

EKSPLORATORI TUJUAN MANAJEMEN KEUANGAN BISNIS HIJAU

Djoko Wintoro

Pusat Riset Bisnis Prasetiya Mulya Business School
Jl. R.A. Kartini Cilandak Barat Jakarta, 12430

Abstract

Companies were facing growth pressure to transform into green business. They needed green management as well as green finance to guide the implementation of green business. This research explored the objectives of green financial management. By sending questionnaires to Finance Director of Indonesian companies, this research found that the objective of green finance included three objectives which were to maximize shareholder wealth, maximize social wealth, and sustain natural resources.

Key words: *green business management, green financial management*

Pada mulanya bisnis hijau menjadi isu penting karena desakan eksternal, antara lain: berlanjutnya kenaikan harga sumberdaya alam, penemuan teknologi bersih, pengaruh besar dari perubahan iklim, menipisnya sumberdaya alam tidak terbarukan, dan meningkatnya beban sosial dari dampak negatif kegiatan bisnis (Fusaro, 2009). Sekarang, bisnis hijau menjadi penting karena desakan internal yaitu perubahan pola pikir (*mind-set*) eksekutif perusahaan bahwa bisnis hijau adalah bisnis masa depan yang harus dimulai dari sekarang. Mereka tidak lagi berpendapat bahwa menjalankan bisnis hijau akan mengurangi keunggulan biaya untuk bersaing dengan perusahaan yang tidak menjalankan bisnis hijau. Menjalankan bisnis hijau juga bukan karena beban moral atau tanggung jawab sosial perusahaan tetapi para eksekutif perusahaan lebih yakin bahwa bisnis hijau membuka peluang untuk meningkatkan laba perusahaan dan menjaga keberlan-

jutan keunggulan bersaing perusahaan (Siegel, 2009).

Pengertian bisnis hijau juga telah mengalami perkembangan dari kegiatan bisnis hijau yang pada mulanya memfokuskan pada pengendalian polusi, pemanfaatan energi terbarukan kemudian memperluas cakupan bisnis hijau menjadi “semua bisnis yang berusaha menghasilkan CO₂ yang rendah, efisiensi penggunaan sumberdaya alam, menjalankan proses daur ulang produk, dan implementasi model bisnis hijau” (Ernst & Young, 2008). Untuk suksesnya menjalankan bisnis hijau diperlukan manajemen bisnis hijau (*green business management*) bukan hanya sebagai alat manajemen tetapi merupakan platform baru manajemen bisnis bagi perusahaan yang menjalankan bisnis hijau (Marcus & Fremeth, 2009).

Manajemen bisnis hijau diperlukan sebagai tanggapan atas dampak negatif revolusi industri

Korespondensi dengan Penulis:

Djoko Wintoro: Telp.+62 21 750 0463 Fax. +62 21 750 0461
E-mail: dwintoro@yahoo.com

berupa fakta kerusakan sumberdaya alam dan menipisnya sumberdaya alam tidak terbarukan (Haden, Oyler, & Humphreys, 2009). Kerusakan tersebut dikarenakan oleh perilaku perusahaan yang hanya mementingkan keuntungan bisnis dan perilaku perusahaan yang tidak menghiraukan terjadinya kerusakan ekstraksi sumberdaya alam tidak terbarukan. Pada mulanya, tanggapan perusahaan baru pada tingkat pemenuhan regulasi untuk melindungi sumberdaya alam dan mengurangi beban sosial. Kemudian berlanjut menjadi kesadaran perusahaan untuk peduli terhadap keberlanjutan sumberdaya alam dan kemakmuran sosial. Merujuk pentingnya manajemen bisnis hijau, penelitian ini bertujuan untuk melakukan eksploratori tujuan manajemen keuangan bisnis hijau dari perusahaan di Indonesia.

Definisi manajemen bisnis hijau diberikan oleh Haden, *et al.* (2009), yaitu: kegiatan bisnis yang menggunakan inovasi sebagai alat untuk mencapai kerbelanjutan sumberdaya alam, pengurangan pemborosan sumberdaya alam, meningkatkan kemakmuran sosial, dan memberi keunggulan bersaing perusahaan. Perusahaan yang memakai manajemen bisnis hijau adalah perusahaan yang sanggup memperluas tujuan keuangan perusahaan selain mencari keuntungan ekonomi juga meningkatkan kemakmuran sosial, dan menjaga keberlanjutan sumberdaya alam.

Karakteristik perusahaan yang mengimplementasikan manajemen bisnis hijau dapat diketahui dari kegiatan bisnisnya yaitu menggunakan sumberdaya alam tidak terbarukan dengan lebih bijaksana dan bertanggungjawab, menjaga kelestarian alam, mengurangi pemakaian energi atau air per unit produk jadi, menjalankan proses daur ulang produk, memperpanjang umur ekonomis pemakaian produk, menghilangkan limbah yang mengganggu kesehatan sosial, dan mengurangi emisi CO₂ (Marcus & Fremeth, 2009). Karakteristik tersebut menunjukkan keterkaitan positif sumberdaya alam tidak terbarukan, kemakmuran sosial,

dan keuntungan bisnis seperti rujukan “*triple bottom line*” dari pemikiran Elkington (1994).

Manajemen bisnis hijau bukan merupakan bagian dari tanggungjawab sosial perusahaan tetapi sebaliknya yaitu tanggungjawab sosial perusahaan dan kepedulian terhadap lingkungan merupakan kegiatan manajemen bisnis hijau yang terkandung dalam tujuan perusahaan (Lamond, 2007). Manajemen bisnis hijau bukan sekedar komitmen perusahaan terhadap kepedulian lingkungan dan sumberdaya alam tetapi manajemen bisnis hijau menghubungkan pemakaian sumberdaya alam sebagai pengungkit daya saing perusahaan dan kinerja perusahaan (Melnyk, *et al.*, 2003).

Sekarang ini, kegiatan meningkatkan kemakmuran sosial dan kegiatan keberlanjutan sumberdaya alam tidak terbarukan sudah menjadi terintegrasi dengan kegiatan perusahaan dalam mencari keuntungan bisnis dalam implementasi manajemen bisnis hijau. Oleh karenanya, kinerja keuangan manajemen bisnis hijau dipengaruhi oleh dua faktor yaitu: kegiatan meningkatkan kemakmuran sosial dan menjaga keberlanjutan sumberdaya alam (Molina-Azorin & Claver-Cortes, 2009).

Pertama, adanya hubungan keberlanjutan kemakmuran perusahaan dengan kinerja keuangan manajemen bisnis hijau dilandasi asumsi dasar, yaitu diperolehnya manfaat kinerja keuangan dari peningkatan kemakmuran sosial, dan manfaat kinerja keuangan dapat meningkat atau menurun karena peningkatan kemakmuran sosial. Ada beberapa bentuk hubungan antara keberlanjutan kemakmuran sosial dengan kinerja keuangan bisnis hijau (Brammer & Millington, 2008), yaitu: (1) hubungan positif linier antara keberlanjutan kemakmuran sosial dengan kinerja keuangan manajemen bisnis hijau; (2) hubungan negatif linier antara keberlanjutan kemakmuran sosial dengan kinerja keuangan manajemen bisnis hijau; (3) hubungan tidak linier antara keberlanjutan kemakmuran sosial dengan kinerja keuangan manajemen bisnis hijau; dan (4) hubungan bentuk “U” antara keberlanjutan

kemakmuran sosial dengan kinerja keuangan manajemen bisnis hijau.

Kedua, bagi perusahaan yang berorientasi pada sumberdaya alam perlunya mengakui pentingnya isu sumberdaya alam yang harus ditanggapi oleh perusahaan dan perlunya memiliki strategi sumberdaya alam dengan memasukan isu sumberdaya alam ke dalam rencana strategi perusahaan sehingga akan meningkatkan kinerja keuangan manajemen bisnis hijau (Banerjee, *et al.*, 2003).

Orientasi perusahaan terhadap sumberdaya alam dapat fokus secara internal atau eksternal (Banerjee, 2002), yaitu: secara internal yaitu tercermin dalam nilai internal perusahaan, standar etik perilaku, dan komitmen pimpinan puncak perusahaan terhadap keberlanjutan sumberdaya alam, atau secara eksternal yaitu menghubungkan orientasi perusahaan terhadap sumberdaya alam dengan kepentingan para pemangku kepentingan perusahaan kemudian diterjemahkan dalam strategi perusahaan.

Fokus perusahaan pada keberlanjutan sumberdaya alam atau eko-efisiensi akan meningkatkan kinerja keuangan manajemen bisnis hijau melalui memproduksi dan menjual produk dengan memperhatikan pencegahan polusi, efisiensi biaya perusahaan, efisiensi pemakaian energi, dan proses daur ulang produk (Starik & Marcus, 2000). Proaktif terhadap sumberdaya alam juga dapat meningkatkan kinerja keuangan manajemen bisnis hijau. Misalnya, rancangan ulang produk sehingga mengurangi dampak daur hidup dan mengembangkan produk yang mengurangi biaya daur hidup. Perusahaan juga dapat memperoleh manfaat diferensiasi dengan proaktif keberlanjutan sumberdaya alam maka pelanggan yang mempunyai perilaku hijau akan memilih produk perusahaan dengan reputasi hijau (Miles & Covin, 2000).

Ketiga, manajemen bisnis hijau menyediakan peluang untuk mengurangi biaya dan meningkatkan penjualan (Ambec & Lanoie, 2008). Pengurang-

an biaya berkelanjutan dapat melalui manajemen risiko kepentingan para pemangku kepentingan perusahaan, efisiensi biaya energi, penurunan biaya modal, dan produktifitas pegawai. Efektifitas manajemen risiko dalam hubungan antara perusahaan dengan pemangku kepentingan perusahaan dapat mencegah biaya konflik antar mereka (Hull & Rothenberg, 2008) dan juga meningkatkan kinerja manajemen bisnis hijau (Brammer & Melington, 2008). Kenaikan penjualan dapat diperoleh dengan kemudahan akses pada pasar produk hijau, keunggulan dari diferensiasi produk hijau, dan penjualan produk teknologi bersih.

Bagi perusahaan yang akan menggunakan pengembangan produk hijau sebagai pengungkit kinerja perusahaan terdapat tiga pilihan strategi, yaitu: (1) menonjolkan atribut hijau, (2) akuisisi merek produk hijau, dan (3) arsitek hijau (Unruh & Enttenson, 2010). Strategi menonjolkan atribut hijau merupakan strategi awal terbaik untuk pengembangan produk hijau bagi perusahaan yang kurang memiliki kapabilitas untuk pengembangan produk baru hijau. Dalam strategi ini, perusahaan menonjolkan bahwa produk yang ada (produk lama) telah memuat atribut produk hijau dan diproduksi melalui proses hijau, sehingga produk lama tersebut dapat ditawarkan kepada pelanggan yang berperilaku hijau. Strategi akuisisi merek produk hijau disarankan untuk perusahaan yang tidak memiliki kapabilitas pengembangan produk hijau dan kurang memiliki atribut hijau pada produk lama dan proses produksi lama. Strategi mengembangkan produk baru hijau dipakai oleh perusahaan yang memiliki rekam jejak pengembangan produk baru.

Tujuan tradisional manajemen keuangan perusahaan hanya memfokuskan pada peningkatan kemakmuran pemegang saham dan mengabaikan kemakmuran sosial dan keberlanjutan sumberdaya alam tidak terbarukan. Misalnya, polusi merupakan eksternalitas yang menjadi beban sosial dan dihiraukan sebagai biaya internal perusahaan. Biaya kerusakan sumberdaya alam juga tidak dimasukkan

dalam biaya produksi produk perusahaan. Dengan mengabaikan beban sosial dan biaya kerusakan sumberdaya alam maka terjadi kelebihan perhitungan kemakmuran pemegang saham.

Porter & Kramer (2011) mengajukan konsep *shared wealth value* (berbagi nilai kemakmuran) yaitu berbagi kemakmuran antara kemakmuran pemegang saham dengan kemakmuran sosial dan keberlanjutan sumberdaya alam tidak terbarukan. Nilai kemakmuran positif apabila manfaat yang diperoleh lebih besar dari biaya yang tanggung. Beban sosial sudah selayaknya menjadi biaya internal perusahaan dan biaya kerusakan sumberdaya alam juga menjadi tanggung jawab perusahaan dan diperlakukan sebagai biaya pemulihan sumberdaya alam.

Pemikiran berbagi nilai kemakmuran berakar dari perlunya perbaikan kelemahan pemikiran sempit kapitalisme. Bisnis berkontribusi pada kemakmuran sosial melalui perolehan laba bisnis sehingga perusahaan dapat membuka lapangan kerja, membayar upah berkelanjutan, melanjutkan investasi, dan membayar pajak. Dalam lingkungan meningkatnya persaingan bisnis, pandangan sempit kapitalisme memberi dampak negatif kepada sosial karena keuntungan bisnis yang diperoleh menyisakan beban sosial dan kerusakan sumberdaya alam.

Ada tiga cara agar perusahaan dapat berkelanjutan berbagi nilai kemakmuran, yaitu: (1) merancang kembali produk dan pasar, dan (2) redefinisi rantai nilai hijau (Porter & Kramer, 2011). Sosial menyediakan pelanggan yang beragam dan tentunya masih banyak kebutuhan yang belum terpenuhi oleh bisnis. Banyak juga perusahaan yang lupa mengajukan pertanyaan apakah produknya telah memenuhi kebutuhan yang diinginkan pelanggan. Untuk itu, perusahaan memiliki banyak kesempatan untuk merancang ulang produk guna memenuhi pelanggan yang belum terpenuhi kebutuhan prioritasnya. Rantai nilai pasokan perusahaan merupakan sumber implementasi bisnis hijau dengan

berkontribusi pada pengurangan pemborosan sumberdaya alam dan peningkatan kemakmuran sosial. Redefinisi rantai nilai pasokan perusahaan mencakup penentuan kriteria produk dan layanan hijau yang harus dipenuhi oleh setiap pemasok perusahaan sehingga tercipta rantai nilai hijau.

Merujuk pemikiran Porter & Kramer (2011), penelitian ini mengajukan beberapa pertanyaan eksploratori: (1) seberapa penting tujuan manajemen keuangan bisnis hijau diperluas mencakup “berbagi kemakmuran”, (2) apa faktor penting yang berpengaruh terhadap kemakmuran pemegang saham, (3) apa jenis kegiatan penting perusahaan dalam meningkatkan kemakmuran sosial, dan (4) apa jenis kegiatan penting perusahaan menjaga keberlanjutan sumberdaya alam tidak terbarukan.

METODE

Untuk menjawab pertanyaan eksploratori penelitian diperlukan data primer yang harus diperoleh langsung dari direktur keuangan perusahaan. Untuk itu metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah survei keuangan. Metode survei dalam penelitian keuangan perusahaan mulai banyak dilakukan (Neuhauser, 2007) setelah dipublikasikannya hasil survei tentang implementasi teori keuangan perusahaan di perusahaan besar dan perusahaan kecil oleh Gaham & Harvey (2001), hasil survei persepsi pembayaran dividen oleh manajer perusahaan Kanada oleh Baker, *et al.* (2007), dan hasil survei proses pengambilan keputusan perusahaan reksadana di Jerman oleh Drachter, *et al.* (2007).

Rancangan pertanyaan dalam eksploratori penelitian mengacu ketentuan dari Lietz (2010) yaitu survei pada hakekatnya adalah penelitian kognitif yang beranggapan bahwa responden memerlukan waktu proses pengolahan informasi untuk menjawab pertanyaan dalam kuesioner. Kemudahan memahami pertanyaan yang diajukan akan mempercepat waktu pengolahan informasi sehingga mempercepat juga penyelesaian pengisian kuesioner.

Untuk itu, pertanyaan dalam kuesioner mengikuti ketentuan, antara lain: mengajukan pertanyaan yang spesifik, pertanyaan yang singkat, dan menggunakan kalimat aktif.

Direktur keuangan perusahaan dipilih sebagai responden untuk memberikan pendapatnya tentang pertanyaan penelitian, antara lain: (1) seberapa penting kemakmuran sosial sebagai tujuan manajemen keuangan bisnis hijau, (2) seberapa penting keberlanjutan sumberdaya alam tidak terbarukan sebagai tujuan manajemen keuangan bisnis hijau, (3) faktor-faktor penting yang berpengaruh terhadap kemakmuran pemegang saham, (4) seberapa penting pengurangan CO₂ berkontribusi terhadap kemakmuran sosial, (5) seberapa penting mengurangi eksternalitas berkontribusi pada kemakmuran sosial, (6) seberapa penting implementasi teknologi bersih berkontribusi pada keberlanjutan sumberdaya alam, dan (7) seberapa penting proses daur ulang berkontribusi terhadap keberlanjutan sumberdaya alam. Pendapat direktur keuangan sebagai responden dinyatakan dalam skala 1 - 5 (skala 1 = sangat tidak penting dan skala 5 = sangat penting). Majalah bisnis SWA memberi banyak inspirasi pertanyaan penelitian.

Untuk memperoleh kesamaan pengertian, survei ini memberikan definisi beberapa istilah penting, antara lain: (1) energi efisiensi adalah kemampuan menghasilkan output ekonomi dengan input energi yang lebih sedikit, (2) teknologi bersih adalah teknologi proses untuk mengurangi pemakaian sumberdaya alam, (3) daur ulang adalah proses menghasilkan produk dari produk bekas pakai, (4) kemakmuran sosial adalah masyarakat yang tidak menanggung beban sosial dari dampak negatif eksternalitas, (5) keberlanjutan sumberdaya alam yaitu berkurangnya ekstraksi sumberdaya alam karena efisiensi penggunaan dan berkurangnya pemborosan.

Kuesioner dikirimkan melalui pos secara acak kepada direktur keuangan yang bekerja di perusahaan nasional dan multinasional, di

perusahaan terbuka maupun di perusahaan tertutup. Kuesioner dikirimkan satu kali ke responden sebanyak 423 orang. Kemudian ditunggu selama 3 minggu untuk pengirimannya kembali kuesioner yang telah dijawab pertanyaannya. Sebanyak 83 responden atau 19,6% dari total responden mengirimkan kembali kuesioner yang telah dijawab dengan lengkap. Jumlah responden yang mengembalikan kuesioner memberikan informasi masih sedikitnya perhatian perusahaan Indonesia tentang perlunya implementasi manajemen bisnis hijau. Data primer yang diterima diolah dengan menggunakan SPSS untuk menghasilkan informasi mengenai frekuensi dan kecenderungan jawaban responden.

HASIL

Hasil survei terbagi atas empat bagian, yaitu: (1) perluasan tujuan manajemen keuangan bisnis hijau ke "berbagi kemakmuran", (2) faktor yang berpengaruh terhadap kemakmuran pemegang saham, (3) kegiatan perusahaan dalam meningkatkan kemakmuran sosial, dan (4) kegiatan perusahaan menjaga keberlanjutan sumberdaya alam.

Pertama, dari pengolahan data terungkap bahwa banyak direktur keuangan perusahaan Indonesia yang menjadi responden menyatakan penting dan sangat penting perluasan tujuan keuangan perusahaan (Tabel 1), yaitu mencakup: kemakmuran pemegang saham (81,92%), kemakmuran sosial (89,16%), dan keberlanjutan sumberdaya alam tidak terbarukan (69,88%). Setidaknya, tujuan keuangan perusahaan sudah diperluas untuk berbagi kemakmuran dengan kemakmuran sosial merupakan tujuan sangat penting keuangan perusahaan. Rata-rata responden menyatakan lebih penting tujuan keuangan perusahaan adalah peningkatan kemakmuran (nilai rata-rata 4.23), dan kemakmuran sosial sebagai tujuan keuangan perusahaan (nilai rata-rata 4.34) serta lebih dari cukup penting keberlanjutan sumberdaya alam sebagai tujuan keuangan perusahaan (nilai rata-rata 3,94).

Tabel 1 menyajikan laporan hasil survei atas pertanyaan: “pentingnya perluasan tujuan manajemen keuangan perusahaan dalam bisnis hijau”. Pertanyaan ditujukan kepada direktur keuangan dengan menyatakan pendapatnya dalam skala 1 (sangat tidak penting) sampai dengan 5 (sangat penting).

Kedua, ternyata banyak faktor penting yang berpengaruh terhadap pencapaian kemakmuran pemegang saham (Tabel 2). Berdasarkan pendapat responden tentang penting dan sangat penting dapat ditentukan urutan faktor yang berpengaruh sebagai berikut: (a) pertumbuhan penjualan (93,77%), (b) penurunan biaya modal (84,33%), (c) efisiensi biaya operasional (81,94%), (d) inovasi proses (74,70%), (e) inovasi produk (73,49%), (f) efisiensi investasi modal kerja (72,29%), dan (g) utilisasi investasi aktiva tetap (69,88%). Berdasarkan nilai rata-rata, pada umumnya responden menyatakan lebih dari penting memengaruhi kemakmuran pemegang saham, yaitu: faktor pertumbuhan penjualan (4,58), penurunan biaya modal (4,34), efisiensi biaya operasional (4,19), inovasi proses (4,10), dan inovasi produk (4,08). Rata-rata responden menyatakan lebih dari cukup penting

memengaruhi kemakmuran pemegang saham, yaitu: efisiensi investasi modal kerja (3,98) dan utilisasi investasi aktiva tetap (3,83).

Tabel 2 menyajikan laporan hasil survei kepada direktur keuangan atas pertanyaan: “apa faktor penting yang berpengaruh terhadap kemakmuran pemegang saham”.

Ketiga, beberapa jenis kegiatan perusahaan untuk kemakmuran sosial yang penting dan sangat penting dinyatakan oleh responden (Tabel 3) yaitu: (a) produk hemat energi (89,15%), (b) mengurangi beban sosial (71,09%), dan (c) pengurangan emisi CO2 (67,47%). Rata-rata responden yang menyatakan lebih dari penting kegiatan perusahaan yang berkontribusi pada kemakmuran sosial, yaitu: produk hemat energi (4,35). Rata-rata responden yang menyatakan lebih dari cukup penting kegiatan perusahaan berkontribusi terhadap kemakmuran sosial, yaitu: mengurangi beban sosial (3,95) dan pengurangan emisi CO2 (3,92).

Tabel 3 menyajikan laporan hasil survei kepada direktur keuangan perusahaan untuk memberikan pendapatnya tentang pertanyaan “apa jenis kegiatan penting perusahaan berkontribusi pada peningkatan kemakmuran sosial?” Hasil survei ini

Tabel 1. Hasil Survei Tujuan Keuangan Bisnis Hijau

	Mean	Tidak Penting dan Sangat Tidak Penting	Cukup Penting	Penting dan Sangat Penting
Kemakmuran pemegang saham	4,23	4,82%	13,25%	81,92%
Kemakmuran sosial	4,34	0,00%	10,84%	89,16%
Keberlanjutan sumberdaya alam	3,94	4,81%	25,30%	69,88%

Tabel 2. Faktor yang Berpengaruh terhadap Kemakmuran Pemegang Saham

	Mean	Tidak Penting dan Sangat Tidak Penting	Cukup Penting	Penting dan Sangat Penting
Pertumbuhan penjualan	4,58	0,00%	7,23%	93,77%
Penurunan biaya modal	4,34	1,20%	14,46%	84,33%
Efisiensi investasi modal kerja	3,98	3,61%	24,10%	72,29%
Utilisasi investasi aktiva tetap	3,83	8,43%	21,69%	69,88%
Efisiensi biaya operasional	4,19	0,00%	18,07%	81,94%
Inovasi proses	4,10	2,41%	22,89%	74,70%
Inovasi produk	4,08	4,82%	21,69%	73,49%

merupakan ringkasan jawaban dari 83 responden yang mengembalikan dan mengisi kuesioner survei.

Keempat, kegiatan perusahaan untuk menjaga keberlanjutan perusahaan yang penting dan sangat penting diwujudkan dalam beberapa jenis kegiatan (Tabel 3), yaitu: (a) inovasi teknologi bersih (81,93%), (b) proses daur ulang produk (78,31%), dan (c) inovasi pengurangan keragaman bahan baku (62,65%). Perusahaan menyadari bahwa keberlanjutan sumberdaya alam dapat dicapai dengan kegiatan inovasi proses dan inovasi produk berbasis teknologi bersih. Rata-rata responden yang menyatakan pendapatnya lebih dari penting kegiatan perusahaan berkontribusi terhadap keberlanjutan sumberdaya alam, yaitu: inovasi teknologi bersih (4,05). Rata-rata responden menyatakan lebih dari cukup penting kegiatan perusahaan yang berkontribusi terhadap keberlanjutan sumberdaya alam, yaitu: proses daur ulang (3,84) dan pengurangan keragaman jenis bahan baku dalam produk jadi (3,71).

Tabel 4 menyajikan laporan hasil survei kepada direktur keuangan perusahaan untuk memberikan pendapatnya tentang pertanyaan “apa jenis kegiatan perusahaan yang dapat menjaga keberlanjutan sumberdaya alam?” Hasil survei ini merupakan ringkasan jawaban dari 83 responden yang mengembalikan dan mengisi kuesioner survei.

PEMBAHASAN

Bagi perusahaan Indonesia yang sudah mulai melakukan transformasi ke bisnis hijau tentunya juga mulai mengimplementasikan manajemen bisnis hijau. Buktinya, tujuan manajemen keuangan bisnis hijau bagi perusahaan di Indonesia telah mulai diperluas ke berbagi kemakmuran, yaitu: kemakmuran pemegang saham, kemakmuran sosial, dan keberlanjutan sumberdaya alam. Ketiga kemakmuran tersebut menjadi satu dalam tujuan manajemen keuangan bisnis hijau.

Perubahan penting dari keuangan bisnis hijau yaitu memasukan kemakmuran sosial dan keberlanjutan sumberdaya alam sebagai kriteria penciptaan nilai dalam pengambilan keputusan investasi, keputusan pendanaan, dan keputusan alokasi sumberdaya daya perusahaan. Manajemen risiko perusahaan juga perlu memasukan manajemen risiko kemakmuran sosial dan risiko keberlanjutan sumberdaya alam. Demikian juga, kinerja perusahaan juga perlu diperluas cakupannya tidak hanya kinerja keuangan perusahaan tetapi juga mencakup kinerja kemakmuran sosial dan kinerja keberlanjutan sumberdaya alam.

Dalam penciptaan nilai, pada mulanya tradisional keuangan perusahaan hanya berfokus pada satu tujuan yaitu maksimisasi nilai untuk peningkatan kemakmuran pemegang saham. Tetapi dalam keuangan bisnis hijau, penciptaan nilai untuk

Tabel 3. Hasil Survei Berbagi Kemakmuran Sosial

	Mean	Tidak Penting dan Sangat Tidak Penting	Cukup Penting	Penting dan Sangat Penting
Pengurangan emisi CO2	3,92	6,02%	26,51%	67,47%
Mengurangi beban sosial	3,95	1,20%	27,71%	71,09%
Produk hemat energi	4,34	1,20%	9,64%	89,15%

Tabel 4. Hasil Survei Keramahan Lingkungan

	Mean	Tidak Penting dan Sangat Tidak Penting	Cukup Penting	Penting dan Sangat Penting
Inovasi teknologi bersih	4,05	7,23%	10,84%	81,93%
Proses daur ulang	3,84	7,03%	25,30%	77,47%
Pengurangan keragaman bahan baku	3,71	8,43%	28,92%	62,65%

memenuhi beragam tujuan bagi para pemangku kepentingan perusahaan (*stakeholder*). Artinya, dalam keuangan bisnis hijau, teori pemangku kepentingan perusahaan (*stakeholder theory*) menuntut direktur keuangan untuk membuat keputusan keuangan bisnis hijau dengan memperhatikan seluruh kepentingan para pemangku kepentingan perusahaan, diantaranya yang terpenting adalah: pemegang saham, kelompok sosial, dan pemakai lainnya sumberdaya alam.

Tantangan bagi direktur keuangan dalam keuangan bisnis hijau adalah menjadikan beragam tujuan para pemangku kepentingan perusahaan menjadi sejalan dalam satu tujuan besar keuangan perusahaan dan menghindari perbedaan tujuan sebagai sumber konflik kepentingan. Hubungan yang baik antara direktur keuangan perusahaan dengan para pemangku kepentingan perusahaan akan memperkuat dan menjamin keberlanjutan kinerja perusahaan.

Direktur keuangan perusahaan perlu menyadari bahwa keuntungan perusahaan yang diperoleh dan digunakan sebagai sumber peningkatan kemakmuran pemegang saham haruslah sudah memperhitungkan beban-beban sosial dan biaya kerusakan dari ekstraksi sumberdaya alam. Oleh karenanya, dalam keuangan bisnis hijau keuntungan perusahaan harus sudah memperhitungkan kedalam biaya internal perusahaan atas biaya sosial dan biaya menjaga keberlanjutan sumberdaya alam.

Sepertinya keuangan bisnis hijau hanya akan menambah biaya operasional perusahaan, pendapat seperti ini keliru. Keuangan bisnis hijau membuka kesempatan kepada perusahaan melakukan inovasi untuk memperoleh efisiensi biaya dan inovasi produk untuk meningkatkan pertumbuhan penjualan. Keberlanjutan pertumbuhan penjualan memberi indikasi keunggulan bersaing perusahaan dan memicu juga penurunan biaya per unit produk sehingga pada akhirnya meningkatkan keuntungan perusahaan. Dampak besar dari pertumbuhan penjual-

an menjadikannya sebagai faktor penting yang berpengaruh terhadap kemakmuran pemegang saham.

Kemakmuran sosial dapat dicapai tanpa menimbulkan konflik dengan upaya maksimisasi perolehan keuntungan perusahaan. Dengan semakin mahalnya harga energi, kemampuan perusahaan menghasilkan produk hemat energi menjadi sangat penting untuk membantu meningkatkan kemakmuran sosial. Produk hemat energi bermanfaat untuk menurunkan biaya konsumsi energi. Kemampuan perusahaan menghasilkan produk rendah emisi CO₂ juga sangat membantu meningkatkan produktifitas kerja sosial sehingga perusahaan lebih mampu menjaga kemakmuran sosial. Perusahaan juga harus meningkatkan kapabilitasnya untuk berbisnis lebih bertanggungjawab dalam mengurangi negatif eksternalitas sosial.

Kegiatan menjaga kemakmuran sosial menambah biaya internal perusahaan tetapi kemakmuran sosial menciptakan manfaat besar bagi perusahaan berupa keberlanjutan permintaan produk dan keberlanjutan tersedianya tenaga kerja produktif, sehingga secara keseluruhan meningkatkan kinerja perusahaan.

Maksimisasi keuntungan perusahaan juga dapat sejalan dengan kegiatan perusahaan untuk menjaga keberlanjutan sumberdaya alam. Teknologi bersih diyakini sebagai solusi terbaik untuk menjaga keberlanjutan sumberdaya alam. Teknologi bersih dapat berkontribusi dalam pengurangan penggunaan sumberdaya alam, optimisasi proses produksi yang telah ada, pengurangan pemborosan penggunaan energi, mengurangi emisi CO₂, dan introduksi proses produksi bersih. Artinya, teknologi bersih dapat mengurangi dalam jumlah besar beban sumberdaya alam. Pemerintah perlu memiliki komitmen yang kuat untuk membantu atau bahkan memberi insentif bagi perusahaan yang melakukan inovasi teknologi bersih.

Daur ulang juga sebagai solusi untuk menjaga keberlanjutan sumberdaya alam. Proses daur ulang produk lebih sedikit menggunakan energi diban-

dingkan mengolah bahan baku untuk menghasilkan produk jadi. Dengan demikian, proses daur ulang produk juga dapat menghemat pemakaian sumberdaya alam. Bagi perusahaan daur ulang dan teknologi bersih dapat menghasilkan penurunan biaya yang besar.

Secara bersama-sama kegiatan meningkatkan kemakmuran pemegang saham, meningkatkan kemakmuran sosial, dan menjaga keberlanjutan dapat disatukan untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Merujuk pada *signaling theory*, perusahaan harus mampu menyampaikan signal kepada pelaku pasar modal dan komunitas sosial tentang implementasi keuangan perusahaan bisnis hijau. Positif signal kepada investor akan memberikan reaksi positif berupa kenaikan harga saham dan kepada pelanggan diharapkan bersedia membayar harga premium terhadap produk hijau dan layanan hijau. Dengan demikian, efektifitas implementasi *signaling theory* akan memberi manfaat besar bagi perusahaan yang menjalankan keuangan bisnis hijau dibandingkan dengan tambahan biaya yang harus dikeluarkan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Bisnis hijau menuntut manajemen bisnis baru yaitu manajemen bisnis hijau sebagai platform manajemen bagi perusahaan yang melakukan transformasi menjadi bisnis hijau. Konsekuensinya, dengan manajemen bisnis hijau diyakini dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan bisnis hijau. Salah satu aspek dari manajemen bisnis hijau adalah keuangan perusahaan bisnis hijau yang memiliki banyak perbedaan dibandingkan dengan tradisional keuangan perusahaan. Tujuan manajemen keuangan bisnis hijau harus dapat menyatukan kepentingan para pemangku kepentingan perusahaan, yaitu: penciptaan nilai ditujukan untuk memenuhi maksimisasi kemakmuran pemegang saham, meningkatkan kemakmuran sosial, dan menjaga keberlanjutan sumberdaya alam.

Bisnis hijau membuka peluang bagi perusahaan untuk mencapai tujuan manajemen keuangan bisnis hijau secara paralel. Maksimisasi kemakmuran perusahaan memfokuskan perhatian perusahaan pada pertumbuhan penjualan dan efisiensi biaya. Menjaga kemakmuran sosial dapat dicapai dengan inovasi produk yang hemat energi dan mengurangi negatif eksternalitas sosial. Inovasi teknologi bersih dan proses daur ulang produk dapat menjaga keberlanjutan sumberdaya alam. Peluang meningkatkan penjualan dan meningkatkan efisiensi biaya merupakan karakteristik penting bisnis hijau.

Saran

Keterbatasan eksploratori ini adalah jumlah perusahaan Indonesia yang melakukan implementasi bisnis hijau masih sedikit, sehingga menghalangi penelitian konfirmatori yang memerlukan ukuran sampel besar. Walaupun demikian, hasil eksploratori ini dapat dijadikan sebagai pijakan untuk melakukan lanjutan eksploratori manajemen keuangan bisnis hijau, yaitu: pendanaan hijau, investasi hijau, akuntansi manajemen hijau, dan pengukuran kinerja perusahaan bisnis hijau. *Grounded theory* juga dapat dipakai sebagai metode penelitian kualitatif untuk membangun teori-teori keuangan bisnis hijau.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambec, S. & Lanoie, P. 2008. Does It Pay to Be Green? A Systematic Overview. *Academy of Management Perspectives*, 22(4), 45-62.
- Baker, H.K., Saadi, S., Dutta, S., & Gandhi, D. 2007. The Perception of Dividends by Canadian Managers: New Survey Evidence. *International Journal of Managerial Finance*, 3(1), 70-91.
- Banerjee, S.B., Iyer, E.S., & Kashyap, R.K. 2003. Corporate Environmentalism: Antecedents and Influence of Industry Type. *Journal of Marketing*, April, 67(2): 106-122.
- Brammer, S. & Millington, A. 2008. Does It Pay To Be Different? An Analysis of The Relationship Be-

- tween Corporate Social and Financial Performance. *Strategic Management Journal*, Vol.29(12): 1325-1343.
- Drachter, K., Kempf, A., & Wagner, M. 2007. Decision Processes in German Mutual Fund Companies: Evidence From A Telephone Survey. *International Journal of Managerial Finance*, 3(1): 49-69.
- Elkington, J. 1994. Towards The Sustainable Corporation. *California Management Review*, 36(2): 90-100.
- Ernst & Young. 2008. Comparative Advantage and Green Business. *E&Y Report*.
- Fusaro, P.C. 2009. The New Green Business Model for Investment. *The Journal of Energy and Development*, 32(2).
- Haden, S.S.P., Oyler, J.D. & Humphreys, J.H. 2009. Historical, Practical, and Theoretical Perspectives on Green Management, *Management Decision*, 47(7): 1041-1055.
- Hull, C. & Rothenberg, S. 2008. Firm Performance: The Interactions of Corporate Social Performance with Innovation and Industry Differentiation. *Strategic Management Journal*, 29(7): 781-789.
- Lamond, D. 2007. Corporate Social Responsibility: Making Trade Work for the Poor. *Management Decision*, 45(8): 1359-1376.
- Lietz, P. 2010. Research Into Questionnaire Design: A Summary of The Literature. *International Journal of Market Research*, 52(2): 249-272.
- Marcus, A. & Fremeth, A.R. 2009. Green Management Matters Regardless. *Academy of Management Perspective*, August, 23(4): 17-26.
- Melnyk' S., Sroufe, R., & Calantone, R. 2003. Assessing the Impact of Environmental Management System on Corporate and environmental Performance. *Journal of Operations Management*, 21(3): 329-351.
- Miles, M.P & Covin, J.G. 2000. Environmental Marketing A source of Reputational, Competitive and Financial Advantage. *Journal of Business Ethics*, 23(3): 299-311.
- Molina-Azorin, J.F. & Calver-Cortes, Enrique. 2009. Green Management and Financial Performance: A Literature Review. *Management Decision*, 47(7)
- Neuhauser, K.L. 2007. Survey Research in Finance. *International Journal of Managerial Finance*, 3(1): 5-10.
- Porter, M.E. & Kramer, M.R. 2011. Creating Shared Value. *Harvard Business Review*, January-February
- Siegel, D.S. 2009. Green Management Matters Only If It Yields More Green: An Economic Strategic Perspective. *Academy of Management Perspective*, August.
- Starik, M. & Marcus, A.A. 2000. Introduction to the Special Research Forum on the Management of Organization in the Natural Environment: A Field Emerging From Multiple Paths, with Many Challenges Ahead. *Academy of Management Journal*, 43(4): 539-546.
- Unruh, G. & Ettenson, R. 2010. Growing Green: Three Smart Paths to Developing Sustainable Products. *Harvard Business Review*, June.