



Tuntas Memahami Pelaporan Aspek Nonfinansial Perusahaan

Judul Reporting Nonfinancials
Penulis Kaevan Gazdar
Penerbit John Wiley and Sons, Ltd., 2007
Halaman xiv+331

Jalal
Aktivis Lingkar Studi CSR
www.csrindonesia.com

*“If people cannot accurately know their world,
how can be they expected to act wisely in it”*
Walter Lippman

*“...reporting solely on financial performance
provides a seriously incomplete picture of a company's prospects,
especially as intangibles now make up higher proportion
of corporate value than ever before.”*
Sir Mark Moody-Stuart, *Foreword*

Setiap tahun, ada waktu ketika berbagai media massa cetak kita dihujani dengan laporan-laporan keuangan dari perusahaan. Di situ terlihat apakah perusahaan yang melaporkannya mengalami kerugian atau keuntungan, berapa apa saja komponen yang menyumbang pada kerugian/keuntungan itu beserta masing-masing jumlahnya, dan juga perbandingan kinerja finansialnya sekarang dibandingkan tahun sebelumnya.

Dalam catatan sejarah bisnis, pelaporan kinerja finansial sudah berumur setidaknya 500 tahun. Seorang biarawan Ordo Fransiskan bernama Luca Pacioli memulainya ketika memperkenalkan

pembukuan debit dan kredit di tahun 1494. Kapitalisme modern, menurut ekonom kenamaan Jerman Warner Sombart, tumbuh pesat setelahnya dan tidak pernah bisa dipisahkan dengan pembukuan itu (h. 14). Dengan catatan selama itu, tidak mengherankan apabila bentuk pelaporan aspek finansial dari bisnis sudah sangat terstandarkan, dan hampir semua perusahaan besar sudah sangat fasih melakukannya.

Namun, 10-20 tahun belakangan, laporan kinerja keuangan saja sudah dianggap tidak lagi memadai. Kini para investor menuntut perusahaan juga melaporkan hal-hal seperti kualitas tata

pemerintahan, hubungan dengan pekerja, manajemen kualitas, pangsa pasar, dan sebagainya. Hal-hal tersebut dalam pandangan Sir Mark Moody-Stuart, *chairperson* UN Global Compact Foundation, sangatlah penting untuk menilai perusahaan dan prospeknya di masa mendatang (h. xi). Dua anekdot berikut menggambarkan hal itu. Pertama, nilai jual Microsoft sekarang diperkirakan mencapai 25 kali lipat nilai bukunya. Ini berarti faktor-faktor lain—kerap disebut sebagai *intangibles*—menyumbang 24 kali lipat dibandingkan nilai-perusahaan yang bisa dibukukan. Kedua, Arnold Schwarzenegger pernah menyatakan bahwa "*My favourite fiction writers...are studio accountants.*" (h. 18). Betapa tidak? Di Hollywood, nilai sebenarnya dari sebuah film utamanya tidaklah bergantung dari jumlah dolar yang digelontorkan studio, tetapi lebih oleh sutradara dan para bintangnya. Sayangnya, pelaporan aspek finansial tidaklah bisa melihat hal itu sama sekali. Sutradara dan bintang memang tidak bisa dimasukkan ke dalam pembukuan yang diciptakan oleh Pacioli. Jadi, sangat wajar kalau kini para investor juga ingin mengetahui berbagai aspek nonfinansial dari investasinya.

Sementara, para pemangku kepentingan lainnya yang semakin berpengaruh atas sukses atau tidaknya—bahkan di antara mereka ada yang mampu menentukan mati hidupnya—perusahaan memiliki tuntutan yang berbeda-beda. Pemerintah, LSM, masyarakat luas, dan lainnya menginginkan perusahaan semakin menjadi transparan dan akuntabel terhadap kinerja nonfinansial mereka. Menguatnya paradigma pembangunan berkelanjutan dan inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR membuat pelaporan kinerja sosial dan lingkungan perusahaan dianggap sama pentingnya dengan pelaporan kinerja ekonomi.

Masalah terbesarnya adalah bahwa mutu laporan-laporan nonfinansial memang belumlah sebaik mutu laporan finansial. Selain usianya yang terpaut jauh (>500 vs. 10-20 tahun), kesenjangan di antara keduanya ditandai oleh derajat keformalan, pihak yang dituju, serta interval laporan. Formalisasi laporan finansial sudah sangat jelas, dengan munculnya GAAP, IFRS serta standar-standar pelaporan di setiap negara. Hampir seluruhnya sudah bersifat mengikat secara hukum. Sementara, laporan nonfinansial paling komprehensifpun—yaitu standar dari Global Reporting Initiative (GRI)—masih bersifat sukarela. Perusahaan-perusahaan yang tidak mengikuti standar GRI telah menunjukkan ragam yang luar biasa dalam format

laporan nonfinansialnya. Kalau laporan finansial terutama ditujukan pada investor dan lembaga yang mengatur investasi dalam suatu negara, laporan nonfinansial ditujukan untuk seluruh pemangku kepentingan (termasuk pula investor). Konsekuensinya, cara pelaporannya akan menjadi sangat beragam sesuai dengan pemangku kepentingan yang dituju. Terakhir, laporan keuangan finansial memiliki interval yang tetap yaitu tahunan dan kuartalan, sementara laporan nonfinansial biasanya berupa laporan setahunan atau dua tahunan, bahkan tidak tetap.

Buku karya Kaevin Gazdar ini dengan sangat komprehensif memaparkan seluruh hal berkaitan dengan pelaporan aspek-aspek nonfinansial itu, dan utamanya bertujuan untuk menjembatani kesenjangan antara pelaporan finansial dengan yang nonfinansial. Kesenjangan itu, menurut John Elkington—orang yang terkenal karena mempopularkan istilah *triple bottom line*—kondisinya sangat memprihatinkan. Sebagaimana yang dikutip Gazdar di halaman 17-18, Elkington menilai bahwa secara umum pelaporan finansial sudah bisa beroleh nilai 8 dari 10, sementara laporan aspek lingkungan bernilai 3-4, dan aspek sosial bernilai 1-2. Untuk keperluan mendorong peningkatan mutu laporan nonfinansial ini, Gazdar menyusun bukunya menjadi tiga bagian, yaitu *The Why* (2 bab), *The What* (4 bab) dan *The How* (2 bab).

Dalam *The Why*, ia menyatakan ada empat hal yang membuat mengapa pelaporan nonfinansial ini menjadi sangat penting: *Pertama*, meningkatkan reputasi perusahaan. Semakin transparan perusahaan dalam aspek-aspek yang dituntut oleh seluruh pemangku kepentingannya, semakin tinggi pulalah reputasi perusahaan. Tentu saja, kalau kinerja yang dilaporkan itu baik dan valid. Karenanya, perusahaan harus terlebih dahulu meningkatkan kinerjanya dengan sungguh-sungguh. Validitas juga sangat penting, karena pemangku kepentingan tidak akan pernah memaafkan perusahaan yang melakukan pembohongan publik.

Kedua, melayani tuntutan pemangku kepentingan. Pemangku kepentingan adalah pihak-pihak yang terpengaruh oleh dan bisa memengaruhi perusahaan dalam mencapai tujuannya. Tentu saja, mereka yang terpengaruh hidupnya oleh perusahaan berhak untuk mengetahui aspek-aspek yang bersentuhan dengan kehidupan mereka. Mereka yang bisa memengaruhi perusahaan sangat perlu untuk mendapat informasi yang benar, sehingga pengaruh

mereka bisa diarahkan ke tujuan yang tepat.

Ketiga, membantu perusahaan dalam membuat berbagai keputusan. Laporan kinerja yang baik tentu saja akan memuat indikator-indikator yang akan membantu perusahaan melihat kekuatan dan kelemahan dirinya. Perusahaan bisa sedikit lebih tenang dalam aspek yang indikator-indikatornya menunjukkan kekuatan. Di sisi lain, perusahaan perlu mencurahkan sumberdaya yang lebih besar untuk aspek-aspek yang tampak masih lemah. Laporan periodik dengan indikator yang konsisten sangat diperlukan di sini, sehingga naik turunnya kinerja bisa terpantau dan disikapi dengan keputusan yang tepat.

Keempat, membuat investor dengan mudah memahami kinerja perusahaan. Sebagaimana yang sudah diungkapkan di atas, ada kebutuhan yang semakin tinggi dari investor untuk bisa mengetahui kinerja perusahaan yang sesungguhnya. Para investor jangka panjang benar-benar ingin mengetahui apakah modal yang ditanamkannya aman atau tidak. Perusahaan-perusahaan yang memiliki kinerja sosial dan lingkungan yang tinggi memiliki kemungkinan yang lebih baik untuk terus berlanjut usahanya, dan para investor tentu lebih berminat untuk menanamkan modalnya pada perusahaan-perusahaan tersebut.

Gazdar kemudian bergerak menjelaskan empat komponen pelaporan nonfinansial dalam *The What*. Ia menganjurkan para perusahaan untuk mengadopsi klasifikasi empat hal yang termasuk aspek nonfinansial, yaitu *competitive value*, *management value*, *human resources value*, dan *ethical value*. Setiap aspek itu ia jelaskan dalam satu bab. Kategori *competitive value* mencakup konsumen, merek dan pasar. *Management value* mencakup strategi perusahaan, mekanisme dan proses dalam tata kelola perusahaan, serta kemampuan untuk meramalkan kecenderungan dan kinerja perusahaan di masa mendatang. Dalam *human resources value*, hal-hal terkait produktivitas, motivasi dan potensi tenaga kerja harus dibahas. Sementara, *ethical value* mencakup CSR, keberlanjutan dan dialog dengan pemangku kepentingan.

Seluruh hal di atas dibahas dengan komprehensif. Gazdar memaparkan contoh-contoh indikator kualitatif dan kuantitatif yang bisa dipergunakan untuk memantau perkembangan masing-masing *value*, untuk kemudian dilaporkan. Catatan yang penting mungkin bisa diberikan pada *ethical value*.

Gazdar berpendirian bahwa CSR berkonotasi aspek sosial, sementara keberlanjutan berarti aspek lingkungan, dan pemangku kepentingan penting untuk diajak “berdialog”. Baginya CSR berarti kebijakan sosial, dampak sosial, investasi untuk program-program komunitas dan citra sebagai *corporate citizen*. Pada bagian ini, pendirian Gazdar sama sekali bukan arus utama. CSR oleh banyak pihak sudah diterima sebagai konsep yang mencakup tiga ranah: ekonomi, sosial, dan lingkungan. Demikian juga, istilah *sustainability* atau keberlanjutan juga mengacu pada tiga ranah, bukan sekadar aspek lingkungan (bdk. Hopkins, M. 2007. *Corporate Social Responsibility and International Development*. Earthscan, London). Istilah untuk hubungan dengan pemangku kepentingan yang semakin banyak dipergunakan adalah *stakeholder engagement*, yang di antaranya mencakup juga *stakeholder dialogue*. Dialog sejatinya memang hanya salah satu dari spektrum hubungan dengan pemangku kepentingan, yang merentang dari pelacakan hingga kerjasama dalam jaringan (lih. Gable, C. and Shireman, B. 2005. *Stakeholder Engagement: A Three-Phase Methodology*. Environmental Quality Management, Spring).

Dalam *The How*, Gazdar menuntun pembacanya agar bisa membayangkan seluruh proses pelaporan. Di sini ia pertama-tama menegaskan bahwa empat hal yang tercakup dalam *The What* haruslah disesuaikan dengan prioritas regional. Masing-masing negara memiliki prioritas yang berbeda dalam melihat laporan nonfinansial. Mengutip penelitian Alison Thomas, Gazdar memberi contoh bahwa di Jerman para pembaca sangat menekankan *quality control*, sementara di negara-negara Skandinavia perbandingan kinerja (*benchmark*) dalam aspek lingkungan adalah yang paling penting. Setelah mempertimbangkan prioritas regional, perusahaan kemudian harus mentransformasikan kesadaran untuk melaporkan menjadi tindakan melaporkan. Untuk itu, dua hal perlu diperhatikan, yaitu pemangku kepentingan dan laporan itu sendiri.

Berkenaan dengan pemangku kepentingan, Gazdar kembali menegaskan bahwa pelaporan adalah upaya untuk meningkatkan standar akuntabilitas perusahaan, di mana kondisi yang ada sekarang masihlah rendah. Karena sifat sebagai alat akuntabilitas itu, ia sangat menekankan agar laporan nonfinansial dibuat dengan memperhatikan hal-hal spesifik dan umum yang menjadi perhatian pemangku kepentingan. Laporan, menurut Gazdar, adalah medium dialog dengan beragam pemangku kepentingan. Sehingga, fokus pada isu-isu yang

menjadi perhatian pemangku kepentingan tertentu harus diimbangi dengan pemaparan yang komprehensif atas isu-isu yang menjadi perhatian pemangku kepentingan yang lebih luas.

Berikutnya, Gazdar mendedikasikan satu bab penuh untuk membicarakan aspek yang sangat teknis berkaitan dengan penulisan laporan. Ia menegaskan pentingnya kelengkapan, kredibilitas dan komunikasi dalam pembuatan laporan, dengan detail masing-masing. Untuk meningkatkan kemudahan pembacaan laporan, misalnya, ia memberi contoh bagaimana informasi yang ada di dalamnya harus bergerak dari *coherent*, kemudian *compelling*, untuk bisa menghasilkan sifat laporan yang *convincing*.

Jumlah buku mengenai pelaporan aspek nonfinansial hingga kini tampaknya memang masih sedikit, sebagaimana yang tercantum dalam bibliografi yang dikutip (h. 307-310). Yang cukup banyak adalah artikel dalam jurnal ilmiah yang mengkritisi berbagai kecenderungan dari pelaporan, di antaranya kecenderungan untuk melakukan pengelabuan/pendongkrakan citra perusahaan serta kecenderungan untuk meminimumkan akuntabilitas (lih. Owen, D. 2005. *Corporate Social Reporting and Stakeholder Accountability, the Missing Link*. ICCSR Research Paper Series No. 32). Buku yang tersedia juga punya kecenderungan tema yang sama (mis. Crowther, D. 2002. *A Social Critique of Corporate Reporting*. Ashgate, Hampshire). Pembaca buku Gazdar pasti akan menemukan jawaban bagi banyak kritik itu. Jadi, wajar apabila sumbangan pemikiran Gazdar dihargai sangat tinggi oleh para pakar CSR. Profesor Andre Habisch, Pendiri sekaligus Direktur Center for Corporate Citizenship di Jerman menyatakan “*This path-breaking book firmly steers nonfinancial reporting into the mainstream of management practice*”. Kiranya kebanyakan pembaca akan bersetuju dengan pernyataan Habisch. Para pendukung CSR dan akuntabilitas perusahaan pasti juga berharap demikian.