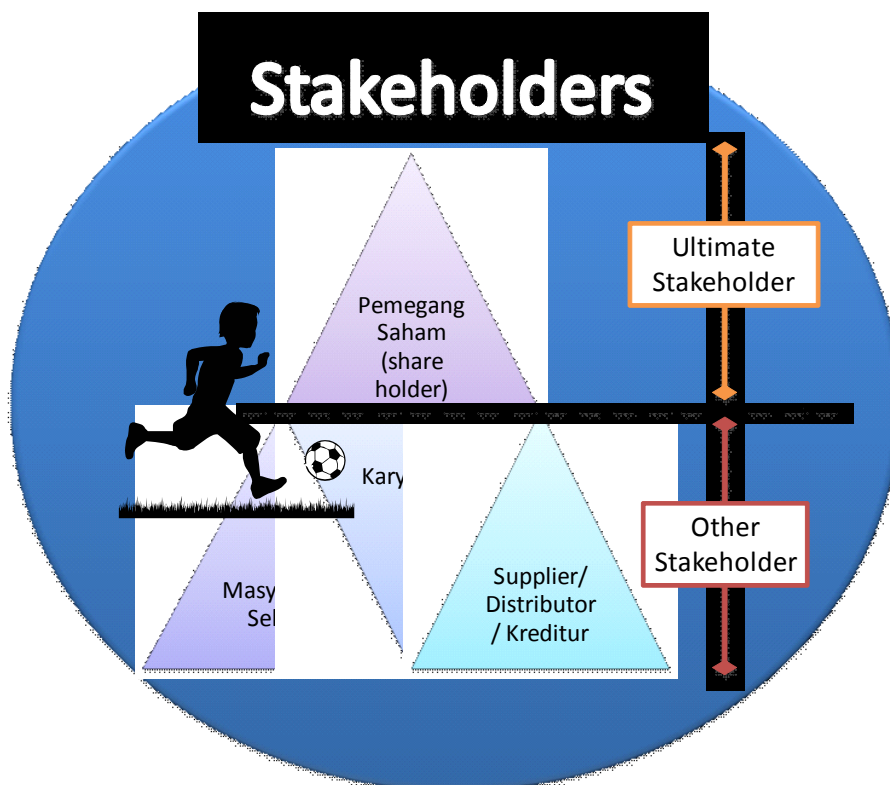


MENSINERGIKAN KEPENTINGAN SHAREHOLDER & STAKEHOLDER

Mas Achmad Daniri*
dan
Angela Indirawati Simatupang**

Tren pengurusan korporasi saat ini mengarah pada upaya mensinergikan kepentingan shareholder dengan kepentingan stakeholder lainnya. Sebelum kita masuk lebih jauh dalam pembahasan topik ini, perlu kita samakan dulu pemahaman tentang stakeholder dan shareholder.

Argumen bahwa perusahaan menempatkan kepentingan stakeholder diatas kepentingan shareholder bisa jadi benar, asalkan definisi dari stakeholder juga jelas. Sebenarnya pemegang saham adalah bagian dari stakeholder, bukan sesuatu yang terpisah. Namun shareholder adalah pemangku kepentingan utama. Karena apa? Karena pemegang saham menanamkan modalnya dalam perusahaan dimana sekaligus juga menanggung risiko kehilangan modalnya. Sedangkan pemangku kepentingan lainnya, tidak secara langsung memiliki keterkaitan dalam penyertaan modal perusahaan.



Apakah memang penting bagi perusahaan untuk memperhatikan kepentingan berbagai stakeholder? Tentu saja, karena perusahaan dapat menghasilkan keuntungan maksimal secara langgeng jika mendapatkan dukungan penuh dari seluruh stakeholder. Yang diperlukan adalah bagaimana mensinergikan kepentingan shareholder dengan kepentingan stakeholder lainnya, sehingga memberikan manfaat optimal bagi semua pihak. Namun tentu saja tidak berarti bahwa

perusahaan harus memikirkan kepentingan stakeholder lainnya diatas kepentingan pemegang saham.

Bagaimana kalau kepentingan stakeholder lainnya yang diutamakan diatas kepentingan shareholder? Coba bayangkan misalnya rumah dikelola dengan teori stakeholder yang mengutamakan kepentingan stakeholder lainnya diatas kepentingan pemilik rumah. Maka, halaman anda akan menjadi taman publik, juga garasi anda mungkin akan menjadi ruang serbaguna untuk karang taruna. Yang pasti kita akan kehilangan privacy. Itu sebabnya mengapa perusahaan harus dikelola sesuai tujuan didirikannya perusahaan sebagai perwujudan kepentingan pemegang saham.

Namun mengutamakan kepentingan pemegang saham tanpa mempertimbangkan kepentingan stakeholder yang mempunyai risiko (stake) dalam kelangsungan hidup perusahaan juga tidak sepenuhnya benar. Perusahaan umumnya sudah bukan dimiliki oleh individu, apalagi dengan model peningkatan modal melalui pasar modal. Perusahaan kini dimiliki oleh banyak pemegang saham, dan manajemennya diserahkan kepada profesional. Ditambah lagi ada saja pemegang saham yang menyertakan modalnya untuk tujuan spekulasi pasar. Pemegang saham jenis ini dipastikan tidak terlalu peduli dengan kebijakan perusahaan, karena belum tentu memiliki kepentingan yang sama untuk menjaga kelangsungan perusahaan. Keterlibatan stakeholder dalam pengoperasian perusahaan juga bisa menimbulkan banyak gangguan terhadap proses manajemen, itu sebabnya perlu ada batasan keikutsertaan stakeholder dalam operasional perusahaan.

Jika pendekatan stakeholder diterapkan, maka model yang baik seharusnya dapat membantu mengatasi kompleksitas persoalan yang ada. Dalam pengelolaan perusahaan, pemegang saham perlu diberikan porsi perhatian yang cukup. Namun, menjadikan perusahaan warga negara yang baik juga merupakan hal penting bagi perusahaan maupun komunitas. Umumnya dalam jangka panjang akan membantu meningkatkan nilai tambah bagi pemegang saham.

Bagaimana kita mensinergikan kepentingan berbagai pihak? Tentu saja model tersebut perlu disesuaikan dengan sistem hukum, perbedaan kepentingan, karakter bisnis, kondisi lingkungan, serta kultur bangsa. Model tersebut harus tetap menjaga keberadaan pengendalian risiko dalam setiap proses bisnis juga mampu menangkap peluang bisnis. Kita perlu mendefinisikan apa sebenarnya kepentingan stakeholder, komponen didalamnya, serta bobot yang wajar dari setiap komponen. Dengan demikian kepentingan stakeholder bisa dipastikan dapat bersinergi dengan kepentingan pemegang saham.

Dalam melakukan sinergi, kepentingan berbagai pihak diselaraskan dengan tujuan perusahaan. Salah satu cara adalah dengan menerapkan Corporate Social Responsibility (CSR) menjadi

bagian integral strategi perusahaan. CSR disini memasukan berbagai komponen tanggungjawab perusahaan terhadap stakeholder dan juga tanggung jawab perusahaan dalam meningkatkan keuntungan. Sebagai contoh, salah satu produsen sabun memiliki misi untuk membuat 5 miliar orang di Asia dan Afrika dapat memenuhi kebutuhan higienis. Misi ini dilandasi oleh fakta bahwa 2,2 juta anak dibawah usia 5 tahun meninggal karena diare dan 1,9 juta anak dibawah usia 5 tahun meninggal karena infeksi pernapasan serius. Berdasarkan studi yang dilakukan, dengan menjaga kebersihan tangan, risiko terkena diare dapat dikurangi sebesar 40% serta risiko terkena infeksi pernapasan dapat dikurangi sebesar 30%. Selaras dengan misi tersebut, disusun strategi untuk meningkatkan kesadaran dan pola hidup sehat. Implementasi strategi ini antara lain dengan program “Berbagi Sehat” yang diluncurkan sejak tahun 2004 untuk mengkampanyekan hidup bersih mulai dari cuci tangan. Bentuk pelaksanaannya, disatu sisi perusahaan mengeluarkan biaya untuk mempromosikan pola hidup sehat kepada masyarakat. Sedang dari sisi bisnis terlihat ada kenaikan penjualan produk sabun antiseptik. Dengan demikian kepentingan pemegang saham juga terpenuhi, buktinya dividen final yang diberikan meningkat setiap tahun dari Rp 80 per lembar saham di tahun 2003 hingga Rp 167 per lembar saham di tahun 2007.

Contoh lain adalah produsen mobil yang berusaha mengefisiensikan penggunaan bahan bakar, menjadikan ramah lingkungan, mengurangi efek pemanasan global, sekaligus menguntungkan bagi konsumen. Ditengah krisis keuangan, masyarakat semakin sadar akan efisiensi dan ramah lingkungan, sekaligus sebagai pemicu penjualan dan keuntungan. Profitabilitas yang tinggi pada giliran berikutnya juga dapat meningkatkan kesejahteraan bagi karyawan perusahaan.

* Mas Achmad Daniri, Ketua Komite Nasional Kebijakan Governance.

**Angela Indirawati Simatupang, Anggota Tim Penyusun Pedoman Umum GCG, KNKG.