

Jurnal Ekonomi

VOLUME XVI / 03 / 2011

ISSN : 0854 - 9842

Daftar Isi

Membangun Sistim Inovasi Nasional: Suatu Tinjauan Ekonomi
Carunia Mulya Firdausy

Analisis Terhadap Unsur Pengembangan Kinerja Perbankan Syariah Di Indonesia
R. Bambang Budhijana

Hubungan Timbal Balik Antara Kebijakan Investasi dan Kebijakan *Cash Holding* Pada Perusahaan Berkendala Keuangan Di Bursa Efek Indonesia
Rina Adi Kristianti & Ruslan Prijadi

Potensi Dampak Krisis Yunani Terhadap Perekonomian Indonesia
Sendy Widjaja

Kemiskinan dan Kesenjangan Sosial Di Indonesia 2007-2010
Iwan Prasodjo

Gaya Hidup Peduli Lingkungan Selamatkan Perekonomian Dunia
Elizabeth S. Dermawan

Dampak Volatilitas Harga Saham, Volume *Trading* Dan Frekuensi *Trading* Saham Terhadap Prilaku Investor
Herman Ruslim

Analisis Pemberian Insentif Pajak Penghasilan dan Pengaruhnya Pada Peningkatan Penerimaan Pajak (Studi tentang Kepuasan Wajib Pajak Terhadap Insentif Pajak Pada Perusahaan PMA Agribisnis Tahun 2000 s.d 2007)
Sutrisno Ali, Bunasor Sanim, Harianto, Setiadi Djohar

Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara Untuk Mengikuti Brevet Pajak
Estralita Trisnawati & P. Helen Widjaja

JURNAL EKONOMI

VOLUME XVI/03/November/2011

ISSN0854-9842

Terbit tiga kali setahun pada bulan Maret, Juli dan November. Berisi tulisan yang diangkat dari hasil penelitian dan kajian analisis-krisis di bidang Ilmu Ekonomi.

Pelindung

Chairy

Penanggungjawab

Sukrisno Agoes

Ketua Koordinator Penyunting

Carunia Mulya Firdausy

Anggota Penyunting

Warih Pambudi Nugroho

Suherman

Nuryasaman MN

R. Bambang Budhijana

Penyunting Kehormatan (Mitra Bestari)

Almasdi Zahya

J. Supranto

Indah Susilowati

Tiktik Sartika Partomo

Kodrat Wibowo

Soegeng Wahyoedi

Eddy Herjanto

Redaksi Pelaksana

Christina Catur W

Sukino

Alamat Penyunting dan Tata Usaha: Sekretariat Jurnal Ekonomi, Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara Jakarta, Kampus II Gedung B Lantai 3, Jln. Tanjung Duren Utara No. 1 Jakarta Barat 11470 Telepon (021) 5655508-10-14-15 pesawat 0327 dan Fax. (021) 5655512. email: maksi@tarumanagara.ac.id

Jurnal Ekonomi diterbitkan sejak tahun 1996 oleh Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara Jakarta.

Dicetak di Percetakan Candi Mas Metropole-Jakarta. Isi di luar tanggung jawab Percetakan

**MEMBANGUN SISTEM INOVASI NASIONAL: SUATU TINJAUAN
EKONOMI**

Carunia Mulya Firdausy

.....

241 - 259

**ANALISIS TERHADAP UNSUR PENGEMBANGAN KINERJA
PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA**

R. Bambang Budhijana

.....

260 - 272

**HUBUNGAN TIMBAL BALIK ANTARA KEBIJAKAN INVESTASI DAN
KEBIJAKAN CASH HOLDING PADA PERUSAHAAN BERKENDALA
KEUANGAN DI BURSA EFEK INDONESIA**

Rina Adi Kristianti & Ruslan Prijadi

.....

272 - 287

**POTENSI DAMPAK KRISIS YUNANI TERHADAP PEREKONOMIAN
INDONESIA**

Sendy Widjaja

.....

288 - 301

KEMISKINAN DAN KESENJANGAN SOSIAL DI INDONESIA 2007-2010

Iwan Prasodjo

.....

302 - 314

**GAYA HIDUP PEDULI LINGKUNGAN SELAMATKAN PEREKONOMIAN
DUNIA**

Elizabeth S. Dermawan

.....

315 - 325

**DAMPAK VOLATILITAS HARGA SAHAM, VOLUME TRADING DAN
FREKUENSI TRADING SAHAM TERHADAP PRILAKU INVESTOR**

Herman Ruslim

.....

326 - 337

**ANALISIS PEMBERIAN INSENTIF PAJAK PENGHASILAN DAN
PENGARUHNYA PADA PENINGKATAN PENERIMAAN PAJAK (Studi
tentang Kepuasan Wajib Pajak terhadap Insentif Pajak pada Perusahaan PMA
Agribisnis Tahun 2000 s.d 2007)**

338 - 346

Sutrisno Ali, Bunasor Sanim, Harianto, Setiadi Djohar

**PENGARUH MOTIVASI TERHADAP MINAT MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI UNIVERSITAS TARUMANAGARA UNTUK MENGIKUTI
BREVET PAJAK**

347 - 360

Estralitas Trisnawati & P. Helen Widjaja

GAYA HIDUP PEDULI LINGKUNGAN SELAMATKAN PEREKONOMIAN DUNIA

Elizabeth Sugiarto Dermawan*

Abstract: Environmental issues become more serious and subject to cycles of perception and interest. One of the main reasons why the 'going green' concept still has yet to gain full momentum amongst SMEs or even some larger companies is because of the lack of education and awareness. This article is discuss how environmental concern lifestyle will make efficiency by cutting costs, increasing revenues, and can increase employment while reducing waste and pollutants.

Isu-isu lingkungan telah menjadi hal yang serius dan memunculkan persepsi dan minat bagi berbagai kalangan. Salah satu alasan kenapa konsep "going green" masih mendapatkan perhatian penuh diantara SMEs dan bahkan beberapa perusahaan besar karena kurangnya kesadaran dan pendidikan. Artikel ini memdiskusikan bagaimana gaya hidup peduli lingkungan dapat melakukan penghematan dengan cara memangkas biaya, meningkatkan pendapatan, and tenaga kerja sekaligus dapat mengurangi limbah dan polusi.

Keywords: environmental concern lifestyle, efficiency, saving business costs, save the world economy

PENDAHULUAN

Kesadaran dunia usaha terhadap lingkungan sebenarnya sudah mulai mengemuka sejak tahun 70-an, walaupun dalam perkembangannya dihadapkan pada beberapa kegagalan produk-produk yang ramah lingkungan karena penjualannya jeblok. Fenomena anomaly ini digambarkan dalam buku *The Green Consumer* dari Joel Makower yang dikemukakan dalam Segmen Utama (Marketing 09/IX/September 2009). Target pasar yang belum berorientasi pada lingkungan hidup, kurangnya stimulus, minimnya dukungan pemerintah serta mahalnya harga produk menjadi kendala bagi banyak perusahaan untuk menciptakan produk ramah lingkungan.

Di sisi lain, masih banyak kasus perusahaan yang merugikan kehidupan masyarakat sekitarnya untuk meraup keuntungan sesaat. Kasus Buyat & PT Newmont Minahasa Raya serta kasus Lapindo merupakan sebagian contoh kasus yang terkait isu lingkungan. Banyaknya perusahaan yang tidak peduli lingkungan bukan hanya merugikan perusahaan tersebut tetapi juga merugikan perekonomian negara dan dunia.

Agoes dan Ardana (2009:98) mengemukakan bahwa runtuhnya sistem ekonomi komunis menjelang akhir abad ke-20 menjadikan sistem ekonomi kapitalis sebagai satu-satunya sistem ekonomi yang paling dominan di seluruh dunia berkat arus globalisasi serta

* Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara Jakarta (Alamat: Jl. Tanjung Duren Utara No. 1 Jakarta Barat 11470; Email: eliz@tarumanagara.ac.id)

perdagangan bebas. Ciri utama dari sistem ekonomi kapitalis adalah kegiatan bisnis dan kepemilikan perusahaan yang dikuasai oleh individu atau sektor swasta sehingga memunculkan beberapa perusahaan sebagai perusahaan swasta raksasa yang aktivitas dan kekuasaannya bahkan melebihi batas-batas suatu negara. Para pemilik dan pengelola kelompok perusahaan-perusahaan raksasa ini bahkan mampu mempengaruhi dan mengarahkan berbagai kebijakan yang diambil oleh para pemimpin politik suatu negara untuk kepentingan kelompok perusahaannya dengan kekuatannya sendiri. Mencermati dari kondisi tersebut, kontribusi perusahaan-perusahaan raksasa ini dalam kepedulian terhadap lingkungan perlu diamati terus menerus agar tidak mengancam kelangsungan hidupnya hingga menimbulkan krisis perekonomian dunia.

Berbagai isu lingkungan membuat berbagai pihak berlomba-lomba mendominasi persepsi masyarakat yang memiliki kepentingan terhadap produk dan seluruh kegiatan perusahaan. Budianta (2003:159-160) mengemukakan bahwa memasuki abad baru (milenium baru), kalangan bisnis dan industri ditantang untuk bekerja dengan hati, yang menghendaki masuknya kepekaan sosial, kelestarian lingkungan hidup, keramahan teknologi, dan keuntungan ekonomi yang wajar sebagai empat pilar untuk mengembangkan bisnis yang berkelanjutan bahkan menjadi masa depan yang berkelanjutan atau *sustainable future*.

Gaya Hidup Peduli Lingkungan. Akhir-akhir ini isu "Go Green" gencar disuarakan banyak pihak seperti perusahaan, LSM, Departemen, sampai ke sekolah-sekolah. Menurut Boey (2009:21): *"Going 'green' means a movement or shift of habits or attitudes to adopt a lifestyle where we make more use or total use of services, products, systems and methods that have a decreased harmful impact on our earth's environment."*

Kepedulian terhadap lingkungan harus dimulai dari praktek internal (dalam perusahaan) antara lain dengan menciptakan budaya kerja yang peduli lingkungan yang menurut Boey (2009: 22) dapat berupa:

1. *Buy energy efficient products, it can significantly reduce operating cost;*
2. *Use green perishables, it reduce the amount of harmful chemical that may pollute our streams and rivers;*
3. *Save water whenever you can, by regularly checking for leaks and instill a habit amongst your staff to double check whether they have turn off taps properly or not;*
4. *Reduce paper usage, by printing only one copy of a report and distribute it around or reuse used paper if it does not require the use of a clean one (like scribbling or writing down notes), forward as much email as possible (try not to print them out), try to proofread on screen and do your editing straight away;*
5. *Recycle everything that can be recycled, newspapers, magazines, printer paper, notes, letters, receipts, paper bags, old computer, and other electronics devices can be recycled;*
6. *Buy used furniture or recycled ones, when revamp the company space consider obtaining furniture from a used item dealer or even furniture that is made out of recycled materials;*
7. *Switch to energy-saving air conditioning unit, and could also have fans installed and make it a rule to use the fans instead if the weather permits will leading to cost and energy savings on air conditioning and maintenance;*

8. *Unplug or turn off unnecessary electronics, this allows for 'phantom load' or standby power' which is the electricity that is consumed even though the devices are switched off or in 'standby mode';*
9. *Commuting emissions, encourage employees who stay near each other to commute together if they do not require the use of a car often during working hours, this will save your employees money;*
10. *Reduce traveling for business activities, by encourage teleconferencing if you and your clients have the sufficient technology or utilized instant messengers to reduce your time and costs for petrol claims;*
11. *Plan out logistics, make sure that your transport vehicle's space is fully utilized so that it does not need to double-back for a second round, avoiding the waste of money on petrol and the waste of precious time.*
12. *Get employees involved, and fully informed about the company's progress in terms of what eco-activities have been accomplished, and this will giving your employees a sense of responsibility instead of just making people follow orders, .*

Budianta (2003: 97-98) mengemukakan tiga langkah untuk mendekati "Gaya Hidup Hijau." Pertama, membuka diri pada kemungkinan memilih alternatif kegiatan sehari-hari yang ramah lingkungan, misalnya dengan tidak mentertawakan tetapi justru berani mencobanya secara aplikatif seperti memperbaiki ventilasi udara, cahaya untuk mengoptimalkan sanitasi. Kedua, merancang kegiatan paling realistis, disukai, ramah lingkungan, dan cocok dengan kondisi kantor, toko, penginapan, restoran, maupun tempat tinggal, misalnya dengan menyusun sederetan daftar, rencana, atau kriteria yang dapat memberi kesan "ramah lingkungan" seperti memasang tanda "Kantor Bebas Rokok" atau memasang atribut, slogan, pengumuman, stiker, poster, karikatur, kata mutiara, dan "humor hijau." Ketiga, melaksanakan kegiatan yang langsung mendapatkan keuntungan dari "gaya hidup hijau" seperti penghematan kertas, listrik, telepon, dan air. Ukuran keberhasilan "kreatifitas hijau" menjadi konkrit yaitu uang. Budianta (2003:101-102) juga mengemukakan beberapa langkah praktis yang cukup strategis dan dapat dilaksanakan baik secara pribadi maupun kolektif, yaitu: (1) mewujudkan Rumah dan Kantor Bebas Rokok, atau melengkapi fasilitas ruang khusus untuk merokok, menyediakan tempat sampah yang cukup dan menampung jenis sampah untuk dipilah antara sampah yang laku dijual terutama logam dan plastik; (2) mendorong diri sendiri, keluarga, kerabat, teman dekat dan kenalan untuk lebih suka menggunakan saputangan daripada tissue, membawa kantong belanja sendiri, serta mengurangi makanan / minuman yang menggunakan kemasan sulit dihancurkan; (3) mendorong penggunaan kembali pensil, bukannya ballpoint, pemanfaatan kertas bekas untuk didaur ulang, serta menggunakan kipas hasil kerajinan tangan; (4) melaksanakan saran kampanye penggunaan mobil untuk lebih banyak penumpang, dan menggunakan bensin tanpa timbal; (5) melakukan kampanye hemat air dan energi, dengan mendorong diri sendiri, teman, tetangga, dan keluarga agar gemar menanam pohon untuk mencukupi kebutuhan oksigen, meningkatkan cadangan air, dan membuat iklim di seputar tempat tinggal menjadi lebih teduh dan nyaman.

Arti dan Manfaat Efisiensi. Pengertian efisiensi menurut Scott (2009: 10):

"In economic terms, efficiency is often explained as the ratio of work done or energy developed in a system compared to the amount of energy supplied to that

system. In production terms, efficiency is usually described as measuring and comparing production with costs. These definitions also include the following:

- 1. achieving optimal outputs with minimal input (i.e.: doing more with less),*
- 2. reducing waste (i.e.: obtaining 100% value from purchases and investments), and*
- 3. re-using outputs (e.g.: heat, waste, and other discharges – including used products) and input (e.g.: raw materials, water, and energy) for as long as possible wherever and whenever appropriate.”*

Banyak pihak yang mengatakan efisiensi terkait dengan efektifitas dan ekonomis mengingat tiga serangkai itu sering disebut dengan 3E. Jika dijabarkan lebih jauh, 3E tersebut dapat dibedakan pada fokus yang diukur dimana efisiensi fokus pada mengaitkan input dengan output, efektifitas fokus pada output, dan ekonomis fokus pada input.

Scot (2009:10) mengemukakan empat pembelajaran sebagai bukti empiris yaitu (1) polusi, sampah, dan kelebihan energi yang digunakan merupakan pemborosan yang juga menandakan borosnya pengeluaran uang, (2) usaha untuk menghilangkan pemborosan, penggunaan energi yang lebih sedikit, mengurangi racun dan emisi seringkali membuat penghematan yang dilakukan dapat mendanai peningkatan efisiensi masa depan, (3) usaha yang menciptakan banyak limbah dan polusi hanya bertahan untuk mengurangi limbah dan polusi tersebut, (4) banyak perusahaan menghemat uang dengan meningkatkan efisiensi cenderung meningkatkan kualitas produknya dan produktivitasnya. Intinya pengurangan limbah bukan hanya mengurangi biaya tetapi juga meningkatkan kualitas termasuk kualitas lingkungan, meningkatkan penjualan, pendapatan, produksi, dan kehidupan. Scott (2009:17) juga mengemukakan pendapat Claxton (2005) terkait manfaat efisiensi yang menyatakan bahwa praktek bisnis yang efisien menciptakan pekerjaan dalam 4 cara, yaitu:

- 1. Companies that use efficient processes (or that manufacture goods that are environmentally benign) create jobs outright.*
- 2. Efficient and sustainable practices reduce material and energy consumption, which result in cost savings that make companies more financially secure and lead to an investment in job creating activities.*
- 3. Efficient, sustainable business practices improve worker health, productivity, and security – which leads to greater employee comfort, increased productivity, and decrease sick time.*
- 4. Efficient practices increase competitiveness and job growth.*

Green Economy. Perekonomian dunia yang sedang bermasalah disebabkan karena pasar kerja dunia saat ini tidak dapat berkembang untuk memberikan peluang bagi angkatan kerja muda setiap tahun – jika berkelanjutan hal ini dapat menyebabkan permasalahan berbagai tindak kekerasan, terorisme, dan memperbesar jarak si kaya dan si miskin (Scott (2009:26)). Perkembangan perusahaan yang diharapkan dapat membuka peluang kerja bagi angkatan kerja muda hanya dapat terjadi jika seluruh *stakeholders* perusahaan peduli terhadap kelangsungan hidup perusahaan, yang sebenarnya dapat dimulai dengan menanamkan kesadaran untuk berorientasi jangka panjang melalui peduli lingkungan. Hal tersebut juga dikemukakan oleh Chapple (2008:6) yang menyatakan bahwa:

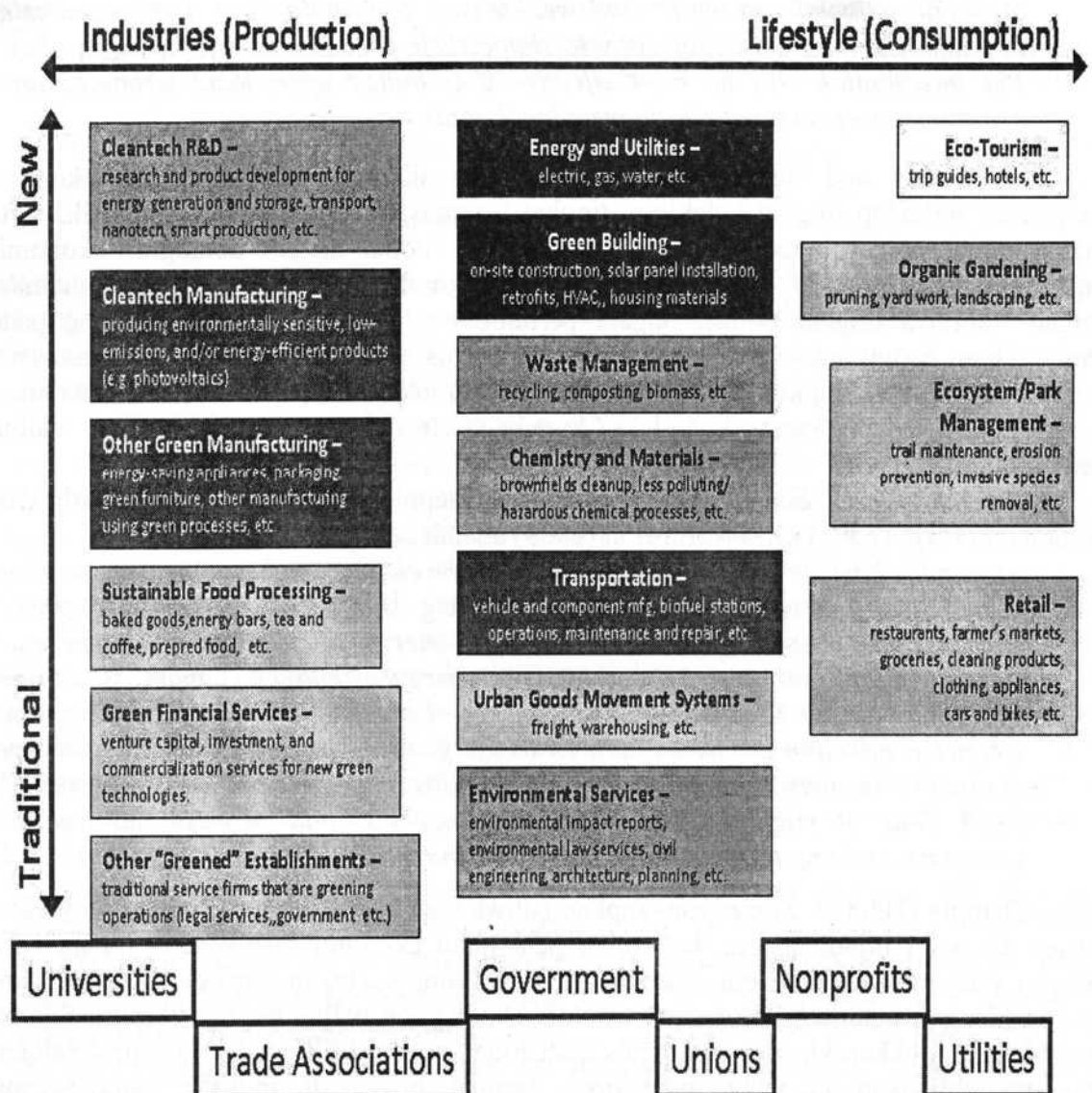
The green economy will emerge in different forms in different regions, depending on local economic strengths and weaknesses. Stakeholders in local economic development have an opportunity to shape their green economy through policy. But intervention will be most effective if it builds upon local strengths and chooses appropriate policies to meet local goals.

Jöst, Quaas and Schiller (2006: 2) menganalisis bahwa keputusan ekonomi masyarakat terhadap tingkat kelahiran, tingkat investasi modal manusia dan fisik, serta tingkat emisi polusi berada dalam suatu kendali model sistem demografi-ekonomi-lingkungan yang optimal. Secara jangka panjang kondisi stabil yang optimal ditandai dengan stabilnya tingkat polusi, tingkat pertumbuhan ekonomi yang tergantung pada kemungkinan pengurangan emisi dan kemajuan teknis akibat akumulasi modal manusia. Keterkaitan antara lingkungan, perkembangan populasi dan pertumbuhan ekonomi merupakan masalah yang kompleks karena saling ketergantungan yang saling menguntungkan.

Pengertian *Green Economy* menurut Karen Chapple (2008: 1) yang mengutip dari Gordon dan Hays (2008) serta Buffa et al (2008) adalah sebagai berikut:

At its most basic level, the green economy is the clean energy economy, consisting primarily of four sectors: renewable energy (e.g. solar, wind, geothermal); green building and energy efficiency technology; energy-efficient infrastructure and transportation; and recycling and waste-to-energy. The green economy is not just about the ability to produce clean energy, but also technologies that allow cleaner production processes, as well as the growing market for products which consume less energy, from fluorescent lightbulbs to organic and locally produced food. Thus, it might include products, processes, and services that reduce environmental impact or improve natural resource use.

Karen Chapple (2008: 1-2) mengungkapkan bahwa Gambar 1 di bawah ini menunjukkan konsep ekonomi hijau, dengan kelompok peta hijau ekonomi bisnis hijau menjadi 17 kategori yang menyoroti seberapa sering masing-masing sektor industri disebutkan dalam laporan (dengan nuansa gelap yang mewakili sektor yang paling sering dikutip). Sumbu vertikal menunjukkan kisaran dari bisnis tradisional, seperti utilitas, dan jasa profesional yang menghidupkan kegiatan operasinya, sampai bisnis di industri yang sedang berkembang, seperti penelitian nanoteknologi, manufaktur panel surya dan eko-pariwisata. Pada sumbu horisontal, bisnis bergerak dari pihak yang menghasilkan produk hijau, seperti produsen dan pengolah makanan, sampai pada pihak yang menjual produk hijau atau berpartisipasi dalam ekonomi gaya hidup hijau, seperti pasar petani dan operator pemelihara taman lokal. Perusahaan manufaktur (*industries*) memproduksi barang yang dapat diekspor dan diimpor antara wilayah, sementara gaya hidup atau konsumsi bisnis hanya merupakan pelayanan lokal. Bisnis kategori terletak di tengah-tengah sumbu horisontal mengandung aspek produksi dan konsumsi. Dalam ekonomi hijau, bisnis berinteraksi dengan dan dipengaruhi oleh lembaga pemerintah, universitas, organisasi non-profit, serikat pekerja, dan asosiasi perdagangan utilitas dalam sistem inovasi daerah (ditampilkan di bagian bawah gambar 1).



UCB Center for Community Innovation

Gambar 1. Sectors of the Green Economy According to Recent Studies

Sejak sebelum tahun 2000 berbagai kritik terhadap konglomerasi yang memperlebar jurang kaum kaya dan miskin sudah bermunculan. Budianta (2003: 160) mengemukakan beberapa fakta bahwa:

Perkumpulan remaja Eropa mulai menggugat bagaimana Spanyol dapat sepuluh kali lebih kaya daripada Marocco yang hanya 14 kilometer di sebelah selatannya. Sementara kementerian sosial dan kesehatan Norwegia mengakui, kesenjangan pendapatan warganya naik mencolok dari 1986 hingga 1997. Prancis termasuk paling peka terhadap masalah kemiskinan. Pada bulan Oktober 1998 di Lyon juga dibentuk aliansi dan lebih dari 100 kota dunia untuk memerangi kemelaratan.

UNDP menyatakan lebih dari 1,3 milyar jiwa saat itu hidup di dalam kemiskinan absolut, 100 juta di antaranya terdapat di negara maju. Maka dicanangkan "Komitmen Lyon" yang mempersoalkan pemberantasan kemiskinan sebagai urusan martabat manusia. Di Strassbourg, urusan itu dipertajam lagi, dengan menganggap kemiskinan sebagai pelanggaran terhadap hak-hak asasi manusia. Selanjutnya Sekjen PBB, Koffi Anan meluncurkan 'homepage' program penanggulangan kelaparan.

Budianta (2003: 163) juga mengemukakan lima pokok usulan untuk menumbuhkan kepekaan sosial dan menghapus kemiskinan dalam proses globalisasi. Pertama, mengusahakan upah minimum global, agar tercapai keadilan dalam mendapat penghasilan sebagai hak asasi manusia. Kedua, perlindungan hukum internasional yang adil, khususnya menyangkut hak paten, rahasia dagang, dan royalti untuk para pelaku bisnis dari negara miskin. Ketiga, harap ada seleksi, pembatasan atau pengawasan transfer teknologi yang dapat membahayakan, atau malah menghancurkan lingkungan hidup serta sosial di negara miskin. Keempat, globalisasi hendaknya menerapkan prinsip "*survival of the weakest*" yaitu hak hidup bagi kalangan yang paling lemah. Kelima, penghargaan yang lebih baik kepada sumber daya manusia, khususnya kalangan yang bergaji rendah.

Reaksi dan Dukungan. Budianta (2003: 73-76) mengemukakan bahwa sepertinya masyarakat sudah jenuh dengan dakwah hari kiamat sehingga tidak takut lagi dengan cerita seram, ditambah lagi dengan banyaknya cara yang tidak ramah lingkungan yang lebih mudah dilaksanakan seperti pengembangan produk-produk pertanian transgenik, rekayasa bioteknologi, pemakaian obat-obatan, dan penggunaan alat transportasi yang sangat boros energi dan emisi karbon maupun timbal yang sangat membahayakan. Pada tingkat nasional maupun global banyak pihak mempertanyakan apakah pemberian hadiah seperti Kalpataru, Adipura, "Global 500" dari UNEP, dan berbagai penghargaan CSR dapat makin mengobarkan semangat membela lingkungan. Di sisi lain para aktivis advokasi seperti kelompok *Green Peace*, *Friends of Earth* (di Indonesia diwakili WALHI) terpenggil terus bertarung, menjadi inspirasi baik di kalangan masyarakat maupun dalam pembentukan undang-undang dan peraturan yang lebih mengutamakan bumi. Pada suatu negara yang otoriter dan kurang demokratis, isu-isu lingkungan dapat dipakai sebagai kendaraan untuk menyatakan aspirasi politik. Di Indonesia konsultan lingkungan telah didominasi oleh pakar lingkungan dalam negeri dan telah banyak bermunculan berbagai jaringan dan organisasi pelestarian alam dan lingkungan. Pelajaran untuk melestarikan lingkungan juga telah masuk ke berbagai lapisan sekolah, bahkan berbagai buku pelajaran lingkungan telah terbit. Salah satu contoh buku "Atur Diri Sendiri" karangan Otto Soemarwoto bahkan sejak Maret 2001 telah dicetak ulang dalam waktu singkat, diborong, dan dibicarakan oleh berbagai kalangan industri karena mengedepankan "Paradigma Baru Pengelolaan Lingkungan Hidup" dalam wujud "Pembangunan Ramah Lingkungan: berpihak pada rakyat, ekonomis berkelanjutan."

Dari sisi pemasaran, Darmawan, Andri (2009:44) mengemukakan pendapat Rhenald Kasali bahwa strategi *green marketing* sudah mulai diterapkan di beberapa perusahaan yang sekilas nampaknya seperti program CSR (*Corporate Social Responsibility*) namun sebenarnya ada perbedaan mencolok yang terletak pada tujuannya. *Green Marketing* bertujuan untuk menaikkan penjualan, sedangkan CSR hanya semata-mata bentuk

partisipasi perusahaan kepada lingkungan sosial. Di sisi lain harus diakui bahwa menjalankan *Green Marketing* mahal, namun banyak keuntungan yang didapat merek antara lain dari sisi *image*, *positioning*, dan inovasi dimana citra positif akan terbentuk ketika sebuah merek menjalankan aktivitas *marketing*. Segmen Utama Marketing (2009:43) mengemukakan pendapat John Grant bahwa terdapat tiga sasaran dari *green marketing*, yaitu *Green*, *Greener*, dan *Greenest*. Pada tahapan *Green*, tujuan dari *green marketing* lebih ke arah berkomunikasi bahwa merek atau perusahaan adalah merek yang peduli lingkungan. Pada tahap *Greener*, tujuan dari *marketing* selain pada komersialisasi merek juga bertujuan mencapai sasaran yang berpengaruh pada lingkungan hidup, yang mencoba merubah cara konsumen mengkonsumsi produk. Pada tahap *Greenest*, *marketing* sudah bertujuan untuk merubah budaya konsumen, dimana pada tahap ini konsumen sudah memiliki budaya atau kebiasaan yang lebih peduli ke lingkungan.

Tjager dkk (2003) dalam Agoes dan Ardana (2009: 103) mengemukakan bahwa dalam hubungannya dengan tata kelola Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Menteri Negara BUMN mengeluarkan Keputusan Nomor Kep-117/M-MBU/2002 tentang penerapan GCG yang memuat lima prinsip yaitu: kewajaran, transparansi, akuntabilitas, pertanggungjawaban, dan kemandirian. *National Committee on Governance (NCG, 2006)* mempublikasikan *Indonesia's Code of Good Corporate Governance* pada tanggal 17 Oktober 2006 sebagai pedoman dasar bagi seluruh perusahaan di Indonesia dalam menjalankan usaha agar kelangsungan hidup perusahaan lebih terjamin dalam jangka panjang dalam koridor etika bisnis yang pantas, yang memuat lima prinsip GCG yaitu: *transparency*, *accountability*, *responsibility*, *independency*, dan *fairness*. Tjager dkk (2003) dalam Agoes dan Ardana (2009:106) mengatakan bahwa paling tidak ada lima alasan mengapa penerapan GCG bermanfaat, yaitu: (1) Berdasarkan survei yang telah dilakukan oleh McKinsey & Company menunjukkan bahwa para investor institusional lebih menaruh kepercayaan terhadap perusahaan-perusahaan di Asia yang telah menerapkan GCG.; (2) Berdasarkan berbagai analisis, ternyata ada indikasi keterkaitan antara terjadinya krisis finansial dan krisis berkepanjangan di Asia dengan lemahnya tata kelola perusahaan.; (3) Internasionalisasi pasar – termasuk liberalisasi pasar finansial dan pasar modal – menuntut perusahaan untuk menerapkan GCG.; (4) Walaupun GCG bukan obat mujarab untuk keluar dari krisis, sistem ini dapat menjadi dasar bagi berkembangnya sistem nilai baru yang lebih sesuai dengan lanskap bisnis yang kini telah banyak berubah.; (6) Secara teoritis, praktik GCG dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Di sisi lain, Indra Surya dan Ivan Yustiavandana (2007) dalam Agoes dan Ardana (2009: 106-107) mengatakan bahwa tujuan dan manfaat penerapan GCG adalah memudahkan akses investasi domestik maupun asing, mendapatkan biaya modal yang lebih murah, memberikan keputusan yang lebih baik dalam meningkatkan kinerja ekonomi perusahaan, meningkatkan keyakinan dan kepercayaan dari para pemangku kepentingan terhadap perusahaan, serta melindungi direksi dan komisaris dari tuntutan hukum. Agoes dan Ardana (2009:107) mengatakan bahwa konsep GCG merupakan upaya perbaikan sistem, proses, dan seperangkat peraturan dalam pengelolaan suatu organisasi untuk memperjelas hubungan, wewenang, hak, dan kewajiban semua pemangku kepentingan, namun harus disadari bahwa betapapun baiknya suatu sistem dan perangkat hukum yang ada, pada akhirnya yang menjadi penentu utama adalah kualitas dan tingkat kesadaran moral dan spiritual para pelaku bisnis itu sendiri.

Agoes dan Ardana (2009: 117) mengemukakan beberapa undang-undang dan peraturan yang diterbitkan pemerintah Indonesia termasuk aturan main yang diterbitkan Bapepam demi terbina tata kelola yang sehat pada semua lembaga penunjang pasar modal, antara lain:

1. Undang-Undang no.8 tahun 1995 tentang Pasar Modal, berkaitan dengan prinsip transparansi pengungkapan (*disclosure*) informasi penting, seperti: hak memesan efek terlebih dahulu, benturan kepentingan, tender, penggabungan usaha, peleburan, pengambilalihan dan sebagainya.
2. Peraturan Bapepam No.IX.D.1 tentang Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu, terutama menyangkut prinsip keadilan (*fairness*) antar investor.
3. Peraturan Bapepam No.VIII.G.2 tentang Laporan Keuangan berhubungan dengan prinsip transparansi, akuntabilitas, dan tanggungjawab dalam penyusunan laporan keuangan.
4. Peraturan Bapepam No.IX.E.1 tentang Benturan Kepentingan Transaksi Tertentu untuk menjamin transaksi dijalankan secara independen, jujur, dan tidak merugikan pihak lain untuk kepentingan pihak tertentu.
5. Peraturan Bapepam No.IX.E.2 tentang Transaksi Material dan Perubahan Kegiatan Usaha yang dilakukan perusahaan terbuka yang berkaitan dengan prinsip transparansi dan akuntabilitas.
6. Peraturan Bapepam No.IX.G.1 tentang Penggabungan Usaha dan Peleburan Perusahaan Publik dan Emiten, yang berkaitan dengan hukum persaingan usaha menyangkut prinsip keadilan.
7. Peraturan Bapepam Nomor IX.I.1 tentang Rencana dan Pelaksanaan RUPS, yang menyangkut kepentingan pemegang saham minoritas agar tidak diperlakukan tidak adil oleh pemegang saham mayoritas dalam RUPS.
8. Peraturan Bapepam NO.IX.J.1 tentang Pokok-Pokok Anggaran Dasar Perseroan yang Melakukan Penawaran Umum Efek Bersifat Ekuitas dan Perusahaan Publik, menyangkut prinsip tata kelola dan aturan main pokok perusahaan yang akan menerbitkan ekuitas di bursa.
9. Peraturan Bapepam No.X.K.5 tentang Keterbukaan Informasi bagi Emiten atau Perusahaan Publik yang Dimohonkan Pernyataan Pailit, ini menyangkut prinsip transparansi.
10. Peraturan Bapepam No.IX.I.4 tentang Pembentukan Sekretariat Perusahaan, yang menyangkut prinsip transparansi dan tanggungjawab perusahaan emiten.
11. Peraturan Bapepam No.IX.I.6 tentang Direksi dan Komisaris Emiten dan Perusahaan Publik, menyangkut profesionalisme dan tanggungjawab para anggota direksi dan komisaris dalam rangka penegakan prinsip tata kelola perusahaan yang sehat.

Dari sisi penyajian laporan keuangan, AICPA (2009) dalam *The Fundamental of Going Green, Part I* mengemukakan bahwa:

Accounting for sustainability is the practice of considering the environmental and social cost of doing business when measuring the performance of an organization. Accounting for sustainability seeks to connect these social and environmental costs with a business' strategy and financial performance and has a number of available tools on managing. The most widely accepted definition of sustainability is the "triple

bottom-line" consideration of economic viability, social responsibility, and environmental responsibility.

AICPA (2009) dalam *The Fundamental of Going Green, Part II* mengemukakan lebih lanjut bahwa:

As business are pressed to find cost saving measures in operations, production, and manufacturing, many are turning to sustainability initiatives at the same time that consumers are becoming more eco-conscious and searching for environmental-friendly products and services. Competitive Advantage starts with internal efficiency by using green practices such as eliminating waste, increasing efficiencies and reducing carbon dioxide emissions, business can simultaneously satisfy the green-minded consumers of today.

Godfrey et al (2010:491) mengemukakan bahwa:

An important ingredient in the usefulness of company financial reports is independent assurance of the reports. Independent assurance provides confidence to stakeholders about credibility, relevance, and reliability of the reports.

Banyak perusahaan saat ini mencari keyakinan untuk laporan keberlanjutannya. Survey KPMG's atas pertanggungjawaban perusahaan menunjukkan bahwa 56% dari G250 (*the largest 250 companies in the Fortune Global 500*) yang menerbitkan a *Corporate Responsibility Report* termasuk beberapa komentar dari pihak ketiga menunjukkan adanya peningkatan keyakinan formal sekitar 30% dalam tahun 2002 hingga 40% dalam tahun 2008.

PENUTUP

Proses yang menciptakan gaya hidup peduli lingkungan tidak dapat berlangsung cepat namun harus perlahan-lahan ditanamkan agar menjadi budaya yang mengakar secara alami tanpa ada penolakan. Di masa depan diharapkan makin terciptanya dominasi kelompok masyarakat yang peduli lingkungan untuk menekan kelompok yang tidak peduli lingkungan. Gaya hidup peduli lingkungan di dalam perusahaan dapat menciptakan efisiensi yang menghemat biaya, meningkatkan pendapatan, mengembangkan usaha sehingga memperbesar lapangan kerja yang berarti mengurangi pengangguran sehingga masalah perekonomian bangsa dapat teratasi.

DAFTAR RUJUKAN

- Agoes, Sukrisno dan I Cenik Ardana, (2009). *Etika Bisnis dan Profesi – Tantangan Membangun Manusia Seutuhnya*; Jakarta: Salemba Empat.
- Budianta, Eka, (2003). *Humanisme Bisnis*; Pustaka Pembangunan Swadaya Nusantara.
- Boey, Joshua, (2009). *Going Green: Saving Business Costs While Saving The Earth*; Cover Story of SME & Entrepreneurship Magazine – Indonesia Edition; March.
- Darmawan, Andri, (2009). *Potensi Green Product Bergantung Stimulasi*; Segmen Utama majalah Marketing Inspiring The Leadership 09/IX/September.

- Godfrey, Jayne, Allan Hodgson, Ann Tarca, Jane Hamilton, dan Scott Holmes, (2010). *Accounting Theory* 7th edition; John Wiley & Sons Australia, Ltd.
- Jost, Frank; Marting Quaas & Johannes Schiller, (2006). *Discussion Paper Series no.428 Environmental Problems and Economic Development in an Endogenous Fertility Model*; University of Heidelberg Department of Economics; August.
- Karen Chapple, (2008). *Defining the Green Economy A Primer on Green Economic Development*; Center for Community Innovation; November.
- Scot, Jonathan T, (2009). *Managing the New Frontiers, An Introduction to the Fundamentals*; Management Education Services.
- www.aicpa.org; *The Fundamentals of Going Green, Part I Capturing the Bottom Line Benefits of Sustainability*; AICPA Business Brief Especially for members in Business, Industry, & Government (BIG) 08v2 / 2009
- www.aicpa.org; *The Fundamentals of Going Green, Part II The Competitive Edge Sustainability Can Provide to a Business*; AICPA Business Brief Especially for members in Business, Industry, & Government (BIG) 08v2 / 2009