

IMPLEMENTASI KINERJA KEUANGAN TERHADAP NILAI SPIRITUALITAS PRIBADI

Whedy Prasetyo

whedy.p@gmail.com

Fakultas Ekonomi, Universitas Jember

ABSTRACT

Development of financial performance in the application of Good Corporate Governance and Corporate Social Responsibility which affects the values of honesty private individuals, in order to be able to run the accountability, value for money, fairness in financial management, transparency, control, and free of conflicts of interest (independence). The main concern in this study is focused on achieving value personal spirituality through the financial performance and capabilities of Good Corporate Governance (GCG) and Corporate Social Responsibility (CSR) in moderating the relationship with the financial performance of value personal spirituality. This study is a descriptive verifikatif. The unit of analysis in this study was 15 companies in Indonesia with a policy that has been applied through the concept since January of 2008 until now, with the support of the annual report of the company, the company's financial statements, company reports to the disclosure of Good Corporate Governance and Corporate Social Responsibility in the annual report. Overall reports published successively during the years 2008-2011. The results of this study indicate financial performance affects the value of personal spirituality, and for variable GCG obtained results that could moderate the relationship of financial performance to the value of personal spirituality. But for the disclosure of CSR variables obtained results can't moderate the relationship with the financial performance of personal spirituality.

Keywords: Financial performance, value personal spirituality, Good Corporate Governance (GCG), and Corporate Social Responsibility (CSR).

ABSTRAK

Pengembangan kinerja keuangan pada pengaplikasian kinerja perusahaan dan tanggung jawab sosial yang berpengaruh pada nilai-nilai kejujuran individu-individu pribadi, sehingga mampu menjalankan akuntabilitas, *value for money*, kejujuran dalam mengelola keuangan, transparansi, pengendalian, dan bebas konflik kepentingan (*independence*). Perhatian utama dalam penelitian ini difokuskan pada pencapaian nilai spiritualitas pribadi melalui kinerja keuangan dan kemampuan *Good Corporate Governance (GCG)* dan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam memoderasi hubungan kinerja keuangan dengan nilai spiritualitas pribadi. Penelitian ini adalah deskriptif verifikatif. Unit analisis dalam penelitian ini adalah 15 perusahaan di Indonesia dengan konsep kebijakan yang telah diterapkan sejak Januari 2008 sampai sekarang, dengan dukungan laporan tahunan (*annual report*) perusahaan, laporan keuangan perusahaan, laporan perusahaan yang melakukan pengungkapan *Good Corporate Governance (GCG)* dan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam laporan tahunan. Keseluruhan laporan yang diterbitkan secara berturut-turut selama tahun 2008-2011. Hasil penelitian ini menunjukkan kinerja keuangan mempengaruhi nilai spiritualitas pribadi, dan untuk variabel GCG hasil yang diperoleh dapat memoderasi hubungan kinerja keuangan dengan nilai spiritualitas pribadi. Namun untuk variabel pengungkapan CSR hasil yang diperoleh tidak dapat memoderasi hubungan kinerja keuangan dengan nilai spiritualitas pribadi.

Kata kunci: Kinerja keuangan, nilai spiritualitas pribadi, *Good Corporate Governance (GCG)*, dan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

PENDAHULUAN

Penelitian yang berangkat dari ide pemikiran pertanyaan diri, yaitu bisakah hasil keuangan dalam bisnis mempengaruhi “sikap jujur” dan “kesuksesan” dalam bisnis?. Pertanyaan yang didasarkan pada timbulnya kebohongan skandal bisnis yang telah meruntuhkan perusahaan terkemuka yaitu *Enron*, *Worldcom*, *Global Crossing*, *HIH*, dan *Tyco* (Imung, 2002). Lebih lanjut fenomena penyalahgunaan melalui kebohongan atas penyajian informasi laporan keuangan pada Bank Lippo, PT Citra Marga Nusapala, Bank Duta, PT Kimia Farma Tbk, PT Telkom, PT Merck, *Xerox* (Arrozi, 2009) dan *Lehman Brother* (Mc Donald dan Robinson, 2010:12), dan kasus rekayasa laporan keuangan 2010 PT Asuransi Kredit Indonesia (Persero) atau Askrindo. Laporan keuangan yang seharusnya sebagai bentuk pertanggungjawaban keuangan, telah disalahgunakan oleh manajemen dalam upaya menutupi kerugian penjaminan kredit (Kontan, 22-28 Agustus 2011). Implikasi fenomena tersebut berakibat pada “apakah informasi laporan keuangan masih bisa dipercaya dan bermanfaat dalam pengambilan keputusan?”.

Ketidajujuran pengungkapan informasi dalam laporan keuangan di atas, menyebabkan timbulnya keraguan atas keberadaan laporan keuangan dan kerugian besar bagi pelaku usaha seperti investor, karyawan, kreditor, dan *stakeholder* lainnya. Akibatnya, pengguna mendapatkan informasi yang tidak jujur atas kondisi keuangan perusahaan karena terdapat penyembunyian informasi yang relevan, reliabel dan memberikan posisi keuangan yang salah. Berdasarkan penelitian empiris Kouzes dan Posner (2002), menunjukkan bahwa terdapat dua hal yang tampaknya kontradiktif, seperti jujur versus praktik bisnis, menurutnya dapat menjadi dua buah unsur yang dapat disatukan. Penelitian yang dilakukan dengan metode survei longitudinal pada tahun 1987, 1995, dan 2002 atas karakteristik pemimpin yang dikagumi para eksekutif bisnis dan pemerintahan di

seluruh benua. Hasil yang menunjukkan bahwa sifat jujur selalu menempati kedudukan penting yang dipilih oleh 83 sampai dengan 88 persen responden. Tiga karakteristik berikut ini stabil memposisikan sebagai 4 tertinggi setelah jujur; *forward-looking*, kemudian kompetensi, dan memberi inspirasi. Kecerdasan (*intelligent*) menyusul selanjutnya pada peringkat berikutnya, tetapi jumlah responden yang memilihnya (dalam tiga kali survei tersebut) tidak sampai mencapai 50% (persen).

Kehadiran nilai pribadi jujur atau kejujuran merupakan salah satu nilai yang telah diajarkan kepada kita semua sejak kita masih kanak-kanak (*kindergarten*). Nilai ini, seperti yang telah kita ketahui sejak lama bersumber dari ajaran agama (spiritualitas). Menurut Kouzes dan Posner (2002), bahwa ketika tanggung jawab sosial dan kinerja perusahaan didasarkan kinerja keuangan akan berpengaruh terhadap karakteristik individu karyawan yang memiliki nilai kejujuran dalam melakukan tanggung jawab yang dikerjakan akan membuat mereka dipercaya, dan juga hal ini berlaku pada pimpinan mereka sehingga menjadi suasana kerja mempercayai dan saling mengagumi. Dari hasil penelitian dapat dijelaskan bahwa nilai-nilai spiritualitas maupun realisasi agama, adalah hal nyata dan dapat dipraktikkan dalam kehidupan profesional sehari-hari dan bukan sebagai penghalang bagi kemajuan dunia bisnis.

Ajaran agama dan ajaran moral mana pun pastilah menjunjung tinggi nilai-nilai kejujuran, ketulusan, rendah hati, menghargai harkat kemanusiaan, rela berkorban demi kemaslahatan orang banyak, dan semacamnya. Ini juga nilai-nilai pribadi spiritual yang sifatnya universal, lintas agama dan bersifat abadi. Artinya melintasi segala zaman dan tempat. Karena itu, jika suatu perusahaan ingin abadi, ia harus menjunjung tinggi dan pencapaian nilai-nilai yang bersifat abadi pula. Hanya dengan cara itu, perusahaan akan bisa selalu menjadi bagian dari nilai pribadi manusia (Swa Sembada, 2007:33).

Nilai-nilai pribadi spiritual manusia atas hasil tanggung jawab sosial dan kinerja perusahaan akan mampu memberikan tempat yang nyaman bagi karyawan, banyak perusahaan yang menerapkan nilai-nilai spiritual mampu bertahan dan terus berkembang seperti *UPS, Southwest, Starbucks* dan *Timberland*. Sebaliknya, tanpa spiritualitas, perusahaan bisa saja sukses tapi umumnya berjangka pendek, contoh ekstremnya sang raksasa *Enron* dan *WorldCom* (Zohar dan Marshall, 2005:22). Nilai-nilai spiritual akan membuat kinerja karyawan perusahaan bukan lagi sekedar mencari nafkah atau bersosialisasi, melainkan ingin memberikan sesuatu yang bermakna bagi kehidupan. Konsep pelaksanaan yang dapat dimulai dari pemberian makna bagi teman sekerja, pelanggan, pemegang saham, pemerintah, bahkan bagi masyarakat di sekitar perusahaan ataupun masyarakat luas yang merasakan manfaat kehadiran perusahaan tempatnya bekerja (Ashmos dan Duchon, 2000).

Pelaksanaan nilai-nilai pribadi dalam kinerja perusahaan, lebih lanjut dibuktikan dalam penelitian Collins dan Porras (1996), menyatakan bahwa berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada akhir tahun 1994 pada 18 perusahaan visioner yang kemudian dibandingkan dengan 18 perusahaan lainnya (yang mewakili perusahaan-perusahaan pada umumnya). Perusahaan-perusahaan visioner, yang mampu mencapai keberhasilan dalam sukses kinerja keuangan terhadap nilai pribadi dengan tingkat yang jauh di atas rata-rata pencapaian semua perusahaan lain (sebesar 87,5% persen), pada umumnya tidak melakukan pilihan atas dua hal yang kontradiktif. Konsep yang dilakukan dengan upaya penyerasian atau kolaborasi antara keduanya, contohnya mereka tidak memilih sasaran keuntungan jangka pendek untuk mengorbankan sukses jangka panjang, atau mungkin sebaliknya. Namun dengan selalu berupaya untuk sukses dalam jangka pendek dan berupaya pula untuk meraih sukses jangka panjang.

Kehadiran nilai pribadi pada pelaksanaan kinerja perusahaan akan mendorong kejujuran dan keyakinan kebenaran, untuk menumbuhkan keterbukaan dalam melakukan evaluasi berkelanjutan keberhasilan perusahaan. Tumbuhnya nilai-nilai ini mendorong terciptanya nilai-nilai pribadi yang menumbuhkan praktik spiritual bekerja, mencapai keunggulan bersaing perusahaan secara berkelanjutan bagi kesejahteraan bersama (Ashmos dan Duchon, 2000). Praktik spiritualitas dalam kehidupan karier sehari-hari, bukanlah merupakan konsep pemahaman baru bagi sebagian eksekutif perusahaan di dunia. Banyak eksekutif perusahaan yang kehidupannya sehari-hari justru sangat menjunjung spiritualitas, tetapi tetap menjaga sikap profesionalismenya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setelah bekerja dengan 800 orang eksekutif dalam 25 tahun terakhir ini, dengan mengajukan sebuah ramalan bahwa para pengusaha yang sukses pada abad ke-21 akan menjadi para pemimpin spiritual. Mereka akan merasa nyaman dengan kehidupan spiritualnya sendiri dan akan tahu cara memupuk perkembangan spiritual orang lain atas hasil kinerja keuangan. Mereka meyakini, para pengusaha paling sukses pada zaman sekarang ini, pasti, sedikit banyak telah mempelajari rahasia itu (Hendricks dan Ludeman, 2002).

Apa yang disebut sebagai rahasia itu, diungkapkan dengan istilah lain oleh Collins dan Porras (1996), yaitu *core ideology* yang terdiri atas *core value* dan *core purpose*. *Core values* adalah *essential and enduring tenets* atau ajaran/prinsip yang menjadi pengarah perusahaan yang kekal, yaitu yang tak habis oleh panas dan tak hilang karena hujan. *Purpose* adalah alasan fundamental mengapa suatu organisasi perusahaan berdiri, selain dari alasan mencari laba (*the organization's fundamental reasons for existence beyond just making money*). Salah satu sumber yang sudah siap pakai bagi *core ideology* itu atau bagiannya (*core value, purpose*) tidak lain adalah nilai-nilai spiritualitas ataupun agama pada nilai pribadi

yang dipengaruhi atas kinerja keuangan merupakan petunjuk pencapaian stabilitas perusahaan.

Stabilitas perusahaan merupakan upaya keberadaan perusahaan dalam pemenuhan tanggung jawab keuangan perusahaan terhadap kinerja individu-individu karyawan yang bekerja di perusahaan tersebut. Kinerja individu karyawan sangat dipengaruhi oleh pribadi karyawan yang bersangkutan. Kinerja keuangan perusahaan akan mempengaruhi kepercayaan nilai pribadi, yang didasarkan pada tata kelola kegiatan perusahaan dengan mendasarkan pada visi yang ingin dicapai dengan didasarkan pada lingkungan usaha yang dijalankan. Lebih lanjut menurut Hariadi (2003:6), menjelaskan bahwa suatu organisasi, apa pun bentuknya, sesungguhnya tidak memiliki energi. Alam lingkungan ciptaan Tuhan yang mengandung energi. Manusia yang sadar tentang lingkungan hanya dapat menyalurkan energi sesuai dengan kepentingannya. Dengan demikian, adanya kesesuaian antara visi, misi, keyakinan, dan nilai-nilai yang dijunjung tinggi sesuai dengan lingkungannya merupakan syarat mutlak agar energi tersebut disalurkan secara maksimal untuk mencapai tujuan organisasi.

Pencapaian tujuan organisasi perusahaan sangat ditentukan oleh kinerja organisasi dalam mengelola interaksi individu-individu yang terlibat didalamnya. Keberhasilan kinerja perusahaan (*Good Corporate Governance*(GCG)) dan tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility* (CSR)) berpengaruh terhadap individu-individu yang bertanggungjawab bagi pencapaian kelangsungan produksi perusahaan (Muhammad, 2011). Konsep pengaplikasian kinerja perusahaan dan tanggung jawab sosial sebagai *value* merupakan program untuk membangun kegiatan GCG dan CSR sebagai nilai-nilai luhur pribadi yang melekat pada perusahaan, yakni *integrity* (integritas), *responsibility* (tanggung jawab), *excellence* (istimewa), *trustworthy* (terpercaya) dan *respect* (menghormati). Pelaksanaan GCG dan CSR mempengaruhi nilai-

nilai pribadi spritualitas yang dihasilkannya, akan membuat kalangan bisnis tidak hanya berorientasi profit. Kata-katanya, *life is not only for bread* akan memberikan nilai yang begitu mendalam diterapkannya, bukan hanya dalam pekerjaan dan bisnisnya, tapi juga dalam kesehariannya. Pemilik perusahaan dan karyawan yang terlibat di dalamnya akan menjalankan aktivitas kinerja sehari-hari dengan keseimbangan dan bersahaja (Hendricks dan Ludeman, 2002; dan Abuderne, 2006).

Upaya pengembangan GCG dan CSR ditujukan untuk mendorong optimalisasi alokasi atau sumber daya perusahaan, dengan memperhatikan lingkungan agar pertumbuhan dan kesejahteraan pemilik perusahaan terjaga. Dalam jangka panjang pelaksanaan GCG dan CSR dapat meningkatkan kinerja atau nilai pribadi, karena meningkatkan kepercayaan dan menguntungkan seluruh individu-individu yang terlibat dalam perusahaan, bagi karyawan (terjamin kelangsungan aktivitas kerjanya dan penghasilannya), bagi perusahaan (menjamin keunggulan kompetitif yang berkelanjutan), dan bagi investor (nilai saham dan dividen yang diterima meningkat), serta memberikan perlindungan yang efektif bagi keseluruhan individu yang terlibat, sehingga mereka yakin akan memperoleh manfaat atas keputusan investasinya dengan benar (Hendricks dan Ludeman, 2002).

Lebih lanjut menurut Aburdene (2006), bahwa pencapaian kinerja dan perhatian sosial dari bisnis dengan tidak mempengaruhi nilai-nilai spiritualitas dalam pribadi individu yang terlibat, hanya akan merugikan bisnis itu sendiri. Selanjutnya Kaozes dan Posner (2002), dan Aburdene (2006), menyatakan bahwa kehadiran pribadi manusia (*man and management*) dalam lingkungan kinerja perusahaan menunjukkan kehadirannya yang lebih tinggi (*Creator*) dari semua yang ada untuk mampu meningkatkan kesejahteraan makhluk lain dan lingkungan untuk mendukung keberadaan pribadinya sendiri (*creation*)

dengan mampu menciptakan barang dan jasa yang bernilai tinggi (*creative creation*).

Dengan berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini merupakan hasil pengembangan dari kajian teoritis Zohar dan Marshall (2005), dan hasil penelitian dari Collins dan Porras (1996), Hendricks dan Ludeman (2002), Kouzes dan Posner (2002), dan Aburdene (2006), menyatakan bahwa komitmen para manajer dan karyawan dalam pencapaian prestasi mereka, ternyata lebih mempengaruhi kejelasan tentang nilai pribadi mereka sendiri (*clarity of personal values*) dibandingkan kejelasan tentang nilai-nilai perusahaan (*clarity of organizational values*). Nilai kinerja keuangan akan mampu mempengaruhi nilai pribadi. Pencapaian nilai-nilai pribadi melalui spiritualitas dipengaruhi kinerja keuangan akan membawa nilai-nilai luhur praktik bisnis, di samping perusahaan mempunyai tata kelola yang baik (GCG) dan program CSR (Swa Sembada, 2007: 36).

Pelaksanaan spiritualitas, *Good Corporate Governance*, dan *Corporate Social Responsibility* telah diaplikasikan pada tataran operasional perusahaan di 15 Perusahaan, yaitu PT Astra International Tbk, PT Bintang Toedjoe, PT General Electric Indonesia, PT Internusa Hasta Buana, PT Medco Energi Internasional Tbk, PT Elnusa, PT Garudafood, PT Unilever Indonesia, Grup Takaful Indonesia, PT Excelcomindo Pratama (XL), dan lima perusahaan di Jawa Timur, yaitu di Kota Batu (yaitu Selecta, Agro Kusuma dan Jawa Timur Park), Kabupaten Blitar (yaitu Jatinom Mas), Kabupaten Jember (yaitu Mitratani Dua Tujuh) dengan mengembangkan kinerja keuangan pada pengaplikasian kinerja perusahaan dan tanggung jawab sosial berpengaruh pada nilai-nilai kejujuran individu-individu pribadi, sehingga mampu menjalankan akuntabilitas, *value for money*, kejujuran dalam mengelola keuangan, transparansi, pengendalian, dan bebas konflik kepentingan (*independence*).

Kebijakan yang telah diaplikasikan melalui konsep sejak bulan Januari Tahun 2008

sampai sekarang. Konsep pengembangan penelitian dikembangkan pada berbagai usaha tidak hanya pada usaha jasa, namun manufaktur. Dengan mendasarkan pada responden melalui pengisian kuisioner dan wawancara disesuaikan dengan visi dan misi yang akan dicapai perusahaan tersebut, dengan dukungan laporan tahunan (*annual report*) perusahaan, laporan keuangan perusahaan, laporan perusahaan yang melakukan pengungkapan GCG dan CSR dalam laporan tahunan. Keseluruhan laporan yang diterbitkan secara berturut-turut selama tahun 2008–2011.

Berdasarkan kajian teori dan penelitian yang terdapat pada pendahuluan, maka penelitian ini membahas pengaruh kinerja keuangan perusahaan yang diukur *Operating Ratio (OR)*, implementasi *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai spiritualitas pribadi. Perhatian utama dalam penelitian ini difokuskan pada pencapaian nilai spiritualitas pribadi melalui kinerja keuangan dan kemampuan *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* dalam memoderasi hubungan kinerja keuangan dengan nilai spiritualitas pribadi.

TINJAUAN TEORETIS

Kinerja Keuangan

Menilai kinerja keuangan perusahaan dengan analisis laporan keuangan dapat memberikan informasi yang menggambarkan hubungan diantara berbagai perhitungan dari beberapa laporan keuangan serta hasil dari operasional perusahaan. Analisis yang menunjukkan kinerja keuangan perusahaan, bertujuan untuk menunjukkan efektifitas dan efisien kinerja dalam menjalankan organisasi untuk mencapai tujuannya (Hermeindito, 2001). Analisis laporan keuangan merupakan perhitungan rasio-rasio keuangan perusahaan untuk membantu mengevaluasi posisi keuangan dan hasil operasi di masa yang lalu, dan yang akan datang (Ardianto, 2007).

Pengukuran pencapaian kinerja keuangan perusahaan yang dapat digunakan ada dua macam, yaitu kinerja operasi perusahaan dan kinerja pasar. Kinerja operasi perusahaan diukur dengan melihat kemampuan perusahaan yang tampak pada laporan keuangannya. Untuk mengukur kinerja operasi perusahaan biasanya digunakan rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuangan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu. Untuk mengukur rasio profitabilitas ini, dengan menggunakan *Operating Ratio (OR)*, yaitu rasio keuangan yang berfungsi untuk mengukur atau menghitung tingkat biaya operasional, atau dari nilai penjualan perusahaan yang diukur dengan membandingkan antara biaya operasional perusahaan terhadap nilai penjualan bersih. Tujuan *OR* digunakan perusahaan untuk mengukur efisiensi dan efektifitas operasional suatu perusahaan dengan jalan membandingkan angka-angka pendapatan dan pengeluaran dari laporan laba rugi terhadap angka-angka dalam neraca (Fabozzi, 2000:82).

Good Corporate Governance (GCG)

Keputusan Menteri Negara BUMN No. 117/2002, menjelaskan pengertian *corporate governance* sebagai proses terstruktur yang digunakan oleh organ BUMN untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan *stakeholders* lainnya berdasarkan peraturan perundangan dan nilai-nilai risiko.

Pelaksanaan *Good Corporate Governance (GCG)* pada perusahaan dijelaskan atas hasil penelitian *The Indonesia Institute for Corporate Governance* (2002), menunjukkan bahwa alasan utama perusahaan melaksanakan GCG adalah kepatuhan terhadap peraturan, perusahaan meyakini bahwa implementasi GCG merupakan bentuk lain penegakan etika bisnis dan etika kerja yang sudah lama menjadi komitmen perusahaan, dan

implementasi GCG berhubungan dengan peningkatan citra perusahaan. Penelitian Klapper dan Love (2002), menunjukkan bahwa *corporate governance* berpengaruh positif terhadap kinerja dan nilai perusahaan, kemudian penelitian Mitton (2002) menemukan bahwa indikator yang berkaitan dengan *corporate governance* mempunyai dampak yang kuat terhadap kinerja perusahaan. Hasil yang sama juga ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Black, *et al.* (2003), dan Khomsiyah (2003), bahwa *good corporate governance* memiliki hubungan positif dengan nilai atau kinerja perusahaan.

Hasil penelitian Gompers, *et al.* (2003), menemukan bahwa terdapat hubungan positif antara indeks *corporate governance* dengan kinerja perusahaan jangka panjang, sedangkan menurut Siallagan dan Machfoedz (2006), bahwa mekanisme *corporate governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya Wardhani (2006), atas hasil penelitiannya bahwa *corporate governance* berpengaruh positif terhadap kinerja operasional dan kinerja pasar perusahaan.

Implementasi GCG pada perusahaan-perusahaan di Indonesia dapat dinilai dalam indeks yang disebut *Corporate Governance Perception Index (CGPI)*. Menurut CGPI 2008 terdapat empat manfaat penerapan *corporate governance*, yaitu: (1) meningkatkan kinerja perusahaan melalui terciptanya proses pengambilan keputusan yang lebih baik, meningkatkan efisiensi perusahaan, serta lebih meningkatkan pelayanan kepada *stakeholders*, (2) mempermudah diperolehnya dana pembiayaan yang lebih murah (karena faktor kepercayaan) yang pada akhirnya akan meningkatkan *corporate value*, (3) mengembalikan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya di Indonesia, dan (4) pemegang saham akan merasa puas dengan kinerja perusahaan karena sekaligus meningkatkan *shareholders's value* dan dividen. Dalam penelitian ini aspek GCG pada perusahaan yang diteliti, beberapa hal didasarkan pada CGPI dan juga laporan pelaksanaannya di perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) meurut *World Business Council for Sustainable Development*, adalah komitmen berkelanjutan yang dijalankan perusahaan untuk berkelakuan etis, dan kontribusi untuk pengembangan ekonomi terhadap perbaikan kualitas hidup karyawan dan keseluruhan keluarganya, dalam pengertian masyarakat lokal dan masyarakat pada umumnya. Penjelasan yang lebih luas dijelaskan oleh pernyataan *World Bank*, yaitu komitmen perusahaan atas kontribusinya pada pengembangan ekonomi berkelanjutan, dengan mendasarkan pada karyawan dan berbagai kesesuaiannya bagi masyarakat lokal dan masyarakat pada umumnya terhadap perbaikan kualitas hidup, dalam keseluruhan pelaksanaan usaha yang baik dan pengembangan yang baik pula.

Pelaksanaan program CSR dalam perkembangannya tidak terbatas pada aktivitas sosial perusahaan saja, namun dapat sebagai sebuah keputusan bisnis, artinya upaya di dalam menjalankan pola usaha yang memperhatikan keramahan kepada pemangku kepentingan, ada 2 (dua) kepentingan yang harus diakomodasi pada setiap pengambilan keputusan usaha, yaitu kepentingan pemegang saham dan *stakeholders* lainnya (Samhadi, 2007).

CSR merupakan mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya, dan interaksinya dengan stakeholders, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Sayekti dan Wondabio, 2007, 2008; Sayekti, 2008, 2011). Lebih lanjut Lee (2005), menyatakan bahwa CSR telah mengalami transformasi dari suatu yang dianggap beban biaya menjadi sumber daya yang bernilai tinggi dan mengajak perusahaan untuk melakukan "*resourcification of CSR*" sebagai cara mendapatkan manfaat penuh CSR meningkatkan keuntungan ekonomi, sedangkan Penelitian Siegel dan Paul (2006), bahwa aktivitas pengungkapan CSR memiliki dampak produktif signifikan atas

perubahan teknikal, dan skala ekonomi perusahaan terhadap individu-individu yang terlibat.

Pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia dapat diukur dengan menggunakan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRI)*. Pendekatan untuk menghitung CSRI pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi, yaitu setiap item CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan (Haniffa dan Cooke, 2005). Selanjutnya, skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan, oleh karena itu, skor CSRI akan berada pada kisaran 0 hingga 1. Instrumen pengukuran CSRI mengacu pada instrumen yang digunakan oleh Sembiring (2005) yang mengelompokkan informasi CSR ke dalam kategori: Lingkungan, Energi, Tenaga Kerja, Produk, Keterlibatan Masyarakat, dan Umum. Total item CSR dalam penelitian ini dibatasi sampai dengan 15.

Nilai Spiritualitas Pribadi

Karakteristik penting dalam diri para manajer dan seluruh karyawan dalam pencapaian prestasi kinerja keuangan sangat mempengaruhi nilai pribadi mereka sendiri (*clarity of personal values*), dibandingkan kejelasan tentang nilai-nilai perusahaan (*clarity of organizational value*). Konsep yang didasarkan hasil penelitian Kouzes dan Posner (2002), dengan berdasarkan obyek penelitian karakteristik pemimpin yang di kagumi para manajer dan karyawan, yaitu jujur dengan praktik bisnis yang seharusnya dapat menjadi dua buah unsur yang dapat disatukan. Hasilnya menunjukkan, bahwa sifat jujur selalu menempati kedudukan penting atau memposisikan diri sebagai nomor 1 (satu) yang dipilih, selanjutnya aspek *forward-looking*, kompetensi, memberi inspirasi, dan kecerdasan. Hasil penelitian yang mendukung pendapat Hendricks dan Ludeman (2002), tentang pengusaha sukses abad ke 21 yaitu karakteristik pemimpin

dengan nilai spiritual pribadi pada korporasi yang mampu memupuk spiritualitas orang lain.

Nilai spiritual pribadi, dalam penelitian ini dikembangkan dengan mendasarkan pada Ashmos dan Duchon (2000), Kaozes dan Posner (2002), Hendricks dan Ludeman (2002), dan Aburdene (2006), sehingga pada penelitian ini pencapaian nilai spiritual pribadi mendasarkan pada beberapa kriteria:

1. Memiliki pimpinan yang dipercayai spiritualitas sebagai bagian yang tak dapat dipisahkan dalam kehidupan berbisnis (*the man behind the gun*). Pemimpin yang memiliki kadar spiritualitas dan keimanan dapat menerjemahkan unsur kepercayaan itu dalam praktik sehari-hari. Bilamana pemimpin tidak memiliki keyakinan akan hal ini, perusahaan hendak di bawa ke kinerja intelektual, emosional dan etika tanpa menyetuh aspek spiritual sama sekali (Kaozes dan Posner, 2002; Hendricks dan Ludeman, 2002).

2. Memiliki kebijakan dan tujuan perusahaan eksplisit, yang menekankan pada aspek nilai spiritual dalam setiap keputusan bisnis, dengan dua aspek utama, yaitu *business belief* dan *work belief* di atas etika bisnis dan kerja yang hanya memuat aspek baik dan buruk ataupun berhasil dan tidak (Kaozes dan Posner, 2002; Aburdene, 2006).

3. Memiliki kriteria pencapaian kinerja yang spesifik pada pencapaian spiritual sebagai upaya penilaian prestasi pemimpin secara khusus selain mencari laba, juga pengembangan nilai-nilai spiritualitas (Hendricks dan Ludeman, 2002).

4. Memiliki program pengembangan spiritualitas karyawan sesuai dengan agama dan kepercayaan yang dianutnya dalam konteks aplikasi dalam dunia bisnis. Menghindari dogmatika perpecahan dan eksklusivisme, serta menekankan pada aspek persamaan universal yang inklusif. Pengembangan spiritual ini harus mampu meningkatkan moral, etika, cara kerja karyawan sehingga menjadi karyawan yang produktif, bertanggungjawab, dan takwa

pada Tuhan (Ashmos dan Duchon, 2000; Kaozes dan Posner, 2002; Aburdene, 2006).

5. Aktif menjadi pelopor di industri dan masyarakat tempat perusahaan itu beraktivitas, dalam bidang penegakan tata kelola, dan pemberdayaan fungsi tanggung jawab sosial melalui program pengembangan masyarakat dan kepedulian lingkungan.

Untuk mewujudkan pencapaian kelima kriteria tersebut, pengembangan konsep atas falsafah dasar dimulai dari nilai spiritual pribadi, yaitu nilai spiritual tercapai bila setiap orang dalam jajaran manajemen, khususnya pemimpin dan karyawan (*man* disamakan dengan *management*) melakukan hasil usahanya dengan fokus pada Sang Pencipta (*Creator*), yaitu mengakui Tuhan adalah pemilik, sedangkan mereka adalah pengelola, dan melakukan kontribusi yang bermanfaat pada semua makhluk ciptaan-Nya (*creation*, yaitu pencapaian hubungan sesama manusia dan lingkungan) dengan memproduksi barang dan jasa yang membuat keduanya (*Creator dan creation*) bahagia. Pencapaian kinerja keuangan yang mempengaruhi nilai spiritual pribadi akan menghasilkan perubahan sikap individu, menurunkan praktik penyelewengan dan pelanggaran wewenang (*fraud*), meningkatkan citra dan kredibilitas perusahaan, dan meningkatkan kinerja secara berkelanjutan (Kaozes dan Posner, 2002; Hendricks dan Ludeman, 2002).

Kodrat manusia (*man* sama dengan *management*) sebagai ciptaan tertinggi untuk memuliakan Sang Pencipta (*Creator*), dan meningkatkan kesejahteraan makhluk lain dan lingkungan untuk mendukung keberadaannya sendiri (*creation*) dengan penciptaan barang dan jasa yang bernilai tinggi (*creative creation*). Manusia (*man* sama dengan *management*) diciptakan lebih tinggi dari alam tetapi lebih rendah dari Tuhan. Tuhan memberi tugas kepada manusia agar mengelola alam untuk digunakan bagi dirinya sendiri, dan dalam kegiatannya itu selalu hanya bertujuan memuliakan Tuhan

(Ashmos dan Duchon, 2000; Kaozes dan Posner, 2002).

Perusakan alam dan lingkungan serta sesama ciptaan (manusia lain), merupakan sebuah pelanggaran terhadap perintah Tuhan, dan juga penolakan atas kodrat Ilahi dari manusia yang seharusnya melakukan harmonisasi dengan alam dan sesama ciptaan. Oleh sebab itu, nilai spiritual pribadi akan terjadi hanya bilamana manusia sebagai pelaku usaha senantiasa mengingat Tuhan sebagai *shareholder* sekaligus *soulholder*, dan mengingat sesama ciptaan sebagai makhluk yang harus dibahagiakan dengan kontribusinya.

Berdasarkan kajian teori dan hasil penelitian yang dikemukakan, dapat dibangun hipotesis penelitian, yaitu:

Hipotesis Penelitian

Hipotesis 1: Kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai spiritualitas pribadi.

Hipotesis 2: *Good Corporate Governance* (GCG) mampu memoderasi hubungan kinerja keuangan dengan nilai spiritualitas pribadi.

Hipotesis 3: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mampu memoderasi hubungan kinerja keuangan dengan nilai spiritualitas pribadi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian deskriptif verifikatif. Penelitian deskriptif verifikatif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan karakteristik variabel-variabel dan menguji kebenaran teori atau fenomena yang telah ada. Hubungan antar variabelnya bersifat kausalitas. Desain kausal berguna untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya (Cooper dan Emory, 2001: 131, 133).

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, terdiri dari laporan tahunan (*annual report*) perusahaan, laporan keuangan perusahaan, laporan perusahaan yang melakukan pengungkapan GCG dan CSR dalam laporan tahunan. Keseluruhan laporan yang diterbitkan secara berturut-turut selama tahun 2008-2011.

Penentuan perhitungan analisis CSR didasarkan pada Sayekti dan Wondabio (2007, 2008), Sayekti (2008, 2011), yaitu pendekatan untuk menghitung CSRI pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Rumus perhitungan CSRI adalah sebagai berikut:

$$CSRI_j = \sum X_{ij} / n_j$$

Keterangan:

$CSRI_j$: *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRI) perusahaan j.

X_{ij} : dummy variabel, yaitu 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan.

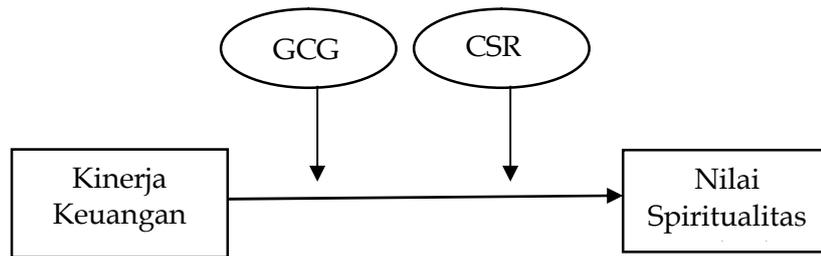
n_j : Jumlah item perusahaan j, $n_j \leq 78$.

Dengan demikian, $0 \leq CSRI_j \leq 1$

Nilai spiritualitas pribadi diukur dengan menggunakan metode perhitungan yang dikembangkan dari Ashmos dan Duchon (2000), Kaozes dan Posner (2002), Hendricks dan Ludeman (2002), dan Aburdene (2006), sehingga dihasilkan formula sebagai berikut:

$$\text{Spiritual Value (S)} = \text{Man (m)} \times \text{Creator (C)} \times \text{Creation (c)}$$

Formula falsafah dasar *Spiritual Value* (S), yakni nilai spiritual tercapai apabila setiap orang dalam jajaran manajemen telah melakukan usahanya dengan fokus pada Sang Pencipta (*Creator*); mengakui Tuhan adalah pemilik, sedangkan mereka adalah pengelola; dan melakukan kontribusi yang memberkati (*blessing*) pada semua makhluk ciptaan-Nya (*creation*: sesama manusia dan lingkungan alam semesta) dengan memproduksi barang dan jasa yang membuat keduanya (*Creator* dan *creation*) bahagia.



Gambar 1
Hipotesis Penelitian

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi, untuk menguji *Operating Ratio (OR)* berpengaruh terhadap nilai spiritualitas pribadi, serta pengungkapan *GCG* dan *CSR* mempunyai pengaruh terhadap hubungan antara *OR* dan nilai spiritualitas pribadi.

$$\text{Spiritualitas Value (S)} = \beta_0 + \beta_1 \text{OR} + \varepsilon$$

Keterangan:

Spiritualitas Value : Nilai spiritualitas pribadi

β_0 : Konstanta

β_1 : Koefisien regresi

OR : Kinerja Keuangan

ε : Error

Untuk menganalisis pengaruh *GCG* dan pengungkapan *CSR* dalam memoderasi hubungan kinerja keuangan terhadap nilai spiritualitas pribadi digunakan uji interaksi, atau *Moderated Regression Analysis (MRA)*, merupakan aplikasi khusus regresi berganda linear dimana persamaannya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen) (Ghozali, 2011: 229), dengan rumus persamaan sebagai berikut:

$$(1) \text{Spiritualitas Value (S)} = \beta_0 + \beta_1 \text{OR} + \beta_2 \text{CGPI} + \beta_3 \text{OR} \cdot \text{CGPI} + \varepsilon$$

$$(2) \text{Spiritualitas Value (S)} = \beta_0 + \beta_1 \text{OR} + \beta_2 \text{CSRI} + \beta_3 \text{OR} \cdot \text{CSRI} + \varepsilon$$

Keterangan :

Spiritualitas Value : Nilai spiritualitas pribadi

β_0 : Konstanta

$\beta_1=1,2,3$: Koefisien regresi

OR : Kinerja Keuangan

CGPI : Pengungkapan *GCG*

CSRI : Pengungkapan *CSR*

ε : Error

Oleh karena statistik yang digunakan adalah statistik parametrik, maka perlu dilakukan uji normalitas terhadap data yang akan dianalisis dengan menggunakan *kolmogorov-smirnov*.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis

Deskripsi variabel-variabel penelitian menggunakan hasil analisis statistik deskriptif sebagaimana dalam tabel 1 berikut ini:

Tabel 1
Ringkasan Statistik Deskriptif Data Penelitian

Variabel	Minimum	Maximum	Mean	Standard deviation
<i>OR</i>	-214.12	116.15	21.46	44.25
<i>CGPI</i>	69.54	84.24	76.79	3.26
<i>CSRI</i>	0.28	0.72	0.53	0.08
Spiritualitas Value	0.42	11.87	2.35	2.27

Sumber : Hasil olahan data penelitian, (Januari 2012)

Rata-rata persentase OR keseluruhan menunjukkan nilai sebesar 21.46%. Menurut Fabozzi (2000:84), menyatakan bahwa dalam nilai *Operating Ratio* (OR) yang baik adalah semakin kecil semakin baik, artinya OR digunakan untuk mengukur atau menghitung tingkat biaya operasional terhadap atau dari nilai penjualan perusahaan, sehingga rata-rata OR pada perusahaan yang digunakan sampel dalam penelitian ini memenuhi syarat sebagai nilai OR yang baik. Namun demikian standar deviasi 44.25, menunjukkan bahwa OR perusahaan yang menjadi unit analisis dalam penelitian ini bervariasi.

Rata-rata CGPI secara keseluruhan sebesar 76.79% sebagaimana tabel 2. Mengacu pada rating level GCG yang ditetapkan oleh *The Indonesian Institute for Corporate Governance* (IICG) skor rata-rata CGPI keseluruhan tergolong ke dalam level menengah dengan predikat “terpercaya”. Hal ini menunjukkan, bahwa GCG telah dijalankan oleh perusahaan-perusahaan sampel, namun demikian belum sepenuhnya diterapkan dengan optimal. Penerapan yang belum optimal tersebut ditunjukkan oleh nilai standar deviasi sebesar 3.26, berarti penerapan GCG bervariasi.

Rata-rata keseluruhan CSRI sebesar 0.53, berarti perusahaan rata-rata mengungkapkan kurang dari setengah, yaitu 6 dari total item CSR yang ada (total 15 item CSR) sebagaimana tabel 3, dalam hal ini perusahaan belum memiliki komitmen penuh untuk mempertanggungjawabkan dampak operasinya, serta pola pikir mana-jemen perusahaan yang menganggap CSR hanya sebagai upaya membangun image perusahaan yang menimbulkan kos bagi operasional perusahaan. Standar deviasi sebesar 0.08 menunjukkan data relatif tidak bervariasi.

Nilai spiritualitas pribadi diukur dengan menggunakan metode perhitungan yang dikembangkan dari Ashmos dan Duchon (2000), Kaozes dan Posner (2002), Hendricks dan Ludeman (2002), dan Aburdene (2006), sehingga dihasilkan formula sebagai berikut:

Spiritual Value (S) = *Man* (m) x *Creator* (C) x *Creation* (c)

Formula falsafah dasar *Spiritual Value* (S), yakni nilai spiritual tercapai apabila rata-rata nilai *Spiritual Value* sebesar 2.35. Nilai rata-rata tersebut lebih besar dari 1, berdasarkan kajian penelitian Kaozes dan Posner (2002), Hendricks dan Ludeman (2002), dan Aburdene (2006), bahwa *Spiritual Value* yang bernilai lebih dari 1 menunjukkan setiap orang dalam jajaran manajemen telah melakukan usahanya dengan fokus pada Sang Pencipta (*Creator*); mengakui Tuhan adalah pemilik, sedangkan mereka adalah pengelola; dan melakukan kontribusi yang memberkati (*blessing*) pada semua makhluk ciptaan-Nya (*creation*: sesama manusia dan lingkungan alam semesta) dengan memproduksi barang dan jasa yang membuat keduanya (*Creator* dan *creation*) bahagia. Ini adalah kodrat manusia (*man and management*) sebagai ciptaan tertinggi untuk memuliakan Sang Pencipta (*Creator*), serta meningkatkan kesejahteraan makhluk lain dan lingkungan untuk mendukung keberadaannya sendiri (*creation*) dengan penciptaan barang dan jasa yang bernilai tinggi (*creative creation*), sehingga perusahaan menghasilkan kepercayaan perolehan pendapatan dari produksinya dengan tingkat kepercayaan sesuai dengan harga perolehan aktivasinya, serta mengindikasikan perusahaan-perusahaan memiliki prospek pertumbuhan baik dan memiliki kemampuan dan *market value* menarik, sehingga direspon baik pasar. Selanjutnya, standar deviasi 2.27 berarti data nilai perusahaan bervariasi.

Kinerja Keuangan Berpengaruh Terhadap Nilai Spiritualitas Pribadi

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan sebelum analisis regresi, karena statistik yang digunakan adalah statistik parametrik yang mensyaratkan data harus berdistribusi normal. Hasil uji normalitas sebagaimana dalam tabel 3, menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.048, lebih kecil dari sebesar 0.05 yang berarti data residual tidak terdistribusi secara normal. Oleh karena itu perlu dilakukan transformasi data dengan menggunakan

Tabel 2
Good Corporate Governance Index

No	Nama Perusahaan	<i>Good Corporate Governance Index</i>				
		2008	2009	2010	2011	Rata-Rata
1	PT Astra International Tbk	73.45	76.64	78.58	82.32	77.75
2	PT Bintang Toedjoe	74.34	78.16	81.54	82.67	79.17
3	PT General Electric Indonesia	72.43	76.23	77.82	79.26	76.43
4	PT Internusa Hasta Buana	72.68	74.77	78.56	80.62	76.66
5	PT Medco Energi Internasional Tbk	69.54	72.66	73.76	78.68	73.66
6	PT Elnusa	73.34	73.89	78.66	80.12	76.50
7	PT Garudafood	71.66	72.44	75.66	78.87	74.65
8	PT Unilever Indonesia	72.32	74.21	76.45	78.75	75.43
9	Grup Takaful Indonesia	76.45	78.12	79.45	82.16	79.04
10	PT Excelcomindo Pratama (XL)	73.14	75.45	74.34	79.45	75.59
11	PT. Selecta Batu	75.58	76.64	78.95	84.24	78.85
12	Agro Kusuma	73.24	75.46	77.67	79.25	76.40
13	Jatim Park	72.46	76.74	77.58	78.84	76.40
14	Jatinom Mas	77.67	78.45	79.26	82.16	79.38
15	MitraTani Dua Tujuh	72.45	76.87	76.62	78.23	76.04
Rata-rata GCG		73.38	75.78	77.66	80.37	76.79
Standard Deviasi		6.22	1.45	1.23	0.58	3.26
CGPI Tertinggi						84.24
CGPI Terendah						69.54

Sumber : Hasil olahan data peneliti, Januari 2012

Tabel 3
Skor CSR

No	Nama Perusahaan	<i>Corporate Social Responsibility</i>				
		2008	2009	2010	2011	Rata-Rata
1	PT Astra International Tbk	0.54	0.62	0.65	0.65	0.61
2	PT Bintang Toedjoe	0.45	0.55	0.61	0.62	0.56
3	PT General Electric Indonesia	0.28	0.32	0.36	0.42	0.35
4	PT Internusa Hasta Buana	0.56	0.58	0.62	0.65	0.60
5	PT Medco Energi Internasional Tbk	0.55	0.56	0.61	0.62	0.58
6	PT Elnusa	0.55	0.58	0.62	0.65	0.6
7	PT Garudafood	0.43	0.45	0.60	0.61	0.52
8	PT Unilever Indonesia	0.34	0.36	0.42	0.45	0.39
9	Grup Takaful Indonesia	0.55	0.58	0.62	0.68	0.61
10	PT Excelcomindo Pratama (XL)	0.32	0.36	0.36	0.42	0.36
11	PT. Selecta Batu	0.45	0.58	0.65	0.72	0.6
12	Agro Kusuma	0.45	0.55	0.62	0.62	0.56
13	Jatim Park	0.45	0.42	0.43	0.56	0.46
14	Jatinom Mas	0.55	0.55	0.62	0.62	0.58
15	MitraTani Dua Tujuh	0.43	0.55	0.58	0.58	0.53
Rata-rata CSR		0.46	0.51	0.56	0.59	0.53
Standard Deviasi		0.14	0.08	0.06	0.05	0.08
CSRI Tertinggi						0.72
CSRI Terendah						0.28

Sumber : Hasil olahan data peneliti, Januari 2012

bentuk akar kuadrat (fungsi *SQRT*) menggunakan *software SPSS 16.0*, sehingga diperoleh nilai sig. 0.371 lebih besar dari 0.05 sebagaimana dalam tabel 4, dengan demikian data berdistribusi normal.

Berdasarkan hasil analisis regresi sebagaimana tabel 5 dan tabel 6, didapat nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.375 dengan tingkat signifikansi 0.01. Dengan demikian bahwa kinerja keuangan yang diproksi dengan *OR* mempengaruhi nilai spiritualitas pribadi sebesar 37.5%, selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti, artinya kinerja keuangan (*OR*) mampu meningkatkan nilai spiritualitas pribadi, atau kemampulan dengan menggunakan ekuitas perusahaan dapat mendorong peningkatan nilai spiritualitas pribadi. Dengan demikian, perusahaan yang memiliki kinerja keuangan relatif baik di respon positif oleh investor, sehingga meningkatkan nilai spiritualitas pribadi. Kinerja keuangan mampu menghasilkan perubahan sikap individu pada pencarian makna lebih pada pekerjaan, orientasi pada memberi atau pelayanan pada orang lain, meningkatkan citra atau kredibilitas karyawan dalam bekerja, dan menurunkan praktik penyelewengan dan pelanggaran wewenang (*fraud*).

Nilai spiritualitas pribadi yang dipengaruhi oleh kinerja keuangan akan mampu mencapai evaluasi diri terhadap kinerja yang dihasilkan, sehingga dalam bekerja akan memiliki sikap dan moral baik, berorientasi pada tujuan, dan pekerja tim. Karakter-karakter yang telah tumbuh pada 15 perusahaan sebagai sampel penelitian sampai tahun 2011, karakter yang mampu mengalahkan pengalaman profesional yang baik, pengetahuan produk yang baik, pekerja keras, dan punya jaringan.

Tumbuhnya nilai-nilai spiritualitas pribadi mampu meningkatkan produktivitas, menciptakan suasana lebih harmonis dan meningkatkan citra perusahaan (di pandang dari sudut pemasok maupun pelanggan). Nilai-nilai spiritualitas pribadi ini mampu menciptakan optimisme dan energi tanpa batas, membangun pemikiran yang lebih

holistik, dan meningkatkan produktivitas mereka. Hasil penelitian mendukung penelitian Kouzes dan Postner (2002), bahwa nilai-nilai pribadi (*clarity of personal values*) akan lebih dipengaruhi kinerja keuangan dibandingkan dengan nilai-nilai perusahaan (*clarity of organizational values*). Penelitian Hendricks dan Ludeman (2002), bahwa nilai-nilai spiritual pada karyawan perusahaan akan dipengaruhi oleh kebijakan finansial untuk meningkatkan produktivitas pencapaian keberhasilan jangka pendek dan jangka panjang.

Hubungan Kinerja Keuangan Dengan Nilai Spiritualitas Pribadi Dimoderasi Oleh *Good Corporate Governance (GCG)*

Untuk menjelaskan variabel pengungkapan *Good Corporate Governance (GCG)* dan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam memoderasi (memperkuat atau memperlemah) hubungan kinerja keuangan dengan nilai spiritualitas pribadi, digunakan teknik analisis regresi berganda *Moderated Regression Analysis (MRA)*. Hasil analisis *MRA* sebagaimana dalam tabel 7, menunjukkan bahwa besarnya koefisien determinasi (R^2) 0.692 dengan tingkat signifikansi 0.000 kurang dari 0.05. Berarti model regresi dapat digunakan untuk memprediksi nilai spiritualitas pribadi, atau dapat dikatakan bahwa *OR*, *GCG*, dan *Moderat GCG* secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai spiritualitas pribadi. Besarnya nilai Adjusted R^2 sebesar 0.666, hal ini berarti 66.6% nilai spiritualitas pribadi yang mampu dijelaskan dalam model penelitian ini, sedang sisanya sebesar 33.4% dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar model.

Tabel 8 atas uji *Anova* atau *F test* menghasilkan nilai *F* hitung sebesar 12.847 dengan tingkat signifikansi 0.000. Karena probabilitas signifikansi jauh lebih kecil dari 0.05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi nilai spiritualitas pribadi, atau *OR*, *GCG*, dan *Moderat GCG* secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai spiritualitas pribadi.

Tabel 4
Hasil Uji Normalitas Data
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		15
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.13914481
Most Extreme Differences	Absolute	.281
	Positive	.281
	Negative	-.198
Kolmogorov-Smirnov Z		1.716
Asymp. Sig. (2-tailed)		.048
a. Test distribution is Normal		
b. Calculated from data		

Sumber : Hasil olahan data peneliti, Januari 2012

Tabel 5
Hasil Uji Normalitas Data Tranformasi
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		15
Normal Parameters ^a	Mean	.7345
	Std. Deviation	37885
Most Extreme Differences	Absolute	.153
	Positive	.125
	Negative	-.153
Kolmogorov-Smirnov Z		.923
Asymp. Sig. (2-tailed)		.371
a. Test distribution is Normal		
b. Calculated from data		

Sumber : Hasil olahan data peneliti, Januari 2012

Tabel 6
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.418 ^a	.375	.152	2.16872

a. Predictors: (Constant), OR

Sumber : Hasil olahan data peneliti, Januari 2012

Tabel 7
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	35.253	1	35.253	7.496	.010 ^a
Residual	169.310	15	4.703		
Total	204.563	16			

a. Predictors: (Constant), OR

b. Dependent Variable: Spiritualitas Value

Sumber : Hasil olahan data peneliti, Januari 2012

Tabel 8
Hasil Analisis Regresi MRA
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.899 ^a	.692	.666	1.75554

a. Predictors: (Constant), Moderat CGPI, GCG, OR
b. Dependent Variable: Spiritualitas Value

Hasil pencapaian menunjukkan, bahwa manusia (*man and management*) diciptakan lebih tinggi dari alam tetapi lebih rendah dari Tuhan (Yang Maha Pencipta). Tuhan memberi tugas kepada manusia agar mengelola alam untuk digunakan bagi dirinya sendiri, dan dalam kegiatannya itu selalu hanya bertujuan memuliakan Tuhan. Kehadiran nilai spiritualitas pribadi, menunjuk kan bahwa Tuhan haruslah menjadi dasar dan jiwa dari semua keputusan bisnis atas hasil kinerja keuangan, yaitu tercapainya evaluasi kinerja keuangan selalu ditingkatkan untuk mencapai tingkat kesehatan keuangan, perusahaan dan modal sumber daya manusia terus berkembang, dan saling menyangangi, artinya hubungan antara karyawan dan manajemen tercipta budaya tempat kerja yang menyenangkan dengan ciri-ciri kejujuran, kepercayaan, dan tanggung jawab. Lebih lanjut hasil penelitian menunjukkan, bahwa nilai spiritualitas pribadi atas hasil kinerja keuangan yang terbentuk mampu mempunyai integritas dan bermakna, berkontribusi bagi *shareholders* dan *stakeholders*, termasuk karyawan, mitra bisnis dan masyarakat.

Berdasarkan tabel 9, menjelaskan kedudukan GCG sebagai variabel pemoderasi, untuk menghindari terjadinya kecenderungan multikolinearitas yang tinggi antar variabel independen, maka pengujian variabel pemoderasi menggunakan uji residual. Analisis residual menguji pengaruh deviasi (simpangan) dari suatu model (Ghozali, 2011:240). Persamaan regresi yang terjadi berdasarkan tabel 10 adalah sebagai berikut:

$$|e| = 2.538 - 0.064 \text{ Spiritualitas Value}$$

Persamaan regresi menggambarkan variabel GCG sebagai variabel pemoderasi, di-

tunjukkan dengan nilai koefisien regresi negatif sebesar 0.064, berarti adanya ketidakcocokan (*lack of fit*) antara OR dan CGPI mengakibatkan *Spiritualitas Value* turun atau berpengaruh negatif. Tingkat signifikansi yang diperoleh (0.000) lebih kecil dari $\alpha=5\%$, maka variabel GCG merupakan variabel moderating atau pemoderasi yang memperkuat hubungan antara kinerja keuangan terhadap nilai spiritualitas pribadi. GCG dianggap variabel moderating kalau nilai koefisien parameternya negatif dan signifikan.

Untuk mencapai pengaruh tersebut, nilai-nilai spiritualitas pribadi tercapai melalui pengaruh yang tercakup dalam GCG, sebab praktik berbisnis yang etis, transparan, akuntabel, tanggung jawab dan adil merupakan prinsip-prinsip GCG. Dengan mengimplementasikan prinsip ini secara benar serta konsisten melalui kebijakan-kebijakan bisnis yang *prudent*, kesehatan keuangan tercapai didasarkan nilai-nilai spiritualitas pribadi dipengaruhi oleh *good governance* atas bisnis yang dijalankan.

Pelaksanaan GCG mengharuskan perusahaan menerapkan nilai-nilai transparansi, akuntabilitas, kejujuran, dan independensi didasarkan tanggung jawab individu-individu pada Tuhan. Penciptaan nilai dengan dipengaruhi oleh individu-individu yang terlibat dalam pekerjaan dan bisnis atas hasil kinerja yang dilaporkan. Kinerja keuangan memberikan pengaruh besar dalam upaya membentuk individu-individu yang mempunyai nilai spiritualitas.

Hasil penelitian mendukung penelitian Hendrick dan Ludeman (2002), dan Aburdene (2006), bahwa nilai-nilai spiritual

Tabel 9
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	102.040	3	35.347	12.847	.000 ^a
Residual	106.523	13	5.074		
Total	206.563	16			

a. Predictors: (Constant), Moderat CGPI, GCG, OR

Tabel 10
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	2.538	.556		4.388	.662
Abs Res_1	-.064	.158	-.081	-.481	.000

a. Dependent Variable: Spiritualitas Value

Sumber : Hasil olahan data peneliti, Januari 2012

atau nilai-nilai luhur individu yang terlibat dengan dipengaruhi oleh GCG memberikan tempat nyaman bagi karyawan. Sebab, mereka bekerja bukan lagi hanya untuk mencari nafkah atau bersosialisasi, melainkan ingin memberikan sesuatu bermakna bagi kehidupan. Mulai dari memberikan makna bagi teman sekerja, perusahaan, pelanggan, pemegang saham, pemerintah, bahkan lagi masyarakat di sekitar perusahaan ataupun masyarakat luas yang merasakan manfaat kehadiran perusahaan tempatnya bekerja.

Hasil analisis penelitian menunjukkan, bahwa predikat "terpercaya" pada level menengah, namun pengaruh GCG signifikan dalam memoderasi hubungan kinerja keuangan dengan nilai-nilai spiritualitas pribadi yang diproksikan dengan *Spiritualitas Value* (S). Hal ini mengindikasikan investor merespon positif kebijakan perusahaan dalam mengembangkan GCG yang dilakukan perusahaan sampel untuk menciptakan nilai-nilai spiritual, karena tidak semua perusahaan besar di Indonesia bersedia menerapkan nilai-nilai spiritualitas tersebut, sehingga diharapkan hasil pene-

litian ini mampu menjadikan pertimbangan utama bagi investor dalam menilai kebijakan penerapan GCG yang dilakukan perusahaan.

Hubungan Kinerja Keuangan Dengan Nilai-Nilai Spiritualitas Pribadi Dimoderasi Oleh *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Hasil analisis MRA tabel 11 dan tabel 12 menunjukkan, bahwa koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.405 dengan tingkat signifikansi 0.051 lebih dari $\alpha=5\%$. Berarti model regresi tidak dapat digunakan untuk memprediksi nilai-nilai spiritualitas pribadi, atau OR, pengungkapan CSR, dan moderat pengungkapan CSR secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap nilai-nilai spiritualitas pribadi. Besarnya nilai Adjusted R^2 sebesar 0.352, hal ini berarti 35.2% nilai spiritualitas pribadi yang mampu dijelaskan dalam model penelitian ini, sedangkan sisanya sebesar 64.8% dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar model. Menggunakan uji residual, persamaan regresi tabel 13 adalah sebagai berikut:

$$|e| = 2.280 + 0.006 \text{ Spiritualitas Value (S)}$$

Tabel 11
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.699 ^a	.405	.352	2.19206

a. Predictors: (Constant), Moderat CSRI, CSR, OR

b. Dependent Variable: Spiritualitas Value

Tabel 11
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.699 ^a	.405	.352	2.19206

c. Predictors: (Constant), Moderat CSRI, CSR, OR

d. Dependent Variable: Spiritualitas Value

Tabel 12
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	43.221	3	15.740	4.860	.051 ^a
Residual	165.342	13	6.804		
Total	206.563	16			

a. Predictors: (Constant), Moderat CSRI, CSR, OR

b. Dependent Variable: Spiritualitas Value

Tabel 13
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.280	.429		4.816	.000
Abs Res_2	.006	.009	.162	.968	.370

Sumber : Hasil olahan data peneliti, Januari 2012

Persamaan regresi, menunjukkan variabel CSR sebagai variabel pemoderasi dengan nilai koefisien positif sebesar 0.06, yang berarti adanya *lack of fit* antara OR dan CSRI mengakibatkan *Spiritualitas Value* naik atau berpengaruh positif. Namun demikian tingkat signifikansi sebesar 0.370 lebih besar dari $\alpha=5\%$, maka pengungkapan CSR bukan merupakan variabel pemoderasi.

CSR seharusnya dapat menjadi pertimbangan investor sebelum berinvestasi, karena didalamnya mengandung informasi sosial yang telah dilakukan perusahaan. Perusakan alam dan lingkungan serta se-

sama ciptaan (manusia lain) merupakan sebuah pelanggaran berat terhadap perintah Tuhan, dan juga penolakan atas kodrat Ilahi dari manusia yang seharusnya melakukan harmonisasi dengan alam dan sesama ciptaan. Oleh sebab itu, nilai-nilai spiritualitas pribadi akan terjadi hanya bilamana manusia sebagai pelaku usaha dipengaruhi atas pribadinya untuk mengingat Tuhan sebagai *shareholder* sekaligus *soulholder*, dan mengingat sesama ciptaan sebagai makhluk yang harus dibahagiakan dengan kontribusinya.

Hasil penelitian berlawanan dengan penelitian Kaozes dan Posner (2002), dan

Aburdene (2006), menyatakan bahwa penciptaan lingkungan akan mempengaruhi nilai-nilai spiritualitas secara horisontal dan vertikal. Secara horisontal terwujudnya suasana individu karyawan perusahaan, dari manajemen puncak hingga karyawan level bawah memiliki hubungan yang baik (penuh perhatian serta komitmen memberi yang terbaik) di antara mereka dan lingkungan eksternal (pelanggan, masyarakat, mitra bisnis, pemegang saham). Bentuknya bisa pelayanan yang kuat, atau program CSR yang komprehensif (sosial ataupun lingkungan). Sementara itu, secara vertikal berarti terciptanya suasana kebebasan mengekspresikan kecintaan berikutan ketaatan kepada ajaran agama masing-masing, dengan tingkat toleransi yang tinggi.

Lebih lanjut Aburdene (2006), menyatakan bahwa pengungkapan CSR atas pengaruhnya bagi nilai-nilai spiritualitas pribadi dapat dijalankan melalui pengembangan filosofi kinerja yang menekankan pada unsur kesopanan (*modesty*) dan kerja tim (*teamwork*). Konsep yang dikembangkan oleh usaha Starbucks dengan konsep menghargai para pekerjanya, bahkan pekerja paruh waktu dengan *benefit* kesehatan dan *stock option*. Starbucks juga memberikan penghargaan lebih untuk kalangan petani kopi pemasoknya yang tak merusak hutan lindung untuk menanam kopinya.

Pengungkapan informasi CSR yang ada pada perusahaan, merupakan informasi yang diharapkan dapat menjadi pertimbangan untuk berinvestasi oleh para investor, di samping pencapaian kinerja keuangan yang diperoleh perusahaan (Sayekti, 2011). Tetapi hal tersebut belum sepenuhnya berlaku pada penelitian ini, karena skor CSR masih relatif rendah berkisar 43% sebagaimana dalam deskripsi variabel penelitian ini.

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN KETERBATASAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, menunjukkan kinerja keuangan dengan indikator *Operating Ratio* (OR)

memenuhi syarat sebagai nilai OR yang baik. Namun atas pengungkapan GCG, menunjukkan bahwa rata-rata GCG pada 15 perusahaan sampel penelitian tergolong ke dalam level menengah dengan predikat "terpercaya" artinya, perusahaan belum menerapkan secara efektif dan efisien. Penerapan CSR juga menunjukkan, bahwa rata-rata perusahaan mengungkapkan kurang dari setengah yaitu 6 item dari total 15 item CSR yang ditetapkan, menunjukkan bahwa perusahaan belum memberikan perhatian yang optimal dalam pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunannya yang mempengaruhi nilai spiritualitas pribadi dalam menjalankan akuntabilitas, *value for money*, kejujuran dalam mengelola keuangan, transparansi, pengendalian, dan bebas konflik kepentingan (*independence*).

Dengan menggunakan *Spiritualitas Value* sebagai proksi dari nilai spiritualitas pribadi, menunjukkan nilai spiritualitas lebih besar dari 1 sebagai syarat dari nilai spiritualitas yang baik, sehingga perusahaan mampu memberikan kepercayaan perolehan pendapatan dari produksinya dengan tingkat kepercayaan yang sesuai harga perolehan aktivasinya, serta mengindikasikan perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik dan memiliki kemampuan dan *market value* yang menarik, sehingga direspon baik oleh pasar. Kinerja keuangan dalam hal ini OR berpengaruh signifikan terhadap nilai spiritualitas pribadi. Hasil uji t regresi berganda *Moderated Regression Analysis* (MRA) untuk variabel GCG diperoleh hasil, bahwa GCG mampu memoderasi hubungan kinerja keuangan dengan nilai spiritualitas pribadi. Namun untuk variabel pengungkapan CSR diperoleh hasil tidak mampu memoderasi hubungan kinerja keuangan dengan nilai spiritualitas pribadi.

Implikasi

Implikasi hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa skor GCG *perception index* yang relatif terpercaya meskipun belum optimal, sehingga perlu kesesuaian pelaksanaan pada perusahaan-perusahaan, namun mampu me-

moderasi hubungan antara kinerja keuangan dengan nilai spiritualitas pribadi. Hasil penelitian ini dapat memotivasi perusahaan untuk meningkatkan praktik kinerja yang optimal, sehingga akan meningkatkan kinerja perusahaan dan respon positif pasar.

Implikasi bagi investor, bahwa informasi di luar laporan keuangan (yang memuat kinerja keuangan), antara lain informasi mengenai praktik kinerja dapat di jadikan sebagai informasi tambahan dalam pengambilan keputusan berinvestasi, sehingga dapat meminimalkan risiko yang akan terjadi. Selanjutnya bagi pemerintah, bahwa kesadaran perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan akan berdampak pada nilai spiritualitas pribadi, sebagaimana yang telah diuraikan dalam fenomena penelitian. Oleh karena itu, rendahnya skor CSR dapat mendorong pemerintah untuk mewajibkan pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan untuk menjaga kelangsungan perusahaan dan respon positif investor.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki keterbatasan, yaitu perlunya peranan unsur pemimpin (manajer) dalam proses pencapaian nilai spiritualitas pribadi, karena di Indonesia orang sangat paternalistik, sangat melihat contoh. Selanjutnya masih terdapatnya data yang memiliki standar deviasi di atas 1, sehingga data cukup bervariasi, kondisi demikian menjadi salah satu faktor hasil analisis statistik menjadi tidak signifikan. Oleh karena itu topik penelitian ini dapat dikaji pada sektor industri yang berbeda dengan jumlah data yang relatif lebih banyak guna mengantisipasi timbulnya data yang relatif bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aburdene, P. 2006. Megatrends 2010: The Rise of Conscious Capitalism. *www.patriciaaburdene.com*.
- Ashmos, D. P., and Duchon, D. 2000. Spirituality at work: A conceptualization and measure. *Journal of Management Inquiry*. June 9(2): 134-145.
- Ardianto, Y.T. 2007. Analisis Pengaruh Profitabilitas dan Leverage terhadap Harga Saham (Studi Kasus pada Perusahaan Food and Beverage di BEJ selama Periode tahun 2003-2005). *Jurnal Keuangan dan Perbankan* 12(3): 405-420.
- Arrozi, M.F. 2006. Creative Accounting. *Working Paper*. Program Pascasarjana Universitas Airlangga. Surabaya.
- Black, B.S., Jang, H., and Kim, W. 2003. Predicting Firms' Corporate Governance Choices: Evidence from Korea. *Working Paper*. [http:// papers.ssrn.com/abstract](http://papers.ssrn.com/abstract).
- Collins, J.C., and Porras, J.L. 1996. Building Your Company's Vision. *Harvard Business Review*. September-October: 65-77.
- Cooper, D.R., and Emory, C.W. 2001. *Business Research Methods*. Richard D. Irwin, Inc.
- Fabozzi, F.J. 2000. *Investment Management*. Prentice-Hall, Inc.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Cetakan V. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gompers, P.A., Ishii, J.L., and Metrick. 2003. Corporate Governance and Equity Prices. *Working Paper* (August).
- Haniffa, R.M., and Cooke, T.E. 2005. The Impact of Culture and Governance on Corporate Social Reporting. *Journal of Accounting and Public Policy*. 24:391-430.
- Hariadi, B. 2003. *Strategi Manajemen: Strategi Memenangkan Perang Bisnis*. Cetakan Pertama. Bayumedia Publising. Malang.
- Hendricks, G., and Ludeman, K. 2002. *The Corporate Mystic*. Penerbit Kaifa. Bandung.
- Hermeindito, K. 2001. Analisis Pengaruh Rasio-Rasio Operasi dan Keuangan Tertimbang serta Rasio Persaingan Industri terhadap Kinerja Perusahaan: Studi Empiris Perspektif Internal dan Perspektif Eksternal Organisasi. *Jurnal Widya Manajemen & Akuntansi*. 1(1): 1-17.
- Imung, F.S. 2002. Agar Danareksa Tak Seperti Enron. *Investor*. Edisi 59.
- Kauzes, J.M., and Posner, B.Z. 2002. *An Instructor's Guide to The Leadership Challenge*. Jossey-Bass Publishers.

- Khomsiyah. 2003. Hubungan Corporate Governance dan Pengungkapan Informasi: Pengujian Simultan. *Simposium Nasional Akuntansi VI*. Surabaya: 16-17 Oktober.
- Klapper, L.F. and Love, I. 2004. Corporate Governance, Investor Protection, and Performance in Emerging Markets. *Journal of Corporate Finance*. 10: 703-728.
- Lee, P. Min-Dong. 2005. Review of Theories of Corporate Social Responsibility: Its Evolutionary Path and the Road Ahead. *International Journal of Management Reviews*. 10 (1): 53-73.
- McDonald, L.G., and P. Robinson. 2010. *The Collapse Of Lehman Brothers Detik-Detik Kehancuran Lembaga Keuangan Terbesar Di Dunia*. M. Syukron dan Melody Violine (Penerjemah). Cetakan I. Ufuk Press. Jakarta.
- Mitton, T. 2002. A Cross-Firm Analysis of the Impact of Corporate Governance on the East Asian Financial Crisis. *Journal of Financial Economics*. 64: 215-241.
- Muhammad, S. 2011. Bisnis Dan Negara: Dasa Warsa Eksperimen Model Amerika atau China? Dimana Posisi Indonesia. *Paper*. Seminar Nasional "Kontribusi Pendidikan Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi dalam Penguatan Perekonomian Bangsa". Yogyakarta: FE UII 28 Juni.
- Samhadi, S.H. 2007. Etika Sosial Perusahaan Multinasional. *Harian Kompas*: 4 Agustus.
- Sayekti, Y. 2008. Corporate Governance as Determinants of the Level of Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosures in Companies's Annual Reports. *1st Parahyangan International Accounting and Business Conference*. Bandung: 13-14 February.
- Sayekti, Y. 2011. Strategic Corporate Social Responsibility (CSR): Slack Resources, Kinerja Keuangan, dan Earning Response Coefficient. *Disertasi Tidak Di publikasikan*. Program Studi Ilmu Akuntansi Pascasarjana Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Sayekti, Y., dan Wondabio, L.S. 2007. Pengaruh CSR Disclosure terhadap Earning Response Coefficient (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta). *Simposium Nasional Akuntansi X*. Makassar: 26-28 Juli.
- Sayekti, Y., dan Wondabio, L.S. 2008. Pengaruh CSR Disclosure terhadap Earning Response Coefficient (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta). *Jurnal Akuntansi & Bisnis (Journal of Accounting & Business)*. 8(2): 179-197.
- Sembiring, E.R. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris Pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi VIII*. Solo: 15-16 September.
- Siallagan dan Machfoedz, M. 2006. Mekanisme Corporate Governance, Kualitas Laba dan Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi IX*. Padang: 23-26 Agustus.
- Siegel, D.S., and Paul, C.J.M. 2006. Corporate Social Responsibility and Economic Performance. *Springer Science and Business Media, LLC*. J Prod Anal 26: 207-211.
- Swa Sembada. 2007. *Spiritual Company Jalan Menuju Perusahaan Bermakna dan Berkelanjutan*. No. 05/XXIII/ 1- 14 Maret.
- Wardhani, R. 2006. Mekanisme Corporate Governance dalam Perusahaan yang Mengalami Permasalahan Keuangan (*Financially Distressed Firms*). *Simposium Nasional Akuntansi IX*. Padang: 23-26 Agustus.
- Zohar, D., and I.Marshall. 2005. *Spiritual Capital*. Penerbit Mizan. Bandung.