



MOTIVATION, MANAGEMENT CONTROL SYSTEM AND SDG 2030

Oleh

Billy Gunawan Lim

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Surabaya, Raya Kalirungkut, Surabaya 60293

e-mail: S134221005@student.ubaya.ac.id

Abstrak

Seperti yang diketahui, manusia merupakan roda penggerak dari sebuah organisasi. Oleh karena itu bisa dikatakan bahwa manusia memegang peranan yang sangat esensial atau penting dalam suatu organisasi. Sebuah pengendalian yang baik tentunya pengendalian yang bisa mengatur semua aktivitas agar sesuai dengan visi dan misi dari organisasi. Namun, agar pengendalian itu menjadi sesuatu yang tertanam dalam diri manusia, maka harus membangun kesadaran tiap individu. Oleh karena itu harus membangun kesadaran dari setiap individu agar organisasi bisa beroperasi dengan baik.

Kata Kunci: Organisasi, Pengendalian, Kesadaran

PENDAHULUAN

Sistem pengendalian manajemen (SPM) merupakan suatu sebuah sistem yang mengatur setiap komponen yang ada di dalam organisasi agar bisa berjalan sesuai dengan visi dan misi dari organisasi. Jadi, bisa dikatakan SPM ini merupakan pedoman yang harus dijalankan oleh setiap anggota organisasi dalam rangka mencapai tujuan utama dari organisasi. Sehingga manajemen harus bisa memastikan bahwa setiap anggotanya itu bertindak sesuai dengan tujuan organisasi. Baik itu melalui target target yang ditentukan dalam bentuk *key performance indicator* (KPI) maupun lewat standar operasional prosedur (SOP).

Di dalam penerapan SPM terdapat 3 masalah utama, yaitu *lack of direction*, *personal limitations* dan *motivational problems* (Efferin, 2021). 3 masalah tersebut merupakan sesuatu yang harus bisa di *cover* oleh SPM, dari ketiga masalah itu, yang paling sulit diselesaikan adalah *motivational problem*. Karena, itu sangat berkaitan dengan niat dari masing masing individu. Seperti yang diketahui, manusia merupakan makhluk yang tidak bisa diprediksi dan sangat sulit untuk dikendalikan sehingga dalam hal ini yang menjadi tugas utama dari sebuah organisasi adalah untuk

membuat setiap individu itu memiliki motivasi dalam dirinya sendiri.

Saat ini, SPM itu bukan hanya berbicara mengenai bagaimana cara mengendalikan individu dalam suatu organisasi, tetapi lebih luas daripada itu. Yaitu mengenai bahwa kita semua baik yang ada di dalam organisasi maupun diluar organisasi itu saling terhubung satu sama lain atau bisa disebut sebagai spiritualitas. SPM berbasis spiritualitas merupakan SPM yang tidak hanya menargetkan pada target seperti profit dan pangsa pasar tetapi juga mengenai bagaimana caranya mensejahterakan masyarakat dan melestarikan lingkungan hidup. Sehingga dapat dikatakan bahwa semangat dari SPM berbasis spiritualitas adalah misi sosial dan lingkungan hidup bisa sejalan dengan misi komersial organisasi.

Apabila dilihat dari masa lalu hingga masa kini, terdapat perubahan atau evolusi dari motivasi manusia dalam melakukan suatu hal. Manusia dulu hanya memiliki tujuan untuk bertahan hidup dan memenuhi kebutuhan biologis saja atau bisa disebut sebagai *motivation 1.0*, namun seiring berjalannya waktu, manusia tidak bisa lagi hidup berdasarkan “insting” saja karena manusia juga



.....
 melakukan interaksi dengan sesamanya. Sehingga untuk menghindari hal hal yang tidak diinginkan seperti pencurian, pembunuhan, kanibalisme dan lain sebagainya, manusia harus bekerja untuk memenuhi kebutuhannya, bukan lagi dengan berburu. Oleh karena itu hadir reward dan punishment sebagai penggerak-agar manusia bisa bekerja dengan baik atau lebih akrab disebut sebagai *motivation 2.0*.

Penelitian yang dilakukan Harry Harlow pada tahun 1940 tentang monyet yang disuruh untuk menyelesaikan suatu puzzle. Hasil dari penelitian itu sangat menarik, karena monyet itu mengerjakan atau kepo dengan puzzle yang diberikan oleh Harry, sehingga monyet itu mulai mencari cara untuk memecahkan puzzle itu. Yang menarik adalah Harry tidak memberikan *reward* kepada monyet itu, dengan kata lain monyet itu menyelesaikan puzzle tersebut karena ada motivasi yang datang dari diri sendiri atau *intrinsic motivation*. Hal ini membuat munculnya penggerak ketiga dan sekaligus penggerak yang paling kuat, yaitu *intrinsic motivation*. Fase ini merupakan fase dimana seseorang itu termotivasi bukan hanya karena *reward* dan *punishment* saja, sehingga ini merupakan bentuk dari *motivation 3.0* (Pink, 2009).

Motivasi motivasi manusia itu yang membuat banyak sekali perubahan yang terjadi, baik di dalam organisasi maupun di luar organisasi (masyarakat dan lingkungan hidup). Kebanyakan organisasi hanya memiliki tujuan untuk mencapai target penjualan dengan pengeluaran yang seminimal mungkin, atau dengan kata lain hanya memiliki tujuan untuk jangka pendek saja. Organisasi tidak terpikirkan mengenai sumber daya yang terus digerus itu lama kelamaan akan habis dan tidak bisa menjadi ladang untuk mencari profit lagi. Sehingga Hal ini tentunya membuat sebuah organisasi tidak akan bisa *sustain* untuk jangka panjang.

Oleh karena itu bisa dikatakan bahwa motivasi itu memegang peranan yang krusial dalam sebuah organisasi. Organisasi yang didirikan dengan motivasi untuk mensejahterakan semua pihak yang terlibat, baik itu *shareholder* maupun *stakeholder* (masyarakat) dan terlebih kepada lingkungan hidup pasti akan memiliki masa depan yang lebih cerah sehingga lebih *sustain* untuk jangka panjang.

United Nation (UN) pada tahun 2015 mencanangkan sebuah program yaitu *sustainable development goals 2030* (SDG 2030). SDG 2030 ini diciptakan dalam rangka membuat dunia menjadi tempat yang lebih baik untuk semua komponennya, baik itu manusia; hewan; tumbuhan; maupun lingkungan hidup. Menurut penulis, tujuan dari SDG 2030 ini adalah agar orang-orang di masa depan masih bisa melihat dan merasakan apa yang kita rasakan saat ini. Mengingat kondisi bumi saat ini yang sudah sangat mengkhawatirkan, bahkan di lingkungan terdekat pun sudah terlihat bahwa bumi ini tidak baik-baik saja. Salah satu yang paling terlihat adalah *global warming*. Dampak dari *global warming* adalah musim yang tidak bisa diprediksi dan mencairnya es di kutub utara yang membuat permukaan air laut itu semakin tinggi sehingga ada kabar yang beredar yang menyebutkan bahwa suatu saat nanti DKI Jakarta pasti akan tenggelam.

Apabila dilihat dari uraian di atas, terdapat keterkaitan antara SPM; motivasi dan SDG 2030. Dimana motivasi memainkan peranan yang penting agar SPM dalam organisasi itu bisa berjalan dengan semangat spiritualitas yang nantinya akan mendukung SDG 2030. Penjelasan lebih lanjut mengenai hubungan antara ketiganya akan dibahas pada bagian pembahasan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan *literature review*. Pendekatan *literature* sebuah metode yang sistematis, eksplisit dan



reproduksibel untuk melakukan identifikasi, evaluasi dan sintesis terhadap karya-karya hasil penelitian dan hasil pemikiran yang sudah dihasilkan oleh para peneliti dan praktisi. Langkah langkah dalam pendekatan ini adalah mencari artikel artikel yang relevan dengan topik yang dibahas dan mengaitkan artikel artikel tersebut dengan topik yang dibahas. Data data yang digunakan dalam penelitian ini adalah artikel artikel yang teruji kredibilitasnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Motivation 3.0

Motivation 3.0 (M3) merupakan pengembangan dari motivation 2.0 (M2). Dimana, M3 ini lebih menitikberatkan pada motivasi yang datang dari dalam diri sendiri atau biasa disebut *intrinsic motivation* (IM). Jadi, dalam praktiknya M3 ini sangat berbeda dengan M2, M2 sangat bergantung pada *extrinsic motivation* (EM). Sehingga apapun yang dilakukan oleh manusia itu harus didasarkan pada reward dan juga *wealth maximazation*. Padahal pada kenyataannya manusia jauh lebih kompleks daripada sekedar *reward dan punishment*. Contohnya adalah seorang pelukis, ketika dia disuruh untuk mengerjakan suatu lukisan dengan tema tertentu dengan bayaran tertentu (EM) maka hasilnya tidak akan maksimal dibandingkan apabila pelukis itu melukis sesuatu yang ia ingin benar benar Lukis (IM). Dari sini dapat diketahui bahwa pada M3 ini ada tiga poin penting yang harus diutamakan yaitu kebebasan untuk melakukan apapun dengan bertanggung jawab (otonomi); menguasai satu hal tertentu agar hasilnya maksimal (*mastery*); dan apa maksud dari orang melakukan hal tersebut (*purpose*).

1. Otonomi

Ada organisasi yang menerapkan result only work environment (ROWE). Ini merupakan sebuah terobosan dimana organisasi hanya peduli pada hasil yang diberikan oleh

karyawannya. Sehingga dalam hal ini organisasi membebaskan karyawannya, baik dari segi pekerjaan yang dilakukan; waktu; teknik dan rekan satu tim nya. Dengan kata lain, organisasi hanya menerima orang tersebut untuk bekerja, lalu membiarkan orang itu untuk bertindak sesuai dengan kata hatinya. Bukan berarti organisasi tidak memerhatikan karyawannya, tapi organisasi hanya mengawasi dan apabila ada hal yang tidak sesuai maka harus diberikan arahan

2. Mastery

Seseorang bisa menguasai suatu hal dengan baik, apabila itu berasal dari keinginan dari diri sendiri (IM) bukan dari luar (EM). Apabila organisasi menyadari hal ini, maka organisasi akan lebih memerhatikan karyawannya, bukan memaksa karyawan untuk mematuhi hal tertentu, melainkan menjadi teman yang baik untuk karyawannya. Sehingga karyawannya merasa bahwa apa yang ia kerjakan ini berguna dan dia akan berusaha untuk terus menerus menguasai hal tersebut dengan baik. Jadi, penguasaan satu bidang tertentu itu tidak memerlukan kepatuhan, tetapi membutuhkan keterikatan

Seringkali sebuah organisasi tidak benar benar paham mengenai apa yang benar benar dikuasai oleh seorang karyawan. Jadi, pada akhirnya hal itu berujung pada tugas yang terlalu sulit ataupun tugas yang terlalu mudah. Harusnya organisasi lebih memahami karyawannya, bukan sekedar memaksakan kehendaknya untuk mencapai tujuan yang ada. Atau dengan kata lain harus ada keselarasan, sehingga ada ikatan batin antara karyawan dan juga organisasi.

3. Purpose

Seseorang harus mengetahui dulu apa makna dari pekerjaan yang dilakukannya, ketika dia bisa memaknai pekerjaannya maka orang tersebut memiliki tujuan yang lebih besar daripada sekedar *wealth maximazation*. Ada satu filosofi yang menarik dari Jepang, yaitu IKIGAI. Filosofi itu menitikberatkan pada



.....
 “*reason for living*”, jadi apa yang dilakukan seseorang itu bukan hanya untuk dirinya sendiri melainkan juga untuk orang lain. Dengan kata lain filosofi itu menyadari bahwa ada ketersalingikatan antar semua komponen di alam semesta ini

Sistem Pengendalian Manajemen Berbasis Spiritualitas

SPM adalah: sebuah sistem yang terdiri dari beberapa sub sistem yang saling berkaitan, yaitu: pemrograman, penganggaran, akuntansi, pelaporan, dan pertanggungjawaban untuk membantu manajemen mempengaruhi orang lain dalam sebuah organisasi, agar mau mencapai tujuan perusahaan melalui strategi tertentu secara efektif dan efisien (Suadi, 1999). Sedangkan menurut Efferin pada tahun 2021, SPM adalah sebuah sistem holistik yang digunakan oleh manajemen untuk menyelaraskan perilaku karyawan dengan tujuan organisasi dalam mengelola interdependensi antara pihak internal dan eksternal organisasi. Jadi dapat diketahui bahwa SPM merupakan sistem yang digunakan agar semua aktivitas manusia itu bisa sesuai dengan tujuan dari organisasi.

Spiritualitas adalah kesadaran tentang keterhubungan antara diri sendiri, orang lain, binatang, tumbuhan, Ibu Bumi, dan semesta yang membentuk makna dan tujuan terdalam dari hidup ini (Efferin, 2021). Pada tingkat individu, meliputi pengalaman kognitif dan afektif dari anggota organisasi yang mendorong mereka untuk menumbuhkembangkan welas asih (compassion), kesadaran penuh (mindfulness) di tempat kerja, makna mendalam dari pekerjaan tersebut (meaningful work), dan transendensi (transcendence). Pada tingkat organisasional, spiritualitas tercermin dalam budaya organisasi yang ada. Spiritualitas dapat memunculkan nilai-nilai budaya organisasi yang berbasiskan pada nilai-nilai welas asih, keterbukaan, kerjasama, inovasi/kreativitas, dan menghargai keberagaman.

Oleh karena itu SPM berbasis spiritualitas itu merupakan SPM yang bukan menitikberatkan pada pencapaian profit dan pengukuran hasil lainnya tetapi lebih kepada dampak produk yang dihasilkan pada masyarakat serta kontribusi perusahaan pada masyarakat dan lingkungan. Sehingga untuk menerapkan SPM berbasis spiritualitas, maka harus diterapkan budaya organisasi yang berbasis spiritualitas yang bisa diterapkan dari tingkat individu yang nantinya akan mengarah pada tingkat organisasi.

Salah satu dilema yang biasanya dialami perusahaan adalah misi sosial (kesejahteraan masyarakat dan pelestarian lingkungan) merupakan sesuatu yang sangat jauh dari misi komersial (laba dan pangsa pasar). Namun, kenyataannya antara misi komersial dan misi sosial itu merupakan sesuatu yang saling berhubungan. Salah satunya adalah program yang dilakukan oleh Body Shop yaitu dengan *refill bottle* dan *refill station*.

Body Shop menerapkan penggunaan *refill bottle* untuk beberapa produknya, dimana botol itu terbuat dari aluminium dalam rangka mengurangi penggunaan plastik. Salah satu kalimat yang menarik dari halaman depan pada website program ini adalah “Kami ingin menginspirasi lebih banyak orang untuk jangan langsung membuang sebuah kemasan, tapi untuk memanfaatkannya kembali. Karena itu, kami ada di sini untuk membantumu menjalankannya lebih nyaman dan mudah! Melalui circular economy, kami mengajakmu untuk bersama-sama *#KerenTanpaNyampah* dan aksi kecil kita ini bisa memberikan dampak yang besar lho. Pilih kemasan refill, dan kita bisa menghemat lebih dari 25 ton plastik setiap tahunnya. Usaha kecil ini akan membuat bumi lebih baik, dan juga bisa membuatmu lebih berhemat!”.

Ini merupakan program yang sangat bersifat spiritual, karena Body shop sudah sadar mengenai kondisi bumi yang kian hari kian memburuk, salah satu penyebab hal itu terjadi



adalah jumlah sampah yang tidak dapat dikontrol. Body shop berusaha untuk mengurangi jumlah sampah plastik dan juga memberitahu masyarakat bahwa semakin banyak sampah yang dibuang itu berdampak buruk bagi lingkungan.

Memang untuk jangka pendek program ini tidak terlihat profitabilitasnya dan malah membuat perusahaan rugi. Karena refill bottle terbuat dari aluminium, sehingga harganya pasti akan lebih mahal daripada plastik. Sehingga untuk jangka pendek malah bisa membuat perusahaan mengalami rugi. Yang mana ini sangat bertentangan dengan SPM konvensional yang sangat menjunjung tinggi produktivitas, efisiensi dan profitabilitas.

Manfaat jangka panjang dari *refill bottle* ini bisa dikatakan sangat cerah. Penulis berpendapat, apabila lebih banyak orang yang menggunakan refill bottle ke depannya, maka Body shop tidak perlu memproduksi botol plastik lagi, dan tidak perlu mengeluarkan biaya untuk melakukan daur ulang plastik. Sehingga dapat diketahui tujuan sosial dan lingkungan hidup itu bisa sejalan dengan tujuan komersial. Refill bottle ini mungkin akan menjadi pengganti dari botol plastik untuk jangka panjang.

Selain itu, program refill bottle dan refill station seakan akan memberitahu masyarakat bahwa Body shop ini sangat menjunjung tinggi kelestarian lingkungan hidup. Sehingga hal ini memberikan kepercayaan masyarakat pada Body shop dan kemudian akan menggunakan Body shop sebagai *daily skin care*-nya. Jadi dapat diketahui bahwa misi sosial itu bisa berjalan dengan misi komersial apabila perusahaan memiliki niat yang tulus dalam menjalankannya

SDG 2030

SDG 2030 merupakan sebuah program yang dicetuskan oleh *united nation* (UN) yang bekerjasama dengan semua negara yang ada di dunia dalam rangka mengurangi kemiskinan

dalam bentuk apapun sekaligus membuat bumi menjadi tempat yang lebih baik dan ramah untuk dihuni (UN, 2015). Selain itu, SDG 2030 juga mendukung kesetaraan gender dan juga pemberdayaan wanita. Mengingat banyak sekali kasus kasus pelecehan seksual yang dialami oleh wanita. Secara garis besar ada beberapa tujuan utama dari SDG 2030, yaitu

1. Mengakhiri kemiskinan dalam bentuk dan dimensi apapun serta memastikan setiap manusia memperoleh kesempatan yang sama dalam hal kesehatan
2. Melindungi bumi dari degradasi lewat konsumsi dan produksi yang berkelanjutan serta mengatur sumber daya yang digunakan dalam rangka menekan perubahan iklim yang ekstrim
3. Memastikan semua manusia bisa menikmati perkembangan teknologi dan ekonomi dalam harmoninya dengan alam
4. Terbebas dari rasa takut dan kekerasan serta bisa merasakan kedamaian di manapun kita berada.

Ada 17 tujuan dari SDG 2030, yaitu

1. Tanpa Kemiskinan
2. Tanpa Kelaparan
3. Kehidupan Sehat dan Sejahtera
4. Pendidikan Berkualitas
5. Kesetaraan Gender
6. Air Bersih dan Sanitasi Layak
7. Energi Bersih dan Terjangkau
8. Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi
9. Industri, Inovasi dan Infrastruktur
10. Berkurangnya Kesenjangan
11. Kota dan Pemukiman yang Berkelanjutan
12. Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab
13. Penanganan Perubahan Iklim
14. Ekosistem Laut
15. Ekosistem Daratan



16. Perdamaian, Keadlian dan Kelembagaan yang Tangguh
17. Kemitraan Untuk Mencapai Tujuan

BSC

Balanced Scorecard (BSC) merupakan salah satu penemuan terhebat di dunia. Mengapa demikian ? karena BSC memberikan pandangan yang lebih holistik untuk perusahaan, bukan hanya dari aspek finansial saja namun dari aspek non finansial. BSC bukan hanya sebuah metode untuk mengukur kinerja perusahaan, namun BSC memiliki peran yang lebih hebat dari itu. Dimana BSC ini merupakan sebuah sistem yang mampu menerjemahkan strategi dari perusahaan sehingga bisa diterima dan dilaksanakan oleh semua komponen dalam perusahaan. Namun, banyak perusahaan yang gagal dalam menerapkan BSC karena menganggap BSC hanya sebatas sebuah sistem untuk pengukuran kinerja. Oleh karena itu BSC ini selalu berkembang dari waktu ke waktu, dari BSC 1.0 sampai BSC 3.0.

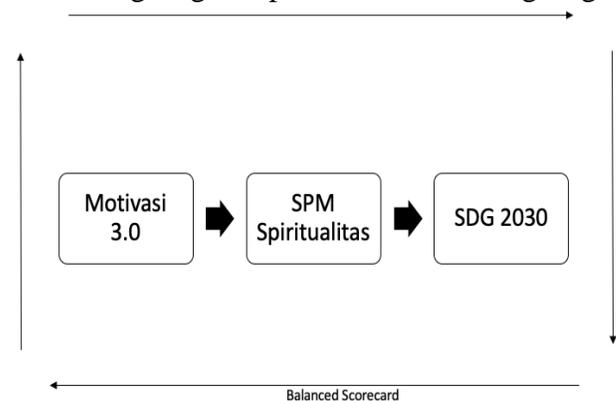
BSC 1.0 merupakan sebuah sistem pengukuran kinerja, jadi fokusnya itu hanya mengukur kinerja dari *key performance indicator* (KPI) yang sudah dibuat. Banyak perusahaan yang gagal dalam menerapkan BSC karena mereka membuat KPI yang berdiri sendiri sendiri antar tiap bagian sehingga tidak ada keselarasan antara KPI dengan strategi dari perusahaan

BSC 2.0 merupakan pengembangan dari versi sebelumnya, dimana BSC 2.0 ini tidak menitikberatkan pada pengukurang kinerja. Melainkan menitikberatkan pada menerjemahkan strategi menjadi aktivitas operasional perusahaan (*strategy focused organization*). Selain itu BSC 2.0 ini juga menyelaraskan tujuan antar bisnis unit atau departemen di dalam perusahaan , jadi setiap departemen itu bukan sesuatu yang berdiri sendiri sendiri, melainkan sebagai sesuatu yang saling terhubung. Sehingga dapat diketahui bahwa BSC 2.0 ini berorientasi pada jangka

panjang, bukan sekedar mencapai profit saja (jangka pendek).

BSC 3.0 merupakan sebuah sistem yang sudah terintergrasi sehingga fokusnya adalah pada seluruh manajemen, bukan cuma fokus pada bagaimana mencapai tujuan jangka panjang, tetapi juga untuk mengatur semuanya. Dalam hal ini mengatur yang ada di dalam dan juga mengatur yang terlibat atau berkaitan dengan perusahaan.

Jadi dari sini dapat diketahui bahwa inti dari BSC ini bukanlah pada pengukuran kinerja, walaupun namanya adalah *scorecard*. Fokus utama dari BSC adalah mengintegrasikan strategi perusahaan ke seluruh komponen dalam organisasi agar dapat mencapai tujuan utama dari perusahaan. Bahkan, tingkatan yang lebih lanjut dari BSC adalah sebuah sistem yang mengatur bukan hanya internal perusahaan melainkan semua pihak yang berkaitan dengan perusahaan baik secara langsung maupun secara tidak langsung.



Motivasi 3.0 merupakan motivasi yang datang dari dalam diri sendiri, dimana seseorang itu melakukan suatu hal bukan karena mendapatkan *reward* tertentu, tetapi karena memang benar benar datang dari dalam diri sendiri atau biasa disebut sebagai *intrinsic motivation* (IM). Oleh karena itu motivasi 3.0 apabila diimplementasikan ke sebuah organisasi maka organisasi itu bukan memiliki tujuan untuk meraih profit sebesar besarnya, mencapai harga saham di titik tertentu dalam rangka menyenangkan investor dan juga



memperluas pangsa pasarnya. Melainkan organisasi itu memiliki tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan *shareholder* dan juga *stakeholder*-nya bahkan juga memberikan dampak yang positif pada lingkungan hidup.

Oleh karena itu motivasi 3.0 ini dapat menstimulasi perusahaan untuk menerapkan **SPM berbasis spiritualitas**. Karena, perusahaan bukan hanya memiliki tujuan untuk mencapai profit dan mampu menguasai pasar tetapi juga memiliki tujuan untuk mensejahterakan semua pihak yang berkaitan dengan perusahaan baik itu *shareholder*, *stakeholder* maupun karyawan yang ada didalam organisasi. Apabila setiap komponen dalam perusahaan memiliki IM maka ia akan semakin berkomitmen pada organisasi sehingga memberikan energi yang positif pada lingkungan kerjanya.

Sehingga *output* yang diberikan perusahaan kepada masyarakat itu bukan hanya untuk meningkatkan *value* perusahaan tetapi juga meningkatkan *value* dari konsumen dan juga lingkungan hidup. Hal ini mampu mendukung program **SDG 2030** yang memiliki fokus untuk mengurangi kemiskinan dalam bentuk dan dimensi apapun serta bertanggung jawab pada lingkungan hidup.

Menurut Penulis, salah satu perusahaan yang sukses menerapkan SPM berbasis spiritualitas adalah Body Shop. Body Shop memiliki program *refill bottle* dan *refill station*, dimana program ini memiliki tujuan untuk mengurangi sampah plastik yang ada di dunia karena jumlah sampah plastik yang sudah sangat banyak sekali sehingga menyebabkan dampak yang buruk pada lingkungan hidup. Dalam hal ini Body Shop mengesampingkan tujuannya untuk mencari profit, karena harga botol aluminium itu jauh lebih mahal dari botol plastik. Namun, Body Shop memiliki tujuan yang lebih mulia, yaitu untuk membuat bumi menjadi tempat yang lebih baik. Body Shop dalam hal ini juga mendukung SDG 2030 yaitu untuk pelestarian lingkungan hidup.

Namun, tidak mudah untuk mengintergrasikan semua tujuan itu ke dalam sebuah organisasi. Ada satu sistem yang sangat bisa membantu dalam hal ini, yaitu **balanced scorecard (BSC)**. Dimana BSC ini bukan hanya sekedar sistem untuk mengukur kinerja, melainkan sebuah sistem untuk mengubah tujuan organisasi itu menjadi aktivitas operasional organisasi. Jadi, aktivitas yang dilakukan organisasi itu dilakukan bukan semata mata hanya untuk bertahan dari gempuran organisasi lain, melainkan untuk mencapai tujuan utama dari organisasi.

BSC pada hakikatnya merupakan sebuah sistem yang tidak akan pernah seimbang, jadi harus selalu diseimbangkan. Sehingga dalam implementasinya, BSC itu harus selalu diperbaharui mengikuti perkembangan zaman. Memang visi perusahaan itu bisa selalu sama dari tahun ke tahun, namun BSC ini bisa berubah mengikuti perubahan lingkungan bisnis yang dinamis.

KESIMPULAN

Motivasi 3.0 merupakan hal yang penting dan harus dimiliki oleh setiap orang, karena motivasi 3.0 ini merupakan sesuatu yang datang dari diri sendiri dan sifatnya membangun kepekaan terhadap segala sesuatu yang berada di luar perusahaan, jadi tujuannya bukan hanya untuk menyenangkan *shareholder* tetapi juga menyenangkan *stakeholder*. Motivasi 3.0 ini mampu menstimulasi SPM yang berbasis spiritualitas. SPM berbasis spiritualitas menekankan pada nilai nilai untuk masyarakat dan lingkungan hidup, jadi sebuah organisasi itu eksis bukan sekedar untuk mencapai profit, tetapi agar dapat berguna bagi semua pihak.

SPM berbasis spiritualitas dapat memengaruhi dan mendukung SDG 2030. Sebuah organisasi akan lebih peduli pada lingkungan sekitar sehingga dapat membuat bumi itu menjadi lebih baik, seperti halnya yang dilakukan oleh Body Shop. Dalam



.....

melaksanakan itu semua dibutuhkan sebuah sistem yang terintegrasi, yaitu BSC khususnya BSC 3.0, dimana fungsi dari BSC ini adalah untuk membantu mengintegrasikan tujuan organisasi agar selaras dengan setiap aktivitas yang dilakukan oleh anggota organisasi

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Arief Suadi. *Sistem Pengendalian Manajemen*. Edisi Pertama BPFE Yogyakarta, 1999.
- [2] Efferin, S. 2021. *Sistem Pengendalian Manajemen Spiritualitas Untuk Pengembangan Berkelanjutan*. Expert. Yogyakarta
- [3] Efferin, S., & Hutomo, C. C. 2021. *Spirituality, happiness and auditors' commitment: an interbeing perspective*. Accounting, Auditing and Accountability Journal, 34(4), 701–730.
- [4] <https://www.thebodyshop.co.id/products.html>
- [5] Kaplan, R. S.; Norton, D. P. (2004). *Strategy maps: converting intangible assets into tangible outcomes*. Harvard Business School Press.
- [6] Kaplan, R. S.; Norton, D. P. (2006). *Alignment: using the balanced scorecard to create corporate synergies*. Harvard Business School Press.
- [7] Kaplan, R.S. and Norton, D.P. (2001). *The Strategy-Focused Organization: How Balanced Scorecard Companies Thrive in the New Business Environment*. Boston, Harvard Business School Press.
- [8] Kono, S.; Walker, G. J. (2020). *Theorizing Ikigai or Life Worth Living Among Japanese University Students: A Mixed-Methods Approach*. Journal of Happiness Studies
- [9] Pink, D. 2009. *Drive*. Riverhead Books. New York
- [10] United Nation (2015). *Transforming Our World: The 2030 Agenda For Sustainable Development*.