

## Kelestarian: Orientasi Relevan untuk Perusahaan Masa Depan



**ASNAN FURINTO**

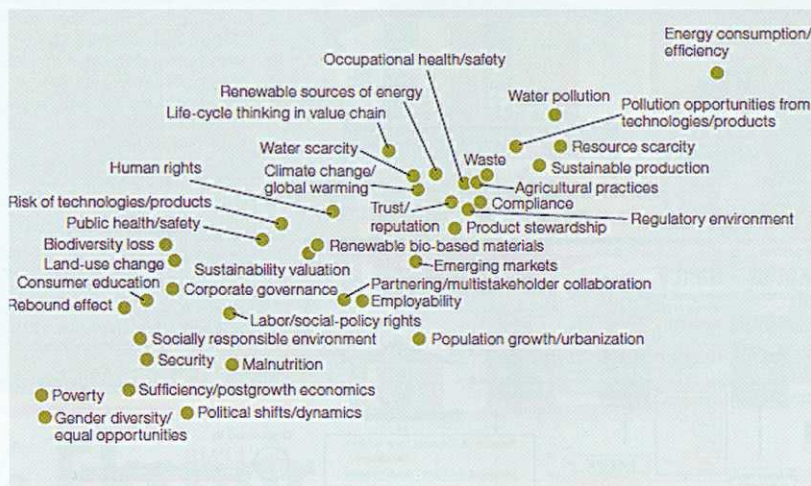
Marketing Scientist

Pengamat Strategi dan Kebijakan Publik

**K**onsep “sustainability” atau kelestarian sebenarnya sudah dikenal cukup lama di dalam dunia bisnis, mungkin sejak 20–30 tahun yang lalu. Kelestarian menyangkut sejauh mana program, proses bisnis, produk, dan jasa perusahaan dibangun dengan senantiasa mempertimbangkan faktor-faktor alam dan sosial, bukan hanya faktor ekonomi.

Dalam survei yang dilakukan UN Global Compact baru-baru ini, 84% dari 1.000 CEO global di berbagai industri setuju bahwa sektor bisnis harus aktif terlibat dalam gerakan kelestarian untuk menghadapi masalah-masalah global dunia seperti perubahan iklim, kemiskinan, kurangnya akses air minum yang aman. Namun demikian, sekitar 70% CEO mengakui bahwa sektor bisnis belum cukup banyak berbuat konkret untuk menghadapi isu-isu kelestarian global tersebut.

Boleh jadi fenomena seperti di atas disebabkan banyaknya perusahaan yang masih memandang bahwa adopsi konsep kelestarian hanya akan menjadi beban atau biaya tambahan untuk organisasinya. Ada beberapa penelitian yang membuktikan bahwa pandangan tersebut tidak benar. Penelitian Deutsche Bank (2012) menunjukkan bahwa perusahaan dengan rating tinggi di kinerja ESG (*environment*, *social*, *governance*) ternyata memiliki biaya utang dan biaya modal yang lebih rendah dibanding perusahaan yang jeblok kinerja ESG-nya. Hampir 90% menunjukkan bahwa kinerja



Sumber : McKinsey on Sustainability & Resource Productivity, July 2014

perusahaan dengan rating ESG tinggi, berada di atas rata-rata industri dalam jangka waktu 3 tahun sampai 10 tahun. Berdasarkan penelitian Bonini dan Swartz (2014) dari McKinsey juga ditemukan korelasi signifikan antara efisiensi sumber daya dan kinerja finansial perusahaan di berbagai industri, seperti makanan kemasan, bahan kimia, farmasi, otomotif, semi konduktor.

Ada banyak ragam dan variasi implementasi konsep kelestarian yang dapat dilakukan perusahaan. Perusahaan kimia BASF, memiliki matriks pemetaan berbagai aktivitas kelestarian yang saat ini dilakukan, seperti dapat dilihat di grafik. Hal ini bisa menjadi referensi bagi perusahaan lain yang ingin menerapkan konsep kelestarian dalam aktivitas-aktivitas yang relevan dengan bisnisnya.

Masih dari laporan McKinsey, para investor di Amerika Serikat semakin serius mempertimbangkan sejauh mana orientasi kelestarian dimiliki sebuah perusahaan sebelum mereka mengucurkan dananya untuk investasi kegiatan kelestarian. Antara tahun 1995–2012, tercatat peningkatan investasi jenis ini sebesar 486%, lebih tinggi dari pertumbuhan investasi seluruh aset yang “hanya” 376%. Sampai tahun 2014, *share* dari investasi berbasis kelestarian sudah mencapai sekitar 11% dari seluruh total aset kelolaan di Amerika.

Di Indonesia, telah ada PP no. 47/2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Hal ini bisa dilihat sebagai keseriusan pemerintah untuk melibatkan sektor swasta dalam mengemban tanggung jawab lingkungan dan sosial (CSR). Dana CSR di Indonesia yang mencapai puluhan triliun rupiah per tahun sudah seharusnya dikelola dengan lebih fokus dan akuntabel. CSR bukanlah kegiatan residual, tetapi kegiatan investasi untuk menjamin masa depan perusahaan itu sendiri.

Pemenuhan kewajiban terhadap PP tersebut harusnya adalah batas “minimal” untuk menjadi perusahaan yang peduli terhadap kelestarian. Perusahaan dengan orientasi kelestarian bahkan sudah mengintegrasikan ruh CSR ke dalam rantai nilai atau proses bisnisnya. Tidak ada masa depan tanpa adanya kelestarian sosial dan lingkungan, karena itu perusahaan masa depan adalah perusahaan yang berorientasi pada kelestarian.

Pada tataran makro, jika semua perusahaan sudah memiliki orientasi kelestarian dan tentunya menerapkan nilai-nilai tersebut dalam proses bisnisnya masing-masing, maka modal alam sebuah negara dapat digunakan dengan lebih bijak dan efisien dalam menopang kegiatan ekonomi di negara tersebut. ■

Asnan Furinto