

KONSEP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY BERBASIS CATUR PURUSA ARTHA

Desak Nyoman Sri Werastuti

Universitas Pendidikan Ganesha, Jl. Udayana 11a, Singaraja 81116
Surel: weras_tuti@yahoo.com

<http://dx.doi.org/10.18202/jamal.2017.08.7057>



Jurnal Akuntansi Multiparadigma
JAMAL
Volume 8
Nomor 2
Halaman 227-429
Malang, Agustus 2017
ISSN 2086-7603
e-ISSN 2089-5879

Tanggal Masuk

17 Februari 2017

Tanggal Revisi

03 Agustus 2017

Tanggal Disetujui

31 Agustus 2017

Abstrak: Konsep Corporate Social Responsibility Berbasis Catur Purusa Artha. Penelitian ini bertujuan mengkonstruksi konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) berbasis *Catur Purusa Artha* (CPA). Penelitian ini menggunakan studi filosofi budaya dan wawancara informan sebagai alat untuk konstruksi. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa definisi CSR berbasis CPA merupakan pelaksanaan *dharma* dan berlandaskan *kama* untuk mencapai *moksa*. CSR berasal dari *artha* organisasi yang didistribusikan sebesar-besarnya bagi kemakmuran masyarakat dan lingkungan. Definisi ini memberikan rasa keadilan, stimulasi kepatuhan, nilai spiritualitas, serta cinta terhadap diri sendiri, orang lain, makhluk hidup, lingkungan, dan Tuhan.

Abstract: Corporate Social Responsibility Concept Based on Catur Purusa Artha. This study aims to construct the concept of *Corporate Social Responsibility* (CSR) based on *Catur Purusa Artha* (CPA). This study uses cultural philosophy and informants interview as a tool for construction. The findings in this study indicate that the definition of CPR based on CPA is the implementation of *dharma* and based on *kama* to reach *moksa*. CSR comes from organization's *artha* that is distributed as much as possible to the prosperity of society and environment. This definition provides a sense of justice, stimulation of obedience, value of spirituality, and love to self, others, living beings, environment, and God..

Kata kunci: *catur purusa artha*, *csr*, kearifan lokal

Sejak disahkannya Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 oleh DPR pada Juli 2007 isu mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau dengan istilah lain tanggung jawab sosial menjadi sumber polemik di kalangan DPR, pemerintah, dan pelaku usaha. Pro-kontra yang terjadi terkait dengan CSR yang dianggap sebagai kewajiban perseroan hingga sekarang belum juga usai. Sebagian pelaku usaha masih bersikeras menolak CSR sebagai kewajiban perseroan, tetapi pemerintah masih tetap bersikukuh dalam menghadapi penolakan tersebut. Pemerintah berprinsip bahwa CSR harus tetap menjadi kewajiban perseroan. Adapun yang menjadi alasannya adalah terdapat kerugian masyarakat dan lingkungan yang jumlahnya tidak sedikit sebagai akibat dari aktivitas bisnis yang dilakukan oleh perse-

roan dengan tujuan untuk memaksimalkan keuntungan. Perilaku bisnis yang tidak etis serta tidak ramah lingkungan dan sosial mengakibatkan kian rusaknya lingkungan dan bencana alam. Kerugian yang ditimbulkan serta pengorbanan negara untuk mengatasi masalah-masalah sosial dan lingkungan jauh lebih besar dibandingkan dengan berbagai manfaat dan keuntungan yang telah dan bisa diterima negara dari perusahaan berwujud CSR dan royalti, lapangan kerja, suplai barang, dan lainnya (Narsa & Irwanto, 2014; Rini, 2015).

Pertanyaannya, dalam polemik tersebut, siapakah yang benar? Kalangan pelaku bisnis ataukah DPR dan pemerintah? Menurut peneliti jika ditelusuri lebih jauh, masalah tersebut terjadi karena pelaku bisnis, serta DPR dan pemerintah telah salah me-

mahami konsep CSR. Salah kaprah pertama adalah pemerintah dan DPR telah mengonsepsikan secara sempit, ambigu, dan diskriminatif hakikat dari CSR. Kedua, pelaku usaha telah memahami secara sempit konsep CSR sebagai beban periodik yang akan merugikan pemilik dan membebani perseoran. Pasal 74 ayat (1) peneliti nilai sangat diskriminatif karena lebih menekankan aspek sarat nilai materialisme dan pemaksaan. Pasal 74 ayat (2) mengisyaratkan CSR akan dijadikan sebagai beban periodik perusahaan dan cenderung akan merugikan pemilik karena laba akan berkurang. Namun, sebenarnya ayat tersebut justru menekankan bahwa beban masyarakat akan semakin bertambah (Darmayasa & Aneswari, 2016; Rismawati, 2015).

Selain tersurat pada Undang-Undang, pemaknaan CSR juga dilakukan oleh Lin, Chang, & Dang (2015), Surroca, Tribó, & Waddock (2010), dan Gray (2010) yang menyatakan bahwa CSR merupakan proses pengomunikasian efek lingkungan dan sosial kepada beberapa kelompok tertentu dalam suatu lingkungan dari tindakan ekonomi organisasi. CSR biasa digunakan dalam hubungannya dengan bisnis, termasuk organisasi secara luas, serta digunakan oleh institusi pemerintahan dan bahkan institusi pendidikan (Bakar & Ameer, 2011; Alafi & Hasonah, 2012; Burritt, Elfenbein, & Walsh, 2011). Belkaoui & Karpik (1989), Hull & Rothenberg (2008), Chang (2011), dan Chen, Chang, & Lin (2012) mendefinisikan CSR sebagai proses untuk memilih variabel, mengukur, dan menghasilkan pengukuran terhadap kinerja sosial pada tingkatan dalam organisasi; yang mengembangkan informasi secara sistematis agar berguna untuk evaluasi kinerja sosial organisasi tersebut, dan kemudian melakukan komunikasi bahwa informasi kepada kelompok sosial tersebut merupakan sesuatu hal yang penting, baik untuk eksternal maupun internal organisasi.

Dalam pasal 74 ayat (1) UU PT Nomor 40 Tahun 2007 dinyatakan bahwa perseoran yang menjalankan kegiatan usaha dalam bidang dan/atau yang berkaitan dengan pengelolaan sumber daya alam diharuskan melaksanakan CSR. Pasal 74 ayat (2) menyatakan bahwa CSR sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseorangan yang dianggarkan dan diperhitungkan dalam bentuk biaya bagi perseoran yang pelaksanaannya dilakukan

dengan memperhatikan kewajaran dan kepatutan. Artikel dan penelitian yang mengajukan sebuah konsep konstruksi mengenai makna CSR dalam UU PT tersebut masih terbatas. Sebab definisi CSR terutama yang telah tertuang dalam UU dianggap sebagai sesuatu yang perlu diikuti dan ditaati serta telah mapan. Sementara itu, menurut peneliti, sangat penting untuk dilakukan kritik terhadap sesuatu hal meskipun telah diikuti banyak orang dan mapan. Kritik dilakukan untuk membebaskan makna CSR dari materialisme. Meskipun sudah ada beberapa upaya dari beberapa pihak untuk mengonstruksi hakikat dan manfaat CSR hingga menghasilkan wacana hakikat dan manfaat CSR yang baru, hasil konstruksi masih dinilai belum menghasilkan suatu konsep yang bebas dari modernitas dengan konsep materialisme sebagai satu cirinya. Belum ada penelitian yang mengungkap atau menggali bahwa definisi CSR akan berimplikasi terhadap penyusunan sistem dan kebijakan CSR, yang bermuara kepada praktik CSR oleh organisasi. Penelitian sebelumnya lebih menekankan penggalian motivasi perusahaan (Zu & Song, 2009) dan pengaruh CSR terhadap penghindaran pajak Watson (2014). Penelitian ini mencoba untuk menggali akar permasalahan tersebut dengan menarik ke atas dari tataran praktik, kemudian menuju tataran konsep, selanjutnya ke arah tataran pemikiran dan berlabuh pada tataran filosofi dalam penyusunan sistem dan kebijakan CSR di Indonesia.

Asumsi yang perlu dipahami dalam artikel ini bahwa fitrah manusia adalah taat kepada Tuhan. Sudah menjadi kewajiban manusia untuk secara sadar selalu menaati aturan agama. Religiusitas seseorang akan terlihat dari perilaku sosialnya (Kim, Park, & Wier, 2012). Hal ini dapat direfleksikan dalam kepatuhan organisasi dalam memenuhi kewajibannya dalam bidang CSR. Mengacu pada beberapa penelitian yang menggunakan perspektif nilai kearifan lokal Hindu, seperti yang dilakukan oleh Budiasih (2014) dan Widiastuti, Sukoharsono, Irianto, & Baridwan (2015), Aetikel ini mencoba mengambil salah satu *value* dalam kearifan lokal Hindu-Bali yang menjadi budaya sekaligus religiusitas bagi penganutnya. Sebuah agama dan budaya memang merupakan suatu hal yang tidak berwujud, tetapi wujud dari nilai yang terdapat di dalam agama serta budaya tersebut bisa dirasakan melalui manifestasi tindakan pemilik atau penga-

nut budaya dan agama tersebut. Ide untuk memadukan konsep CSR dengan nilai-nilai kearifan lokal Hindu-Bali CPA menjadi fokus dalam penelitian ini. Budaya sangat mempengaruhi perilaku dan tataran individu.

CPA merupakan sebuah konsep yang mencerminkan spritualitas Bali. Konsep CPA dalam relevansinya dengan CSR bermakna melindungi kesejahteraan dunia lahir batin sehingga CSR yang terpadu dengan nilai CPA akan menciptakan berbagai konsep yang humanis serta pemikiran yang luhur. Hal ini dilakukan agar semua tindakan bisa memberikan sumbangsih bagi sesama manusia, alam, beserta isinya. Berbudhi yang baik akan menuntun perusahaan untuk menjaga serta mengembangkan keberlanjutan usahanya dalam harmoni hidup. Adapun strategi untuk mencapai hal tersebut tidak lepas dari hubungan interaksi dengan diri, lingkungan social, dan Tuhan.

Beberapa penelitian belum menggunakan nilai lokal Hindu-Bali dalam menggali konsep CSR sehingga dengan menggunakan nilai lokal Hindu-Bali CPA untuk membaca sebuah teks, maka artikel ini bertujuan untuk mengonstruksi konsep CSR tersebut. Melalui perspektif CPA penelitian ini akan mengeksplorasi kearifan lokal guna mengonstruksi makna CSR terhadap suatu trilogi yaitu Tuhan, diri sendiri, dan lingkungan. Selain itu, penelitian ini juga sebagai bentuk penghargaan terhadap warisan budaya bangsa.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan interpretif untuk mengonstruksi konsep CSR berdasarkan perspektif CPA. Penelitian interpretif memberikan peran penting kepada peneliti dalam memberikan penafsiran dan pemaknaan terhadap data dan informasi hasil wawancara dengan informan. Penafsiran serta pemaknaan merupakan hasil refleksi peneliti dalam memahami fenomena yang menjadi objek dalam penelitian ini.

Alat analisis sebuah penelitian bisa menggunakan suatu budaya, misalnya Budaya Bali, sebagaimana dijelaskan dalam artikel Kamayanti (2015). Filosofi Hindu-Bali yang peneliti gunakan dalam penulisan artikel ini yakni *Catur Purusa Artha* (CPA). CPA merupakan sebuah lensa yang tepat untuk mengonstruksi konsep CSR saat ini sehingga perusahaan yang semula enggan melakukan CSR akan berubah menjadi lebih

sadar dalam melakukannya. CPA merupakan empat tujuan hidup umat Hindu. Melalui empat prinsip yang terkandung dalam CPA yakni *Dharma*, *Artha*, dan *Kama*, umat Hindu mencapai tujuan hidupnya yaitu *Moksa*. Selanjutnya, filosofi CPA ini peneliti hubungkan ke dalam ranah CSR. Peneliti memahami bahwa CSR, menurut Undang-Undang, merupakan salah satu mekanisme pemerintahan yang bertujuan agar perusahaan bertanggung jawab terhadap kelestarian lingkungan sehingga menjadikan CSR sebagai biaya periodik perusahaan. Nilai yang sarat dengan unsur materialitas serta meniadakan Tuhan dapat terlihat dengan jelas pada makna CSR. Hal tersebut merupakan suatu cerminan dari modernitas yang memarjinalkan nilai-nilai lokal dengan meniadakan keberadaan Tuhan dan mengarusutamakan materi (Djamhuri, 2011; Mulawarman, 2006; Triyuwono, 2006, 2009). Bahkan, makna CSR berdasarkan UU CSR saat ini juga menunjukkan unsur sarat dengan nilai materialisme dan pemaksaan. Hal inilah yang melatarbelakangi mengapa definisi tersebut seharusnya dikonstruksi.

Langkah konstruksi adalah suatu cara untuk memahami atau membaca teks dalam memberikan suatu konsep yang baru pada suatu teks yang telah dibaca. Selain itu, konstruksi merupakan suatu metode dengan cara menggabungkan suatu hal yang merupakan pusat atau logosentris dengan sesuatu yang lain sehingga akan menghasilkan makna yang baru. Dalam hal ini definisi CSR berdasarkan UU adalah logosentrisnya. Oleh karena itu, konstruksi jika diibaratkan menggabungkan oksigen dengan hidrogen yang akhirnya menjadi air (Triyuwono, 2011). Konstruksi definisi CSR dalam artikel ini dilakukan dengan konsep CPA melalui analisis berdasarkan konsep yang ada dalam CPA, yakni *Dharma*, *Artha*, *Kama*, dan *Moksa*. Makna CSR berdasarkan UU CSR akan dinilai apakah telah sesuai dengan empat *value* CPA tersebut. Hasil konstruksi CSR-nya adalah memasukkan empat *value* tersebut sebagai alat untuk menghilangkan unsur sarat nilai materialisme dan pemaksaan dan menghilangkan konsep yang secara eksplisit menunjukkan pengarusutamaan material.

Artikel ini mencoba untuk menyajikan hasil konstruksi dan memberikan suatu wacana mengenai beberapa pendapat yang telah diungkapkan oleh informan mengenai berbagai informasi atau fakta yang terkait dengan CSR dari sudut pandang keadilan.

Tabel 1. Daftar Informan

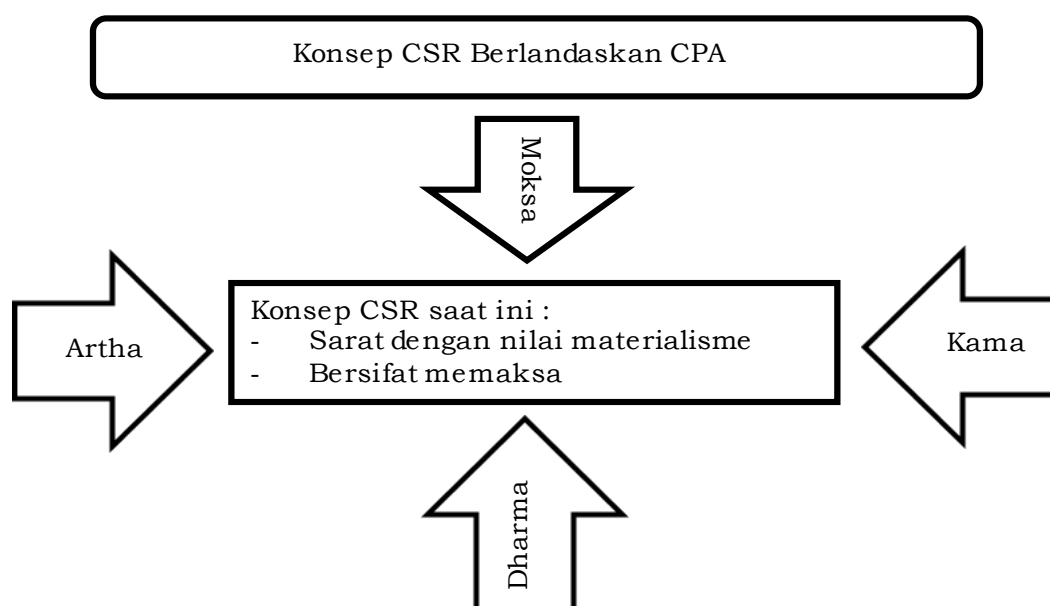
Subjek Informan	Keterangan	Waktu
Bapak Ketut Supartha	Akademisi (Dosen Akuntansi Keuangan)	Pengampu Diskusi informal, 1 Desember 2016
Bapak Made Ardana	Manajer Perusahaan "A"	Diskusi informal, 26 November 2016
Bapak Nyoman Ari	Akademisi yang keseharian juga sebagai pemimpin upacara umat Hindu	Diskusi informal, 20 November 2016

Hal ini bertujuan agar pembaca diberikan keleluasaan untuk tidak setuju atau setuju dengan berbagai konsep pemikiran yang akan peneliti ajukan dalam artikel ini. Dengan demikian, penelitian ini juga dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara dalam menggali berbagai pendapat, pemikiran, serta pemahaman dari berbagai pihak.

Informan penelitian difokuskan kepada informan yang menganut agama Hindu yang mengetahui serta terkait dengan program CSR. Informan penelitian mempunyai latar belakang akademisi dan manajer perusahaan yang telah menerapkan CSR dengan pertimbangan pihak-pihak tersebut yang merasakan ketidakadilan dari definisi CSR tersebut. Informasi mengenai informan penelitian, keterkaitan informan dengan praktik CSR beserta waktu wawancara disajikan pada Tabel 1.

Pengumpulan serta proses pengolahan data di dalam penelitian ini dilakukan

selama proses penelitian berlangsung. Data wawancara kemudian disusun berdasarkan tema-tema yang sejalan dengan empat tujuan hidup CPA yang terdiri dari *Dharma*, *Artha*, *Kama*, serta *Moksa*. Hal tersebut mempunyai tujuan untuk memudahkan konstruksi konsep CSR. Penyusunan tema-tema tidak bertujuan untuk membahas konstruksi konsep secara parsial, tetapi sebaliknya mengonstruksinya secara holistik. Konsep CSR sesuai dengan Undang-Undang yang mengandung sarat nilai materialisme dan pemaksaan selanjutnya berdasarkan tema-tema yang telah disusun dikonstruksi sesuai dengan CPA. Proses konstruksi konsep CSR adalah dengan memasukkan nilai-nilai *Artha* dan *Kama* yang berlandaskan *Dharma* untuk mencapai *Moksa*, dalam mewujudkan konsep CSR yang berkeadilan disajikan dalam Gambar 1.

**Gambar 1. Konstruksi Konsep CSR**

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perlunya konstruksi CSR berlandaskan konsep CPA. Pasal 74 ayat (1) diskriminatif karena lebih menekankan pemaksaan dan tidak mengedepankan suatu komitmen yang tumbuh dari dalam dirinya sendiri. Hal ini sudah tentu bertentangan dengan esensi dan hakikat CSR berdasarkan pemahaman internasional. Escrig, Muño, Fernández, & Rivera (2014, 2015), Lozano (2008), dan Elliott, Jackson, Peecher, & White (2014) berargumentasi bahwa CSR merupakan suatu komitmen secara berkelanjutan untuk melakukan kerja sama dengan para karyawan, keluarga, masyarakat, dan komunitas lokal untuk meningkatkan kualitas hidupnya. Makna lain dari CSR adalah suatu komitmen perusahaan untuk memberikan manfaat dalam pembangunan ekonomi dengan cara menciptakan keselarasan antara pencapaian kinerja sosial, kinerja ekonomi, dan lingkungan dalam semua proses bisnisnya secara berkesinambungan.

Terdapat pendapat dari informan peneliti mengenai konsep CSR. Pendapat Bapak Ari menyatakan sebagai berikut.

“Memang terdapat kontradiktif antara konsep CSR di Indonesia dengan konsep CSR di luar negeri. Ini menyebabkan CSR di Indonesia sangat jauh terbelakang dengan negara-negara di Asia. Hal ini terjadi karena masih kurangnya kesadaran para petinggi perusahaan untuk mementingkan lingkungan sekitar dan mereka hanya memikirkan keuntungan dan kelangsungan hidup dari perusahaan.”

Makna yang terdapat pada pernyataan serta definisi di atas adalah bahwa semua korporasi atau perusahaan wajib berkomitmen menciptakan perusahaan yang berkelanjutan melalui pelaksanaan CSR. Tujuannya agar perusahaan, masyarakat (termasuk di dalamnya buruh atau karyawan, komunitas lokal, konsumen, supplier, kreditor, investor, dan lain-lain) serta lingkungan dapat hidup berdampingan serta berkelanjutan. Di samping itu, keberadaan suatu korporasi sebaiknya tidak berfokus pada mencari laba, tetapi sebagai lembaga sosial dan merupakan bagian dari ekosistem setempat. Dengan demikian, perusahaan harus menjaga keselarasan antara pencapaian tujuan sosial dan lingkungan dengan pencapaian tujuan ekonomi.

Pasal 74 ayat (2) menyatakan bahwa CSR merupakan suatu kewajiban bagi perseorangan yang harus dianggarkan dan juga diperhitungkan dalam bentuk biaya bagi perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kewajaran dan kepatutan. Sepintas ayat itu mengisyaratkan CSR sebagai beban periodik perseroan sehingga setoran CSR kepada negara bisa berkurang. Namun, apabila dikaji lebih saksama, ayat tersebut justru memiliki makna bahwa beban yang ditanggung oleh masyarakat konsumen akan semakin bertambah. Hal ini disebabkan perusahaan akan memperhitungkannya ke dalam harga jual produknya dalam mengalokasikan anggaran biaya CSR. Jadi, walaupun pada awalnya CSR dianggap sebagai perseorangan, beban tersebut diubah menjadi beban konsumen. Di samping itu, ayat (2) juga memiliki makna yang bias karena mempunyai persyaratan mengenai kewajaran dan kepatutan dalam perhitungan anggaran CSR. Karena batasan kepatutan dan kewajaran memiliki sifat yang subjektif, ayat tersebut bisa mengakibatkan munculnya konflik kepentingan yang berkepanjangan antara masyarakat, perseroan, dan pemerintah.

CSR dianggap sebagai beban pada periode tertentu yang memiliki dampak yang merugikan pemegang saham dan perseroan. Memang, dari perspektif biaya hal tersebut akan berakibat pada penurunan laba bersih yang berdampak pada jumlah dividen yang akan diterima oleh pemegang saham. Namun, pemahaman tersebut mencerminkan bahwa para pelaku usaha yang ada di Indonesia masih mempunyai pola pikir yang terbelenggu oleh paradigma bisnis yang konservatif, dengan berbasis *shareholder-based approach* yang berasal dari suatu aliran ekonomi neoliberal. Paradigma ini mengedepankan adanya pencapaian laba yang sebesar-besarnya (*profit maximization*) serta meminimalisasi pengeluaran biaya sebagai wujud prestasi perusahaan. Pernyataan Freeman (1984) bahwa tujuan perusahaan adalah meningkatkan laba sehingga korporasi dapat menyeter CSR dalam jumlah yang meningkat kepada negara. Sementara itu, isu-isu sosial dan lingkungan menjadi tanggung jawab pemerintah. Pemerintah harus mengalokasikan dana CSR yang berasal dari perusahaan untuk kesejahteraan sosial dan kelestarian lingkungan. Hal tersebut adalah tanggung jawab sosial pemerintah. Bila perusahaan berkenan untuk membantu

sifatnya hanya sukarela. Dengan mewajibkan perusahaan menjalankan program CSR, pemerintah dinilai melanggar hak asasi manusia (HAM) yang dimiliki *shareholder* karena telah mengambil uang yang sebenarnya merupakan hak mereka. Bahkan, tidak bisa dipungkiri, korporasi yang melakukan CSR dewasa ini hanya sebagai media untuk membentuk citra positif korporasi berdasarkan pandangan dan penilaian sebagai *feedback* masyarakat terhadap kinerja dan eksistensi perusahaan. Korporasi tidak secara tulus ikhlas melaksanakan kegiatan ini. Tujuan akhirnya tetap hanya sebagai upaya untuk meningkatkan nilai korporasi di mata masyarakat dan investor khususnya.

Pemikiran Friedman banyak diadopsi pada tahun 1960-an sampai dengan tahun 1990-an pada berbagai negara, termasuk Indonesia. Hal tersebut digunakan dalam mengembangkan model pembangunan ekonomi bisnis. Akan tetapi, seiring dengan semakin meningkatnya eskalasi krisis lingkungan dan sosial yang memiliki dampak negatif terhadap berkelanjutan korporasi dan kinerja bisnis, maka pemikiran Friedman tersebut mulai ditolak dan akhirnya ditinggalkan. Teori *stakeholder* yang terjadi pada awal 1990-an, menyatakan bahwa perusahaan harus menjalin hubungan yang harmonis dengan para individu atau pihak yang dipengaruhi atau mempengaruhi dalam upaya untuk mencapai tujuan korporasi (Freeman, 1984). Hal ini kemudian menyadarkan para pelaku bisnis untuk lebih peduli kepada para *stakeholder* dan menganggap hal itu sebagai suatu hal yang sangat penting. Tanggung jawab dan kepedulian untuk menjaga keharmonisan hubungan tersebut dianggap sebagai strategi jitu bagi perusahaan untuk menciptakan keberlanjutan usaha (Benn & Bolton, 2011; Werther & Chandleer, 2011).

Di samping itu, pemikiran Friedman juga semakin terpinggirkan setelah kemunculan teori *triple bottom-line (TBL) business* yang dicetuskan oleh Elkington (1993, 2001). Dengan menganalisis hubungan antara masyarakat (*people*), lingkungan (*planet*), dan bisnis (*profit*) dalam suatu bentuk segitiga. Elkington menganggap bahwa yang menduduki pilar utama dalam suatu bisnis adalah lingkungan dan pilar kedua adalah masyarakat. Elkington menyatakan bila perilaku bisnis tidak ikut serta dalam memelihara lingkungan dan masyarakat yang telah menjadi *bottom-line* dalam bis-

nis atau dengan kata lain apabila lingkungan dan masyarakat sampai terdegrasi atau mengalami krisis, maka laba perusahaan dan keberlanjutan usaha akan menghadapi masalah yang serius. Untuk mempertahankan keberlanjutan bisnis, perusahaan perlu memadukan capaian tujuan sosial dan lingkungan dalam tujuan ekonomi.

Elkington (1997, 2001) juga berargumentasi ideologi bisnis mengedepankan pencapaian laba, menciptakan “korporasi belalang” dan “korporasi ulat” dalam jumlah yang besar yang sering melakukan eksploitasi serta merusak lingkungan, dan menimbulkan berbagai dampak degeneratif terhadap lingkungan dan masyarakat. Tidak sedikit korporasi yang memiliki perilaku tidak etis yang akhirnya tidak bisa menjaga kelangsungan hidup usahanya. Elkington menyatakan bahwa apabila menginginkan bisnisnya bisa tumbuh secara berkelanjutan, para pemilik modal harus menjadikan perusahaan mereka sebagai “korporasi lebah madu” atau “korporasi kupu-kupu”. Dua jenis korporasi tersebut memiliki perilaku bisnis yang akan memberikan dampak regeneratif kepada lingkungan dan masyarakat yang akan menghasilkan *return* secara berkelanjutan kepada perusahaan.

Dukungan terhadap pemikiran Elkington tersebut datang dari banyak kalangan (Benn & Bolton, 2011). Salah satunya datang dari Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) yang meminisiasi pembentukan *Global Compact* pada 2001 dan *Global Reporting Initiatives (GRI)* pada 1999. Kepedulian pelaku bisnis, lembaga-lembaga internasional, pemerintah, dan korporasi global ataupun nasional, dalam satu dekade terakhir, terhadap isu-isu CSR juga semakin meningkat. Hal ini menandakan bahwa usulan “*triple bottom-line business*” Elkington merupakan usulan yang logis serta bermanfaat untuk keberlanjutan korporasi dalam jangka panjang.

Terdapat pendapat dari informan peneliti mengenai konsep CSR yang membenarkan konsep *triple bottom-line business*. Pendapat Bapak Ardana sebagai berikut.

“Menurut peneliti, untuk bisa menekan terjadinya kerusakan lingkungan yang berimbas pada pemanasan global, maka alangkah baiknya pelaksanaan program CSR menggunakan konsep *triple bottom line*. Konsep

ini akan mendorong perusahaan untuk peduli dan cinta terhadap lingkungan dan masyarakat yang ada di sekitarnya”.

Jadi, yang menjadi tujuan perusahaan tidak hanya untuk mencari keuntungan sebagai perhatian utama yang mengakibatkan terjadinya eksploitasi terhadap sumber daya, tetapi korporasi memberi komitmen dan perhatian yang seimbang pada isu-isu lingkungan (*planet*) dan sosial (*people*). Jadi, CSR dianggap sebagai komitmen perusahaan untuk memiliki tanggung jawab secara legal, ekonomik, sukarela, dan etis terhadap berbagai dampak yang diakibatkan dari aktivitas ekonomi yang telah dilakukan terhadap lingkungan dan komunitas masyarakat. Di samping itu, dengan program CSR perusahaan secara proaktif melakukan berbagai upaya berkelanjutan untuk mencegah terjadinya berbagai dampak negatif atau berbagai risiko dari aktivitas ekonomi yang telah dilakukan perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat, dan meningkatkan kualitas lingkungan dan sosial yang merupakan *stakeholder*-nya sebagai wujud cinta korporasi terhadap masyarakat dan lingkungannya.

Batasan CSR tidak hanya sebesar tanggung jawab reaktif, sebagai akibat dari perusahaan yang telah menimbulkan dampak-dampak negatif, tetapi juga harus bertanggung jawab secara interaktif dan proaktif yaitu merumuskan berbagai program dan upaya yang berkesinambungan untuk mencegah berbagai risiko atau dampak negatif dalam kegiatan ekonomi terhadap lingkungan dan masyarakat. Hal-hal yang menjadi tanggung jawab perusahaan juga mencakup pengungkapan dan penyajian informasi CSR secara transparan, jujur, akuntabel dan kredibel yang disajikan kepada *stakeholder* dalam pengambilan keputusan.

Cinta korporasi kepada masyarakat dan lingkungan akan tetap memberi kemanfaatan materi, saling berbagi, dan kebermaknaan hidup. Artinya, bila konsep kekayaan hanya dianggap sebagai suatu bentuk ekonomi semata, akan menimbulkan suatu konflik kepentingan di atas hubungan kooperatif. Namun, jika konsep kekayaan sudah dipandang dalam bentuk trilogi, akan terdapat proses *trust* yang merasuk ke dalam mekanisme hubungan, *trust* yang memiliki landasan cinta dan saling berbagi. Dengan demikian, akan membuat alam menjadi le-

bih bermanfaat bagi banyak orang. Dampak positifnya ialah kondisi lingkungan menjadi terkendali, jenjang pendidikan masyarakat semakin meningkat, serta pemberdayaan sosial ekonomi masyarakat terpenuhi.

Pendapat lain dari informan peneliti mengenai konsep CSR sebagai sanggahan adanya konsep *triple bottom-line business*. Hal ini diutarakan oleh Bapak Ari dalam kutipan berikut ini.

“Menurut peneliti, selain konsep triple bottom line, sebaiknya CSR juga memasukkan konsep spiritualitas dengan menggunakan pedoman filosofi ajaran agama sehingga perusahaan atau organisasi secara tulus membayarkan dana CSRnya tanpa ada maksud pencitraan belaka. Selain itu, reformasi paradigma bisnis sangat diperlukan agar konstruksi konsep CSR tidak sia-sia”.

Pendapat di atas bermakna bahwa konstruksi konsepsi CSR akan mendatangkan hasil yang maksimal apabila diiringi dengan adanya reformasi dalam paradigma bisnis. Penolakan konsepsi CSR oleh pelaku bisnis sebagai kewajiban perseroan dengan berbagai alasan menunjukkan bahwa paradigma pelaku bisnis masih konservatif. Untung-rugi dan beban selalu dikaitkan dengan CSR.

Menurut peneliti pelaku bisnis harus mengkaji ulang orientasi dan fokus bisnis yang masih tertuju untuk mencapai *profit maximization* yaitu meraup keuntungan yang sebesar-besarnya. Hal tersebut menyebabkan pelaku bisnis terpacu untuk melakukan eksploitasi terhadap lingkungan, masyarakat, dan *stakeholder*. Eksploitasi itu berakibat pada semakin meningkatnya eskalasi masalah-masalah kerusakan lingkungan, sosial, dan bencana alam. Pada berbagai kasus, eksploitasi tersebut justru menjadi pemicu yang bisa merugikan perusahaan sendiri. Terdapat perusahaan yang akhirnya bangkrut, ditutup, atau memburuk kinerjanya karena adanya tuntutan pemerintah dan penolakan masyarakat. Selain itu, disebabkan perusahaan tidak lagi mendapat asupan dana dari kreditor atau pemodal karena melihat tingginya potensi risiko bisnis sebagai akibat dari lemahnya kepedulian perusahaan kepada lingkungan dan masyarakat.

Oleh karena itu, yang menjadi agenda mendesak adalah berupa reformasi paradigma bisnis yang dilakukan oleh pelaku bisnis dalam menyikapi krisis lingkungan dan isu-isu sosial. Pelaku usaha harus menyadari bila bisnis merupakan penyebab krisis atau menjadi bagian dari masalah lingkungan dan sosial. Di samping itu, pelaku usaha juga harus sadar bahwa eskalasi krisis lingkungan dan sosial memiliki potensi yang besar dalam mengganggu proses keberlanjutan bisnis dan usahanya. Oleh sebab itu, para pelaku bisnis perlu menerapkan berbagai langkah konkret secara berkelanjutan untuk bisa mengatasi dan mencegahnya dengan menciptakan program-program CSR yang relevan, terarah, dan efektif hasilnya.

Pelaku bisnis harus menyadari bahwa CSR yang merupakan kewajiban asasi korporasi tidak boleh dihindari. Dasar argumentasinya menurut pandangan akuntansi kontemporer adalah teori Akuntabilitas Korporasi. Teori tersebut menyatakan bahwa selain aktivitas kedermawanan, CSR juga merupakan aktivitas saling mengasihi (*stewardship*) dan bersifat sukarela. CSR juga harus dipahami telah menjadi “roh kehidupan” dalam praktik dan sistem bisnis serta menjadi suatu kewajiban asasi yang melekat. Alasannya adalah CSR merupakan suatu konsekuensi logis dari terdapatnya hak asasi untuk tumbuh dalam suatu area lingkungan bisnis yang diberikan oleh negara kepada korporasi. Bila tidak terjadi keselarasan di antara hak dan kewajiban asasi, maka dalam wilayah tersebut terdapat dua pihak, yaitu *losers* (masyarakat) dan *gainers* (korporasi) (Benn & Bolton, 2011). CSR merupakan kewajiban hakiki korporasi sebagai wujud tanggung jawab korporasi atas semua dampak yang ditimbulkan, baik secara tidak sengaja maupun sengaja, terhadap *stakeholder* inti (misalnya kreditor, pemegang saham, pemasok, pelanggan, karyawan, dan pemerintah) maupun terhadap lingkungan dan masyarakat tempat perusahaan beroperasi. Tujuan akhirnya adalah untuk menjaga keberlanjutan bisnis itu sendiri (Benn & Bolton, 2011).

Namun, pandangan di atas berbeda dengan konsep CSR yang bertujuan untuk menciptakan keberlanjutan bisnis. Setelah CSR dikonstruksi dengan memasukkan aspek spiritualitas dengan nilai-nilai agama, asumsi *going concern* (keberlanjutan bisnis) tidak digunakan. Menurut Wagner (2015) dan Montiel (2008) asumsi tersebut menan-

dakan bahwa perusahaan akan berlangsung sampai tak terbatas waktu dan terus hidup. Dengan demikian, selain Tuhan, ada yang akan terus hidup. Asumsi ini tidak sesuai dengan akhlak dan prinsip agama karena yang akan terus hidup sampai kapan pun tersebut hanya Tuhan. Agama lebih menganjurkan menyembunyikan kelangsungan hidup dalam perdagangan dan investasi dan secara tidak langsung menyembunyikan kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini bertujuan untuk mencegah adanya investasi atau aktivitas perdagangan dengan jangka waktu yang panjang. Menurut ajaran agama kelangsungan atau kekekalan suatu perusahaan pada dasarnya bersumber pada zakat/punia yang mereka bayarkan setiap tahunnya. Hal inilah yang sesuai dengan prinsip dan akhlak ajaran agama.

CSR yang dapat memberikan nilai spiritual dalam setiap kegiatan, pelaporan, dan pertanggungjawabannya memiliki fokus pada Sang Maha (*Creator*), yaitu mengakui Sang Maha adalah pemilik, sedangkan kita adalah pengelola, dan melakukan kontribusi yang bermanfaat pada semua makhluk ciptaan-Nya (*creation*, yaitu pencapaian hubungan sesama manusia dan lingkungan) dengan memberikan kejujuran informasi yang membuat keduanya (*Creator dan creation*) bahagia. Oleh karena itu, CSR berbasis spiritual akan terjadi hanya bilamana pengelola sebagai pelaksana kegiatan ketika melaporkan dan mempertanggungjawabkan semuanya senantiasa mengingat Sang Maha sebagai *shareholder* sekaligus *soulholder*, dan mengingat sesama ciptaan sebagai makhluk yang harus dibahagiakan dengan kontribusi yang dibuatnya.

Hal di atas tidak seperti realita yang terjadi dewasa ini, di mana korporasi melakukan kegiatan CSR bertopeng untuk melakukan aksi sosial, padahal sebenarnya tujuan akhirnya untuk meningkatkan laba melalui pencitraan. Terdapat rencana negatif di balik kegiatan CSR yang dilakukannya. Dengan demikian, bisa dilihat dampaknya, meski menggelontorkan dana CSR, tingkat kerusakan lingkungan terus meningkat yang terjadi akibat dari adanya perusakan lingkungan, seperti pembuangan limbah beracun, penebangan liar, penambangan yang tidak memperhatikan kelestarian lingkungan, dan kasus pada tahun 2015 yang terjadi di Indonesia yaitu pembakaran hutan.

CSR dengan nilai spiritual akan mampu memberikan kontribusi yang positif bagi

masyarakat dan lingkungan sekitar dengan menjadikan Sang Maha sebagai dasar dan jiwa. Hasilnya akan memberikan nilai-nilai kejujuran dalam setiap aspek kegiatannya sehingga mampu menurunkan praktik penyelewengan dan pelanggaran untuk mencapai kedamaian. Di samping itu, diperoleh nilai-nilai pelaksanaan kegiatan sampai dengan pelaporan pertanggungjawaban yang *honest, responsible, discipline, fast and accurate, fairness, visionary, empathy* dan *grateful* karena selain bertanggung jawab kepada diri sendiri, orang lain (masyarakat), dan lingkungan, juga harus bertanggung jawab kepada Tuhan. Basis CSR yang berbasis spiritual bukan sekadar *values* (nilai-nilai), tapi *belief* (kepercayaan/keyakinan). Keyakinan ini tidak hanya didasarkan pada ajaran agama, tapi juga pada nilai-nilai spiritual, yang sumbernya bisa dari kitab suci, hati nurani, atau konsensus-konsensus ideologi inti yaitu bisa menyatu dengan dirinya (*body, mind, soul*), dengan orang lain dan dengan orang sekitarnya yang berorientasi pada kebahagiaan atas kasih dan cinta kepada Sang Maha...*Ku* hadir menyapa-Mu Sang Maha...karena tujuan akhir dari hidupku hanyalah agar bisa menyatu dengan-Mu di akhirat nanti.

Konstruksi makna CSR dengan filosofi Catur Purusa Artha. Dengan berpegang teguh pada substansi konsep ketuhanan dalam semua agama adalah sama, maka peneliti menggunakan Filosofi *Catur Purusa Artha* dalam perspektif agama Hindu terkait dengan konstruksi konsep CSR. Ajaran agama Hindu dibangun dalam tiga kerangka dasar, yaitu *tattwa* (filsafat), *susila* (etika), dan acara agama (*upakara*). Ketiganya adalah satu kesatuan yang erat, integral, dan tak terpisahkan sebagai landasan tindakan keagamaan umat Hindu. *Tattwa* adalah aspek pengetahuan agama atau ajaran-ajaran agama yang harus dipahami dan dihayati oleh masyarakat terkait dengan aktivitas-aktivitas keagamaan yang telah dilaksanakan. *Susila* adalah aspek pembentukan sikap keagamaan yang menuju pada sikap dan perilaku yang baik sehingga menjadikan manusia mempunyai *wiweka jnana*, kebijaksanaan, dan kebajikan. Sementara itu, aspek acara (*upakara*) adalah tata cara pelaksanaan ajaran agama yang diwujudkan dalam tradisi upacara sebagai wujud simbo-

lis komunikasi manusia dengan Tuhannya. Dari ketiga kerangka dasar dalam ajaran Hindu dalam konteks bisnis dapat dijabarkan dalam konsep susila/etika. Etika mengandung makna bahwa dalam aspek-aspek kehidupan, "perilaku baik" harus dilakukan oleh manusia. Spickard (2010) mengatakan bahwa susila menurut pandangan Agama Hindu merupakan tingkah laku hubungan secara timbal balik yang harmonis dan selaras antara sesama manusia serta dengan alam semesta atau lingkungan yang dilandasi oleh kasih peneliting, keikhlasan, dan korban suci (*Yadnya*).

Pola hubungan tersebut meletakkan prinsip pada ajaran *Tat Twam Asi* yang mempunyai arti "Ia adalah engkau". Penjelasan adalah bahwa semua makhluk memiliki hak untuk hidup yang sama, menyakiti orang lain berarti pula menyakiti diri sendiri, dan sebaliknya menolong orang lain berarti telah menolong diri sendiri. Adanya jiwa sosial yang didasari oleh sinar tuntunan kesucian Tuhan, sama sekali bukan atas dasar pamrih kebendaan. Salah satu ajaran etika dalam Agama Hindu adalah Catur Purusa Artha. Manusia hadir di muka bumi ini, pada hakikatnya adalah upaya penebusan dosa melalui "reinkarnasi" untuk mencapai tujuan yang hakiki, seperti yang dinyatakan dalam Weda pada Kitab Brahma Purana sloka 228 45 yang berbunyi "*Dharma, artha, kama, moksana sarira sadhanam*" yang berarti bahwa badan yang disebut juga dengan istilah sarira ini hanya bisa dipergunakan sebagai sarana atau alat untuk mencapai adanya *Dharma, Artha, Kama, dan Moksa*. Hal inilah yang disebut dengan *Catur Purusa Artha* (Muniapan & Satpathy, 2013).

Dharma¹ itulah yang mengatur dan menjamin kebenaran hidup manusia. Keutamaan dharma merupakan sumber datangnya kebahagiaan, memberikan keteguhan budi dan menjadi dasar segala tingkah laku manusia, seperti yang tersaji dalam Siwalatri, Prijotomo, & Setijanti (2015). Kitab Suci Weda menegaskan bahwa Hyang Widhi/Tuhan Yang Maha Esa akan memberi karunia kebahagiaan baik dunia maupun akhirat kepada manusia yang selalu memahami dan melaksanakan ajaran *Dharma* (Rgveda, X.107.2; Rgveda, VII.32.8; Rgveda, I.125.6). *Dharma* merupakan ber-

1 Dharma mengandung arti bahwa segala tingkah laku yang mulia dan budi luhur, suci, senantiasa berpegang teguh pada ajaran-ajaran agama Hindu

(Dharma) sebagai landasan yang utama, untuk mencapai kesejahteraan serta kebahagiaan lahir bathin (Siwalatri, Prijotomo, & Setijanti, 2015).

bagai norma, nilai, dan aturan yang memiliki sumber dari konsensus dan kesepakatan manusia sendiri dan dari ajaran agama, dimana *dharma* sebenarnya merupakan dasar bagi seluruh aktivitas bisnis. *Dharma* dalam hal ini menjamin tertib hukum dan kepastian bagi aktivitas manusia di dalam proses pencapaian tujuan.

Artha merupakan harta benda yang digunakan untuk keperluan hidup. Konsep *artha* inilah akhirnya mendorong masyarakat untuk bekerja keras agar mendapatkan penghasilan yang digunakan untuk memenuhi berbagai kebutuhannya, baik kebutuhan dasar maupun kebutuhan untuk melaksanakan ritual dalam bentuk *yadnya*. Yang termasuk unsur-unsur *artha* adalah *wareg* yaitu perut kenyang, cukup makan/minum, *wastra* yaitu terpenuhinya pakaian/perhiasan, *wisma* yaitu terpenuhinya rumah yang sehat, *waras* yaitu terpenuhinya pendidikan agar pandai, bijaksana, dan terampil, serta *waskita* yaitu pikiran yang tenang dan cukup hiburan. Sementara itu, *Kama* merupakan keinginan, seperti keinginan untuk mempertahankan hidup, bebas dari rasa haus, lapar, dingin, panas, atau sakit.

Moksa, adalah capaian kebahagiaan yang sangat kekal serta abadi, manunggalnya Atma dengan Sang Maha Pencipta yaitu Paramatma. *Moksa* adalah alamnya brahman (Siwa Loka) yang mempunyai sifat sangat gaib serta terletak di luar batas pikiran manusia. *Moksa* juga memiliki sifat nirguna. Dengan demikian, tidak ada bahasa manusia yang dapat menjelaskan bagaimana sebenarnya alam *moksa* tersebut. *Moksa* hanya bisa dirasakan dan dinikmati oleh orang yang bisa mencapainya. Suatu alam *moksa* bukan bersifat khayalan, tetapi suatu yang benar-benar ada karena dikatakan oleh ajaran kebenaran (agama).

Konsep *Catur Purusa Artha*, sebagai filosofi tujuan hidup manusia, dengan sendirinya mengajarkan kita untuk senantiasa berbenah dan memperbaiki diri untuk menuju tercapainya *moksa* sebagai tujuan akhir. Berawal dari Tuhan dan kembali lagi ke Tuhan. Semua terjalin dalam satu kesatuan dengan tidak menegasikan antara satu tujuan dan tujuan lainnya. Secara harfiah memang dibenarkan manusia untuk mencari *artha* (*asset*) sepanjang *artha* tersebut diperoleh berlandaskan *Dharma* dan dipergunakan bukan untuk kepentingan individu, tetapi juga untuk sesama manusia, alam dan juga kembali ke Tuhan dalam bentuk

Yadnya. Hal ini sebagai antitesis dari konsep akuntansi syariah yang menggunakan pendekatan dan berbaur materialistik di mana manusia sebagai pusat materi dan lebih bersifat individualistik.

Di dalam Veda dinyatakan bahwa Tuhan Maha Ada, ada di mana-mana. Tuhan ada dalam hati, dalam diri kita, sehingga muncul istilah "Aham Brama Asmi" yang mempunyai arti bahwa "Tuhan adalah Aku, dan Tuhan juga berstana di dalam diri kita". Di dalam Mahavakya disebut dengan istilah "Tat Tvam Asi", yang mempunyai makna "kamu adalah Tuhan". Di dalam Yajur dan Atharvaved, II,1.3; Rgveda, X.82-3, dinyatakan bahwa "Pencipta kami, Bapak kami, Segala yang ada, Yang mengetahui semua tempat, Penguasa kami. Dialah satu-satunya, meskipun menggunakan nama dewa yang berbeda-beda. Hanya Dialah yang dicari melalui suatu renungan oleh semua makhluk". Atulaina (2012) menyatakan bahwa di dalam Rgveda, X.186.2, disebutkan "Ya Tuhanku, Engkau adalah Saudara kami, Bapa kami, dan Kawan kami". Artinya bahwa selain sebagai Penguasa, Bapak, dan Pencipta, Tuhan juga sebagai Saudara dan Kawan.

Tidak ada jarak dan batasan yang bisa memisahkan antara Tuhan serta makhluk ciptaan-Nya. Tuhan hanya satu, tidak ada yang lain yang menjadi tujuan manusia. Kekuasaan dan fungsi Tuhan yang sedemikian luas, tinggi, dan dalam, mengakibatkan Tuhan memanifestasikan diri dalam perwujudan dewa-dewa. Bisa dikatakan para dewa merupakan ciptaan Tuhan walaupun seakan-akan terlihat terpisah dari keberadaan Tuhan, padahal sebenarnya para dewa itu merupakan bagian integral dari kecemerlangan sinar dan kebesaran Tuhan. Hal ini terungkap di dalam Rigveda, bahwa "Tuhan Yang Maha Esa, Engkau merupakan guru yang penuh kebijaksanaan, agung, memberikan karunia dan nikmat kepada insan yang memiliki sinar cemerlang, semoga para pencari pengetahuan spiritual tahu rahasia 33 dewa ini."

Hal ini juga sebagai antitesis dari konsep CSR yang menggunakan pedoman akuntansi modern dengan menggunakan cara berfikir tunggal yakni dengan menegasikan pemikiran lainnya dan membenarkan satu pandangan saja yang benar dan mengatakan pandangan lain yang salah sehingga tidak menjadi satu-kesatuan yang utuh. Begitu pula dalam pengembangan CSR, seharusnya konsep manusia spiritual tidak dijabar-

kan secara terpisah sebagaimana yang kita rasakan sekarang, tetapi diintegrasikan ke dalam satu kesatuan yang utuh dalam rangka terwujudnya *moksa*.

Adapun yang menjadi benang merah pada artikel ini dikaitkan dengan pembahasan di atas adalah bahwa fitrah dan kodrat manusia pada dasarnya ingin mencari ketenteraman dengan kembali pada Tuhan Yang Maha Esa dengan cara selalu mematuhi semua aturan dan ajaran-Nya atau dalam konsep CPA adalah *Moksa* (menyatu dengan Tuhan). Nilai-nilai kearifan lokal yang selalu dipegang teguh oleh perusahaan harusnya dijadikan suatu tuntunan sehingga hati perusahaan/organisasi mampu tergerak untuk sadar dan taat melaksanakan CSR. Nilai-nilai lokal selama ini termarginalkan oleh nilai-nilai yang menjunjung kapitalisme. Bahkan cenderung lebih mendewakan materi atau harta dengan menyingkirkan dan bahkan melupakan keberadaan Tuhan sehingga tidak takut dalam berbuat dosa untuk memasukkan nilai-nilai lokal yang akan digunakan untuk mengonstruksi konsep CSR.

Hasil wawancara dengan berbagai informan akan disusun ke dalam tema-tema yang disesuaikan dengan konsep *Catur Purusa Artha*. Proses konstruksi konsep CSR dibantu melalui pemanfaatan hasil penelusuran pada berbagai literatur yang terkait dengan topik penelitian. Pandangan para informan penelitian akan disusun sesuai dengan urutan konsep Catur Purusa Artha.

Dharma, dalam konsep *Catur Purusa Artha*, merupakan tujuan hidup yang pertama. *Dharma* mengandung arti bahwa perbuatan yang suci, mulia dan budi luhur, suci, selalu berpedoman pada berbagai ajaran Agama Hindu (*Dharma*) sebagai landasan utama, untuk mewujudkan kebahagiaan dan kesejahteraan lahir batin. *Dharma* mengatur serta menjamin adanya kebenaran hidup pada diri manusia, dan merupakan sumber datangnya kebahagiaan, sehingga bisa memberi keteguhan budi, ketebalan iman, serta menjadi dasar segala tingkah laku manusia (Siwalatri, Prijotomo, & Setijanti, 2015). Kitab Suci Weda menegaskan bahwa Hyang Widhi/Tuhan Yang Maha Esa akan memberi karunia kebahagiaan baik dunia maupun akhirat kepada insan yang telah senantiasanya melakukan *Dharma* (Rgveda, VII.32.8; Rgveda, I.125.6; Rgveda, X.107.2). *Dharma* juga bisa diartikan sebagai menjalankan segala sesuatu baik dari segi perbuatan, pikiran, maupun perkataan manusia yang

sesuai dengan hal-hal yang diperintah oleh Tuhan Maha Besar. Bila dikaitkan dengan topik penelitian merupakan segala pikiran, perkataan, dan perbuatan manusia yang berkaitan dengan kewajibannya sebagai warga negara yang sesuai dengan ajaran agama. Manusia dalam penelitian ini mengacu kepada pengelola perusahaan.

Penjelasan mengenai konsep *Dharma* yang tercantum di dalam Kitab Sarasamucaya dalam sloka 8 adalah "Menjadi seorang manusia itu hanya diberikan kesempatan sebentar, yang tidak jauh berbeda dengan adanya kilatan petir, untuk itu sebaiknya digunakan untuk melakukan *dharma sadhana* sehingga bisa memusnahkan derita dan mendapatkan pahala berupa sorga."

Konsep *Dharma* dalam sloka 12 yaitu "Yang perlu diingat di dalam proses pencarian *artha* dan *kama* adalah melakukan terlebih dahulu yang sesuai dengan ajaran *dharma*. Dengan demikian, pasti akan diperoleh *Artha* dan *kama* tersebut, kecuali bila dalam prosesnya terdapat penyimpangan dari kebenaran yang ada.

Kedua sloka di atas memiliki makna yang lebih mendetail yaitu *dharma* sebaiknya digunakan sebagai pedoman dalam menjalani kehidupan yang hanya sebentar. Rejeki berupa *artha* yaitu materi, serta *kama* yaitu kesejahteraan lahir dan batin, pasti bisa tercapai pada saat hidup telah mempunyai keinginan untuk pengabdian atau beribadah kepada Tuhan. Sebagai pengelola perusahaan terdapat banyak cara dalam melakukan *dharma* yang selaras dengan kewajibannya sebagai warga negara, yaitu dengan melaksanakan program CSR secara tulus ikhlas. Selain itu, *dharma* yang dapat dilakukan pengelola perusahaan sebagai warga negara adalah melalui ketaatannya kepada peraturan atau regulasi secara ikhlas. Namun sebaliknya, sebagai otoritas, pihak DPR dan pemerintah juga harus melakukan *dharma* serupa. *Dharma* yang bisa dilakukan oleh DPR dan pemerintah dengan merancang peraturan perundang-undangan atau regulasi CSR dan peraturan lainnya secara adil sehingga tercipta kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat, serta kelestarian lingkungan menjadi terjaga.

Artha merupakan tujuan hidup kedua berdasarkan konsep *Catur Purusa Arta*, yaitu harta benda yang mempunyai sifat materiil. *Artha* digunakan sebagai sarana bagi pengelola organisasi untuk melakukan *dharma* kepada negara. *Dharma* yang dilakukan oleh

pengelola organisasi berupa pelaksanaan CSR yang berasal dari *artha* miliknya. Dalam *rgveda X.117.5*, dinyatakan bahwa “Kita hendaknya bermurah hati kepada orang miskin dengan memberikan dana *punia* secara tulus ikhlas. Harta kekayaan atau *Artha* tersebut sebaiknya berputar seperti laju roda, dalam arti keadaan yang ideal adalah kekayaan yang bergulir dari satu orang ke orang lain.”

Umat Islam dan Umat Hindu memiliki ajaran yang sama dalam hal bagaimana harta harus diperoleh dan bagaimana mekanisme pembagian harta kepada pihak lain. *Artha* haruslah didapatkan melalui cara dan jalan *dharma* serta wajib disedekahkan kepada pihak-pihak yang membutuhkan sebagai wujud *dharma* pula. Istilah sedekah pada harta ini disebut sebagai dana *punia* dalam Hindu atau zakat dalam Islam. Mekanisme dana *punia* atau zakat ini kemudian dibuat suatu pengandaian oleh Triyuwono (2009) melalui Metafora Zakat (MZ). Dengan demikian, pelaksanaan CSR merupakan bagian dari *dharma* pengelola organisasi dengan mengasumsikan dana CSR yang dikeluarkan diniatkan sebagai dana *punia* atau zakat. Oleh karena itu, ketika pembayaran dana CSR dilakukan, kewajiban sebagai warga negara terpenuhi sekaligus melaksanakan perintah Tuhan. Analogi zakat ini telah dirumuskan secara rinci dan dimasukkan dalam proses pengembangan kebijakan fiskal oleh Alim (2013:69).

Kama merupakan tujuan hidup yang ketiga dalam CPA yakni hawa nafsu atau keinginan. Dalam artikel ini makna *Kama* mengacu kepada keinginan rohani dan jasmani. Peranan *artha* yang dilakukan oleh pengelola perusahaan adalah melalui pembayaran dana CSR akan dimanfaatkan salah satunya untuk kemakmuran rakyat melalui program pengentasan kemiskinan. Dalam hal ini kemakmuran yang wajib dipenuhi oleh pemerintah selaku otoritas adalah kemakmuran berupa kemakmuran jasmani dan rohani (*kama*).

Bapak Ari menyampaikan pendapatnya mengenai visi hidup berdasarkan CPA dikaitkan dengan konsep CSR. Hal ini diungkapkan dalam kutipan sebagai berikut.

“...harusnya pemerintah dan DPR menggunakan ajaran Dharma dengan menyediakan sarana prasarana yang memadai, dan dilanjutkan dengan membiarkan

iklim ekonomi tumbuh dan berkembang, setelah itu baru dilaksanakan CSR. Dengan demikian, terdapat keinginan yang baik (*kama*) dari pemerintah dan DPR untuk kemakmuran rakyat”

Pendapat tersebut melihat konsep CSR dari sudut pandang *up to bottom*. Bahwa konsep CSR diawali melalui segala fasilitas pendukung yang disediakan oleh pemerintah yang merupakan wujud *dharma* pemerintah kepada rakyatnya. Fasilitas dan sarana yang disediakan akan merangsang pertumbuhan ekonomi sehingga pertumbuhan perusahaan meningkat. Oleh karena itu, perusahaan bisa mengeluarkan dana CSR yang didistribusikan dengan niat baik secara adil dan merata. Keinginan baik ini diyakini sebagai bentuk *kama* oleh informan.

Dalam Kitab Sarasamuccaya sloka 12 telah dijelaskan sebelumnya bahwa dalam meraih *Kama* atau *Artha* harus terlebih dahulu melaksanakan *Dharma*. Arti dari sloka ini dapat dikaitkan dengan konsep CSR dengan memanfaatkan Metafora Zakat (MZ). Menekankan pada pencapaian *Kama*, maka pengelola perusahaan secara tulus ikhlas melakukan pembayaran dana CSR sebagai bentuk *dharma* dengan melakukan analogi zakat atau dana *punia* dalam Hindu, atas dana CSR yang dibayarkan.

Moksa dicapai melalui taat kepada Tuhan sebagai fitrahnya, yang selaras dengan asumsi utama artikel ini. Dalam Agama Hindu terdapat paham Monisme, yakni suatu paham yang memandang segala bentuk realitas adalah satu atau tunggal. Tuhan adalah satu, tunggal, atau Maha Esa. Tuhan merupakan sumber dan menjadi satu kesatuan dengan makhluk ciptaanNya. Semua yang ada di jagat raya ini adalah satu kesatuan, baik kesatuan antara manusia dengan sesama (*Tat Twam Asi*), maupun dengan alam serta dengan Tuhan. Dalam hal konsep kesatuan ini sering disebut dengan *advaita*, yakni monisme yang meyakini bahwa secara keseluruhan jagat raya dipandang sebagai emanasi yang mengalir dan bersumber dari Tuhan (Mardiono 2016). Salah satu sloka dalam Kitab Weda adalah “*Moksartham jagadhita ya ca iti dharma*”, yang memiliki arti bahwa tujuan *dharma* atau agama adalah untuk mencapai *jagadhita* serta *moksa*. *Moksa* bila dikaitkan dengan CSR yakni semua *dharma* yang dilakukan oleh pengelola perusahaan melalui kontribusi *artha* dan dilaku-

kan untuk tujuan mencapai *moksa*. Semua dilakukan atas dasar ikhlas karena tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan berkah dari Tuhan dan bisa mendapatkan pahala yang baik.

Pendapat pro maupun kontra dari para informan yang telah kami wawancarai telah menghasilkan berbagai wacana yang telah memperkaya artikel ini. Terdapat berbagai pendapat, literatur, konsep dan pemikiran mengenai CPA yang kami satukan untuk tujuan menghasilkan sebuah konstruksi konsep CSR. Berdasarkan pembahasan empat prinsip hidup CPA yang kami kaitkan dengan CSR di atas menghasilkan sebuah konstruksi definisi baru, yaitu “CSR merupakan pelaksanaan *Dharma* dalam bentuk pemberian kontribusi berupa uang yang dilakukan secara tulus ikhlas yang berasal dari *Artha* organisasi yang didistribusikan sebesar-besar bagi kemakmuran masyarakat serta lingkungan berlandaskan *Kama* yang mempunyai tujuan akhir yaitu *Moksa*”.

Kami ingin menyampaikan makna dari konstruksi konsep CSR yang diajukan. Pertama, CSR merupakan pengabdian berlandaskan *Dharma* yang bentuknya adalah kontribusi *Artha* dari perusahaan/organisasi kepada pihak-pihak yang membutuhkan ataupun untuk memelihara kelestarian alam dan lingkungan. Kedua, kontribusi tersebut diatur dalam Undang-Undang untuk kemakmuran rakyat sebagai wujud *Dharma* pemerintah dan DPR kepada masyarakat. Ketiga, semua ini dilakukan untuk memenuhi keinginan (*kama*) perusahaan, pemerintah, dan DPR untuk menyejahterakan rakyat dan negara dalam mencapai tujuan akhir kehidupan yaitu *Moksha*, yang merupakan kebahagiaan di dunia dan akhirat nanti.

Konstruksi paradigma akuntansi CSR berlandaskan konsep CPA. Konstruksi konsepsi CSR menjadi CSR berbasis *Catur Purusa Artha* sebaiknya dibarengi dengan reformasi paradigma akuntansi. Hal ini disebabkan kerangka konseptual akuntansi, prinsip-prinsip akuntansi, dan prinsip akuntansi keuangan (PABU) yang selama ini telah menjadi pedoman bagi perusahaan, di dalam praktik akutansinya cenderung mempunyai sifat konservatif. Akuntansi konvensional kurang merespon perubahan paradigma bisnis yang menginginkan suatu pengorbanan sumber daya ekonomi untuk melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan (CSR) sebagai bentuk investasi strategis. Selama ini, akuntansi konvensional

cenderung membebankan pengeluaran CSR sebagai beban periodik. Dampaknya, akuntansi dan para akuntan dianggap sebagai penyebab utama terjadinya krisis lingkungan dan sosial. Yang menjadi alasan adalah karena informasi laporan keuangan atau informasi akuntansi yang diperoleh melalui suatu proses akuntansi, hanya bisa menyajikan berbagai indikator “sukses” dari kinerja ekonomi saja. Sementara itu, berbagai dampak negatif yang telah ditimbulkan oleh perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat sudah diabaikan pada proses pencatatan serta pelaporan akuntansi. Dampaknya, kreditor, pemegang saham, pemerintah, manajemen, serta *stakeholder* yang lain, telah disesatkan oleh berbagai sinyal “sukses” dari angka akuntansi sehingga berdampak pada kesalahan dalam pengambilan kebijakan, keputusan, dan aktivitas (Gray & Bebbington, 2001; Ivan, 2009; Sitorus, 2016; Schaltegger & Wagner, 2006).

Pada dasarnya pelaporan keuangan yang selama ini dihasilkan para akuntan melalui suatu proses akuntansi telah mengabaikan pelaporan dari informasi lingkungan dan sosial yang dapat menyesatkan berbagai pihak dalam pengambilan keputusan. Oleh sebab itu, para akuntan wajib ikut serta bertanggung jawab terhadap adanya krisis lingkungan dan sosial yang semakin parah dari waktu ke waktu. Lindawati & Puspita (2015) serta Prihatiningtyas (2012) mengidentifikasi lima keterbatasan akuntansi konvensional yang mengakibatkan informasi lingkungan dan sosial tersingkirkan dalam proses akuntansi serta pelaporan keuangan.

Pertama, selama ini akuntansi keuangan hanya berfokus kepada kebutuhan informasi oleh pihak-pihak yang berkewajiban dalam pengambilan keputusan alokasi sumber daya ekonomi dan keuangan perusahaan. Hal ini sudah tentu hanya terbatas pada *stakeholder* yang memiliki kepentingan keuangan terhadap perusahaan.

Kedua, yang menjadi pertimbangan utama pada proses akuntansi serta pelaporan keuangan adalah mengenai “materialitas” dari suatu informasi yang telah disajikan. Artinya, yang boleh disajikan dalam laporan keuangan hanya informasi yang bisa dinilai secara material. Informasi yang tidak material, yaitu informasi CSR, dianggap tidak boleh disajikan dalam laporan keuangan sebagai akibat dari sulitnya menguantifisir serta memperbandingkan antara *benefit* dan *cost*-nya.

Ketiga, pelaporan akuntansi memiliki kecenderungan untuk memperlakukan pengorbanan dari sumber daya ekonomik yang memiliki ketidakjelasan manfaat ekonomi sebagai beban periodik. Sementara itu, pengorbanan untuk CSR telah dianggap tidak mempunyai manfaat sehingga menimbulkan keharusan untuk diperlakukan sebagai beban periodik. Dampaknya, kepedulian perusahaan kepada CSR akan dinilai negatif karena akan mengurangi laba, dividen, ekuitas pemilik, likuiditas, kompensasi manajemen, dan solvabilitas perusahaan. Hal inilah yang mengakibatkan sebagian besar pelaku bisnis masih enggan untuk melaksanakan CSR.

Keempat, akuntansi masih melakukan adopsi mengenai "asumsi entitas" sehingga mengharuskan perusahaan untuk diperlakukan sebagai suatu entitas yang memiliki perbedaan dari *stakeholder*-nya. Dampaknya, bila suatu peristiwa atau transaksi tidak memiliki dampak langsung terhadap perusahaan, hal ini harus diabaikan dan tidak dilaporkan dalam pelaporan akuntansi untuk tujuan akuntansi. Oleh karena itu, baik informasi CSR maupun eksternalitas yang diakibatkan oleh tindakan serta pelaporan perusahaan, pada umumnya diabaikan di dalam pelaporan akuntansi karena dianggap tidak memberikan dampak langsung terhadap ukuran-ukuran kinerja keuangan.

Kelima, proses akuntansi selama ini hanya terfokus pada bagian-bagian yang dapat "dikontrol" oleh perusahaan. Bagian-bagian tersebut harus lolos dari seleksi sebagai berikut (1) memiliki syarat sebagai bagian dari laporan keuangan, (2) nilainya bisa diukur secara andal, (3) mengandung informasi yang relevan untuk pemakainya, dan (4) keandalan dan keakuratan informasinya bisa dipercaya. Informasi yang berasal dari akuntansi lingkungan dan sosial dianggap tidak bisa disajikan dalam laporan keuangan karena tidak memenuhi keempat kriteria tersebut.

Reformasi akuntansi? Oleh sebab itu, arah dan agenda informasi akuntansi di masa yang akan datang harus bisa mengatasi berbagai keterbatasan tersebut. Peneliti mengusulkan ada empat rancangan reformasi akuntansi. Pertama, berupa agenda pengembangan akuntansi di masa depan yang perlu difokuskan untuk menerapkan dan mengembangkan Akuntansi Berkelanjutan yang memiliki basis *triple bottom-line* yaitu tanggung jawab lingkungan, tanggung

jawab ekonomi, dan tanggung jawab sosial, yang semua itu dilakukan untuk pertanggungjawaban kepada Tuhan. Semua tanggung jawab itu dilakukan sebagai wujud cinta korporasi kepada diri sendiri, masyarakat dan lingkungan, serta wujud spiritualitas korporasi, dengan tujuan akhir untuk bisa lebih dekat dan menyatu dengan Tuhan saat di akhirat nanti.

Kedua, tujuan responsibilitas sosial akuntansi bukan hanya menekankan pada pentingnya akuntabilitas, serta untuk melihat aktivitas perusahaan yang memiliki dampak pada peningkatan kualitas hidup masyarakat (Budiasih, 2014; Kusdewanti & Hatimah, 2016). Penekanan keadilan sosial menurut agama tidak hanya muncul dalam pengungkapan (*disclosure*) seperti laporan lingkungan dan karyawan minoritas. Laporan keuangan dalam perspektif agama harus dapat menunjukkan keterkaitan antara *shareholders* dan kewajibannya terhadap zakat (Islam) atau *punia* (Hindu), yaitu alat untuk redistribusi laba (*income*).

Ketiga, penggunaan modal spiritual dalam perusahaan untuk menunjang pelaksanaan CSR menimbulkan pemahaman selain untuk mencari nafkah atau bersosialisasi, bekerja juga bertujuan untuk memberikan sesuatu yang memiliki makna terhadap kehidupan. Dimulai dari memberikan makna terhadap teman sekerja, pemegang saham, perusahaan, pelanggan, pemerintah, bahkan terhadap masyarakat sekitar perusahaan ataupun masyarakat yang lainnya. Adanya spiritualitas akan memberikan keterkaitan secara menyeluruh antarpersonal, komunitas, perusahaan, pelanggan, serta lingkungan dan alam semesta. Jika berhasil menerapkannya, karyawan akan merasa nyaman; perusahaan memiliki integritas tinggi; serta yang terpenting, proses berbagi kepada *shareholders* dan *stakeholders* melalui program CSR serta kontribusi lain yang dijalankan secara tulus ikhlas sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada Tuhan. Tujuan terakhir kepentingan spiritualitas di dalam korporasi adalah untuk menciptakan nilai-nilai organisasi (di dunia fana), dan untuk manunggal dengan Tuhan (di dunia akhirat).

Keempat, adanya reformasi terhadap paradigma pendidikan Akuntansi yang berlangsung di perguruan tinggi juga sangat mendesak dan penting. Perguruan tinggi, yaitu pada Program Studi Akuntansi yang meluluskan para sarjana akuntansi, juga

dirasa perlu untuk mendesain ulang berbagai sistem pendidikan/pengajaran, sistem kurikulum, dan penelitian serta pengabdian pada masyarakat (P2M) menuju arah yang lebih ramah sosial, lingkungan, dengan mengintegrasikan aspek spiritual di dalamnya. Tidak seharusnya akuntansi hanya dipahami sebatas pada pencatatan serta menyusun laporan keuangan semata, tetapi sebenarnya lebih dari itu. Terdapat nilai-nilai spiritual dan nilai-nilai moral yang perlu dilibatkan di dalam akuntansi demi mewujudkan suatu kehidupan yang damai, adil, dan jauh dari rasa saling merugikan sehingga dapat bermanfaat bagi banyak pihak. Untuk itu, pendidik perlu memadukan berbagai metode pembelajaran dan paradigma mengingat kesuksesan suatu pendidikan juga sangat ditentukan oleh peranan pendidik dalam memberikan ilmu pengetahuan dan mengasah berbagai potensi yang dimiliki mahasiswa. Potensi tersebut dalam hal ini adalah keseimbangan kecerdasan intelektual, emosional, dan spiritual dalam pembelajaran mengenai Akuntansi.

Dengan demikian, diharapkan keberadaan Program Studi Akuntansi yang meluluskan sarjana akuntansi bisa memainkan peranan yang sangat penting serta menjadi solusi dalam upaya untuk mengatasi berbagai krisis sosial dan lingkungan dengan berlandaskan pada konsep *Catur Purusa Artha*, baik kepada diri sendiri, orang lain (masyarakat), lingkungan, maupun Tuhan.

SIMPULAN

Konsep CSR berdasarkan saat ini dinilai sarat dengan modernitas dan pemaksaan. Semangat modernitas yang ditunjukkan dalam definisi tersebut tampak dalam pengarusutamaan materialitas, pendikotoman Tuhan atau agama serta menunjukkan pemaksaan bagi pengelola organisasi. Konsep CSR merupakan hal penting sebab akan menunjukkan sifat, tujuan, dasar, dan mekanisme pelaksanaan CSR. Berawal dari konsep CSR yang akan dimaknai oleh pengelola organisasi, maka akan mampu mempengaruhi keputusan tindakan pengelola organisasi apakah akan taat pada regulasi CSR atau sebaliknya.

Melalui salah satu konsep Hindu-Bali yakni CPA, sebagai lensa konstruksi, konsep CSR yang diajarkan menggunakan fitrah manusia untuk taat pada Tuhan. Berdasarkan lensa tersebut, konsep CSR adalah pelaksanaan *Dharma* dalam bentuk pemberian kon-

tribusi berupa uang yang dilakukan secara tulus ikhlas yang berasal dari *Artha* organisasi yang didistribusikan sebesar-besarnya bagi kemakmuran masyarakat serta lingkungan berlandaskan *Kama* yang mempunyai tujuan akhir yaitu *Moksa*.

Konsep religiusitas yang digunakan sebagai lensa dalam mengonstruksi konsep CSR menekankan pada *Manunggaling kawulo Gusti* (Triyuwono 2009) atau dalam Agama Hindu disebut dengan *Moksartham jagadhita ya ca iti dharma*. Kedudukan *kawulo* dalam konteks religiusitas membutuhkan adanya sikap yang bernama keikhlasan dan kepatuhan (Suyatno 2016). Dengan demikian, hasil konstruksi ini lebih ditekankan pada kata “tulus ikhlas” yang bila dikaitkan dengan konsep CSR, mengarah kepada kepatuhan dan pelaksanaan CSR secara sadar dan sukarela berbasis spiritual dan cinta terhadap diri sendiri, orang lain, makhluk hidup, lingkungan, dan Tuhan.

DAFTAR RUJUKAN

- Alafi, K., & Hasoneh, A. B. (2012). Corporate Social Responsibility Associated with Customer Satisfaction and financial Performance: A Case Study with Housing Banks in Jordan. *International Journal of Humanities and Social Science*, 2(15), 102–115.
- Alim, M. (2013). *Analogi Fiskal Syariah di Indonesia Perspektif Zakat*. Madura: UTM Press.
- Bakar, A. S. A., & Ameer, R. (2011). Readability of Corporate Social Responsibility Communication in Malaysia. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 18(1), 50–60.
- Belkaoui, A., & Karpik, P. (1989). Determinants of the Corporate Decision to Disclose Social Information. *Accounting, Auditing, and Accountability Journal*, 2(1), 36–51.
- Benn, S., & Bolton, D. (2011). *Key Concepts in Corporate Social Responsibility* (1st Ed.). London: Sage Publication Ltd.
- Budiasih, I. G. A. N. (2014). Fenomena Akuntabilitas Perpajakan Pada Jaman Bali Kuno: Suatu Studi Interpretif. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 5(3):409–2(3), 09–20.
- Burritt, R. L., Schaltegger, S., Bennett, M., Pohjola, T., & Csutora, M. (2011). Sustainable supply chain management and environmental management accounting. *Environmental Management*

- Accounting and Supply Chain Management*, 27, 3–20.
- Chang, C. H. (2011). The influence of Corporate Environmental Ethics on Competitive Advantage: The Mediation Role of Green Innovation. *Journal of Business Ethics*, 104(3), 361–370.
- Chen, F. Y., Chang, Y. H., & Lin, Y. H. (2012). Customer Perceptions of Airline Social Responsibility and Its Effect on Loyalty. *Journal of Air Transport Management*, 20, 49–51.
- Darmayasa, I. N., & Aneswari, Y. R. (2015). The Role of Local Wisdom on Tax Compliance. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 7(1), 110-119. <http://dx.doi.org/10.18202/jamal.2016.04.7010>
- Djamhuri, A. (2011). Ilmu Pengetahuan Sosial dan Berbagai Paradigma dalam Kajian Akuntansi. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 2(1), 147–85.
- Elliott, W. B., Jackson, K. E., Peecher, M. E., & White, B. J. (2014). The Unintended Effect of Corporate Social Responsibility Performance on Investors' Estimates of Fundamental Value. *The Accounting Review*, 89(1), 275-302. <https://doi.org/10.2308/accr-50577>
- Elkington, J. (1993). Coming Clean: The Rise and the Rise of the Corporate Environmental Report. *Business Strategy and the Environmental*, 2(2), 42–44.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Oxford: Capstone Publishing.
- Elkington, J. (2001). *The Chrysalis Economy: How Citizen CEOs and Corporations can Fuse Values and Value Creation*. London: Capstone Publishing Ltd.
- Escrig, O. E., Muñoz, T. M. J., Fernández, I. M. Á., & Rivera, L. J. M. (2014). Lights and Shadows on Sustainability Rating Scoring. *Review of Management Science*, 8, 559–574.
- Escrig, O. E., Muñoz, T. M. J., Fernández, I. M. A., & Rivera, L. J. M. (2015). Measuring Corporate Environmental Performance: A Methodology for Sustainable Development. *Business Strategy and the Environment*, 15(4), 142-162.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gray, R. (2010). Is Accounting for Sustainability Actually Accounting for Sustainability...and How would We Know? An Exploration of Narratives of Organizations and the Planet. *Accounting, Organizations and Society*, 35(1), 47–62.
- Gray, R., & Bebbington, J. (2001). *Accounting for the Environment* (Second Ed.). London: Sage Publication.
- Hull, C. E., & Rothenberg, S. (2008). Firm Performance: The interactions of Corporate Social Performance with Innovation and Industry Differentiation. *Strategy Management Journal*, 29, 781–789.
- Ivan, R. (2009). Sustainability in Accounting-Basis: A Conceptual Framework. *Annales Universitatis Series Economica*, 1(1), 106–116.
- Kamayanti, A. (2015). Sains Memasak Akuntansi: Pemikiran Udayana dan Tri Hita Karana. *Jurnal Riset dan Aplikasi: Akuntansi dan Manajemen*, 1(2), 73–80.
- Kim, Y., Park, M. S., & Wier, B. (2012). Is Earnings Quality Associated with Corporate Social Responsibility? *The Accounting Review*, 87(3), 761-796. <https://doi.org/10.2308/accr-10209>
- Kusdewanti, A. I. K., & Hatimah, H. (2016). Membangun Akuntabilitas Profetik. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 7(2), 223-239. <http://dx.doi.org/10.18202/jamal.2016.08.7018>
- Lin, C. S., Chang, R. Y., & Dang, V. T. (2015). An Integrated Model to Explain How Corporate Social Responsibility Affects Corporate financial Performance. *Sustainability*, 7, 8292–8311.
- Lindawati, A. S. L., & Puspita, M. E. (2015). Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder dan Legitimacy Gap dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 6(1), 157-174. <http://dx.doi.org/10.18202/jamal.2015.04.6013>
- Lozano, J. M. (2008). CSR or RSC? (Beyond the Humpty Dumpty syndrome). *Society and Business Review*, 3(3), 191–206.
- Montiel, I. (2008). Corporate Social Responsibility and Corporate Sustainability. *Organization & Environment*, 21, 245–269.
- Mulawarman, A. D. (2006). *Menyibak Akuntansi Syari'ah: Rekonstruksi Teknologi Akuntansi Syari'ah dari Wacana Keaksi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Muniapan, B., & Satpathy, B. (2013). The 'Dharma' and 'Karma' of CSR from the Bhagavad-Gita. *Journal of Human Values*, 19(2), 173-187. <https://doi.org/10.1177/0971685813492265>

- Narsa, I. M., & Irwanto, A. (2014). Implementasi Tanggung Jawab Sosial PT Petrokimia Gresik pada Masyarakat Lokal: Apa Kata Mereka? *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 5(3), 450-465.
- Prihatiningtyas, Y. W. (2012). Corporate Social Responsibility and Managing Ethical Culture. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 3(1), 150-155.
- Rini, A. D. (2015). Relevansi Sustainability, Accountability, Transparency Program Entrepreneurial University terhadap Sikap Komunitas Gereja. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 6(3), 432-443. <http://dx.doi.org/10.18202/jamal.2015.12.6035>
- Rismawati. (2015). Memaknai Program Corporate Social Responsibility: Suatu Kajian Proses Transformasi Sosial Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 6(2), 245-253. <http://dx.doi.org/10.18202/jamal.2015.08.6020>
- Schaltegger, S., & Wagner, M. (2006). Integrative management of sustainability performance, measurement and reporting. *International Journal of Accounting Auditing and Performance Evaluation*, 3(1), 1-19.
- Siwalatri, N. K. A., Prijotomo, J., & Setijanti, P. (2015). Spatial Concepts of Bali Indigenous Architecture. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 179, 118-127. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.02.415>
- Sitorus, J. H. E. (2016). Pancasila-based Social Responsibility Accounting. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 219, 700-709. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.054>
- Spickard, J. V. (2010). Does Taves Reconsider Experience Enough? A Critical Commentary on Religious Experience Reconsidered. *Religion*, 40(4), 311-313. <https://doi.org/10.1016/j.religion.2010.09.009>
- Surroca, J., Tribó, J. A., & Waddock, S. (2010). Corporate Responsibility and Financial performance: The role of intangible resources. *Strategy Management Journal*, 31, 463-490.
- Triyuwono, I. (2006). *Perspektif, Metodologi, dan Teori Akuntansi Syariah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Triyuwono, I. (2009). Seandainya: Refleksi Kesadaran Wajib Pajak Pribadi Dalam Perspektif Teori Kemanunggalan dan Metafora Zakat. In *Simposium Nasional Perpajakan II*. Universitas Trunojoyo.
- Triyuwono, I. (2011). "Sususaya" Melampaui Paradigma-Paradigma Metodologi Penelitian. In *Pelatihan Penelitian Kualitatif Two Days Workshop Center of Training for Research and Publication (CRP)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Wagner, M. (2015). The Link of Environmental and Economic Performance: Drivers and Limitations of Sustainability Integration. *Journal of Business Responsibility*, 68, 1306-1317.
- Watson, L. (2014). Corporate Social Responsibility, Tax Avoidance, and Earnings Performance. *Journal of the American Taxation Association*, 37(2), 1-21.
- Werther, J. W., & Chandler. (2011). *Strategic Corporate Social Responsibility: Stakeholders in A Global Environmental*. (2nd Ed.). London: Sage Publication Ltd.
- Widiastuti, N. P. E., Sukoharsono, E. G., Irianto, G., & Baridwan, Z. (2015). Yadnya - Hinduism Philosophy to Achieve Spiritual Awareness of SME Owners as Taxpayers: A Literary Discourse. *International Journal of Business and Management Invention*, 4(5), 38-43.
- Zu, L., & Song, L. (2009). Determinants of Managerial Values on Corporate Social Responsibility: Evidence from China. *Journal of Business Ethics*, 88, 105-117.