerapkan pada batikannya dengan berbagai jenis warna alam serta mendapatkan solusi atas berbagai permasalahan yang terjadi. Dengan cara itu, penyerapan ilmu dan keahlian akan cepat diperoleh pembatik Lasem, bahkan bisa langsung mencoba mengembangkan usaha batiknya dengan diversifikasi produk batik lasem regular dan Batik Lasem dengan pewarnaan alam.

Proses adopsi ilmu mewarnai batik dengan pewarnaan alam dilakukan antara pembatik lasem dengan narasumber batik alam dari Desa Bayat Klaten. Narasumber itu juga seorang pembatik yang murni menggunakan pewarnaan alam, yang membangun usaha batiknya dari bawah dan sudah berjalan selama 12 tahun. Narasumber tersebut adalah Bapak Sarwidi, yang membuka usaha batik dari tahun 2006 sampai sekarang. Usaha batik yang didirikannya berkembang dengan baik karena keuletan dan ketekunannya di dalam mendalami pewarnaan alam. Beliau sering bereksperimen untuk menemukan warna batik alam yang diinginkan dan dapat memberikan warna batik yang bagus.

Eksperimennya berbuah hasil, proses pewarnaan batik alam yang selama ini berjalan lama karena memerlukan waktu berkali-kali untuk melakukan pewarnaan, dapat disederhanakan dengan membuat komposisi bahan pewarnaan yang lebih banyak sehingga proses pewarnaan yang seharusnya sampai 10 kali bisa dilakukan

5 kali untuk satu warna, demikian juga dengan warna kedua, ketiga, dan seterusnya. Hasil yang dicapai tidak mengecewakan karena dari para peserta yang mengikuti pelatihan merasakan disederhanakan prosesnya akan lebih bisa menghasilkan batik yang diwarnai lebih banyak dengan waktu yang lebih singkat. Di samping itu, dari pelanggan batiknya juga memberikan apresiasi baik karena proses pemenuhan pesanan lebih cepat dan warna tidak cepat pudar.

Selain eksperimen dalam membuat warna batik, Bapak Sarwidi juga tidak pelit untuk berbagi pengalaman untuk orang lain sehingga beliau tidak hanya membatik, tetapi juga sering dijadikan narasumber dalam pelatihan batik yang dilakukan berbagai instansi pemerintah, swasta, maupun perguruan tinggi. Beliau akhirnya juga mendapatkan pendapatan sebagai narasumber. Di satu sisi, berbagai pengalaman menjadi narasumber itu juga menambah jaringan kerja samanya untuk memasarkan batiknya, untuk mengembangkan pewarnaan alam agar lebih dikenal dan promosi atas batik hasil karyanya.

I. Proses Transfer Pengetahuan Pembatik dengan Pewarnaan Alam ke Pembatik Lasem

Proses transfer pengetahuan terjadi dengan tahapan sebagai berikut.

1. Identifikasi Kebutuhan Pembatik Lasem untuk Pengembangan Industri Batiknya

Identifikasi kebutuhan pembatik Lasem untuk pengembangan batiknya sudah diperoleh dari penelitian tahun pertama, yaitu membutuhkan pengetahuan untuk diversifikasi produknya agar dapat mengikuti tren yang ada serta dapat pengetahuan baru yang dapat diterapkan dalam bisnisnya. Salah satu yang mereka minta adalah diberi pelatihan pewarnaan batik dengan warna alam. Ternyata, apa yang dibutuhkan para pembatik itu tentang

pewarnaan alam cukup terdukung dengan banyaknya peminat baru yang mulai mencari batik dengan pewarnaan alam. Hal itu terbukti saat peneliti melakukan survei di Jakarta dalam forum pameran pembatik tingkat nasional, selera pasar atas batik warna alam lebih besar dibanding dengan batik dengan pewarnaan sintetis. Oleh karena itu, pemberian pelatihan pewarnaan batik alam kepada pembatik Lasem memang sudah menjadi kebutuhan dan memiliki prospek yang baik untuk pengembangan bisnis batik Lasem.

2. Mencari Narasumber dengan *Spirit* yang Sama dengan Para Pembatik Lasem

Proses mencari narasumber yang bisa memberi pelatihan pewarnaan batik alam dilakukan dengan mengandalkan informasi dari LPPM unika yang memiliki mitra binaan pengrajin batik dengan pewarnaan alam. Atas dasar informasi itu dilakukan proses pencarian pengrajin batik yang bisa memberikan pelatihan dengan cara langsung melakukan pengamatan di lapangan dengan mencari langsung ke Desa bayat Klaten, Jawa Tengah. Selanjutnya, atas dasar penelusuran ke Bayat, didapatkan ibu Ambar yang memiliki *showroom* batik, yang di dalamnya menjual beragam batik, baik dengan pewarnaan sintetis, pewarnaan alam, lawasan, batik tulis, dan batik cap. Melalui Ibu Ambar kami mendapatkan informasi bahwa ada pembatik Bayat yang mengkhususkan diri untuk membuat batik hanya pewarnaan alam dan pakar di dalam memberikan pelatihan, beliau bernama Bapak Sarwidi. Berbekal informasi dari Ibu Ambar, kami menelusuri Desa Bayat untuk menemukan Bapak Sarwidi. Pencarian kami berbuah hasil, kami dapat menemukan Bapak Sarwidi, melihat *showroomnya*, melihat proses produksi, dan berdiskusi panjang lebar mengenai usaha batiknya, usaha pembuatan warna dengan bahan-bahan dari tumbuh-tumbuhan alami, proses membangun usaha batiknya, serta proses pemberian latihan ke berbagai institusi pemerintah

maupun swasta. Dari diskusi inilah program pendampingan dan pelatihan pembatik Lasem dengan pewarnaan alam bisa kami wujudkan.

3. Mempertemukan Pembatik Lasem dengan Narasumber untuk Proses Transfer Pengetahuan

Pertemuan pembatik Lasem dengan narasumber pewarnaan batik alam kami lakukan dengan model pendampingan dan pelatihan langsung dalam waktu 5 hari efektif. Sebelum pelatihan, kami berkoordinasi tentang tempat, peserta pelatihan, dan mekanisme pelatihan yang akan diterapkan. Proses ini menemukan langkah yang efektif dengan cara-cara berikut ini.

- a. Ketua paguyuban pembatik Lasem mengupayakan tempat pelatihan, memilih pengrajin yang dapat efektif diikutkan dalam pelatihan.
- b. Narasumber menyiapkan materi dan bahan-bahan yang dibutuhkan untuk proses praktik dan contoh saat pelatihan.
- c. Dari pihak Universitas (USR) memberi fasilitas dukungan pembelian alat-alat untuk praktik perwarnaan, bahan-bahan pewarnaan, transportasi, dan akomodasi bagi narasumber.

Berdasarkan koordinasi tugas masing-masing di atas, pada saat pelatihan waktu yang dirancang menjadi lebih efektif. Antusiasme para pengrajin Batik Lasem memberikan semangat bagi narasumber untuk banyak memberikan *sharingnya* dalam pembuatan warna batik alam, proses pewarnaan, dan dapat juga memberi konsultasi di lapangan dengan contoh-contoh hasil praktik para peserta serta kendala yang dihadapi saat hasil pewarnaan tidak sesuai harapan.

Sebagai informasi, para pembatik Lasem sebelumnya sudah pernah mendapatkan pelatihan pewarnaan batik alam dari dinas, tapi sebagian besar dari mereka menyampaikan bila mekanisme dan proses pendampingan berbeda dengan pendampingan dan pelatihan yang kami berikan dan hasilnya juga berbeda.

Untuk pendampingan yang kami lakukan dirasa hasilnya lebih memuaskan, dan mereka bisa mengeksplorasi pengetahuan serta pengalaman pewarnaan alam oleh narasumber lebih banyak dan lebih detail. Selain itu, berkonsultasi berbagai masalah dalam perwarnaan alam yang selama ini mereka hadapi. Dari tanggapan para peserta, mereka menyatakan puas dan yakin akan bisa menggunakan pelatihan ini untuk proses pewarnaan batik yang akan dijadikan diversifikasi produk mereka.

Interaksi antara narasumber pewarnaan batik alam dengan pembatik Lasem selama 5 hari memberikan banyak pengalaman yang berharga bagi kedua belah pihak, hal itu menunjukkan proses USR yang dilakukan berhasil dengan baik. Indikator keberhasilan proses USR ini dapat diidentifikasi sebagai berikut.

1. Dari pihak pengrajin batik Lasem, mereka mendapatkan *sharing* pengetahuan dan pengalaman yang sangat berharga dalam proses pewarnaan batik yang lebih singkat waktunya, lebih banyak hasilnya, lebih bagus pewarnaannya. Mereka juga mendapatkan ilmu pembuatan berbagai warna batik alam, seperti biru indogo, kuning jolawe, dan lain-lain.
2. Dari pihak narasumber mendapatkan relasi teman-teman pembatik Lasem, mendapatkan pasar juga karena pelatihan ini dipublikasikan kepada orang awam melalui media sosial, dipublikasikan oleh para pembatik Lasem dan hal ini memberikan positif poin bagi narasumber karena secara tidak langsung memperkenalkan kepada masyarakat akan adanya batik alam yang narasumbernya. Selain itu, narasumber juga mendapatkan suatu wawasan baru dalam membangun keguyuban dalam persaingan yang sehat
3. Dari pihak universitas mendapatkan manfaat terserapnya program kerja sesuai kebutuhan bagi pembatik dan menghubungkan kerja sama antarpembatik dengan daerah yang berbeda. Dalam model ini bukan hanya kerja sama saja yang akan tergarap, tetapi juga pengenalan motif (tukar-

menukar) antardaerah, tukar menukar pengalaman di dalam melakukan pewarnaan batik, penciptaan masyarakat usaha bersama, pemahaman iklim bisnis, dan persaingan sehat di antara para pembatik.

4. Pihak perusahaan yang memberikan CSR mendapatkan forum untuk sosialisasi CSR-nya dan sosialisasi program pendampingan UMKM batik, sosialisasi kredit yang ditawarkan, dan sosialisasi *support system* yang dimiliki agar sinergis.

Berikut akan digambarkan beberapa ilustrasi untuk menghasilkan pewarnaan dari tumbuh-tumbuhan yang sangat ramah lingkungan.



Proses Perendaman

Pembersihan dari
daun indigo

Penjemuran untuk
menghasilkan warna biru

Gambar 3. Contoh pewarnaan alam ramah lingkungan

J. Pengembangan Ekonomi Kreatif dan Pengelolaan Bisnis Batik yang Ramah Lingkungan

Pembatik Lasem membutuhkan berbagai pendampingan dari pihak Universitas dan intitusi pemberi CSR untuk dapat terus berkembang dengan baik usaha batiknya. Mereka sangat terbuka untuk dikembangkan dan diberi berbagai masukan dan sangat antusias mendapatkan hal-hal baru. Kondisi yang demikian tidak selalu terjadi di masyarakat kita, sangat tergantung pada pembentukan nilai-nilai dan *value* yang ada di masyarakat itu

sendiri, tergantung dari semangat awal yang diciptakan saat pembentukan kelompok usaha. Sampai saat ini, kelompok usaha Batik Lasem sumber rejeki berjalan dan berkembang dengan baik karena sifat terbuka dan antusiasme di dalam menerima berbagai masukan.

Pendampingan pewarnaan alam yang kami lakukan sangat memuaskan karena antusiasme dari kelompok usaha sumber rejeki yang kami dampingi sangat terbuka dan ingin berkembang pesat usahanya. Hal ini sangat berbeda dengan masyarakat pembatik Bayat yang cenderung tertutup dan individual. Berdasarkan hasil pengamatan dan pendampingan yang kami lakukan, penciptaan ekonomi kreatif berkembang sangat baik, kelompok yang dibentuk oleh institusi perbankan yang memberikan CSR sampai saat ini mengalami progres yang mengembirakan.

Di samping itu, anggotanya sudah dapat membentuk usaha sendiri, tetapi mereka tidak meninggalkan kelompok usaha yang dibentuk dari awal. Selain itu, kelompok usaha ini juga menggandeng pembatik-pembatik lain di luar kelompok usaha yang dibentuk untuk bersama-sama belajar hal-hal baru. Mereka bersaing secara sehat, memberi kesempatan kepada anggota sesuai yang dibutuhkan oleh para anggota. Keguyuban yang terjadi ini membuat mereka dapat berkembang dengan baik. Berikut ini pemetaan yang dilakukan dalam merancang model penerapan CSR dan USR yang efektif bagi pengrajin batik di Lasem, khususnya dalam pengembangan ekonomi kreatif dan pengolahan industri yang ramah lingkungan.

Tabel 4. Pengembangan Ekonomi Kreatif Batik Ramah Lingkungan

Keterangan	Pengrajin Batik	Universitas	Institusi Pemberi CSR
Persiapan pendampingan	Dipetakan kondisi usaha masing-masing, ada 3 kategori potensi usaha kecil, menengah dan tinggi. Masing-masing kategori membutuhkan jenis pendampingan yang berbeda.	Menjadi tim ahli di dalam memetakan potensi pengrajin batik yang akan didampingi oleh institusi pemberi CSR.	Menggunakan hasil kajian universitas di dalam memberikan bantuan dan pendampingan sesuai dengan kategori potensi usahanya dan kebutuhan masing-masing kategori.
Proses pendampingan	Bersifat terbuka terhadap masukan-masukan yang diberikan, antusias di dalam menjalankan usahanya, terus menerus menangkap peluang-peluang yang dibukakan oleh universitas dan institusi pemberi CSR.	<ul style="list-style-type: none"> - Mengidentifikasi dan menelaah dampak pendampingan yang sudah diberikan, mengukur perkembangan dan menjadi sarana untuk menyalurkan informasi antara pengrajin dan pemberi CSR.. - Menjadi jembatan yang menghubungkan antara kebutuhan pengrajin batik untuk pengembangan 	Mendukung program-program yang diusulkan universitas, mematchingkan program-program yang dimiliki dan akan diterapkan bagi para pengrajin sehingga efektif pemberian bantuan dan pendampingannya.

Keterangan	Pengrajin Batik	Universitas	Institusi Pemberi CSR
		<p>dan berbagai instansi atau berbagai kelompok usaha lain dan pakar-pakar yang dibutuhkan untuk pemenuhan kebutuhan pengembangan usaha.</p>	
Kesadaran ramah lingkungan	<p>Terbuka untuk masukan-masukan pengolahan limbah industry agar tercipta proses produksi yang ramah lingkungan dan menjadi keunggulan yang terus dikembangkan.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan pengamatan atas proses produksi, sikap, dan pengetahuan pengrajin akan pentingnya pengamanan lingkungan dan menemukan cara-cara yang praktis untuk penyadaran dan gerakan ramah lingkungan di dalam pengelolaan industri batik. - Mencermati dan mendampingi pengrajin dalam proses penerapan pelatihan ramah lingkungan yang diberikan serta penggunaan alat bantu pengolahan 	<p>Menggunakan hasil pemetaan yang dibuat universitas untuk memberikan program-program yang membantu pengolahan limbah yang ramah lingkungan seperti berikut ini.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memberikan bantuan alat pengolahan limbah. - Memberi bantuan mendanai tim yang didatangkan untuk penyadaran proses produksi yang ramah lingkungan.

Keterangan	Pengrajin Batik	Universitas	Institusi Pemberi CSR
		limbah sehingga apa yang diberikan oleh institusi CSR dapat efektif.	

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut.

1. Model penerapan USR dan CSR di dalam pendampingan pengrajin batik membutuhkan kerja sama yang erat antara pihak universitas dan pihak institusi pemberi CSR, menghargai proporsi masing-masing dan saling memberi *feedback* atas pendampingan, serta bantuan yang diberikan. Sebelum proses pendampingan dilakukan, sebaiknya antara universitas dan institusi CSR ketemu dulu untuk memadukan program pendampingan, pemetaan kebutuhan pengrajin akan pengembangan, pemetaan program CSR dan USR yang sesuai, penyusunan *time schedule* pendampingan dan pembahasan *feedback* yang diberikan. Dengan adanya konsep bersama itu maka akan sangat efektif pelaksanaan pendampingannya
2. Komunikasi yang intensif antara masyarakat pembatik, universitas, dan institusi CSR menjadi kunci keberhasilan program pendampingan. Di samping itu, keterbukaan semua pihak akan adanya kelemahan dan kekuatan untuk mendapatkan titik temu pendampingan masyarakat merupakan hal yang efektif.

Daftar Pustaka

- Ackerman, R. W. 1975. *The Social Challenge to Business*. London: Harvard University Press.
- Aldrian, E. 2014. Pemahaman Dinamika Iklim di Negara Kepulauan Indonesia sebagai *Modalitas Ketahanan Bangsa*, 79 (7), 894–894. <http://doi.org/10.1002/cplu.201490022>.
- Berry, A., Rodriguez, E., & Sandee, H. 2001. Small and medium enterprise dynamics in Indonesia. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 37(3), 363–384. <http://doi.org/10.1080/00074910152669181>
- Carroll, A. 2015. Evolution of a Definitional Construct. *Business & Society*, 38(3), 268–295.
- CBI. 1990. *Narrowing the Gap: Environmental Auditing Guideline for Business*.
- Chen, S. A., & Donaldson, J. A. 2015. University Social Responsibility (USR): *Identifying an Ethical Foundation within Higher Education Institutions*, 14(4).
- Depkop. 2012. Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (Umkm) dan Usaha Besar (Ub) Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (Umkm) dan Usaha Besar (Ub). *Www.Depkop.Go.Id*, (1), 2011–2012.
- Djajaningrat, S. T. 2010. *Sistem Manajemen Lingkungan*. Jakarta.
- Eccles, R., & Krzus, M. 2010. *One Report: Integrated Reporting for Sustainable Strategies*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

- Elkington, J. 1997. *Cannibals with Forks. The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capston, Publishing Ltd.
- Fortune. 1946. *Fortune Management Poll*. 33, 197–198.
- Freeman, R. 1984. *Stakeholder Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman.
- Ghemawat, P. 1986. Sustainable Advantage. *Harvard Business Review*, 64(5), 53–58.
- Gray, R., & Bebbington, J. 2001. *Accounting for the Environment* (Second Edi). London: SAGE Publication.
- Hart, S. 1995. A natural resource based view of the firm. *Academy of Management Review*, 20 (4), 986–1014. <http://doi.org/10.5465/AMR.1995.9512280033>.
- Haryanto, J. O., & Priyanto, S. H. 2013. *Recent Future Research In Consumer Behavior : A Better Understanding Of Batik*, 32–40.
- Hopwood, A., Jeffrey, U., & Jessica, F. 2010. *Accounting for Sustainability: Practical Insights*. London: Earthscan Publication.
- KPMG, T. 2008. *KPMG international survey of corporate responsibility reporting 2008*. Amsterdam, The Netherlands.
- Lako, A., Rahutami, A., Christmastuti, A., Kekalih, M., & Wahjudi, A. 2015. *Evaluasi Efektivitas dan Sinkronisasi Program Pemberdayaan serta Strategi Memajukan Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Tengah. Laporan Penelitian dan Kerja Sama antara Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Tengah dengan LPPM Unika Soegijapranata*. Semarang.
- Margolis, J. D., Elfenbein, H. A., & Walsh, J. P. 2007. Does it Pay to be Good? A Meta-Analysis and Redirection of Research on the Relationship between Corporate Social and Financial Performance. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53, 160. <http://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- McKinsey, Q. 2009. *McKinsey Global Survey Result: Valuing Corporate Social Responsibility*.

- Netherwood, A. 2014. *Environmental Management System* (p. 37). London: Earthscan.
- Parmar, B. L., Freeman, R. E., Harrison, J. J. S., Wicks, A. C. A., Purnell, L., & De Colle, S. 2010. Stakeholder Theory: The State of the Art. *The Academy of Management Annals*, 4, 403–445. <http://doi.org/10.1080/19416520.2010.495581>.
- Pinasti, M., & Adawiyah, W. R. 2016. Co-Opetition To Promote Growth of Batik Small and Medium Enterprises. *International Journal of Business & Society*, 17(3), 401–412. Retrieved from <http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=17&sid=3bb466e2-7484-445d-a9fd-dfccd0e8e4e4%40sessionmgr120&hid=128&bdata=Jmxhbm9cGwmc2l0ZT11aG9zdC1saXZl#db=bth&AN=120347220>.
- Porter, M. E., & Kramer, M. 2006. Strategy and society: the link between corporate social responsibility and competitive advantage. *Harvard Business Review*, 84 (12), 78–92.
- Rahmatullah, & Kurniatai. 2011. *Panduan Praktis Pengelolaan CSR*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Sihombing, R. P. 2013 (March). Akuntansi CSR. *Jawa Pos Radar Semarang*.
- Sihombing, R. P., Palupi, M., Ayu, S. D., & Purnamasari, V. 2015. *The Survey Of Environmental Strategy On Indonesia Corporations: A Replication Model*, 4(1), 11–19.
- Steelyana, E. 2012. "Batik , A Beautiful Cultural Heritage That Preserve Culture And Support Economic Development In Indonesia," 3(1), 116–130.
- Stern, N. 2009. Managing climate change and overcoming poverty: Facing the realities and building a global agreement, (September), 1–26. Retrieved from [http://www.ccep.ac.uk/Publications/Policy/docs/Managing Climate Change And Overcoming Povertyx \(2\).pdf](http://www.ccep.ac.uk/Publications/Policy/docs/Managing%20Climate%20Change%20And%20Overcoming%20Poverty%20(2).pdf).

- UNIDO. 2002. Corporate Social Responsibility: Implications for Small and Medium Enterprises in Implications for Small and Medium Enterprises in Developing Countries.
- Wang, Y. M., Yang, J. B., & Xu, D. L. 2006. Environmental impact assessment using the evidential reasoning approach. *European Journal of Operational Research*, 174(3), 1885–1913. <http://doi.org/10.1016/j.ejor.2004.09.059>.
- Wartick, S. L., & Cochran, P. L. 1985. The Evolution of the Corporate Social Performance Model. *Academy of Management Review*, 10 (4), 758–769. <http://doi.org/10.5465/AMR.1985.4279099>.
- Weitzman, M. L. 2009. On Modeling and Interpreting the Economics of Catastrophic Climate Change. *Review of Economics and Statistics*, 91 (1), 1–19. <http://doi.org/10.1162/rest.91.1.1>.



Glosarium

A

- Akuntan:** Sebutan untuk orang yang terlibat dalam penyusunan laporan keuangan dalam perusahaan.
- Atmosfer:** Lapisan udara yang menyelubungi bumi sampai ketinggian 300 km.

C

- CFC:** Klorofluorokarbon (CFC) adalah senyawa/.zat yang digunakan untuk pendingin

E

- Environmental reporting:*** Laporan perusahaan yang berisi tentang aktivitasnya yang berkaitan dengan lingkungan.
- Ekosistem:** Keanekaragaman suatu komunitas dan lingkungannya yang berfungsi sebagai suatu satuan ekologi dalam alam.
- Emisi:** Pemancaran cahaya, panas dari suatu permukaan benda padat atau cair.
- Esensi:** Hal yang pokok.

F

- Formula:** Susunan atau bentuk tetap atau juga bisa diartikan sebagai rumus.
- Feedback:*** Umpan balik yang disampaikan.

G

- Global warming:*** Meningkatnya temperatur suhu rata-rata di lapisan atmosfer, laut, dan daratan di permukaan bumi.

H

Holistik: Cara pandang terhadap sesuatu secara keseluruhan.

I

Inovasi: Pengenalan hal-hal yang baru.

Iklim: Keadaan hawa pada suatu daerah dalam jangka waktu yang lama.

Indikator: Sesuatu yang dapat memberikan atau menjadi petunjuk atau keterangan.

K

Koheren: Saling berhubungan.

Konvensional: Bersifat tradisional.

M

Metodologi: Uraian tentang metode.

O

Ozon: Lapisan udara yang terdapat di atmosfer yang berasal dari oksigen yang mengalami perubahan akibat adanya aliran listrik setelah petir dan guruh

P

Politisi: Sebutan untuk politikus.

R

Reboisasi: Penanaman kembali hutan yang telah ditebang.

S

Stakeholder: Komunitas atau individu yang memiliki hubungan dan kepentingan terhadap suatu organisasi.

U

Universal: Berlaku untuk semua orang atau seluruh dunia.

V

Valid: Menurut cara yang seharusnya.

Z

Zero complaint: Tidak ada ketidaksetujuan yang disampaikan



Indeks

B

biaya litigasi 93

C

clean-up cost 14

climate change 20, 207

contingent liability 87, 115, 116

continuous improvement 67, 130

core business 144

corporate social responsibility iii,
101, 102, 207

Corporate Social Responsibility 101,
146, 206, 208

D

daun indigo 200

E

eco-accounting 18

Eco-efficiency 7

eco-labelling 10, 55, 69, 84

Eco-labelling 7, 69, 70

emisi 11, 17, 20, 21, 36, 52, 60, 62, 66,
70, 74, 75, 76, 77, 86, 113, 114, 121,
132

environmental auditing 15

environmental management system
2

Environmental Management System
207

Environmental Quality Management
64

environmental reporting 2

Environmental reporting 209

G

gas rumah kaca 22

global warming iii, 21, 75, 140

go green 87

green consumer 9

green purchaser 10

K

konvensional 3, 4, 38, 75, 88, 89, 90,
92, 113, 114, 142

O

one report 129

ozon 7

Ozon 7, 210

P

pewarnaan alam 139, 145, 186, 187,
188, 192, 193, 194, 195, 196, 197,
198, 199, 200, 201

Pewarnaan alam 139

S

shareholder 103, 113, 132
shareholder) 103
social report 97
stakeholder iii, 12, 25, 32, 43, 68, 97,
98, 102, 104, 105, 106, 108, 121,
122, 126, 129, 130, 131, 132, 133,
135, 136, 137
sustainability 25, 26, 27, 28, 52, 96,
103, 129, 130
sustainability report 26, 129
sustainable 19, 26, 29, 48, 50, 52, 105,
107, 108, 141
sustainable development 19, 26, 29,
48, 50, 107, 108

Sustainable Development 8, 46, 48,
51
Sustainable management 124
sustainable strategy 105

T

tax energy 140
triple bottom line 28, 103, 125
Triple Bottom Line 206

W

waste energy 80

Z

zero complaints 38, 64

