

**PENGARUH NILAI PERSONAL TERHADAP SIKAP  
AKUNTABILITAS SOSIAL DAN LINGKUNGAN  
(Studi pada Mahasiswa Magister Akuntansi dan Magister  
Manajemen Undip)**

**TESIS**

**Diajukan sebagai salah satu syarat  
Memperoleh derajat S-2 Magister Akuntansi**



Nama : Alvita Tyas Dwi Aryani

NIM : C4C007004

**PROGRAM STUDI MAGISTER SAINS AKUNTANSI  
PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS DIPONEGORO SEMARANG**

**JANUARI 2010**

## **SURAT PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis yang diajukan adalah hasil karya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi lainnya. Sepanjang pengetahuan saya, tesis ini belum pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak lain kecuali yang diacu secara tertulis dan disebutkan pada daftar pustaka. Jika terbukti bahwa tesis ini hasil karya orang lain dan atau pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi lainnya maka saya bersedia dicabut hak saya sebagai mahasiswa atau dicabut gelar yang sudah diberikan dan akibat hukum lainnya.

Semarang, Januari 2010

Alvita Tyas Dwi Aryani

**PENGARUH NILAI PERSONAL TERHADAP SIKAP  
AKUNTABILITAS SOSIAL DAN LINGKUNGAN  
(Studi pada Mahasiswa Magister Akuntansi dan Magister  
Manajemen Undip)**

**TESIS**

**Diajukan sebagai salah satu syarat  
Memperoleh derajat S-2 Magister Akuntansi**



Diajukan oleh:

**Nama : Alvita Tyas Dwi Aryani**

**NIM : C4C007004**

Disetujui oleh:

Pembimbing I

Tanggal:

Pembimbing II

Tanggal:

Anis Chariri, SE, M.Com, Ph.D, Akt  
NIP. 196708091992031001

Siti Mutmainah, SE, M.Si, Akt  
NIP. 19730803200122001

Tesis Berjudul

**PENGARUH NILAI PERSONAL TERHADAP SIKAP  
AKUNTABILITAS SOSIAL DAN LINGKUNGAN  
(Studi pada Mahasiswa Magister Akuntansi dan Magister  
Manajemen Undip)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Alvita Tyas Dwi Aryani**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 7 Januari 2010  
dan telah dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

**Susunan Tim Penguji**

**Pembimbing I**

Anis Chariri, SE, M.Com, Ph.D, Akt  
NIP. 196708091992031001

**Pembimbing II**

Siti Mutmainah, SE, M.Si, Akt  
NIP. 19730803200122001

**Anggota Tim Penguji**

**Penguji I**

Drs. Rahardja, Msi, Akt  
NIP. 194911141980011001

**Penguji II**

Dra. Indira Januarti, MSi, Akt  
NIP. 196401011992022001

**Penguji III**

Drs. Dul Muid, MSi, Akt  
NIP. 196505131994031002

Semarang, Agustus 2010  
Program Pascasarjana Universitas Diponegoro  
Program Studi Magister Sains Akuntansi

**Ketua Program**

Dr. Abdul Rohman, M.Si, Akt  
NIP. 196601081992021001

## *MOTTO*

*Hai orang-orang yang beriman, mintalah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan sholat, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar*  
(Al Baqarah: 113)

*Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Tuhanlah hendaknya kamu berharap*  
(Alam Nasyrah: 5-8)

*Orang-orang yang beriman dan berilmu, Tuhan meninggikan posisinya beberapa derajat*  
(Qs. Al-Mujadillah, 59: 11)

*“Berbuat baiklah untuk duniamu seakan-akan engkau akan hidup selamanya dan berbuatlah untuk akhiratmu seakan-akan engkau mati besok”*  
(Al Hadist)

## ABSTRACT

*Personal values may affect individual attitude. The purpose of this research is to empirically examine the relationship between personal values (universalism, power, tradition) and support for social and environmental accountability. This support contains two distinct factors: endorsement for the social and environmental accountability existence and support for enforcement of social and environmental accountability standards.*

*The research population was post graduate students of accounting and management at Diponegoro University. This research used purposive sampling method to collect data. The sample was 84 students. Data then analyzed using multiple regression.*

*Research results indicated that of three personal values (universalism, power, tradition), power is positively associated with general support for social and environmental accountability but associated negatively with support for enforcement social and environmental accountability standards. Tradition is positively associated with support for enforcement of social and environmental accountability standards but no association with general support for social and environmental accountability, while universalism has no effect on both support dimensions. Future research is suggested to include other variables such as age and gender which may effect ethical sensitivity.*

*Keywords: personal values, attitude, universalism, power, tradition, and social and environmental accountability*

## ABSTRAKSI

Nilai personal (*personal value*) mempengaruhi sikap (*attitude*) seseorang terhadap lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh nilai personal *universalism*, *power* dan *tradition* terhadap sikap akuntabilitas sosial lingkungan yang terdiri dari dua dimensi yaitu dukungan terhadap adanya akuntabilitas sosial lingkungan dan dukungan adanya peraturan tentang akuntabilitas sosial lingkungan.

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa magister akuntansi dan magister manajemen Universitas Diponegoro Semarang. *Purposive sampling* dipilih sebagai teknik dalam pengambilan sampel. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 84 mahasiswa.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari ketiga faktor nilai personal (*universalism*, *power* dan *tradition*) yang diuji dengan menggunakan regresi berganda, hasilnya menunjukkan bahwa nilai *power* berhubungan signifikan positif dengan dukungan adanya akuntabilitas sosial lingkungan tetapi berhubungan signifikan negatif dengan ditetapkannya peraturan tentang akuntabilitas sosial lingkungan. Sedangkan nilai *tradition* berhubungan signifikan positif terhadap dukungan ditetapkannya peraturan akuntabilitas sosial lingkungan tetapi tidak berhubungan signifikan dengan dukungan adanya akuntabilitas sosial lingkungan. Sementara *universalism* tidak berpengaruh terhadap kedua dimensi sikap tersebut. Penelitian yang akan datang disarankan untuk mencoba variabel lain yang mungkin berpengaruh terhadap sikap akuntabilitas sosial lingkungan seperti umur dan jenis kelamin.

Kata kunci: nilai personal, sikap, *universalism*, *power*, *tradition*, dan akuntabilitas sosial lingkungan

## **KATA PENGANTAR**

### ***Bismillahirrahmanirrahim***

#### ***Assalamu'alaikum Wr.Wb***

Puji dan syukur atas karunia Allah SWT dengan kemurahan-Nya, sehingga saya bisa menyelesaikan tesis yang berjudul “Pengaruh Nilai Personal Terhadap Sikap Akuntabilitas Sosial Lingkungan (Studi Pada Mahasiswa Magister Manajemen dan Magister Akuntansi Undip)”.

Tesis ini disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan studi pada Program Magister Sains Akuntansi Universitas Diponegoro. Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kesempurnaan oleh sebab itu, diharapkan bagi penulis yang akan datang untuk dapat mengembangkan lagi tesis ini.

Proses penyelesaian tesis ini tidak terlepas dari bimbingan, saran, serta masukan dari Bapak Anis Chariri, SE, M.Com, Ph.D Akt sebagai dosen pembimbing utama serta Ibu Siti Mutmainah, SE, M.Si, Akt sebagai pembimbing kedua. Banyak ilmu yang sudah saya dapatkan khususnya dari mereka berdua, mudah-mudahan Allah SWT akan mencatat ini semua sabagai amalan yang terus mengalir bagi mereka berdua dan juga bagi dosen-dosen saya yang lain.

Selanjutnya penyelesaian tesis ini telah melibatkan banyak pihak, untuk itu saya menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Rektor Universitas Diponegoro dan Bapak Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti pendidikan pada Program Studi Magister Sains Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
2. Bapak Dr. Abdul Rohman, M.Si, Akt selaku ketua Program Studi Magister Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
3. Seluruh dosen pada Program Studi Magister Akuntansi FE UNDIP yang telah memberikan tambahan pengetahuan kepada saya selama mengikuti pendidikan.

4. Seluruh staf pengelola dan admisi Program Studi Magister Akuntansi FE UNDIP atas dukungannya sehingga proses belajar menjadi lebih menyenangkan.
5. Orang tuaku (H. Karman dan Hj. Sumaryani), mertuaku (H. Rohmat dan Hj. Muniroh Maftukah) yang selalu berdo'a, memberikan nasihat, arahan dan dukungan yang tiada batas kepada penulis untuk tetap bersemangat dan optimis dalam menghadapi segala sesuatunya.
6. Suamiku tercinta, Ahamad Rosyid, semoga menjadi imam bagi keluarga yang baik.
7. Kakak, adik, serta keponakan yang cakep, lucu, sholeh dan sholeha. Tanpa itu semua, saya tidak akan bisa menyelesaikan pendidikan ini.
8. Sahabat-sahabatku di Pleburan dan seluruh penghuni wisma khususnya isvil, yg selalu memberi tumpangan makan, tidur, dll.
9. Rekan-rekan seperjuangan MAKSI angkatan 17.
10. Para responden atas partisipasi dan dukungannya.

Akhirnya kepada semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu, saya mengucapkan banyak terima kasih atas semua bantuan yang diberikan. Semoga Allah melimpahkan berkah dan rahmadNya bagi bapak, ibu dan saudara yang telah berbuat baik untuk saya.

***Wassalamualaikum Wr. Wb***

Semarang, Januari 2010

Alvita Tyas Dwi Aryani

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI .....	iv
MOTTO .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAKSI .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	9
1.3. Tujuan Penelitian .....	10
1.4. Manfaat Penelitian .....	11
1.5. Sistematika Penulisan .....	11
 <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Telaah Teoritis .....	.13
2.1.1. Teori Tindakan Beralasan.....	.13
2.1.2. Teori Perilaku Terencana .....	15

2.1.3. <i>Norm Activation Theory</i> dan Nilai Manusia .....	19
2.1.4 Teori-Teori Etika Lingkungan .....	21
2.1.5 <i>Value</i> dan <i>Attitude</i> .....	24
2.1.5.1 Fungsi <i>Value</i> .....	30
2.1.6 Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan .....	32
2.1.7 Akuntabilitas Sosial Perusahaan .....	34
2.2. Telaah Penelitian Sebelumnya .....	35
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis dan Hipotesis Penelitian .....	41
2.3.1. Pengaruh nilai <i>Universalism</i> terhadap dukungan Akuntabilitas Sosial dan Lingkungan .....	41
2.3.2. Pengaruh nilai <i>Power</i> terhadap dukungan Akuntabilitas Sosial dan Lingkungan .....	42
2.3.3. Pengaruh nilai <i>tradition</i> terhadap dukungan Akuntabilitas Sosial dan Lingkungan .....	43

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1. Desain Penelitian .....	45
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian .....	45
3.3. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	46
3.3.1. Variabel Dependen .....	46
3.3.2. Variabel Independen .....	47
3.3.3. Variabel Kontrol .....	49
3.4. Instrument Penelitian .....	54
3.4.1. Nilai Personal .....	54
3.4.2. <i>SEA scale</i> .....	55

3.5. Prosedur Pengumpulan Data.....	54
3.6. Teknik Analisis .....	55
<b>BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>62</b>
4.1. Gambaran Umum Responden .....	62
4.2. Hasil Uji Kualitas Data .....	64
4.2.1. Hasil Uji Reliabilitas.....	64
4.2.2. Hasil Uji Validitas.....	65
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian .....	68
4.4. Hasil Analisis Faktor.....	73
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	76
4.5.1. Hasil Uji Normalitas .....	76
4.5.2. Hasil Uji Multikolinieritas .....	77
4.5.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	78
4.6. Pengujian Hipotesis dan Pembahasan.....	80
4.6.1. Pengujian Hipotesis .....	82
4.6.1.1. Pengujian Pengaruh nilai <i>Universalism</i> Terhadap Dukungan Akuntabilitas Sosial Lingkungan .....	82
4.6.1.2. Pengujian Pengaruh nilai <i>Power</i> Terhadap Dukungan Akuntabilitas Sosial Lingkungan .....	83
4.6.1.3 Pengujian Pengaruh nilai <i>Tradition</i> Terhadap Dukungan Akuntabilitas Sosial Lingkungan .....	83
4.6.2. Pembahasan.....	84
4.6.2.1. Pengaruh nilai <i>Universalism</i> Terhadap Sikap Akuntabilitas Sosial Lingkungan.....	85

4.6.2.2. Pengujian Pengaruh nilai <i>Power</i> Terhadap	
Sikap Akuntabilitas Sosial Lingkungan.....	88
4.6.2.3 Pengujian Pengaruh nilai <i>Tradition</i> Terhadap	
Sikap Akuntabilitas Sosial Lingkungan.....	92
<b>BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>97</b>
5.1. Kesimpulan .....	97
5.2. Keterbatasan.....	98
5.3. Saran .....	99
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 2.1 : Tipe Nilai .....	30
Tabel 4.1 : Rincian Pengembalian Kuesioner .....	62
Tabel 4.2 : Profil Responden.....	63
Tabel 4.3 : Hasil Uji Reliabilitas.....	64
Tabel 4.4 : Hasil Uji Validitas SEA.....	66
Tabel 4.5 : Hasil Uji Validitas Nilai Personal .....	66
Tabel 4.6 : Deskripsi Statistik Variabel Penelitian .....	69
Tabel 4.7 : Nilai KMO skala SEA .....	73
Tabel 4.8 : <i>Total Variance Explained</i> .....	73
Tabel 4.9 : Nilai KMO Skala SEA.....	74
Tabel 4.10 : Nilai <i>Total Variance Explained</i> .....	74
Tabel 4.11: <i>Rotated Komponen Matrik</i> .....	74
Tabel 4.12: Pengelompokan Indikator Ke dalam Masing-Masing Faktor .....	75
Tabel 4.13 : Nama Masing-Masing Faktor .....	76
Tabel 4.14 : Uji Normalitas ( <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i> ).....	77
Tabel 4.15 : Hasil Uji Multikolinieritas .....	78
Tabel 4.16 : Hasil Uji Hetrikedastisitas .....	79
Tabel 4.17: Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	80
Tabel 4.18: Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual.....	82
Tabel 4.19: Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis Dan Penelitian Fukukawa, <i>et.al.</i> (2007).....	

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Skema <i>Theory of Reasoned Action</i> .....	14
Gambar 2.2 Skema <i>Theory of Planned Behavior</i> .....	18
Gambar 2.3 Skema <i>Norm Activation Theory</i> .....	20
Gambar 2.4 Hubungan Nilai, Sikap, dan Tingkah Laku .....	25
Gambar 2.4 <i>Triple Bottom Line</i> .....	34
Gambar 2.5 Pengaruh nilai <i>universalism, power, dan tradition</i> terhadap Dukungan Akuntabilitas Sosial dan Lingkungan .....	44

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 A. Hasil Uji Validitas

B. Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 3 A. Hasil Uji Asumsi Klasik

B. Hasil Uji Regresi Berganda

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di Indonesia banyak fenomena yang menunjukkan kurangnya perhatian para pengusaha terhadap lingkungan. Sebagai contoh timbulnya konflik warga Buyat Pante, Minahasa, Sulawesi Utara, akibat persoalan pencemaran limbah tambang (*tailing*) dari PT Newmont Minahasa Raya yang dibuang di Teluk Buyat, pabrik pulp dan kertas di Porsea, Sumatera Utara, PT Inti Indorayon yang mengganggu ekosistem Danau Toba (Harsono, 2006).

Usaha untuk meningkatkan akuntabilitas sosial dan lingkungan tersebut dapat dilakukan melalui peraturan pemerintah yang mewajibkan pengungkapan dan adanya standar pelaporan sosial dan lingkungan. Peraturan akan *sustainability reporting* ini sangat perlu karena peraturan adalah bentuk hukum pemaksaan apabila suatu tindakan sukarela tidak dapat diharapkan oleh pemerintah. Sedangkan perusahaan adalah sebuah lembaga tanpa ruh, tanpa jiwa karena itu tak mempunyai perasaan iba, peduli lingkungan atau berbela rasa. Perusahaan adalah sarana ekonomi berbasis kapitalisme, bertujuan optimalisasi *return* atau laba (Darwin, 2009).

Di Indonesia, standar laporan keuangan berkaitan dengan lingkungan sampai sekarang belum ada, sehingga kredibilitas laporan keuangan tersebut dipertanyakan. Laporan keuangan yang berkaitan dengan lingkungan juga belum diatur dengan jelas dan tegas. Pelaporan mengenai lingkungan hidup masih bersifat *voluntary* sebagaimana diatur dalam PSAK No. 1 tentang Penyajian Laporan Keuangan yang menyatakan:

“Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting.”

Dalam rangka mendorong akuntabilitas sosial lingkungan, pada tahun 1997 Global Reporting Initiative's (GRI) telah memberikan panduan pelaporan perusahaan untuk mendukung pembangunan berkesinambungan. Di Indonesia sebenarnya sudah mempunyai peraturan perundang-undangan yang terkait dengan dengan sosial dan lingkungan antara lain UU Nomor 23 tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup. Namun demikian, berdasarkan hasil kunjungan kerja dan kunjungan daerah Anggota Dewan Perwakilan Daerah (DPD) RI dalam rangka mengawasi pelaksanaan UU Nomor 23 Tahun 1997, DPD RI menyimpulkan bahwa revisi UU Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup dirasakan harus segera dilakukan agar dapat mengedepankan pendekatan pencegahan pencemaran atau perusakan lingkungan, sehingga tercipta kebijakan pengelolaan lingkungan hidup nasional, propinsi dan kabupaten/kota yang terpadu.

Pada bulan Agustus 2007 pemerintah juga telah menetapkan UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pasal 74 Undang-undang tersebut mengatur kewajiban tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Ayat dua Undang-Undang tersebut menyebutkan bahwa biaya tanggung jawab sosial dan lingkungan tersebut dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perusahaan. Sedangkan untuk perusahaan yang tidak mentaatinya, menurut ayat tiga Undang-Undang tersebut akan dikenakan sanksi. Menanggapi Undang-Undang tersebut, para pengusaha menyatakan tidak setuju dengan UU tersebut dan mengajukan banding kepada Mahkamah Konstitusi. Langkah ini dilakukan karena sekarang ini pengusaha sudah membayar pajak, sehingga dengan adanya kewajiban ini seperti ada pembayaran

pajak baru dan mereka merasa tidak dilibatkan dalam pembuatan pasal ini (Hukum online.com, diakses tanggal 30 Oktober 2008). Pihak yang pro terhadap pertumbuhan ekonomi juga berpendapat bahwa dengan adanya kewajiban tersebut dapat menghambat pertumbuhan ekonomi (Hoesada, 2009).

Kesuksesan akuntabilitas sosial dan lingkungan yang belum optimal menimbulkan pertanyaan terkait dengan tingkat dukungan terhadap standar akuntabilitas dan faktor-faktor penentu dukungan terhadap standar akuntabilitas tersebut. Akuntabilitas menjelaskan peran dan tanggung jawab, serta dukungan usaha untuk menjamin keseimbangan kepentingan manajemen dan pemegang saham, sebagaimana yang diawasi oleh Dewan Komisaris. Akuntabilitas sosial lingkungan perusahaan merupakan suatu pemahaman mengenai pertanggungjawaban secara transparan mengenai fungsi sosial dan lingkungan yang diemban suatu perusahaan yang beroperasi di suatu wilayah tertentu, (Sianipar, 2007). Perusahaan tersebut juga harus memperhatikan dan ikut serta dalam peranannya sosial dan pengembangannya di masyarakat wilayah tersebut secara khususnya.

Fukukawa *et al.* (2007) menyatakan bahwa dukungan terhadap akuntabilitas sosial lingkungan dapat dilihat dari sikap seseorang terhadap lingkungan (*environmental attitude*) yang diukur dengan menggunakan skala *Social and Environmental Accountability* (SEA).

Penelitian empiris menunjukkan bahwa nilai personal (*personal value*) merupakan faktor penting untuk menentukan perhatian kepedulian terhadap lingkungan dan keinginan untuk melakukan tindakan politis tentang isu lingkungan. Stern dan Dietz (1994) dalam Rauwald dan Moore (2002) menyatakan bahwa sikap seseorang terhadap lingkungan dipengaruhi oleh kelompok nilai. Selain itu,

Cotgrove (1982) dalam Stern *et al.* (1999) menyatakan bahwa nilai personal merupakan faktor paling penting untuk membedakan individu yang memperhatikan kelestarian lingkungan (*environmetalist*) dan yang tidak memperhatikan kelestarian lingkungan (*non environmetailist*).

Penelitian lain yang telah meneliti pengaruh nilai personal dan sikap terhadap lingkungan antara lain, Stern dan Dietz (1994) dalam Schultz (2001) yang menyatakan bahwa sikap terhadap isu lingkungan secara umum dipengaruhi oleh nilai individu. Mereka membagi sikap individu terhadap lingkungan menjadi tiga, yaitu: *egoistic*, *social-altruistic*, dan *biospheric*. Schwartz (1994) membagi 10 tipe nilai menjadi empat kategori nilai, yaitu: *openness to change*, *conservatism*, *self transcendence*, *conservatism*, dan *self enhancement*. *Openness to change* terdiri dari *self direction*, *stimulation*, dan *hedonism*. *Conservatism* yang selanjutnya disebut *tradition* untuk dimensi ini seperti yang disarankan oleh Stern *et al.* 1995) terdiri dari *conformity*, *tradisionalism*, dan *security*. *Self transcendence* meliputi *universalism* dan *benevolence*, sedangkan *self enhancement* terdiri dari *power* dan *achievement*.

Dimensi *opennes to change* yang mengutamakan pikiran dan tindakan independen yang berlawanan dengan dimensi *conservation* yang mengutamakan batasan-batasan terhadap tingkah laku, ketaatan terhadap aturan tradisional, dan perlindungan terhadap stabilitas. Dimensi yang kedua adalah dimensi *self-transcendence* yang menekankan penerimaan bahwa manusia pada hakekatnya sama dan memperjuangkan kesejahteraan sesama yang berlawanan dengan dimensi *self-enhancement* yang mengutamakan pencapaian sukses individual dan dominasi terhadap orang lain.

Schultz dan Zelezny (1999) mengembangkan penelitian Stern dan Dietz (1994). Schultz dan Zelezny meneliti nilai yang menjadi dasar sikap individu yang berkaitan dengan lingkungan. Penelitian mereka konsisten dengan penelitian Stern dan Dietz (1994) yang menunjukkan adanya hubungan antara nilai dan sikap. Hasilnya menunjukkan bahwa nilai *self transcendent* terutama nilai *universalism* berhubungan positif dengan *New Environment Paradigm* (NEP) dan *ecosentrism*. Sedangkan nilai *tradition* berhubungan positif dengan NEP dan *ecosentrism*. *Self enhancement* (*power*) berhubungan negatif dengan NEP dan *ecocentrism*, dan berhubungan positif dengan *anthropocentrism*.

Schultz (2001) juga mengembangkan penelitian Schulz dan Dietz (1994). Hasilnya menunjukkan bahwa *egoistic* berhubungan positif dengan *self enhancement* dan berhubungan negatif dengan *self trancedence*, dasar nilai *altruistic* sama dengan basis nilai *biospheric* : *altruistic* berhubungan negatif dengan *self-enhancement* dan berhubungan positif dengan *self transcendence*. Sebaliknya, *biospheric* berhubungan negatif dengan *self-enhancement* dan berhubungan negatif *self transcendence*.

Penelitian tentang nilai personal yang berkaitan dengan sikap mahasiswa terhadap lingkungan sangat penting untuk dilakukan. Hal ini sesuai dengan premis bahwa mahasiswa bisnis sekarang menginginkan menjadi pemimpin bisnis di masa yang akan datang, sehingga nilai personal mahasiswa akan membantu untuk menentukan jalannya organisasi di masa yang akan datang (Ibrahim *et al.* 2007). Selain itu, Fukukawa *et al.* (2007) menyatakan bahwa nilai personal mahasiswa perlu diteliti karena mereka merupakan eksekutif bisnis masa depan, sehingga pandangan mahasiswa sekarang merupakan pertanda sikap mereka dalam komunitas bisnis.

Namun demikian, beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa terdapat ketidakkonsistenan sikap mahasiswa terhadap lingkungan. Sebagai contoh, Benton (1994) menunjukkan bahwa mahasiswa bisnis S1 memiliki perhatian yang kurang terhadap lingkungan dan melakukan tindakan yang kurang menjaga lingkungan dibandingkan dengan mahasiswa non bisnis. Penelitian yang lainnya juga menunjukkan bahwa mahasiswa bisnis S1 dan S2 menganggap tanggung jawab sosial dan lingkungan kurang dalam menunjang dalam efektifitas organisasi (Kraft dan Singhapakdi, 1991, 1995). Selain itu, Axinn *et al.* (2004) dan Singhapakdi dan Vitell (1994) menemukan bahwa manajer yang sudah berpengalaman kurang *relativistic* dan menempatkan lebih penting pada pertanggungjawaban etika dan sosial dari pada mahasiswa MBA.

Peneliti lain menemukan hasil yang berbeda. Sebagai contoh, Ibrahim dan Angelidis (1993) menunjukkan bahwa dibandingkan dengan eksekutif bisnis, mahasiswa bisnis mempunyai perhatian yang lebih besar mengenai perlakuan etika perusahaan dan aktivitas *philantropis*. Hasil serupa dilaporkan oleh Smith *et al.* (1999) yang membandingkan manajer dan mahasiswa dan menemukan hasil bahwa mahasiswa menunjukkan tingkat kepekaan yang lebih besar dalam dimensi etika perusahaan dalam pembuatan keputusan. Ibrahim *et al.* (2006) juga menemukan bahwa mahasiswa memiliki perhatian yang lebih besar terhadap etika dan komponen tanggungjawab sosial dan orientasi ekonomi yang lebih rendah dibandingkan praktisi akuntan.

Fukukawa *et al.* (2007) memperluas penelitian mengenai sikap terhadap lingkungan untuk menguji nilai dan sikap terhadap dukungan akutabilitas sosial lingkungan. Fukukawa *et al.* (2007) memproksikan sikap dan perhatian terhadap

lingkungan sebagai dukungan terhadap akuntabilitas sosial dan lingkungan. Dalam penelitian tersebut sikap akuntabilitas sosial dan lingkungan ditunjukkan dengan dua dimensi, yaitu dukungan adanya akuntabilitas sosial lingkungan (SEA 1) dan dukungan ditetapkannya peraturan tentang akuntabilitas sosial lingkungan (SEA2). Hasilnya menunjukkan bahwa nilai *universalism* tidak berhubungan signifikan positif dengan sikap akuntabilitas sosial dan lingkungan (hanya signifikan dengan dimensi dukungan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan), sedangkan nilai *power* dan *tradition* tidak berhubungan signifikan negatif dengan sikap akuntabilitas sosial lingkungan.

Tipe nilai *universalism* adalah tipe nilai yang mengutamakan penghargaan, toleransi, memahami orang lain, dan perlindungan terhadap kesejahteraan umat manusia (Schwartz, 1992 dalam Karp, 1996). Tipe nilai *universalism* mencerminkan dukungan terhadap akuntabilitas sosial dan lingkungan (Garling, 1999). Nilai *power* merupakan tipe nilai yang menjadi dasar pada lebih dari satu tipe kebutuhan yang universal, yaitu transformasi kebutuhan individual akan dominasi dan kontrol yang diidentifikasi melalui analisa terhadap motif sosial. Tujuan utama dari tipe nilai ini adalah pencapaian status sosial dan prestise, serta kontrol atau dominasi terhadap orang lain atau sumberdaya tertentu (Schwartz (1992) dalam Karp (1996). Nilai *power* merupakan tipe nilai yang mencerminkan kurang kepedulian terhadap lingkungan (Hansla *et al.* 2008) dan dukungan akuntabilitas sosial lingkungan (Fukukawa *et al.* 2007).

Sedangkan tipe nilai *tradition* adalah tipe nilai yang sebagian besar diambil dari agama, keyakinan, dan norma bertingkah laku yang mempunyai tujuan motivasional penghargaan, komitmen, dan penerimaan terhadap kebiasaan, tradisi,

adat istiadat, atau agama (Schwartz, 1992 dalam Karp 1996). Tipe nilai ini menunjukkan hubungan negatif dengan dukungan terhadap akuntabilitas sosial lingkungan (Fukukawa *et al.* 2007).

Penelitian tentang nilai personal, sudah banyak dilakukan. Namun demikian, masih sedikit penelitian yang mengkaitkan antara nilai personal dan sikap akuntabilitas sosial lingkungan. Penelitian tentang nilai personal di Indonesia dilakukan oleh Fathonah pada tahun 1999. Fathonah (1999) dalam Handayani (2002) menguji perbedaan nilai spesifik antara mahasiswa akuntansi dan mahasiswa kedokteran dengan menggunakan modifikasi instrument dari Rokeach (1973) dan Schwartz dan Sagiv (1995). Ada empat variabel yang diukur yaitu nilai individualitas, sosial, teoritis dan estetis. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa ada perbedaan yang secara statistik signifikan pada nilai individualitas, sosial dan teoritis. Tidak ada perbedaan yang secara statistik signifikan antara mahasiswa akuntansi dan mahasiswa kedokteran dalam nilai estetisnya. Nilai personal mahasiswa akuntansi lebih rendah bila dibandingkan dengan mahasiswa kedokteran.

Penelitian ini pada dasarnya merupakan replikasi dari penelitian Fukukawa *et al.* (2007). Penelitian ini menarik untuk direplikasi karena di Indonesia banyak terjadi kasus-kasus yang berkaitan dengan kurangnya akuntabilitas sosial lingkungan dan adanya hambatan dalam menetapkan peraturan yang mewajibkan pelaporan berkesinambungan (*sustainable reporting*).

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Fukukawa *et al.* (2007) terletak pada mahasiswa yang dijadikan responden. Penelitian Fukukawa *et al.* (2007) mencoba menguji pengaruh nilai terhadap akuntabilitas sosial dan lingkungan.dengan menggunakan sampel mahasiswa MBA di Amerika Serikat,

sedangkan pada penelitian ini menggunakan mahasiswa S2 Magister Manajemen dan Magister Akuntansi di Universitas Diponegoro karena budaya mahasiswa Amerika Serikat dan Mahasiswa Indonesia khususnya di Universitas Diponegoro dimungkinkan berbeda.

Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis kembali pengaruh nilai personal terhadap sikap akuntabilitas sosial dan lingkungan dan memprediksi sikap para eksekutif Indonesia di masa yang akan datang. Perbedaan dengan penelitian Fukukawa *et al.* (2007) adalah adanya perbedaan nilai-nilai tradisi antara masyarakat Amerika Serikat dan Indonesia yang digunakan sebagai dasar merumuskan hipotesis. Selain itu penelitian ini dimaksudkan untuk menguji kembali faktor yang berpengaruh terhadap akuntabilitas sosial lingkungan. Penelitian ini juga dimaksudkan untuk menguji kembali apakah dengan menggunakan teori yang sama serta lokasi yang berbeda akan menunjukkan hasil yang sama atau tidak, sehingga hasil penelitian ini dapat memperkuat atau memperlemah teori yang ada.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Kerusakan lingkungan karena aktivitas perusahaan semakin meluas. Hal ini merupakan bukti belum optimalnya akuntabilitas sosial dan lingkungan. Agar praktik akuntabilitas sosial dan lingkungan dapat dilaksanakan dengan baik, diperlukan peraturan yang mengaturnya. Akan tetapi sampai sekarang usaha untuk pembuatan standar masih terhambat. Pada penelitian sebelumnya, Fukukawa *et al.* (2007) menggunakan sikap terhadap lingkungan sebagai proksi sikap terhadap akuntabilitas sosial dan lingkungan. Secara teoritis, kepedulian lingkungan sangat dipengaruhi oleh nilai dan sikap individu terhadap lingkungan. Nilai personal khususnya *universalism*, *power*, dan *tradition* merupakan faktor penting yang mendorong sikap

seseorang terhadap lingkungan dan bagaimana seseorang menanggapi isu yang berkaitan dengan lingkungan. Namun demikian, penelitian yang mengkaitkan nilai personal dengan sikap akuntabilitas sosial lingkungan masih terbatas, antara lain dilakukan oleh Fukukawa *et al.* (2007). Oleh karena itu, perlu diuji kembali bagaimana hubungan antara nilai personal terhadap akuntabilitas sosial lingkungan.

Berdasarkan pada uraian di atas maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah nilai *universalism* berpengaruh terhadap sikap akuntabilitas sosial dan lingkungan?
- b. Apakah nilai *power* berpengaruh terhadap sikap akuntabilitas sosial dan lingkungan?
- c. Apakah nilai *tradition* berpengaruh terhadap sikap akuntabilitas sosial dan lingkungan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan bukti empiris mengenai pengaruh nilai personal khususnya *universalism*, *power*, *tradition* terhadap dukungan akuntabilitas sosial dan lingkungan pada mahasiswa. Mahasiswa Magister Manajemen dan Magister Akuntansi Universitas Diponegoro dipilih sebagai sampel penelitian karena dari kedua institusi tersebut diharapkan muncul pemimpin bisnis di masa yang akan datang. Nilai yang dianut oleh para calon pemimpin bisnis inilah yang akan mempengaruhi sikap perusahaan terhadap akuntabilitas sosial dan lingkungan.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Memberikan kontribusi pada pengembangan teori, terutama yang berkaitan dengan akuntansi keperilakuan dan teori etika khususnya berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
- b. Bagi para pendidik mahasiswa bisnis, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber bacaan dalam memahami *value* dan *attitude* yang dimiliki mahasiswa serta masukan dan pertimbangan dalam hal pentingnya memasukkan nilai-nilai etis baik dalam kurikulum pendidikan.
- c. Bagi praktisi, dapat memahami nilai-nilai personal para calon eksekutif perusahaan sehingga dapat membantu dalam pemberian saran-saran yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial lingkungan perusahaan

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Secara garis besar sistematika penulisan tesis ini dikelompokkan menjadi lima bab, yaitu:

Bab I: Pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II: Tinjauan pustaka yang berisi telaah teoritis, penelitian-penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis dan pengembangan hipotesis.

Bab III: Metode penelitian yang berisi tentang desain penelitian, populasi, sampel, besar sampel dan teknik pengambilan sampel, variabel penelitian serta definisi

operasional variabel, instrumen penelitian, prosedur pengumpulan data dan teknik analisis.

Bab IV: Hasil penelitian dan pembahasan yang berisi data penelitian, hasil penelitian serta pembahasan.

Bab V: Kesimpulan dan saran yang berisi kesimpulan dari penelitian serta saran-saran untuk penelitian yang akan datang.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Telaah Teoritis**

Sikap seseorang terhadap lingkungan, sangat dipengaruhi oleh nilai personal individu. Dalam penelitian ini ingin mengetahui pengaruh nilai personal terhadap sikap akuntabilitas sosial lingkungan, sehingga teori yang digunakan adalah teori yang berkaitan dengan sosial psikologi. Beberapa teori tersebut antara lain *Theory of Reasoned Action*, *Theory of Planned Behavior*, dan *Norm Activation Theory* (Bechtel dan Churchman, 2002).

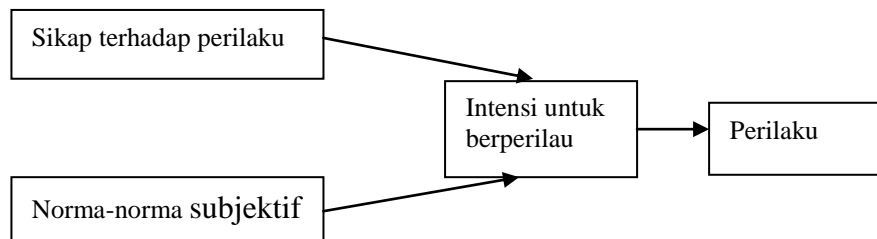
##### **2.1.1 Teori Tindakan Beralasan (*Theory of Reasoned Action*)**

Ajzen dan Fishbein (1980) mengemukakan teori tindakan beralasan (*theory of reasoned action*). Teori ini didasarkan pada asumsi-asumsi: a) bahwa manusia umumnya melakukan sesuatu dengan cara-cara yang masuk akal, b) bahwa manusia mempertimbangkan semua informasi yang ada, dan c) bahwa secara eksplisit maupun implisit manusia memperhitungkan implikasi tindakan mereka (Anwar, 1995).

Teori tindakan beralasan mengatakan bahwa sikap mempengaruhi perilaku lewat suatu proses pengambilan keputusan yang teliti dan beralasan, dan dampaknya terbatas hanya pada tiga hal. Pertama, perilaku tidak banyak ditentukan oleh sikap umum tapi oleh sikap yang spesifik terhadap sesuatu. Kedua, perilaku dipengaruhi tidak hanya oleh sikap tapi juga oleh norma-norma subjektif (*subjective norms*) yaitu keyakinan kita mengenai apa yang orang lain inginkan agar kita perbuat. Ketiga, sikap terhadap suatu perilaku bersama norma-norma subjektif membentuk suatu

intensi atau niat berperilaku tertentu. Gambar 2.1 memperjelas mengenai hubungan antara ketiganya.

**GAMBAR 2.1**  
**SKEMA *THEORY OF REASONED ACTION***



Sumber: Anwar (1995)

Dari gambar 2.1 tampak bahwa intensi untuk perilaku merupakan fungsi dari dua determinan dasar, yaitu pertama sikap individu terhadap perilaku (merupakan aspek personal) dan kedua adalah persepsi individu terhadap tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang bersangkutan yang disebut dengan norma subjektif. Secara sederhana teori ini mengatakan bahwa seseorang akan melakukan suatu perbuatan apabila ia memandang perbuatan itu positif dan bila ia percaya bahwa orang lain ingin agar orang lain melakukannya.

Sikap individu yang menjaga/merusak lingkungan dipengaruhi oleh keyakinan bahwa perilaku tersebut dianggap menjaga/mengganggu lingkungan sekitarnya. Individu yang menyakini bahwa tindakannya akan berdampak buruk terhadap lingkungan maka cenderung bersikap *altruistic* dan *biosentric*.

Manfaat dari teori tindakan beralasan dapat digunakan untuk menjelaskan sikap terhadap lingkungan ditunjukkan dalam penelitian-penelitian Bagozzi dan Dabholkar (1994), Goldenhar dan Connell (1992-1993) dan Jones 1990. Fenomena penelitian menggambarkan sikap dan tanggung jawab lingkungan.

### 2.1.2 Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*)

*Theory of Planned Behavior* (TPB) atau teori perilaku terencana merupakan pengembangan lebih lanjut dari TRA. Ajzen (1988) menambahkan konstruk yang belum ada dalam TRA, yaitu kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*). Konstruk ini ditambahkan dalam upaya memahami keterbatasan yang dimiliki individu dalam rangka melakukan perilaku tertentu.

Dalam teori perilaku terencana, keyakinan-keyakinan berpengaruh pada sikap terhadap perilaku tertentu, pada norma-norma subjektif, dan pada kontrol perilaku yang dihayati. Ketiga komponen ini berinteraksi dan menjadi determinan bagi intensi yang pada gilirannya akan menentukan apakah perilaku yang bersangkutan akan dilakukan atau tidak.

Sikap terhadap suatu perilaku dipengaruhi oleh keyakinan bahwa perilaku tersebut akan membawa kepada hasil yang diinginkan atau tidak diinginkan. Keyakinan mengenai perilaku apa yang bersifat normatif (yang diharapkan oleh orang lain) dan motivasi untuk bertindak sesuai dengan harapan normatif tersebut membentuk norma subjektif dalam diri individu. Kontrol perilaku ditentukan oleh pengalaman masa lalu dan perkiraan individu mengenai seberapa sulit atau mudahnya untuk melakukan perilaku yang bersangkutan (Anwar, 2005). Secara skematik TPB dilukiskan sebagaimana pada gambar 2.2.

Model teoritik dari *Theory of Planned Behavior* (perilaku yang direncanakan) mengandung berbagai variabel yaitu:

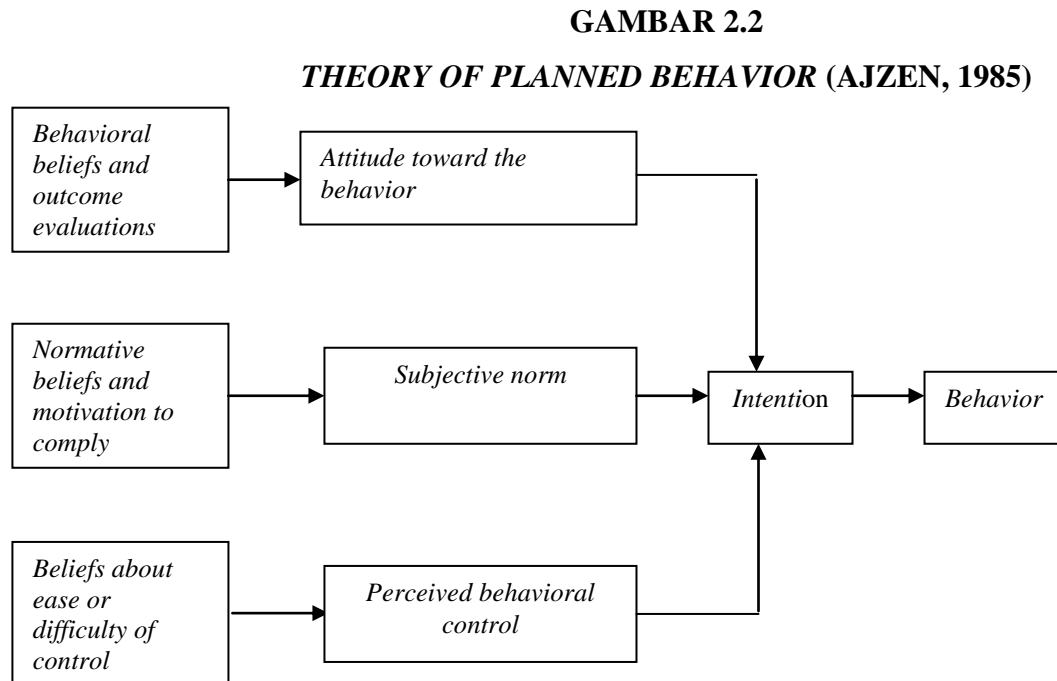
- a. Latar belakang (*background factors*), seperti usia, jenis kelamin, suku, status sosial ekonomi, suasana hati, sifat kepribadian, dan pengetahuan) mempengaruhi sikap dan perilaku individu terhadap sesuatu hal. Di dalam

kategori ini Ajzen (1985) memasukkan tiga faktor latar belakang, yakni personal, sosial, dan informasi. Faktor personal adalah sikap umum seseorang terhadap sesuatu, sifat kepribadian (*personality traits*), nilai hidup (*values*), emosi, dan kecerdasan yang dimilikinya. Faktor sosial antara lain adalah usia, jenis kelamin (*gender*), etnis, pendidikan, penghasilan, dan agama. Faktor informasi adalah pengalaman, pengetahuan dan ekspose pada media.

- b. Keyakinan perilaku atau *behavioral belief* yaitu hal-hal yang diyakini oleh individu mengenai sebuah perilaku dari segi positif dan negatif, sikap terhadap perilaku atau kecenderungan untuk bereaksi secara afektif terhadap suatu perilaku, dalam bentuk suka atau tidak suka pada perilaku tersebut.
- c. Keyakinan normatif (*normative beliefs*), yang berkaitan langsung dengan pengaruh lingkungan yang secara tegas dikemukakan oleh Lewin dalam Field Theory. Pendapat Lewin ini digarisbawahi juga oleh Ajzen melalui PBT. Menurut Ajzen (1985), faktor lingkungan sosial khususnya orang-orang yang berpengaruh bagi kehidupan individu (*significant others*) dapat mempengaruhi keputusan individu.
- d. Norma subjektif (*subjective norm*) adalah sejauh mana seseorang memiliki motivasi untuk mengikuti pandangan orang terhadap perilaku yang akan dilakukannya (*normative belief*). Kalau individu merasa itu adalah hak pribadinya untuk menentukan apa yang akan dia lakukan, bukan ditentukan oleh orang lain disekitarnya, maka dia akan mengabaikan pandangan orang tentang perilaku yang akan dilakukannya.
- e. Keyakinan bahwa suatu perilaku dapat dilaksanakan (*control beliefs*) diperoleh dari berbagai hal, pertama adalah pengalaman melakukan perilaku yang sama

sebelumnya atau pengalaman yang diperoleh karena melihat orang lain (misalnya teman, keluarga dekat) melaksanakan perilaku itu sehingga ia memiliki keyakinan bahwa ia pun akan dapat melaksanakannya. Selain pengetahuan, ketrampilan, dan pengalaman, keyakinan individu mengenai suatu perilaku akan dapat dilaksanakan ditentukan juga oleh ketersediaan waktu untuk melaksanakan perilaku tersebut, tersedianya fasilitas untuk melaksanakannya, dan memiliki kemampuan untuk mengatasi setiap kesulitan yang menghambat pelaksanaan perilaku.

- f. Persepsi kemampuan mengontrol (*perceived behavioral control*), yaitu keyakinan (*beliefs*) bahwa individu pernah melaksanakan atau tidak pernah melaksanakan perilaku tertentu, individu memiliki fasilitas dan waktu untuk melakukan perilaku itu, kemudian individu melakukan estimasi atas kemampuan dirinya apakah dia punya kemampuan atau tidak memiliki kemampuan untuk melaksanakan perilaku itu. Ajzen menamakan kondisi ini dengan “persepsi kemampuan mengontrol” (*perceived behavioral control*). Niat untuk melakukan perilaku (*intention*) adalah kecenderungan seseorang untuk memilih melakukan atau tidak melakukan sesuatu pekerjaan. Niat ini ditentukan oleh sejauh mana individu memiliki sikap positif pada perilaku tertentu, dan sejauh mana kalau dia memilih untuk melakukan perilaku tertentu itu dia mendapat dukungan dari orang-orang lain yang berpengaruh dalam kehidupannya.



Sumber: Anwar (1995)

Menurut TPB sikap terhadap lingkungan dipengaruhi oleh pandangan seseorang mengenai hasil dari tindakanya, dimana pandangan tersebut dipengaruhi oleh nilai personalnya. Seseorang yang mempunyai keyakinan bahwa apa yang dilakukan akan berdampak pada makhluk hidup maka individu tersebut mempunyai keinginan untuk menjaga lingkungan dan akan bersikap *altruistic*, sedangkan individu yang merasa bahwa apa yang dilakukan akan berdampak pada seluruh komponen biosfer, maka individu tersebut juga akan mempunyai keinginan untuk menjaga lingkungan dan akan mempunyai sikap *biospheric*. Perbedaan sikap *altruistic* dan *biospheric* terletak pada keinginan individu dalam memelihara lingkungan. Sikap *altruistic* dorongannya hanya untuk kepentingan makhluk hidup saja, sedangkan *biospheric*, tidak hanya memikirkan makhluk hidup saja, akan tetapi seluruh biosfer baik makhluk hidup maupun mati. Akan tetapi bila seseorang hanya memikirkan dirinya sendiri, maka dia cenderung bersikap *egoistic*.

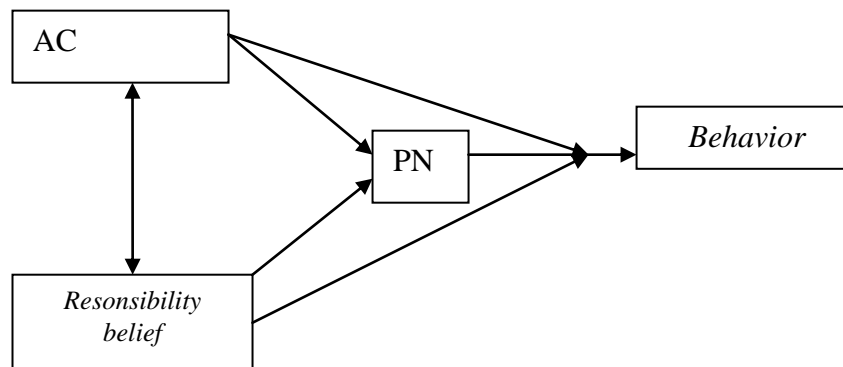
Staats, dalam Bechtel dan Churchman (2002) menyatakan bahwa *Theory Planned Behavior* (TPB) dapat digunakan untuk menjelaskan perilaku terhadap lingkungan. Beberapa penelitian yang menggunakan TPB untuk menjelaskan perilaku tanggungjawab terhadap lingkungan antara lain Cheung, Chan dan Wong, (1999), Taylor dan Todd (1995).

### **2.1.3 Norm Activation Theory dan Nilai Manusia (*Human Value*)**

*Norm Activation Theory* dikembangkan oleh Schwartz (1971, 1977) untuk menjelaskan perilaku prososial. Perilaku prolingkungan melekat dengan sikap *altruistic*. *Norm activation theory* berfokus pada pengaruh nilai personal terhadap sikap seseorang terhadap lingkungan. Teori tersebut menyatakan bahwa tindakan pro lingkungan terjadi karena respon norma personal. Norma personal (*personal norm* =PN) dibentuk oleh kesadaran akan konsekuensi dari tindakannya (*awareness consequences*=AC) dan tanggung jawab seseorang terhadap akibat dari tindakannya tersebut (*responsibility belief*).

Individu yang mempunyai nilai *altruistic* dimotivasi oleh norma personal (PN) untuk merespon isu lingkungan (Schultz dan Zelezny 1998). Norma personal (PN) dikarakteristikan sebagai aturan yang mengendalikan atau mengontrol perilaku individu, sehingga menimbulkan perasaan untuk melakukan kewajiban untuk bertindak dalam situasi tertentu (Schultz, 2002). Secara skematik *Norm Activation Theory* dilukiskan sebagaimana pada gambar 2.3

**GAMBAR 2.3**  
**SKEMA NORM ACTIVATION THEORY**



Keterangan: AC = *awareness of a behavior's consequences*, PN = *personal norm*

Sumber: Wall *et al.*, (2007)

Peran norma personal dalam teori ini dapat digunakan untuk menjelaskan sikap terhadap lingkungan. *Norm activation theory* telah digunakan oleh beberapa peneliti untuk menjelaskan sikap individu terhadap lingkungan. Verdugo dan Armenta (2006) menemukan keyakinan norma personal mengenai pemeliharaan air secara langsung mempengaruhi perilaku prolingkungan. Nordlund dan Garvill (2002) juga melaporkan bahwa norma personal secara langsung mempengaruhi perilaku prolingkungan dan menjadi perantara dampak nilai terhadap perilaku. Hopper dan Nielsen (1991) menyimpulkan bahwa norma personal berpengaruh besar terhadap perilaku daur ulang jika kesadaran akan konsekuensi lingkungan tinggi. Norma personal juga menjadi prediktor yang kuat dalam memprediksi perilaku prolingkungan dalam survei yang dilakukan oleh Stern *et al.* (1999). Oleh karena itu, *Norm activation theory* sesuai dengan variabel penelitian mengenai sikap dan lingkungan sosial. *Norm activation theory* Schwartz menjelaskan bahwa sikap *altruistic* telah digunakan untuk menjelaskan mengenai isu yang berkaitan dengan

lingkungan (Dietz, *et al.* 2005; Heberlein, 1977; Van Liere dan Dunlop, 1978 dalam Milfont, 2007).

#### **2.1.4 Teori-Teori Etika Lingkungan**

Dalam sejarah perkembangan pemikiran di bidang etika lingkungan, terdapat beberapa teori etika lingkungan yang sekaligus menentukan pola perilaku manusia dalam kaitannya dengan lingkungan, yaitu: antroposentrisme, biosentrisme, dan ekosentrisme (Keraf, 2006).

##### **1. Antroposentrisme**

Menurut teori antroposentrisme, etika hanya berlaku untuk manusia, sehingga segala tuntutan mengenai perlunya kewajiban dan tanggung jawab moral manusia terhadap lingkungan hidup dianggap sebagai tuntutan yang berlebihan, tidak relevan dan tidak pada tempatnya (Keraf, 2006). Selanjutnya Keraf (2006) mengatakan bahwa walaupun tuntutan tersebut relevan, hanya dalam pengertian tidak langsung yaitu sebagai pemenuhan kewajiban dan tanggung jawab moral manusia terhadap lingkungan. Artinya adanya kewajiban dan tanggung jawab terhadap alam hanya merupakan perwujudan kewajiban dan tanggung jawab moral terhadap sesama manusia bukan perwujudan kewajiban dan tanggung jawab moral manusia terhadap alam.

Jika manusia mempunyai sikap peduli terhadap alam, semata-mata dilakukan karena mempunyai dampak yang menguntungkan bagi kepentingan manusia, sebaliknya jika tidak berguna bagi kepentingan manusia maka alam akan diabaikan. Antroposentrisme ini bersifat egoistis karena hanya mengutamakan kepentingan manusia. Antroposentrisme merupakan penyebab adanya krisis lingkungan sekarang ini. Cara pandang antroposentris ini

menyebabkan manusia mengeksploitasi dan menguras alam semesta demi memenuhi kepentingan dan kebutuhan hidupnya tanpa cukup memberikan perhatian pada kelestarian alam.

## 2. Biosentrisme

Antroposentrisme menggugah manusia untuk menyelamatkan lingkungan didasarkan bahwa lingkungan dan alam semesta dibutuhkan manusia demi memuaskan kepentingannya, biosentris justru menolak argumen antroposentris (Keraf, 2006). Bagi biosentrisme, tidak hanya manusia yang mempunyai nilai akan tetapi alam juga mempunyai nilai pada dirinya sendiri terlepas dari kepentingan manusia.

Ciri utama etika menganggap bahwa setiap kehidupan dan makhluk hidup mempunyai nilai dan berharga. Teori ini menganggap serius setiap kehidupan dan makhluk hidup di alam semesta. Semua makhluk hidup bernilai sehingga pantas mendapat pertimbangan dan kepedulian moral. Alam perlu diperlakukan secara moral, terlepas dari apakah ia bernilai bagi manusia atau tidak.

Menurut Taylor (1986), biosentrisme didasarkan pada empat keyakinan sebagai berikut:

- a. Keyakinan bahwa manusia adalah anggota dari komunitas kehidupan di bumi dalam arti yang sama dan dalam kerangka yang sama dimana makhluk hidup yang lain juga anggota dari komunitas yang sama.
- b. Keyakinan bahwa spesies manusia bersama dengan spesies yang lain adalah bagian dari sistem yang saling tergantung sedemikian rupa sehingga kelangsungan hidup dari makhluk hidup manapun serta peluang untuk

berkembang biak atau sebaliknya tidak ditentukan oleh kondisi fisik lingkungan melainkan oleh relasinya satu dengan yang lain.

- c. Keyakinan bahwa semua organisme adalah pusat kehidupan yang mempunyai tujuan sendiri. Artinya setiap organisme adalah unik dalam mengejar kepentingan sendiri sesuai dengan caranya sendiri.
- d. Keyakinan bahwa manusia tidak lebih unggul dari makhluk hidup lain.

Keyakinan-keyakinan tersebut melahirkan pemahaman baru bahwa manusia merupakan keseluruhan atau pusat dari seluruh alam semesta. Dengan keyakinan tersebut manusia akan mempertimbangkan dan memperhatikan kepentingan makhluk hidup lainnya secara serius, khususnya ketika ada benturan kepentingan manusia dengan makhluk hidup lain.

### 3. Ekosentrisme

Ekosentrisme merupakan kelanjutan dari biosentrisme. Berbeda dengan biosentrisme yang hanya memusatkan etika pada kehidupan seluruhnya, ekosentrisme memusatkan etika pada seluruh komunitas ekologis, baik yang hidup maupun tidak. Secara ekologis, makhluk hidup dan benda-benda *abiotis* lainnya saling terkait satu sama lain, oleh karena itu kewajiban dan tanggung jawab moral tidak hanya dibatasi pada makhluk hidup tetapi kewajiban dan tanggung jawab moral yang sama juga berlaku terhadap semua realitas ekologis.

Berdasarkan teori etika tersebut, Stern dan Dietz (1994) dalam Schultz dan Zelezny (1999) menggunakan istilah lain untuk menjelaskan sikap individu terhadap lingkungan yaitu *egoistic*, *sosial altruistic*, dan *biocentric*. Sikap *egoistic* digunakan untuk menjelaskan antroposentrisme, *sosial altruistic* untuk menjelaskan biosentrisme dan *biocentric* untuk menjelaskan biosentrisme.

### 2.1.5 *Value dan Attitude*

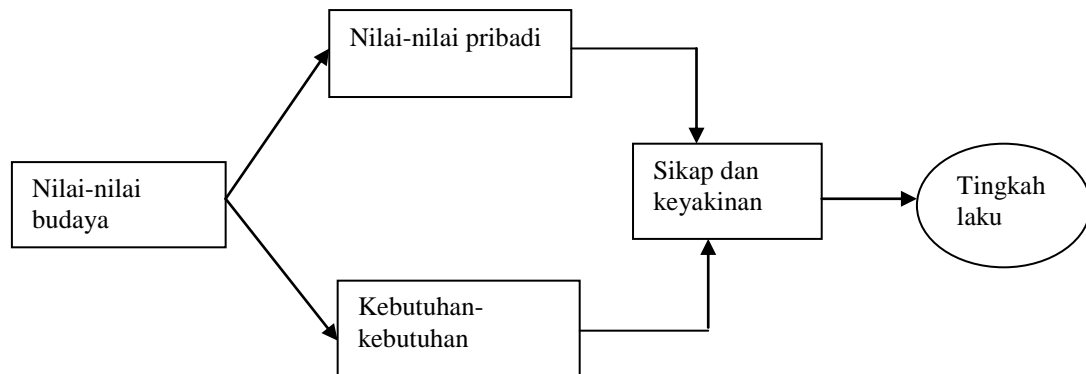
*Value* merupakan sesuatu watak dari seseorang yang mirip seperti sikap (*attitude*) tetapi lebih mendasar dibandingkan dengan sikap (*attitude*) (Anwar, 1995). Lebih lanjut Schwartz (1994) juga menjelaskan bahwa nilai adalah suatu keyakinan yang berkaitan dengan cara bertingkah laku atau tujuan akhir tertentu, melampaui situasi spesifik, sehingga mengarahkan seleksi atau evaluasi terhadap tingkah laku, individu, dan kejadian-kejadian, serta tersusun berdasarkan derajat kepentingannya (Joomla, 2009).

Menurut Rokeach *value* merupakan suatu keyakinan tentang perbuatan, tindakan, atau perilaku yang dianggap baik dan yang dianggap buruk. Berlawanan dengan sikap (*attitudes*), yang fokus hanya pada obyek yang spesifik atau situasi, nilai (*value*) merupakan keyakinan mendasar yang mempengaruhi pandangan seseorang di dalam banyak permasalahan. Jadi secara umum nilai personal mempengaruhi perilaku. Tipe nilai setiap individu dapat digunakan untuk menggambarkan masing-masing individu dalam mempelajari peraturan-peraturan suatu organisasi atau perusahaan, untuk membuat atau menentukan pilihan dan untuk memecahkan suatu konflik atau masalah, untuk membuat atau menentukan pilihan dan untuk memecahkan suatu konflik atau masalah dengan dua atau lebih cara atau model perilaku (Rokeach, 1968 dalam Robbins 2007).

Sebagai variabel bebas terhadap perilaku manusia, di sini nilai sama fungsi psikisnya seperti sikap, kebutuhan-kebutuhan dan sebagainya yang mempunyai dampak luas terhadap semua aspek perilaku manusia dalam konteks sosialnya. Sebagai variabel terikat terhadap pengaruh-pengaruh sosial budaya dari masyarakat yang dihuni, yang merupakan hasil pembentukan dari faktor-faktor kebudayaan,

pranata dan pribadi-pribadi dalam masyarakat tersebut selama hidupnya. Kaitan antara nilai, sikap dan tingkah laku dapat digambarkan sebagai berikut:

**GAMBAR 2.4**  
**HUBUNGAN NILAI, SIKAP DAN TINGKAH LAKU**



Sumber: Dayakisni dan Yuniardi, (2004)

Dari gambar tersebut di atas menunjukkan bahwa pengaruh nilai-nilai budaya pada nilai-nilai pribadi dan kebutuhan seseorang. Sedang nilai-nilai pribadi dan kebutuhan saling mempengaruhi. Keduanya mempengaruhi sikap dan keyakinan seseorang dan tingkah lakunya. Kebutuhan-kebutuhan seseorang lebih menentukan akan adanya perilaku, sedangkan nilai-nilai pribadi lebih menentukan bagaimana perilaku yang akan terjadi.

Stern dan Dietz (1994), Stern *et al.* (1999) dalam Milfont, 2007 mengembangkan *value basis theory*. *Value basis theory* menyatakan bahwa sikap terhadap isu lingkungan merupakan hasil dari nilai dan orientasi nilai yang berbeda menghasilkan sikap yang berbeda. Mereka berpendapat bahwa ada tiga tipe kesadaran akan konsekuensi terhadap lingkungan: kesadaran *egoistic*, *sosial altruistic*, dan *biospheric consequences*. Berdasarkan teori ini, maka nilai menentukan sikap seseorang terhadap lingkungan.

Teori nilai ini merupakan perluasan dari nilai Rokeach's (1973). Schwartz 1994 mengembangkan tipologi nilai manusia. Schwartz (1994) mengembangkan hasil penelitian Rokeach's (1973) tentang pembagian tipe nilai. Dengan mengembangkan tipologi universal dari nilai manusia. Schwartz (1994) menyimpulkan bahwa ada 56 tipe nilai manusia yang kemudian di bagi menjadi sepuluh tipe nilai, yaitu *achievement, hedonism, stimulation, self direction, universalism, benevolence, tradition, conformity, dan security*.

Schwartz juga menemukan bahwa 10 tipe nilai lebih jauh dapat di bagi menjadi 4 kategori atau orientasi: (1) *self-transcendence*, (2) *self-enhancement*, (3) *openness*, and (4) *conservation*. *Self-transcendence* memasukkan tipe nilai rendah hati (*altruistic*) yaitu *universalism* dan kebajikan (*benevolence*). Sebaliknya, *self-enhancement* memasukkan nilai *egoistic* berkenaan dengan kekuasaan personal dan kepemimpinan. *Openness* terdiri atas tiga tipe nilai; *self direction, stimulation, dan hedonism*. Orientasi nilai keempat, *conservatism*, memasukkan tradisi, kecocokan, dan keamanan. Untuk lebih jelasnya komponen 10 tipe nilai tersebut dapat dilihat di tabel 2.1

Sepuluh tipe nilai Schwartz dapat dijelaskan sebagai berikut:

### 1. *Universalism*

Tipe nilai ini termasuk nilai-nilai kematangan dan tindakan prososial. Tipe nilai ini mengutamakan penghargaan, toleransi, memahami orang lain, dan perlindungan terhadap kesejahteraan umat manusia. Contoh nilai khusus yang termasuk tipe nilai ini adalah : *broad-minded, sosial justice, equality, wisdom, inner harmony*.

## 2. *Power*

Tipe nilai ini merupakan dasar pada lebih dari satu tipe kebutuhan yang universal, yaitu transformasi kebutuhan individual akan dominasi dan kontrol yang diidentifikasi melalui analisa terhadap motif sosial. Tujuan utama dari tipe nilai ini adalah pencapaian status sosial dan prestise, serta kontrol atau dominasi terhadap orang lain atau sumberdaya tertentu. Nilai khusus (specific values) tipe nilai ini adalah : *sosial power, authority, wealth, preserving my public image dan sosial recognition.*

## 3. *Tradition*

Setiap mengembangkan simbol-simbol dan tingkah laku yang merepresentasikan pengalaman dan nasib mereka bersama. Tradisi sebagian besar diambil dari ritus agama, keyakinan, dan norma bertingkah laku. Tujuan motivasional dari tipe nilai ini adalah penghargaan, komitmen, dan penerimaan terhadap kebiasaan, tradisi, adat istiadat, atau agama. Nilai khusus yang termasuk tipe nilai ini adalah : *humble, devout, accepting my portion in life, moderate, respect for tradition.*

## 4. *Achievement*

Tujuan dari tipe nilai ini adalah keberhasilan pribadi dengan menunjukkan kompetensi sesuai standar sosial. Unjuk kerja yang kompeten menjadi kebutuhan bila seseorang merasa perlu untuk mengembangkan dirinya, serta jika interaksi sosial dan institusi menuntutnya. Nilai khusus yang terdapat pada tipe nilai ini adalah : *successful, capable, ambitious, influential.*

### 5. *Hedonism*

Tipe nilai ini bersumber dari kebutuhan organismik dan kenikmatan yang diasosiasikan dengan pemuasan kebutuhan tersebut. Tipe nilai ini mengutamakan kesenangan dan kepuasan untuk diri sendiri. Nilai khusus yang termasuk tipe nilai ini adalah : *pleasure, enjoying life*. Asumsi *hedonism* menganggap bahwa individu memiliki tujuan utama untuk meningkatkan kesenangan hidup dan meminimalkan perasaan menyakitkan.

### 6. *Stimulation*

Tipe nilai ini bersumber dari kebutuhan organismik akan variasi dan rangsangan untuk menjaga agar aktivitas seseorang tetap pada tingkat yang optimal. Unsur biologis mempengaruhi variasi dari kebutuhan ini, dan ditambah pengaruh pengalaman sosial, akan menghasilkan perbedaan individual tentang pentingnya nilai ini. Tujuan motivasional dari tipe nilai ini adalah kegairahan, tantangan dalam hidup. Nilai khusus yang termasuk tipe nilai ini adalah : *daring, varied life, nexciting life*.

### 7. *Self-direction*

Tujuan utama dari tipe nilai ini adalah pikiran dan tindakan yang tidak terikat (*independen*), seperti memilih, menciptakan, menyelidiki. *Self-direction* bersumber dari kebutuhan organismik akan kontrol dan penguasaan (*mastery*), serta interaksi dari tuntutan otonomi dan ketidakterikatan. Nilai khusus yang termasuk tipe nilai ini adalah : *creativity, curious, freedom, choosing own goals, independent*.

### 8. *Benevolence*

Tipe nilai ini lebih mendekati definisi sebelumnya tentang konsep prososial. Bila prososial lebih pada kesejahteraan semua orang pada semua kondisi, tipe nilai *benevolence* lebih kepada orang lain yang dekat dari interaksi sehari-hari. Tipe ini

dapat berasal dari dua macam kebutuhan, yaitu kebutuhan interaksi yang positif untuk mengembangkan kelompok, dan kebutuhan organismik akan afiliasi. Tujuan motivasional dari tipe nilai ini adalah peningkatan kesejahteraan individu yang terlibat dalam kontak personal yang intim. Nilai khusus yang termasuk tipe nilai ini adalah : *helpful, honest, forgiving, responsible, loyal, true friendship, mature love.*

#### 9. *Conformity*

Tujuan dari tipe nilai ini adalah pembatasan terhadap tingkah laku, dorongan-dorongan individu yang dipandang tidak sejalan dengan harapan atau norma sosial. Ini diambil dari kebutuhan individu untuk mengurangi perpecahan sosial saat interaksi dan fungsi kelompok tidak berjalan dengan baik. Nilai khusus yang termasuk tipe nilai ini adalah : *politeness, obedient, honoring parents and elders, self discipline.*

#### 10. *Security*

Tujuan motivasional tipe nilai ini adalah mengutamakan keamanan, harmoni, dan stabilitas masyarakat, hubungan antar manusia, dan diri sendiri. Ini berasal dari kebutuhan dasar individu dan kelompok. Tipe nilai ini merupakan pencapaian dari dua minat, yaitu individual dan kolektif. Nilai khusus yang termasuk tipe nilai ini adalah : *national security, sosial order, clean, healthy, reciprocation of favors, family security, sense of belonging.*

**TABEL 2.1**  
**TIPE NILAI**

<i>Self-transcendence</i>	<i>Self-enhancement</i>	<i>Openness</i>	<i>Conservation</i>
<b><i>Universalism</i></b> <i>Protecting the environment</i> <i>A world of beauty</i> <i>Unity with nature</i> <i>Broad-minded</i> <i>Sosial justice wisdom</i> <i>Equality, Inner harmony</i> <i>A world at peace</i>	<b><i>Power</i></b> <i>Sosial power</i> <i>Authority</i> <i>Wealth</i> <i>Sosial recognition</i> <i>Preserving my public image</i>	<b><i>Self direction</i></b> <i>Creativity</i> <i>Curious</i> <i>Freedom</i> <i>Choosing own goals</i> <i>Independent</i>	<b><i>Tradition</i></b> <i>Devout</i> <i>Respect for tradition</i> <i>Humble</i> <i>Moderate</i> <i>Detachment</i> <i>Accepting prtion in life</i>
<i>Self transcendence</i>	<i>Self-enhancement</i>	<i>Openness</i>	<i>Conservation</i>
<b><i>Benevolence</i></b> <i>Helpful</i> <i>Honest</i> <i>Forgiving</i> <i>Loyal</i> <i>Responsible</i> <i>True friendship</i> <i>A spiritual life</i> <i>Mature love</i> <i>Meaning in life</i>	<b><i>Achievement</i></b> <i>Successful</i> <i>Capable</i> <i>Ambitious</i> <i>Influential</i> <i>Intelligent</i> <i>Self respect</i>	<b><i>Stimulation</i></b> <i>Daring</i> <i>A varied life</i> <i>An exciting life</i>  <b><i>Hedonism</i></b> <i>Pleasure</i> <i>Enjoying life</i>	<b><i>Conformity</i></b> <i>Politeness</i> <i>Honoring parents and elders</i> <i>Obedient</i> <i>Self-discipline</i>  <b><i>Security</i></b> <i>Clean</i> <i>Nation security</i> <i>Sosial order</i> <i>Family security</i> <i>Sense of belonging</i> <i>Reciprocatin of favors</i> <i>Healthy</i>

Sumber: Fukukawa *et al.*, 2007

### 2.1.5.1 Fungsi Value

Fungsi utama dari value dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai sebagai standar (Rokeach, 1973; Schwartz, 1992, 1994) dan memiliki fungsi sebagai berikut:

- a. Membimbing individu dalam mengambil posisi tertentu dalam *sosial issues* tertentu
- b. Mempengaruhi individu untuk lebih menyukai ideologi politik tertentu dibanding ideologi politik yang lain.
- c. Mengarahkan cara menampilkan diri pada orang lain.
- d. Melakukan evaluasi dan membuat keputusan.

- e. Mengarahkan tampilan tingkah laku membujuk dan mempengaruhi orang lain, memberitahu individu akan keyakinan, sikap, nilai dan tingkah laku individu lain yang berbeda, yang bisa diprotes dan dibantah, bisa dipengaruhi dan diubah.
2. Sistem nilai sebagai rencana umum dalam memecahkan konflik dan pengambilan keputusan (Rokeach, 1973; Schwartz, 1992, 1994). Situasi tertentu secara tipikal akan mengaktivasi beberapa nilai dalam sistem nilai individu. Umumnya nilai-nilai yang teraktivasi adalah nilai-nilai yang dominan pada individu yang bersangkutan.
3. Fungsi motivasional

Fungsi langsung dari nilai adalah mengarahkan tingkah laku individu dalam situasi sehari-hari, sedangkan fungsi tidak langsungnya adalah untuk mengekspresikan kebutuhan dasar sehingga nilai dikatakan memiliki fungsi motivasional. Nilai dapat memotivasi individu untuk melakukan suatu tindakan tertentu (Rokeach, 1973; Schwartz, 1994), memberi arah dan intensitas emosional tertentu terhadap tingkah laku (Schwartz, 1994). Hal ini didasari oleh teori yang menyatakan bahwa nilai juga merepresentasikan kebutuhan (termasuk secara biologis) dan keinginan, selain tuntutan sosial (Feather, 1994; Grube *et al.*, 1994).

Menurut Robbins (2007), *attitude* (sikap) merupakan pernyataan-pernyataan atau penilaian-penilaian evaluatif berkaitan dengan obyek, orang, atau peristiwa. Sikap mencerminkan bagaimana seseorang merasakan sesuatu. Sikap (*attitude*) tidak sama dengan nilai (*value*), namun keduanya saling berhubungan. Sikap sangat mempengaruhi perilaku.

### 2.1.6 Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (*Corporate Sosial Responsibility*)

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) adalah 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 (Darwin, 2004). Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *sustainability reporting*. *Sustainability reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi (ACCA, 2004). *Sustainability report* harus menjadi dokumen strategik yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *sustainability development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya.

Darwin (2004) mengatakan bahwa *corporate sustainability reporting* terbagi menjadi tiga kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Sedangkan Zhegal dan Ahmed (1990) mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan, yaitu sebagai berikut:

1. Lingkungan, meliputi pengendalian terhadap polusi, pencegahan atau perbaikan terhadap kerusakan lingkungan, konservasi alam, dan pengungkapan lain yang berkaitan dengan lingkungan.
2. Energi, meliputi konservasi energi, efisiensi energi, dan lain-lain.
3. Praktik bisnis yang wajar, meliputi, pemberdayaan terhadap minoritas dan perempuan, dukungan terhadap usaha minoritas, tanggung jawab sosial.

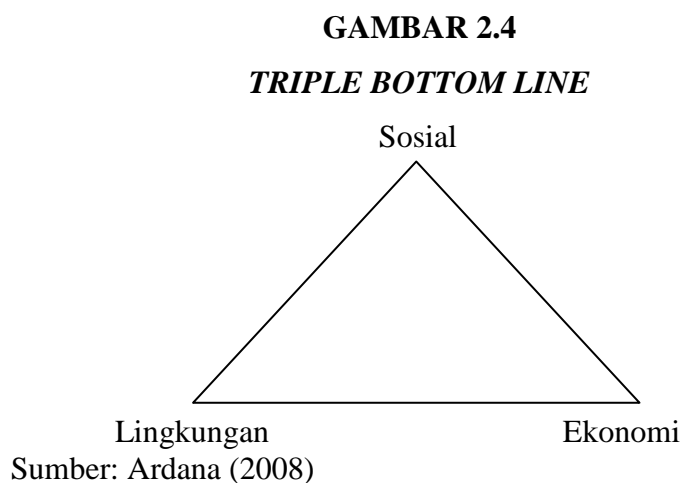
Sampai kini tidak ada definisi tunggal tentang tanggung jawab sosial CSR. Berikut ini beberapa definisi CSR. Mengacu pada UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 1 ayat 3 definisi tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Menurut *Meeting Changing Expectations* (1999), CSR adalah komitmen yang berkesinambungan dari kalangan bisnis, untuk berperilaku secara etis dan memberi kontribusi bagi perkembangan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas kehidupan dari karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya. Dengan CSR, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja tetapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*. Di sini *bottom lines* lainnya selain keuangan juga adalah sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila, perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup (Witoelar, 2006 dalam Ardana 2008). Griffin dan Pustay (2005) menyebutkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan adalah kumpulan kewajiban organisasi untuk melindungi dan memajukan masyarakat di mana organisasi berada.

Dari beberapa definisi di atas bila dilihat lebih jauh sebenarnya terkandung inti yang hampir sama, yakni selalu mengacu pada kenyataan bahwa tanggung jawab

sosial perusahaan merupakan bagian penting dari strategi bisnis yang berkaitan erat dengan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Di samping itu, apa yang dilakukan dalam implementasi dari tanggung jawab sosial tersebut tidak berdasarkan pada tekanan dari masyarakat, pemerintah, atau pihak lain, tetapi berasal dari kehendak, komitmen, dan etika moral dunia bisnis sendiri yang tidak dipaksakan.

Di tengah pengertian yang beranekaragam tersebut, konsep CSR yang banyak dijadikan rujukan oleh berbagai pihak sebagaimana yang dikemukakan oleh Pambudi (2005) adalah pemikiran Elkington, yakni tentang *triple bottom line*. Menurut Elkington (1997), CSR adalah segitiga kehidupan *stakeholder* yang harus diberi perhatian oleh korporasi di tengah upayanya mengejar keuntungan atau *profit*, yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial. Hubungan itu diilustrasikan dalam bentuk segitiga di bawah ini:



### **2.1.7 Akuntabilitas Sosial Perusahaan**

Menurut Sianipar (2007), akuntabilitas menjelaskan peran dan tanggung jawab, serta dukungan usaha untuk menjamin keseimbangan kepentingan manajemen dan pemegang saham, sebagaimana yang diawasi oleh Dewan Komisaris.

Akuntabilitas sosial lingkungan perusahaan merupakan suatu pemahaman mengenai pertanggungjawaban secara transparan mengenai fungsi sosial dan lingkungan yang diemban suatu perusahaan yang beroperasi di suatu wilayah tertentu. Perusahaan tersebut juga harus memperhatikan dan ikut serta dalam perananan sosial dan pengembangannya di masyarakat wilayah tersebut secara khususnya.

## 2.2 Telaah Penelitian Sebelumnya

Beberapa penelitian terdahulu yang telah meneliti pengaruh *value* terhadap lingkungan. Stern *et al.* (1993) menguji hubungan antara nilai personal (*egoistic*, *sosial altruistic*, dan *biospheric*), jenis kelamin dan perhatian terhadap lingkungan. Data diambil dengan cara random pada mahasiswa Universitas di New York bagian utara dengan jumlah sampel sebanyak 349. Untuk menyelidiki hubungan antara nilai personal dan perilaku terhadap lingkungan, partisipan diminta untuk memberi respon pertanyaan dengan menggunakan skala Likert 4 poin (1=sangat tidak setuju, 2=tidak setuju, 3= setuju,4=sangat setuju). Alat analisis yang digunakan adalah regresi. Hasilnya menunjukkan bahwa wanita mempunyai perhatian terhadap lingkungan yang lebih tinggi dibandingkan laki-laki. Sedangkan hubungan antara jenis kelamin dan orientasi nilai tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan.

Stern *et al.*, (1995) dalam Schultz dan Zelezny (2001) mencari hubungan langsung antara nilai dan sikap terhadap lingkungan. Mereka meneliti hubungan langsung antara *value* dengan sikap terhadap lingkungan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah orang Virginia dan menggunakan metode pengamabilan sampel secara random. Data diambil dengan interview melalui telepon. Mereka memilih item dari dimensi Schwartz's (1992) yaitu *self-transendence* untuk menggambarkan *biospherism* dan *sosial altruism* dan item dari *self-enhancement*

untuk menggambarkan *egoism*. Survei tersebut juga memasukkan nilai dari *tradition* dan *openness to change*. Hasilnya mengindikasikan bahwa orientasi nilai *biospheric* tidak dibedakan dari kelompok *self transcendent*. Hasilnya menunjukkan bahwa *self enhancement* berhubungan negatif dengan *biospherism* dan *tradition* berhubungan dengan *biospherism* dan *egoism*.

Schwartz (1994) mengembangkan instrumen untuk mengukur dimensi nilai yang dianggap sebagai nilai universal semua manusia. Instrumen tersebut terdiri dari 56 item nilai yang mewakili 10 tipe nilai. Responden diminta untuk memberi peringkat pentingnya setiap item nilai dalam skala Likert. Schwartz (1994) telah menunjukkan bahwa 10 tipe nilai dapat di bagi menjadi empat kategori nilai, yaitu: *openness to change*, *conservatism*, *self transcendence*, *conservatism*, dan *self enhancement*. *Openness to change* yang terdiri dari *self direction*, *stimulation*, dan *hedonism*. *Conservatism* (yang selanjutnya disebut *tradition* untuk dimensi ini seperti yang disarankan oleh Stern *et al.*, 1995) terdiri dari *conformity*, *tradisionalism*, dan *security*. *Self transcendence* meliputi *universalism* dan *benevolence*, sedangkan *self enhancement* terdiri dari *power* dan *achievement*.

Karp (1996) menguji hubungan antara nilai personal terhadap lingkungan. Sampel dalam peneitian ini adalah mahasiswa yang mengambil mata kuliah sosiologi di Universitas Washington tahun 1993 yang terdiri dari 122 laki-laki dan 180 wanita. Instrumen yang digunakan adalah skala nilai personal Schwartz yang terdiri dari 56 item. Partisipan diminta untuk memberi peringkat tipe nilai berdasarkan tingkat kepentingan nilai tersebut yang dijadikan sebagai prinsip hidupnya dengan menggunakan kala Likert 9 poin -1 sampai 9 dimana -1 menunjukkan bahwa nilai tersebut bertentangan dengan dirinya sampai 7 yang menunjukkan bahwa nilai

tersebut sangat penting. Instrument kedua dalam penelitian ini adalah skala perilaku lingkungan yang terdiri dari 16 item yang mengukur frekuensi partisipan dalam aktivitas lingkungan. Item tersebut diukur dengan menggunakan skala Likert 5 poin yaitu 1-5 (1= tidak pernah, 2= jarang, 3= kadang-kadang, 4= biasa dilakukan, 5 = selalu dilakukan. Pengujian dilakukan dengan menggunakan analisis factor (SPSS) dan regresi berganda. Hasilnya menunjukkan bahwa nilai *self transcendent/ openness to change* dan *universalism/ conservation* berpengaruh positif terhadap sikap terhadap lingkungan, sebaliknya *self enhancement/ conservation* berpengaruh negatif terhadap perilaku terhadap lingkungan. *Self transcendence* dan *conservation* tidak memiliki efek yang signifikan terhadap perilaku prolingkungan demikian pula dengan *self enhancement* juga menunjukkan hasil yang sama.

Penelitian Schultz dan Zelezny (1999) menemukan hubungan sikap terhadap lingkungan dengan nilai. Survey diikuti oleh mahasiswa di 14 negara, dengan jumlah sampel sebanyak 2160 partisipan. Sikap terhadap lingkungan (*environmental attitudes*) diukur dengan menggunakan skala *ecocentrism-anthropocentrism New Environmental Paradigm* (NEP) (Dunlap *et al.*, 1992) dan Thompson dan Barton (1994). Dengan menggunakan analisis regresi, hasilnya menunjukkan bahwa nilai *self transcendent* terutama *universalism* berhubungan positif dengan NEP dan *ecocentrism*, tetapi berhubungan negatif dengan *anthropocentrism*. *Tradition* dan *power* berhubungan negatif dengan NEP dan *ecocentrism* dan berhubungan positif dengan *anthropocentrism*.

Schultz (2001) menguji hubungan antara nilai *egoistic*, *altruistic*, dan *biospheric* dan perhatian terhadap lingkungan. Sampel dalam penelitian ini adalah 1010 mahasiswa S1 Psikologi di beberapa universitas Amerika Serikat. Dalam

penelitian ini, partisipan diminta untuk menilai 12 item tentang alasan responden memberi perhatian terhadap lingkungan. Partisipan dalam penelitian ini adalah mahasiswa ilmu sosial di 10 negara Amerika Latin. Penelitian ini menggunakan instrumen skala NEP (Dunlap *et al.* 1992, Dunlap, *et al.* 2001), skala *ecosentrism* dan *antropocentrism* (Thompson dan Barton's, 1994), nilai Schwartz (1992, 1994), 12 item tentang alasan responden memberi perhatian terhadap lingkungan. Hasilnya, bahwa ketiga nilai tersebut (*egoistic, altruistic, dan biospheric*) sesuai untuk menguji hubungan antara nilai tersebut dengan perhatian terhadap lingkungan. Dengan menggunakan skala nilai Schwartz (1992, 1994), Schultz (2001) menemukan bahwa *egoistic concern* berhubungan positif dengan *self-enhancement* dan berhubungan negatif dengan *self-transcendence* dan *biospheric transcendence*. Sebaliknya, *biospheric concern* (perhatian terhadap biosphere) berhubungan negatif dengan *self-enhancement* dan berhubungan positif dengan *biospheric transcendence*.

Schlultz *et al.* (2005) menguji pengaruh nilai personal terhadap perhatian terhadap lingkungan dan perilaku menjaga lingkungan. Sampel dalam penelitian ini berasal dari enam negara, yaitu Brazil, Republik Ceko, Jerman, India, Rusia. Jumlah sampel minimum tiap lokasi sebanyak 120, total sampel sebanyak 988. Partisipan dalam penelitian ini berasal dari mahasiswa. Instrumen penelitian adalah: kuesioner yang berisi empat pertanyaan, NEP, survei tipe nilai Schwartz, dan demografi. Analisis yang digunakan adalah analisis faktor dan korelasi. Hasilnya menunjukkan bahwa *self enhancement* berhubungan negatif dengan perhatian terhadap masalah lingkungan, dan *self transcendence* berhubungan negatif dengan perhatian terhadap masalah lingkungan.

Penelitian tentang nilai personal yang berkaitan dengan sikap mahasiswa terhadap lingkungan sangat penting untuk dilakukan. Tetapi dari beberapa penelitian sebelumnya terdapat ketidak konsistenan sikap mahasiswa terhadap lingkungan. Sebagai contoh, Penelitian Kraftt dan Singhakpadi (1991) menguji perbedaan perspektif antara mahasiswa bisnis dan manajer sektor jasa tentang peran dan pertanggungjawaban sosial dan lingkungan dalam efektifitas organisasi. Dengan menggunakan sampel yang terdiri dari 151 mahasiswa bisnis di Amerika Serikat dan 53 manajer sektor jasa dan menggunakan analisis ANOVA dan MANOVA, hasilnya menunjukkan bahwa angka pentingnya etika dalam dimesi pertanggungjawaban sosial pada mahasiswa bisnis mempunyai tingkat yang lebih rendah daripada manajer

Axinn *et al.*, (1994) dengan menggunakan pengukuran yang dikembangkan oleh Singhapakdi *et al.*(1996) menguji idiologi etika di tiga negara, yaitu Amerika, Malaysia, dan Ukraina. Dengan menggunakan data manajer Amerika yang tergabung dalam American Marketing Association sebanyak 453, mahasiswa bisnis Amerika di dua program Amerika yang berbeda sebanyak 86, mahasiswa MBA Bumiputera Malaysia yang berada di Program MBA Amerika di Malaysia sebanyak 72 orang, dan mahasiswa MBA di Ukrainian business school di Ukraina sebanyak 30. Total responden 640. dengan menggunakan analisis regresi menunjukkan bahwa, nilai *relativism* pada manajer lebih kecil daripada mahasiswa dan manajer lebih menempatkan pentingnya pertanggungjawaban etika dan sosial daripada mahasiswa MBA

Ibrahim *et al.* (1993) membandingkan sikap mahasiswa dan eksekutif bisnis terhadap tanggungjawab sosial dan lingkungan. Jumlah sampel sebanyak 344 mahasiswa bisnis di lima perguruan tinggi dan universitas di Amerika Serikat.

Sedangkan untuk eksekutif bisnis, dari 425 kuesioner yang dikirim, sebanyak 123 (29%) dapat digunakan. Hasilnya menunjukkan bahwa, mahasiswa bisnis mempunyai perhatian yang lebih besar mengenai perlakuan etika perusahaan dan aktivitas *philantropis*.

Hasil serupa dilaporkan oleh Smith *et al.* (1999) yang membandingkan sensitifitas etis dalam memuat keputusan bisnis antaran manajer marketing dan mahasiswa MBA. Hasilnya menunjukkan bahwa tingkat kepekaan yang lebih besar dalam dimensi etika perusahaan dalam pembuatan keputusan. Dalam penelitian ini menggunakan instrument penelitian yang dikembangkan oleh Fritzsche dan Becker (1983).

Ibrahim *et al.* (2006) juga membandingkan persepsi CSR pada mahasiswa dan praktisi akuntan. Sample dalam penelitian ini adalah mahasiswa bisnis S1 jurusan akuntansi dan praktisi akuntan. Sampel dibagikan secara voluntari. Jumlah sampel terdiri dari 374 mahasiswa dan 272 praktisi. Dengan menggunakan analisis MANOVA dan ANOVA hasilnya menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki perhatian yang lebih besar terhadap etika dan komponen tanggungjawab sosial dan orientasi ekonomi yang lebih rendah dibandingkan praktisi akuntan

Penelitian terdahulu mencoba menguji hubungan antara *value* dan *attitude* terhadap sikap akuntabilitas sosial dan lingkungan dilakukan oleh Fukukawa *et al.*, (2007). Sikap seseorang terhadap lingkungan seperti pada penelitian-penelitian sebelumnya digunakan sebagai proksi sikap akuntabilitas sosial dan lingkungan. Sikap akuntabilitas sosial dan lingkungan terdiri dari dua dimensi yaitu dukungan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan serta dukungan ditetapkannya peraturan tentang akuntabilitas sosial dan lingkungan. Sampel dari penelitian tersebut adalah

100 mahasiswa MBA di universitas swasta di Amerika Serikat. Dengan menggunakan model analisis berganda, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tipe nilai *universalism* berhubungan positif dengan dukungan terhadap *Sosial and Environmental Accoutability* (SEA) tetapi tidak berhubungan signifikan terhadap dukungan kepada pemerintah untuk menetapkan peraturan tentang akuntabilitas sosial dan lingkungan, sedangkan *power* dan *tradition* tidak berhubungan signifikan dengan sikap akuntabilitas sosial dan lingkungan.

## **2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis dan Hipotesis Penelitian**

### **2.3.1 Pengaruh Nilai *Universalism* Terhadap Dukungan Akuntabilitas Sosial dan Lingkungan.**

Berdasarkan *norm activation theory*, sikap *altruism* akan mendorong seseorang untuk bersikap prolingkungan. Hansla *et al.* (2008) menyatakan bahwa nilai *universalism* merupakan bentuk perluasan dari sikap *altruistic*. Schultz (2001) menyatakan bahwa *universalism* berhubungan positif *altruistic* dan perhatian terhadap *biosphere*. Oleh karena itu, orang yang mempunyai nilai *universalism* akan mempunyai perhatian terhadap lingkungan dan isu mengenai lingkungan, yang lebih lanjut akan memberikan dukungan terhadap akuntabilitas sosial lingkungan dimana dalam penelitian. . Namun demikian, Fukukawa *et al.* (2007) menemukan bahwa nilai *universalism* berpengaruh positif terhadap adanya akuntabilitas sosial tetapi tidak berpengaruh terhadap ditetapkannya peraturan tentang akuntabilitas sosial. Hipotesis yang diusulkan untuk menguji pengaruh *universalism* terhadap dukungan mahasiswa terhadap akuntabilitas sosial dan lingkungan adalah:

Hipotesis 1a: Nilai *universalism* berpengaruh positif terhadap adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan.

Hipotesis 1b :Nilai *universalism* berpengaruh positif terhadap dukungan ditetapkannya peraturan tentang akuntabilitas sosial dan lingkungan.

### **2.3.2 Pengaruh Nilai *Power* Terhadap Dukungan Akuntabilitas Sosial dan Lingkungan**

Dalam teori perilaku terencana menyatakan bahwa sikap terhadap suatu perilaku dipengaruhi oleh keyakinan bahwa perilaku tersebut akan membawa kepada hasil yang diinginkan atau tidak diinginkan. Individu yang mempunyai sikap *egoistic* akan mendorong untuk memberi perhatian yang terbatas terhadap lingkungan dan isu lingkungan. Schultz (2001) menemukan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *self enhancement* (power) dan sikap *egoistic*. Nilai *power* tersebut akan mendorong untuk bersikap kurang kepedulian terhadap lingkungan sekitar, sehingga nilai *power* ini akan mendorong individu untuk tidak mendukung adanya akuntabilitas sosial lingkungan maupun ditetapkannya peraturan tentang akuntabilitas sosial lingkungan. Fukukawa *et al.* menemukan bahwa nilai *power* tidak berpengaruh terhadap dukungan akuntabilitas sosial.

Hipotesis yang diusulkan untuk menguji pengaruh kekuasaan (*power*) terhadap dukungan mahasiswa terhadap akuntabilitas sosial dan lingkungan adalah sebagai berikut:

Hipotesis 2a: Nilai *power* berpengaruh negatif terhadap persetujuan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan.

Hipotesis 2b: Nilai *power* berpengaruh negatif terhadap dukungan ditetapkannya peraturan tentang akuntabilitas sosial dan lingkungan.

### 2.3.3 Pengaruh Nilai *Tradition* Terhadap Dukungan Akuntabilitas Sosial dan Lingkungan

Dalam teori perilaku terencana keyakinan-keyakinan berpengaruh pada sikap terhadap perilaku tertentu, pada norma-norma subjektif, dan pada kontrol perilaku yang dihayati. Ketiga komponen ini berinteraksi dan menjadi determinan bagi intensi yang pada gilirannya akan menentukan apakah perilaku yang bersangkutan akan dilakukan atau tidak.

Nilai *tradition* merupakan tipe nilai yang sebagian besar diambil dari agama, keyakinan, dan norma bertingkah laku yang mempunyai tujuan motivasional penghargaan, komitmen, dan penerimaan terhadap kebiasaan, tradisi, adat istiadat, atau agama (Schwartz, 1992 dalam Karp 1996). Stern *et al.* (1995) menemukan bahwa individu yang mempunyai tipe nilai *tradition* kurang mempunyai keyakinan bahwa perubahan lingkungan mempunyai dampak yang negatif terhadap dirinya maupun orang lain. Hasil yang sama juga ditemukan oleh Schultz dan Zelezny (1999) yang menemukan hubungan negatif antara ekosentrisme dan NEP. Fukukawa *et al.* menemukan bahwa nilai *tradition* tidak berpengaruh terhadap dukungan akuntabilitas sosial lingkungan.

Namun demikian ada perbedaan nilai budaya Amerika dan Indonesia. Ciri-ciri budaya Indonesia antara lain, adanya gotong-royong, prinsip hormat, nilai kerukunan, etika kebijaksanaan, (Hariyono, 1993). Sedangkan budaya Barat mempunyai nilai-nilai yang tidak sesuai dengan budaya Timur, yaitu individualisme, sekulerisme, dan hedonisme (Siany dan Catur, 2009). Berdasarkan perbedaan budaya tersebut, maka hipotesis yang diajukan untuk menguji pengaruh *tradition*

terhadap dukungan mahasiswa terhadap akuntabilitas sosial dan lingkungan adalah sebagai berikut:

Hipotesis 3a: Nilai *tradition* berpengaruh positif terhadap dukungan akuntabilitas sosial dan lingkungan.

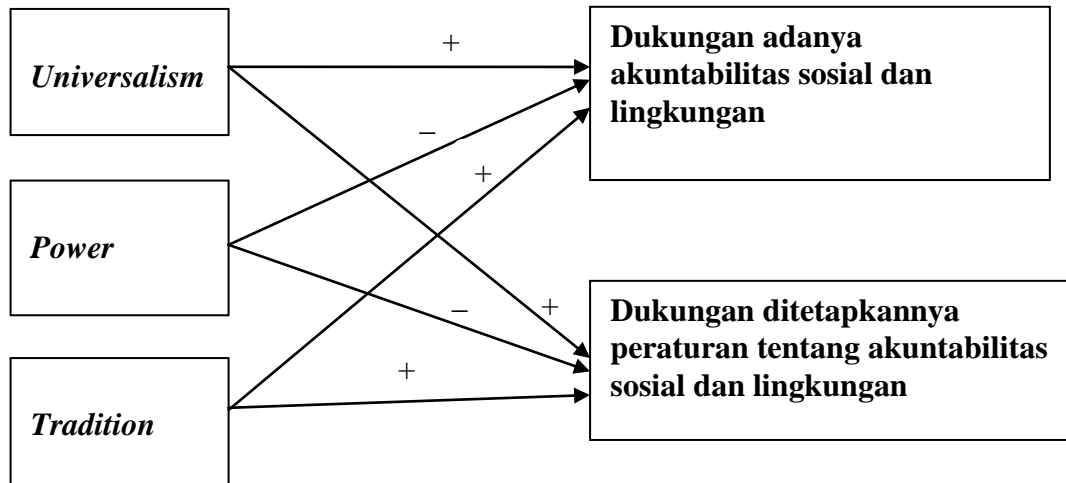
Hipotesis 3b: Nilai *tradition* berpengaruh positif terhadap dukungan ditetapkannya peraturan tentang akuntabilitas sosial dan lingkungan.

Berdasarkan uraian di atas, maka kerangka pemikiran dari penelitian ini dapat dilihat dalam gambar 2.5 di bawah ini.

**GAMBAR 2.5**

**PENGARUH NILAI *UNIERSALISM*, *POWER* DAN *TRADITION* TERHADAP DUKUNGAN AKUNTABILITAS SOSIAL LINGKUNGAN**

Nilai personal



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Desain Penelitian

Jenis dari penelitian yang akan dilakukan adalah jenis penelitian dengan pengujian hipotesis (*hypotheses testing*). Pengujian hipotesis dilakukan untuk melihat hubungan sebab akibat antara variabel-variabel yang akan diteliti yaitu antara variabel dependen berupa akuntabilitas sosial dan lingkungan dengan variabel independen yang terdiri dari *universalism, power, tradition*. Penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber aslinya (Indriantoro dan Supomo, 1999). Data primer ini diperoleh melalui studi lapangan dengan menggunakan kuesioner yang terdiri dari beberapa pernyataan.

#### 3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Magister Manajemen dan Magister Akuntansi Universitas Diponegoro Semarang pada tahun 2009. Alasan dipilihnya Magister Manajemen dan Magister Akuntansi Universitas Diponegoro sebagai lokasi penelitian karena merupakan salah satu perguruan tinggi terbesar di Jawa Tengah sehingga populasi ini diharapkan dapat merepresentasikan nilai-nilai personal para eksekutif perusahaan terutama di Jawa Tengah dan sekitarnya yang mendukung adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan. Nilai personal antara penelitian Fukukawa *et al.* (2007) dengan penelitian ini sangat berbeda. Penelitian Fukukawa *et al.* (2007) menggunakan sampel mahasiswa Amerika Serikat dimana mempunyai nilai individual, keberanian berpendapat yang tinggi, serta orientasi kemanusiaan yang rendah (Javidan dan House dalam Robbins, 2007). Sedangkan nilai yang menonjol di Indonesia, khususnya Jawa adalah nilai kerukunan, prinsip

hormat (Suseno dan Reksosusilo, 1983 dalam Hariyono, 1993), dan etika kebijaksanaan (Suseno, 1983 dalam Hariyono, 1993)

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* dalam penelitian ini diperoleh dengan kriteria sebagai berikut:

1. Mahasiswa Magister Manajemen dan Magister Akuntansi Universitas Diponegoro kelas malam dan akhir pekan karena mahasiswa kelas malam dan akhir pekan lebih merepresentasikan eksekutif muda.
2. Mahasiswa Magister Akuntansi dan Magister Manajemen yang telah/ sedang mengambil mata kuliah manajemen strategi. Karena mahasiswa yang sedang/ telah mengambil mata kuliah tersebut memiliki kesadaran mengenai pentingnya konsep dan dampak pada bisnis dan sosial (Ibrahm dan Angelidis, 1993).

### **3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel**

#### **3.3.1 Variabel Dependen**

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah sikap akuntabilitas sosial lingkungan. Sikap akuntabilitas sosial lingkungan dalam penelitian ini ditunjukkan dua dimensi, yaitu persetujuan adanya akuntabilitas sosial lingkungan (SEA 1) dan dukungan ditetapkannya peraturan tentang akuntabilitas sosial lingkungan (SEA 2). Dukungan tersebut mengacu pada sikap terhadap lingkungan yaitu kumpulan keyakinan, pengaruh dan niat perilaku seseorang untuk menjaga lingkungan (Schultz *et al.* 2004). Penilaian atas dukungan terhadap akuntabilitas sosial dan lingkungan terkait dengan opini mahasiswa mengenai kewajiban perusahaan untuk akuntabel terhadap isu sosial dan lingkungan.

Sikap akuntabilitas sosial lingkungan, diukur dengan skala SEA (*Social and Environmental Accountability*) yang terdiri dari 19 item pernyataan. Skala SEA tersebut dikembangkan oleh Canadian Democracy and Corporate Accountability Commission (CDCAC, 2002). Skala SEA tersebut juga telah digunakan oleh Fukukawa *et al.* (2007). Skala 1 sampai 9 digunakan untuk menilai dukungan perusahaan dan eksekutifnya terhadap akuntabilitas sosial dan lingkungan (1= sangat tidak setuju dan 9 sangat setuju). Semakin tinggi angka yang dipilih responden semakin baik sikap responden.

### **3.3.2 Variabel Independen**

Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari 7 variabel, yaitu:

#### *a. Universalism*

*Universalism* adalah tipe nilai yang mengutamakan penghargaan, toleransi, memahami orang lain, dan perlindungan terhadap kesejahteraan umat manusia (Schwartz, 1992 dalam Karp, 1996). Tipe nilai *universalism* mencerminkan dukungan terhadap akuntabilitas sosial dan lingkungan (Garling, 1999). *Universalism* diukur dengan menggunakan 9 item nilai (*protecting the environment, a world of beauty, unity with nature, broad-minded, social justice, wisdom, equality, a world at peace, inner harmony*) yang dikembangkan Schwartz (1994). Setiap item pernyataan menyiratkan kesesuaian nilai dengan prinsip hidup seseorang. Skala -1 sampai 7 digunakan untuk menunjukkan respon terhadap kriteria kelompok nilai *universalism*. Penelitian ini menggunakan skala -1 untuk menunjukkan bahwa nilai tersebut bertentangan dengan nilai personalnya. (-1= bertentangan dengan nilai personalnya, 0, 1 = tidak penting, 2, 3 = penting, 4, 5 sangat penting, 6, 7 = paling

penting). Semakin tinggi nilai skala menunjukkan nilai tersebut sangat penting dalam kehidupannya.

*b. Power*

*Power* adalah tipe nilai yang menjadi dasar pada lebih dari satu tipe kebutuhan yang universal, yaitu transformasi kebutuhan individual akan dominasi dan kontrol yang diidentifikasi melalui analisa terhadap motif sosial. Tujuan utama dari tipe nilai ini adalah pencapaian status sosial dan prestise, serta kontrol atau dominasi terhadap orang lain atau sumberdaya tertentu (Schwartz (1992) dalam Karp (1996). *Power* adalah tipe nilai yang mencerminkan kurang kepedulian terhadap lingkungan (Hansla *et al.* 2008) dan dukungan akuntabilitas sosial lingkungan (Fukukawaet *al.* 2007). *Power* diukur dengan menggunakan 5 item nilai (*Social power, Authority, Wealth, Social, recognition, Preserving my public image*) yang dikembangkan oleh Schwartz (1994). Setiap item nilai tersebut menunjukkan kesesuaian nilai dengan pribadinya. Skala -1 sampai 7 digunakan untuk menunjukkan respon terhadap kriteria nilai-nilai *power*. Penelitian ini menggunakan skala -1 karena untuk menunjukkan bahwa nilai tersebut bertentangan dengan nilai personalnya. (-1= bertentangan dengan nilai personalnya, 0,1 = tidak penting, 2,3 = penting, 4,5 sangat penting, 6,7 = paling penting). Semakin tinggi nilai skala menunjukkan nilai tersebut sangat penting dalam kehidupannya.

*c. Tradition*

*Tradition* adalah tipe nilai yang sebagian besar diambil dari agama, keyakinan, dan norma bertingkah laku yang mempunyai tujuan motivasional penghargaan, komitmen, dan penerimaan terhadap kebiasaan, tradisi, adat istiadat, atau agama (Schwartz, 1992 dalam Karp 1996). Tipe nilai ini menunjukkan

hubungan negatif dengan dukungan terhadap akuntabilitas sosial lingkungan (Fukukawa *et al.* 2007). *Tradition* diukur dengan menggunakan 6 item nilai (*devout, respect for tradition, humble, moderate, detachment, accepting prtion in life*) yang dikembangkan oleh Schwartz (1994). Setiap item nilai tersebut menunjukkan kesesuaian nilai dengan pribadinya. Skala -1 sampai 7 digunakan untuk menunjukkan respon terhadap kriteria nilai-nilai yang termasuk dalam kelompok *tradition*. Penelitian ini menggunakan skala -1 karena untuk menunjukkan bahwa nilai tersebut bertentangan dengan nilai personalnya. (-1 = bertentangan dengan nilai personalnya, 0, 1 = tidak penting, 2, 3= penting, 4,5 sangat penting, 6,7 = paling penting). Semakin tinggi nilai skala menunjukkan nilai tersebut sangat penting dalam kehidupannya.

### **3.3.3 Variabel Kontrol**

Variabel kontrol didefinisikan sebagai variabel yang faktornya dikontrol oleh peneliti untuk menetralisasi pengaruhnya. Jika tidak dikontrol variabel tersebut akan mempengaruhi gejala yang sedang diteliti. Nilai personal yang menjadi variabel kontrol antara lain *benevolence, achievement, self direction, stimulation, hedonism, conformity, dan security*. Nilai-nilai tersebut dinyatakan sebagai variabel kontrol karena berdasarkan penelitian terdahulu, nilai-nilai tersebut tidak berkaitan dengan sikap terhadap lingkungan, sedangkan kalau dihilangkan penelitian akan menjadi bias karena 10 tipe nilai tersebut melekat pada setiap individu. Nilai-nilai tersebut antara lain:

#### *1. Hedonism*

*Hedonism* adalah tipe nilai yang mengutamakan kesenangan dan kepuasan untuk diri sendiri (Schwartz, 1992 dalam Karp 1996). Tipe nilai *hedonism* diukur

dengan menggunakan 2 item nilai *pleasure, enjoying life*) yang dikembangkan oleh Schwartz (1994). Setiap item nilai tersebut menunjukkan kesesuaian nilai dengan pribadinya. Skala -1 sampai 7 digunakan untuk menunjukkan respon terhadap kriteria kelompok nilai *benevolence*. Penelitian ini menggunakan skala -1 karena untuk menunjukkan bahwa nilai tersebut bertentangan dengan nilai personalnya. (-1 = bertentangan dengan nilai personalnya, 0, 1 = tidak penting, 2, 3, 4 = penting, 5,6 sangat penting, 7 = paling penting). Semakin tinggi nilai skala menunjukkan nilai tersebut sangat penting dalam kehidupan responden.

## 2. *Self direction*

*Self direction* adalah tipe nilai yang bertujuan agar pikiran dan tindakan dapat dilakukan tanpa terikat (*independent*), seperti memilih, mencipta, menyelidiki. *Self direction* bersumber dari kebutuhan organismik akan kontrol dan penguasaan (*mastery*), serta interaksi dari tuntutan otonomi dan ketidakterikatan. Nilai khusus yang termasuk tipe nilai ini adalah : *creativity, curious, freedom, choosing own goals, independent*.

Tipe nilai *self direction* diukur dengan menggunakan 5 item nilai (*creativity, curious, freedom, choosing own goals, independent*) yang dikembangkan oleh Schwartz (1994). Setiap item nilai tersebut menunjukkan kesesuaian nilai dengan pribadinya. Skala -1 sampai 7 digunakan untuk menunjukkan respon terhadap kriteria kelompok nilai *self direction*. Penelitian ini menggunakan skala -1 karena untuk menunjukkan bahwa nilai tersebut bertentangan dengan nilai personalnya. (-1 = bertentangan dengan nilai personalnya, 0, 1 = tidak penting, 2, 3 = penting, 4, 5 sangat penting, 6,7 = paling penting). Semakin tinggi nilai skala menunjukkan nilai tersebut sangat penting dalam kehidupan responden.

### 3. *Benevolence*

*Benevolence* adalah tipe nilai prososial (pemeliharaan dan peningkatan kesejahteraan) yang lebih kepada orang lain yang dekat dengan interaksi sehari-hari. Tipe nilai *benevolence* diukur dengan menggunakan 7 item nilai yang dikembangkan oleh Schwartz (1994), yaitu *helpful, honest, forgiving, responsible, loyal, true friendship, mature love*. Setiap item nilai tersebut menunjukkan kesesuaian nilai dengan pribadinya. Skala -1 sampai 7 digunakan untuk menunjukkan respon terhadap kriteria kelompok nilai *benevolence*. Penelitian ini menggunakan skala -1 karena untuk menunjukkan bahwa nilai tersebut bertentangan dengan nilai personalnya. (-1 = bertentangan dengan nilai personalnya, 0, 1 = tidak penting, 2, 3, 4 = penting, 5,6 sangat penting, 7 = paling penting). Semakin tinggi nilai skala menunjukkan nilai tersebut sangat penting dalam kehidupannya.

### 4. *Achievement*

*Achievement* adalah tipe nilai yang mempunyai tujuan keberhasilan pribadi dengan menunjukkan kompetensi sesuai standar sosial. Seseorang akan melakukan pekerjaan yang kompeten bila seseorang merasa perlu untuk mengembangkan dirinya, serta jika interaksi sosial dan institusi menuntutnya (Schwartz, 1992 dalam Karp, 1996)

Tipe nilai *achievement* diukur dengan menggunakan 6 item nilai (*successful, capable, ambitious, influential, intelligent, self respect*) yang dikembangkan oleh Schwartz (1994). Setiap item nilai tersebut menunjukkan kesesuaian nilai dengan pribadinya. Skala -1 sampai 7 digunakan untuk menunjukkan respon terhadap kriteria kelompok nilai *achievement*. Penelitian ini menggunakan skala -1 karena untuk menunjukkan bahwa nilai tersebut bertentangan dengan nilai personalnya. (-1

= bertentangan dengan nilai personalnya, 0, 1 = tidak penting, 2, 3 = penting, 4, 5 sangat penting, 6, 7 = paling penting). Semakin tinggi nilai skala menunjukkan nilai tersebut sangat penting dalam kehidupan responden.

#### 5. *Security*

*Security* adalah tipe nilai yang dimotivasi oleh keinginan agar tercapai keamanan, harmoni, dan stabilitas masyarakat, hubungan antar manusia, dan diri sendiri. Nilai *security* berasal dari kebutuhan dasar individu dan kelompok. Tipe nilai ini merupakan pencapaian dari dua minat, yaitu individual dan kolektif.

Tipe nilai *security* diukur dengan menggunakan 7 item nilai yang dikembangkan oleh Schwartz (1994) yaitu *national security, social order, clean, healthy, reciprocation of favors, family security, sense of belonging*. Setiap item nilai tersebut menunjukkan kesesuaian nilai dengan pribadinya. Skala -1 sampai 7 digunakan untuk menunjukkan respon terhadap kriteria kelompok nilai *security*. Penelitian ini menggunakan skala -1 karena untuk menunjukkan bahwa nilai tersebut bertentangan dengan nilai personalnya. (-1 = bertentangan dengan nilai personalnya, 0, 1 = tidak penting, 2, 3 = penting, 4,5 sangat penting, 6,7 = sangat penting sekali. Semakin tinggi nilai skala menunjukkan nilai tersebut sangat penting dalam kehidupan responden.

#### 6. *Stimulation*

*Stimulation* adalah tipe nilai yang bersumber dari kebutuhan organismik akan variasi dan rangsangan untuk menjaga agar aktivitas seseorang tetap pada tingkat yang optimal. Unsur biologis mempengaruhi variasi dari kebutuhan ini, dan ditambah pengaruh pengalaman sosial, akan menghasilkan perbedaan individual

tentang pentingnya nilai ini. Tujuan motivasional dari tipe nilai ini adalah kegairahan, tantangan dalam hidup (Schwartz, 1992 dalam Karp, 1996).

Tipe nilai *stimulation* diukur dengan menggunakan 3 item nilai (*daring, varied life, nexciting life*) yang dikembangkan oleh Schwartz (1994). Setiap item nilai tersebut menunjukkan kesesuaian nilai dengan pribadinya. Skala -1 sampai 7 digunakan untuk menunjukkan respon terhadap kriteria kelompok nilai *stimulatione*. Penelitian ini menggunakan skala -1 karena untuk menunjukkan bahwa nilai tersebut bertentangan dengan nilai personalnya. (-1 = bertentangan dengan nilai personalnya, 0, 1 = tidak penting, 2, 3 = penting, 4, 5 sangat penting, 6,7 = paling penting). Semakin tinggi nilai skala menunjukkan nilai tersebut sangat penting dalam kehidupan responden.

#### 7. *Conformity*

*Conformity* adalah tipe nilai yang bertujuan pembatasan terhadap tingkah laku, dorongan-dorongan individu yang dipandang tidak sejalan dengan harapan atau norma sosial. (Schwartz, 1992 dalam Karp 1996). *Conformity* diambil dari kebutuhan individu untuk mengurangi perpecahan sosial saat interaksi dan fungsi kelompok tidak berjalan dengan baik.

Tipe nilai *conformity* diukur dengan menggunakan 4 item nilai yang dikembangkan oleh Schwartz (1994) yaitu *politeness, obedient, honoring parents and elders, self discipline*. Setiap item nilai tersebut menunjukkan kesesuaian nilai dengan pribadinya. Skala -1 sampai 7 digunakan untuk menunjukkan respon terhadap kriteria kelompok nilai *conformity*. Penelitian ini menggunakan skala -1 karena untuk menunjukkan bahwa nilai tersebut bertentangan dengan nilai personalnya. (-1 = bertentangan dengan nilai personalnya, 0, 1 = tidak penting, 2, 3

= penting, 4,5 sangat penting, 6,7 = paling penting). Semakin tinggi nilai skala menunjukkan nilai tersebut sangat penting dalam kehidupan responden.

### **3.4 Instrumen Penelitian**

Instrumen dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang terdiri dari:

#### **1. Nilai Personal**

Instrumen yang digunakan untuk menentukan tipe nilai personal adalah instrumen yang dikembangkan oleh Schwartz (1994). Instrumen ini terdiri dari 56 tipe nilai dengan Likert dalam point skala 9 mulai dari -1 sampai 7. Setiap item nilai tersebut menunjukkan kesesuaian nilai dengan pribadinya. Semakin tinggi nilai skala menunjukkan nilai tersebut sangat penting dalam kehidupannya

#### **2. Skala Social and Environmental Accountability (SEA scale)**

Skala SEA digunakan untuk menentukan dukungan terhadap akuntabilitas sosial dan lingkungan. Instrumen ini terdiri dari 19 item pernyataan. Pernyataan 1 sampai 15 digunakan untuk mengetahui dukungan terhadap akuntabilitas sosial dan lingkungan. Sedangkan pernyataan 16 sampai 19 digunakan untuk mengetahui dukungan adanya peraturan/ standar akuntabilitas sosial dan lingkungan. Skala Likert 1 sampai 9 digunakan untuk menunjukkan respon terhadap pertanggungjawaban sosial dan lingkungan. Angka 1 sangat tidak setuju samapai angka 9 sangat setuju. Semakin tinggi nilai skala menunjukkan dukungan terhadap akuntabilitas sosial dan lingkungan.

### **3.5 Prosedur Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan metode survei. Data diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan secara langsung kepada mahasiswa magister manajemen Universitas Diponegoro. Urutan pengisian kuesioner adalah sebagai

berikut: 1) Responden mengisi skala SEA; 2) Mengisi instrumen nilai; 3) Demografi responden.

### **3.6 Teknik Analisis**

Data penelitian yang akan dianalisis menggunakan alat analisis yang terdiri dari:

#### ***1. Exploratory Factor Analysis***

Tujuan utama dari faktor analisis adalah mendefinisikan struktur suatu data matrik dan menganalisis struktur saling hubungan (korelasi) antar sejumlah besar variabel (*test score, test items*, jawaban kuesioner) dengan cara mendefinisikan satu set kesamaan variabel atau dimensi (Ghozali, 2007). Jadi dengan menggunakan analisis ini ingin menemukan suatu cara meringkas (*summarize*) informasi yang ada dalam variabel asli (awal) menjadi satu set variate (*factor*).

Jika berdasarkan hasil uji KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) ternyata di bawah 0.50 berarti data tidak dapat dilakukan analisis faktor. Untuk itu dilihat anti image matrix untuk menentukan variabel mana saja yang harus dibuang agar dapat dianalisis faktor. Dari variabel yang dianalisis, variabel yang mempunyai nilai eigen value > 1 menjadi faktor. Suprantonio (2004) menyatakan bahwa besarnya kumulatif persentase varian sehingga dicapai suatu level yang memuaskan harus mencapai 60% atau 75%.

Dalam penelitian ini, *Exploratory Factor Analysis* digunakan untuk meringkas atau mengelompokkan 19 item skala akuntabilitas sosial dan lingkungan (SEA) menjadi dua faktor, yaitu adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan dan dukungan adanya peraturan tentang akuntabilitas sosial dan lingkungan.

## 2. Uji Kualitas Data

Menurut Hair *et al.* (1996) kualitas data yang dihasilkan dari penggunaan instrumen penelitian dapat dievaluasi melalui uji reliabilitas dan validitas. Pengujian yang dimaksud adalah untuk mengetahui konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan dari penggunaan instrumen. Prosedur pengujian kualitas data adalah sebagai berikut:

### 2.1 Uji Validitas

Menurut Ghazali (2005) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas pada penelitian ini dilakukan dengan analisis faktor terhadap nilai setiap variabel. Analisis faktor digunakan untuk menguji apakah butir-butir pernyataan atau indikator yang digunakan dapat mengkonfirmasi sebuah faktor atau konstruk atau variabel (Ghozali, 2002). Pengujian ini dilakukan dengan melihat loading faktor masing-masing instrumen, nilai yang disyaratkan harus di atas 0,50 (Hair *et al.* 1996).

### 2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2005) suatu kusioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Pengujian ini dilakukan dengan menghitung koefisien *cronbach alpha* dari masing-masing instrumen dalam suatu variabel. Instrumen dapat dikatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien cronbach alpha lebih dari 0,60 (Nunnally, 1969 dalam Ghazali, 2005).

### 3. Uji Asumsi Klasik

Karena pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat analisis regresi berganda (*multiple regression*), maka diperlukan uji asumsi klasik yang terdiri dari:

#### 3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian memiliki variabel pengganggu atau residual yang terdistribusi secara normal. Model regresi yang baik adalah mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2006). Uji normalitas yang digunakan adalah uji statistik non-parametrik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Nilai signifikansi dari residual yang terdistribusi secara normal jika nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* dalam uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* lebih besar dari 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa dalam regresi terdapat variabel residual atau pengganggu yang terdistribusi secara normal.

#### 3.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang digunakan ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Uji Multikolinearitas data dapat dilihat dari besarnya nilai *VIP (Variance Inflation Factor)* dan nilai toleransi. Jika nilai toleransi kurang dari 0.10 atau 10%, artinya tidak ada korelasi antar variabel independen atau tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen (Ghozali, 2006).

#### 3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi yang digunakan terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan

ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas yang digunakan oleh peneliti adalah menggunakan uji Park. Uji ini ditempuh dengan melakukan regresi terhadap nilai logaritma dari kuadrat residual (Ghozali, 2006). Jika variabel independen secara statistik signifikan mempengaruhi variabel independen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika hasil perhitungan Uji Park mengindikasikan nilai probabilitas signifikansinya diatas tingkat kepercayaan 5%, yang berarti dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

#### **4.Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Stastistik t)**

Menurut Imam Ghozali (2001) uji stastistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel-variabel dependen.

$$\text{Rumus : } t_{\text{hit}} = \frac{b1}{sb1}$$

Dimana :

b1 = Koefisien regresi

sb1 = *Standard error* optimasi

1. Jika  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$  maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Ho diterima).
2. Jika  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen (Ho ditolak).

Uji t dapat juga dilakukan dengan hanya melihat nilai signifikansi t masing-masing variabel yang terdapat pada output hasil regresi menggunakan SPSS. Jika angka signifikan t-nya lebih kecil dari  $\alpha$ , maka dapat dikatakan bahwa ada hubungan yang kuat antara variabel independen dengan variabel dependen.

#### **5. Uji Signifikansi Simultan (Uji statistik F)**

Menurut Imam Ghozali (2001) uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan :

1. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen ( $H_0$  diterima).
2. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen ( $H_0$  ditolak).

#### **6. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Menurut Imam Ghozali (2001) koefisien determinasi merupakan pengukuran seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Imam Ghozali (2001) menganjurkan untuk menggunakan nilai koefisien determinasi yang disesuaikan (*Adjusted R Square*). Dimana nilai *Adjusted R Square* dapat naik dan turun apabila suatu variabel independen ditambahkan kedalam model.

1. Jika  $Adj R^2 = 0$ , garis regresi tidak dapat digunakan untuk mempengaruhi akuntabilitas sosial dan lingkungan dan dukungan terhadap standar akuntabilitas.
2. Jika  $Adj R^2$  mendekati satu, maka semakin tinggi atau kuat tingkat akurasi dari garis regresi untuk mempengaruhi akuntabilitas sosial dan lingkungan dan dukungan terhadap standar akuntabilitas

Data akan diolah menggunakan program SPSS 16 (*Statistical Package Social Science*). Dengan menggunakan program ini hasil dari uji t dan uji F dapat dilihat berdasarkan nilai signifikansinya dengan tingkat keyakinan 95%. Hipotesis nol diterima jika nilai signifikansinya diatas 0,05. Sebaliknya, hipotesis nol ditolak jika nilai signifikansinya dibawah 0,05. Pengujian hipotesis menggunakan tingkat signifikansi 5%. Artinya kemungkinan (probabilitas) kesalahan yang dilakukan dalam mengambil keputusan menolak Ho padahal Ho tersebut benar adalah 5%.

## 7. Uji Hipotesis

Metode statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah regresi berganda (*multiple regression*) karena untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Selain itu, metode regresi berganda dipandang mampu menghubungkan satu variabel dependen dengan beberapa variabel independen dalam suatu model prediktif tunggal. Pengujian hipotesis ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS Ver.16. Hipotesis diuji pada tingkat signifikansi ( $\alpha= 5\%$ ). Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis didasarkan pada nilai p-value.

Model prediksi yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada model pengujian hipotesis dibawah ini:

$$Y_1 = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + \dots + b_{10}X_{10} + e \quad (\text{persamaan 1})$$

$$Y_2 = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + \dots + b_{10}X_{10} + e \quad (\text{persamaan 2})$$

Keterangan:

$Y_1$  = Persetujuan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan

$X_1$  = *universalism*

$X_2$  = *power*

$X_3 = \textit{tradition}$

$X_4 = \textit{hedonism}$

$X_5 = \textit{self direction}$

$X_6 = \textit{benevolence}$

$X_7 = \textit{achievement}$

$X_8 = \textit{security}$

$X_9 = \textit{stimulation}$

$X_{10} = \textit{conformity}$

$Y_2 =$  Dukungan ditetapkan peraturannya tentang akuntabilitas sosial lingkungan.

$X_1 = \textit{universalism}$

$X_2 = \textit{power}$

$X_3 = \textit{tradition}$

$X_4 = \textit{hedonism}$

$X_5 = \textit{self direction}$

$X_6 = \textit{benevolence}$

$X_7 = \textit{achievement}$

$X_8 = \textit{security}$

$X_9 = \textit{stimulation}$

$X_{10} = \textit{conformity}$

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pembahasan pada bab ini adalah hasil dari studi lapangan untuk memperoleh data dengan menggunakan kuesioner. Pembahasan akan dibagi dalam lima sub bab yaitu: gambaran umum responden, statistik deskriptif mengenai variabel penelitian, uji kualitas data, uji asumsi klasik serta uji hipotesis dan pembahasan.

#### 4.1 Gambaran Umum Responden

Metode pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 84 mahasiswa yang terdiri dari 25 mahasiswa Maksi kelas malam, 31 mahasiswa MM kelas akhir pekan dan 28 mahasiswa MM kelas malam. Rincian pengumpulan data dapat dilihat pada tabel berikut:

**TABEL 4.1**  
**RINCIAN PENGEMBALIAN KUESIONER**

No.	Penjelasan	Jumlah
1	Kuesioner yang dibagikan	195 eksemplar
2	Kuesioner yang kembali	95 eksemplar
3	<i>Response rate</i>	48,7 %
4	Kuesioner yang pengisiannya tidak lengkap	11 eksemplar
5	Kuesioner yang dapat diolah	84 eksemplar
6	Persentase kuesioner yang dapat diolah	48,4%

Sumber: Data primer diolah, 2009

Pada tabel 4.1 terlihat bahwa kuesioner yang dibagikan kepada responden dalam penelitian ini berjumlah 195 kuesioner. Kuesioner yang terkumpul sebanyak 95 eksemplar. Jadi *response rate* dalam penelitian ini sebesar 48,7% . Jumlah ini tergolong tinggi mengingat *response rate* untuk ukuran Indonesia rata-rata hanya 10% sampai 20% (Indriantoro, 1999). Dari 95 eksemplar kuesioner yang terkumpul,

terdapat 11 kuesioner yang pengisiannya tidak lengkap sehingga jumlah kuesioner yang dapat diolah hanya 84 eksemplar kuesioner atau sebesar 48,4 %.

Frekuensi gambaran umum responden dapat di lihat di tabel 4.2. Dari tabel 4.2 dibawah ini dapat dilihat gambaran tentang jenis kelamin responden.

**TABEL 4.2**  
**PROFIL RESPONDEN**

Keterangan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
<i>Gender</i>		
Wanita	25	29,76%
Pria	11	13,09%.
Tidak diisi	48	57,14%.
<i>Usia</i>		
20 – 30 tahun	13	11,90%
30,1 – 40 tahun	9	2,38%
> 40 tahun	11	1,19%
Tidak diisi	51	60,71%
<i>Lama bekerja</i>		
< 2 tahun	10	11,90%
2 – 5 tahun	14	16,67%
5,1 - 10 tahun	7	8,33%
> 10 tahun	3	3,57%
Tidak diisi	50	60,71%

Sumber : Data primer diolah 2009

Responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini terdiri dari 25 orang wanita (60,71%) dan 11 orang pria (39,29%). Untuk usia responden 20 sampai dengan 30 tahun sebanyak 13 orang (15,48%), lebih dari 30 tahun sampai dengan 40 tahun sebanyak 9 orang (10,71%) dan responden yang memiliki umur lebih dari 40 tahun sebanyak 11 orang (13,01%) dan yang tidak mengisi sebanyak 51 orang (60,71%). Sedangkan untuk lama bekerja di perusahaan selama kurang dari 2 tahun berjumlah 10 orang (11,90%), antara 2 sampai dengan 5 tahun sejumlah 14 orang

(16,67%), antara 5,1 sampai dengan 10 tahun sebanyak 7 orang (8,33%), lebih dari 10 sebanyak 3 orang (3,57%), dan yang tidak mengisi sebanyak 51 orang (60,71%).

## 4.2 Hasil Uji Kualitas Data

### 4.2.1 Hasil Uji Kualitas Reliabilitas

Uji kualitas data meliputi realibilitas dan uji validitas. Uji reliabilitas dilakukan dengan uji *cronbach alpha* menggunakan SPSS 16. Suatu konstruk dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* >0,60 (Nunnally, 1967 dalam Ghozali, 2005). Hasil uji reliabilitas disajikan pada tabel 4.3. Menurut Doran (2007), sebelum melakukan uji kualitas data, terlebih dahulu mengelompokkan 56 tipe nilai ke 10 kelompok berdasarkan pengelompokan Schwartz (1992, 1994). Hal ini dilakukan seperti dalam penelitian Doran (2007). Hasil uji reliabilitas dapat di lihat pada tabel 4.3 berikut:

**TABEL 4.3**  
**HASIL UJI RELIABILITAS**

No.	Variabel	Nilai <i>Cronbach alpha</i>	Keterangan
1	Skala SEA	0,818	Reliabel
2	<i>Universalism</i>	0,810	Reliabel
3	<i>Power</i>	0,572	Tidak reliabel
4	<i>Tradition</i>	0,644	Reliabel
5	<i>Hedonism</i>	0,487	Tidak reliabel
6	<i>Self direction</i>	0,589	Tidak reliabel
7	<i>Benevolence</i>	0,705	Reliabel
8	<i>Achievement</i>	0,460	Tidak Reliabel
9	<i>Security</i>	0,610	Reliabel
10	<i>Stimulation</i>	0,525	Tidak reliable
11	<i>Conformity</i>	0,552	Tidak Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Nilai *cronbach alpha* dalam penelitian ini berkisar antara 0,460 – 0,818. Nilai tersebut di bawah nilai *cronbach alpha* yang biasanya di jadikan acuan untuk menilai reliabilitas variabel. Namun demikian, untuk penelitian yang serupa nilai *cronbach alpha* biasanya berkisar antara 0,24 sampai 0,78 (Schwartz, 1992). Penelitian Doran

(2007) menemukan bahwa nilai *cronbach alpha* antara 0,33 sampai 0,78. Nilai *cronbach alpha* yang kecil ini juga ditemukan dalam penelitian Devos *et al* (2002) dalam Doran (2007) yaitu berkisar antara 0,43 sampai 0,76. Rendahnya nilai *cronbach alpha* ini menurut Devos *et al* (2002) disebabkan oleh karena skala yang digunakan untuk mengukur konstruk suatu nilai tersebut memuat nilai yang kecil bahkan negatif.

#### **4.2.2 Hasil Uji Validitas**

Uji validitas data dilakukan dengan tujuan untuk mengukur kualitas kuesioner. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan terhadap variabel SEA dan variabel nilai personal. Pengujian untuk variabel sikap akuntabilitas sosial lingkungan terdiri dari 19 pernyataan dan nilai personal terdiri dari 56 pernyataan.

Uji validitas yang digunakan adalah dengan melakukan korelasi bivariate antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk. Suatu indikator pernyataan dikatakan valid apabila korelasi antara masing-masing indikator menunjukkan hasil yang signifikan. Ringkasan hasil uji validitas skala SEA dapat dilihat pada tabel 4.4 di bawah ini.

**TABEL 4.4**  
**HASIL UJI VALIDITAS SEA**

Variabel	Korelasi	Signifikansi	Keterangan
X1	0.429	0.01	Valid
X2	0.438	0.01	Valid
X3	0.600	0.01	Valid
X4	0.316	0.01	Valid
X5	0.588	0.01	Valid
X6	0.479	0.01	Valid
X7	0.677	0.01	Valid
X8	0.431	0.01	Valid
X9	0.529	0.01	Valid
X10	0.329	0.01	Valid
X11	0.375	0.01	Valid
X12	0.378	0.01	Valid
X13	0.355	0.01	Valid
X14	0.670	0.01	Valid
X15	0.532	0.01	Valid
X16	0.494	0.01	Valid
X17	0.677	0.01	Valid
X18	0.659	0.01	Valid
X19	0.564	0.01	Valid

Sumber: Data primer yang diolah,2009

Berdasarkan uji validitas tersebut, menunjukkan bahwa pernyataan-pernyataan tentang skala akuntabilitas sosial dan lingkungan (skala SEA) menunjukkan hasil yang valid. Sedangkan untuk nilai personal mempunyai kisaran korelasi sebagai berikut:

**TABEL 4.5**  
**HASIL UJI VALIDITAS NILAI PERSONAL**

No.	Variabel	Kisaran Korelasi	Signifikansi	Keterangan
1	<i>Universalism</i>	0,477-0,755**	0,01	Valid
2	<i>Power</i>	0,486-0,709**	0,01	Valid
3	<i>Tradition</i>	0,408-0,710**	0,01	Valid
4	<i>Hedonism</i>	0,786-0,824**	0,01	Valid
5	<i>Self direction</i>	0,516-0,702**	0,01	Valid
6	<i>Benevolence</i>	0,350-0,678**	0,01	Valid
7	<i>Achievement</i>	0,447-0,628**	0,01	Valid
8	<i>Security</i>	0,223*-0,723**	0,05	Valid
9	<i>Stimulation</i>	0,703-0,728**	0,01	Valid
10	<i>Conformity</i>	0,537-0,721**	0,01	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2009

Variabel *universalism* mempunyai kisaran korelasi antara 0,477 sampai dengan 0,755 dan signifikan pada tingkat 0,01. Hal ini menunjukkan masing-masing indikator pernyataan adalah valid. Variabel *stimulation* berada pada kisaran korelasi 0,703 sampai 0,728 dan signifikan pada tingkat 0,01 mengindikasikan bahwa masing-masing indikator pernyataan sudah valid. Variabel *power* mempunyai kisaran korelasi antara 0,486 sampai dengan 0,709 signifikan pada tingkat 0,01 mengindikasikan bahwa masing-masing indikator pertanyaan adalah valid. Variabel *hedonism* mempunyai kisaran korelasi antara 0,786 sampai 0,824 signifikan pada tingkat 0,01.

Variabel *hedonism* mempunyai kisaran korelasi antara 0,786 sampai 0,824 dan signifikan pada tingkat 0,01. Hal ini menunjukkan bahwa pernyataan tentang *hedonism* yang mengukur variabel *hedonism* dapat dikatakan valid. Variabel *tradition* mempunyai kisaran korelasi antara 0,408 sampai 0,710 dan signifikan pada tingkat 0,01. Hal ini menunjukkan bahwa pernyataan-pernyataan tentang *tradition* yang mengukur variabel *tradition* dapat dikatakan valid. Jadi secara keseluruhan uji validitas dalam penelitian ini telah menunjukkan hasil yang memuaskan. Variabel *self direction* mempunyai kisaran korelasi antara 0,516 sampai 0,702 dan signifikan pada tingkat 0,01. Hal ini menunjukkan bahwa pernyataan tentang *self direction* yang mengukur variabel *self direction* dapat dikatakan valid.

Variabel *benevolence* mempunyai kisaran korelasi antara 0,350 sampai 0,678 dan signifikan pada tingkat 0,01. Hal ini menunjukkan bahwa pernyataan-pernyataan tentang *benevolence* yang mengukur variabel *benevolence* dapat dikatakan valid. Variabel *security* mempunyai kisaran korelasi antara 0,223 sampai 0,723 dan signifikan pada tingkat 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa pernyataan tentang *security*

yang mengukur variabel *security* dapat dikatakan valid. Variabel *achievement* mempunyai kisaran korelasi antara 0,447 sampai 0,628 dan signifikan pada tingkat 0,01. Hal ini menunjukkan bahwa pernyataan-pernyataan tentang *achievement* yang mengukur variabel *achievement* dapat dikatakan valid. Jadi secara keseluruhan uji validitas dalam penelitian ini telah menunjukkan hasil yang memuaskan.

Semua item pertanyaan pada setiap variabel yang diuji baik dari variabel dependen maupun independen semuanya menunjukkan hasil yang valid. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan yang digunakan benar-benar mengungkapkan hal yang diukur dalam kuesioner.

#### **4.3 Deskripsi Variabel Penelitian**

Gambaran mengenai variabel-variabel penelitian (*universalism, power, tradition, hedonism, self direction, benevolence, achievement, security, stimulation, conformity*) disajikan dalam tabel statistik deskriptif yang menunjukkan angka kisaran teoritis dan sesungguhnya, rata-rata standar deviasi dapat dilihat pada tabel 4.7. Pada tabel tersebut disajikan kisaran teoritis yang merupakan kisaran atas bobot jawaban yang secara teoritis didesain dalam kuesioner dan kisaran sesungguhnya yaitu nilai terendah sampai nilai tertinggi atas bobot jawaban responden yang sesungguhnya.

Disimpulkan bahwa pengaruh *universalism, power, tradition, hedonism, self direction, benevolence, achievement, security, stimulation, conformity* cenderung rendah apabila nilai rata-rata jawaban tiap konstruk pada kisaran sesungguhnya dibawah rata-rata kisaran teoritis. Sebaliknya, jika nilai rata-rata kisaran sesungguhnya diatas rata-rata kisaran teoritis, maka pengaruh *universalism, power,*

*tradition, hedonism, self direction, benevolence, achievement, security, stimulation, conformity* responden cenderung tinggi.

**TABEL 4.6**

**DESKRIPSI STATISTIK VARIABEL PENELITIAN**

Variabel	Teoritis		Sesungguhnya		
	Kisaran	Mean	Kisaran	Mean	SD
<i>Universalism</i>	-9 s/d 63	27	18 s/d 54	41,24	0,823
<i>Power</i>	-5 s/d 35	15	5 s/d 25	15,80	0,937
<i>Tradition</i>	-6 s/d 42	18	6 s/d 36	21,27	1,031
<i>Hedonism</i>	-2 s/d 14	6	-1 s/d 12	2,26	1,588
<i>Self direction</i>	-5 s/d 35	15	10 s/d 30	22,04	1,031
<i>Benevolence</i>	-9 s/d 54	27	27 s/d 54	44,13	0,723
<i>Achievement</i>	-6 s/d 42	18	12 s/d 36	26,50	0,747
<i>Security</i>	-7 s/d 49	21	21 s/d 42	33,15	0,705
<i>Stimulation</i>	-3 s/d 21	9	0 s/d 18	13,00	0,937
<i>Conformity</i>	-4 s/d 28	12	8 s/d 24	19,39	0,820

Sumber : Data primer diolah 2009

Dari tabel 4.7 tersebut dapat diketahui informasi tentang standar deviasi, rata-rata serta rentang teoritis masing-masing pertanyaan dan rentang aktual jawaban dari masing-masing responden. Secara rinci tabel 4.7 akan dijelaskan berikut ini.

**4.3.1 *Universalism***

Variabel *universalism* diukur dengan menggunakan instrumen yang terdiri dari 9 item nilai. Variabel *universalism* mempunyai kisaran teoritis bobot jawaban antara -9 sampai dengan 63 dengan rata-rata 27. Pada kisaran sesungguhnya, jawaban responden mempunyai bobot antara 18 sampai dengan 24, rata-rata jawaban sebesar 41,24 dengan standar deviasi 0,823. Nilai rata-rata sesungguhnya (41,24) lebih besar dari pada rata-rata teoritis (27) dengan standar deviasi yang 0,823 menunjukkan bahwa responden mempunyai nilai *universalism* yang tinggi.

#### **4.3.2 Power**

Variabel *power* diukur dengan menggunakan instrumen yang terdiri dari 5 item nilai. Variabel *power* mempunyai kisaran teoritis bobot jawaban antara -5 sampai dengan 35 dengan rata-rata 15. Pada kisaran sesungguhnya, jawaban responden mempunyai bobot antara 5 sampai dengan 25, rata-rata jawaban sebesar 15,80 dengan standar deviasi 0,937. Nilai rata-rata sesungguhnya hampir sama dengan rata-rata teoritis menunjukkan bahwa responden mempunyai nilai *power* yang moderat.

#### **4.3.3 Tradition**

Variabel *tradition* diukur dengan menggunakan instrumen yang terdiri dari 6 item nilai. Variabel *tradition* mempunyai kisaran teoritis bobot jawaban antara -6 sampai dengan 42 dengan rata-rata 18. Pada kisaran sesungguhnya, jawaban responden mempunyai bobot antara 6 sampai dengan 36, rata-rata jawaban sebesar 21,27 dengan standar deviasi 1,031. Nilai rata-rata sesungguhnya lebih besar dari pada rata-rata teoritis menunjukkan bahwa responden mempunyai nilai *tradition* yang tinggi.

#### **4.3.4 Hedonism**

Variabel *hedonism* diukur dengan menggunakan instrumen yang terdiri dari 2 item nilai. Variabel *tradition* mempunyai kisaran teoritis bobot jawaban antara -2 sampai dengan 14 dengan rata-rata 6. Pada kisaran sesungguhnya, jawaban responden mempunyai bobot antara -1 sampai dengan 12, rata-rata jawaban sebesar 2,26 dengan standar deviasi 1,031. Nilai rata-rata sesungguhnya lebih kecil dari pada rata-rata teoritis menunjukkan bahwa responden mempunyai nilai *hedonism* yang rendah.

#### **4.3.5 Stimulation**

Variabel *stimulation* diukur dengan menggunakan instrumen yang terdiri dari 3 item nilai. Variabel *stimulation* mempunyai kisaran teoritis bobot jawaban antara -3 sampai dengan 21 dengan rata-rata 9. Pada kisaran sesungguhnya, jawaban responden mempunyai bobot antara 0 sampai dengan 18, rata-rata jawaban sebesar 13 dengan standar deviasi 0,937. Nilai rata-rata sesungguhnya lebih besar dari pada rata-rata teoritis menunjukkan bahwa responden mempunyai nilai *stimulation* yang tinggi.

#### **4.3.6 Self Direction**

Variabel *self direction* diukur dengan menggunakan instrumen yang terdiri dari 5 item nilai. Variabel *self direction* mempunyai kisaran teoritis bobot jawaban antara -5 sampai dengan 35 dengan rata-rata 15. Pada kisaran sesungguhnya, jawaban responden mempunyai bobot antara 10 sampai dengan 30, rata-rata jawaban sebesar 22,04 dengan standar deviasi 1,031. Nilai rata-rata sesungguhnya lebih besar dari pada rata-rata teoritis menunjukkan bahwa responden mempunyai nilai *self direction* yang tinggi.

#### **4.3.7 Benevolence**

Variabel *benevolence* diukur dengan menggunakan instrumen yang terdiri dari 9 item nilai. Variabel *tradition* mempunyai kisaran teoritis bobot jawaban antara -9 sampai dengan 63 dengan rata-rata 27. Pada kisaran sesungguhnya, jawaban responden mempunyai bobot antara 27 sampai dengan 54, rata-rata jawaban sebesar 44,13 dengan standar deviasi 0,723. Nilai rata-rata sesungguhnya lebih besar dari pada rata-rata teoritis menunjukkan bahwa responden mempunyai nilai *benevolence* yang tinggi.

#### **4.3.8 Achievement**

Variabel *achievement* diukur dengan menggunakan instrumen yang terdiri dari 6 item nilai. Variabel *achievement* mempunyai kisaran teoritis bobot jawaban antara -6 sampai dengan 42 dengan rata-rata 18. Pada kisaran sesungguhnya, jawaban responden mempunyai bobot antara 12 sampai dengan 36, rata-rata jawaban sebesar 26,50 dengan standar deviasi 0,747. Nilai rata-rata sesungguhnya lebih besar dari pada rata-rata teoritis menunjukkan bahwa responden mempunyai nilai *achievement* yang tinggi.

#### **4.3.9 Security**

Variabel *security* diukur dengan menggunakan instrumen yang terdiri dari 7 item nilai. Variabel *security* mempunyai kisaran teoritis bobot jawaban antara -7 sampai dengan 49 dengan rata-rata 21. Pada kisaran sesungguhnya, jawaban responden mempunyai bobot antara 21 sampai dengan 42, rata-rata jawaban sebesar 33,15 dengan standar deviasi 0,705. Nilai rata-rata sesungguhnya lebih besar dari pada rata-rata teoritis menunjukkan bahwa responden mempunyai nilai *security* yang tinggi.

#### **4.3.10 Conformity**

Variabel *conformity* diukur dengan menggunakan instrumen yang terdiri dari 4 item nilai. Variabel *conformity* mempunyai kisaran teoritis bobot jawaban antara -4 sampai dengan 18 dengan rata-rata 12. Pada kisaran sesungguhnya, jawaban responden mempunyai bobot antara 8 sampai dengan 24, rata-rata jawaban sebesar 19,39 dengan standar deviasi 0,820. Nilai rata-rata sesungguhnya lebih besar dari pada rata-rata teoritis menunjukkan bahwa responden mempunyai nilai *conformity* yang tinggi.

#### 4.4 Hasil Analisis Faktor

Analisis faktor digunakan untuk memastikan bahwa masing-masing pertanyaan akan diklasifikasikan pada variabel-variabel tertentu. Berdasarkan hasil pengujian analisis faktor variabel sikap akuntabilitas sosial lingkungan (SEA) memiliki nilai KMO-MSA sebesar 0.593. Hasil uji KMO-MSA dapat dilihat pada tabel 4. 7

**TABEL 4.7**  
**NILAI KMO SKALA SEA**

KMO <i>Measure of Sampling Adequacy</i>		0,593
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	Approx. Chi Square	419,151
	Df	171
	Sig.	0,000

Sumber: Data primer yang diolah, 2009

Analisis faktor selanjutnya adalah melihat pengelompokan atas 19 indikator pada *Total Variance Explained* disajikan pada tabel berikut:

**TABEL 4.8**  
**TOTAL VARIANCE EXPLAINED**

<i>Rotation Sums of Squared Loadings</i>		
Total	<i>% of Variance</i>	<i>Cumulative %</i>
4,358	22,938	22,938
3,734	19,652	42,590

Sumber: Data primer yang diolah, 2009

Pada kolom *Rotation Sums of Squared Loadings (Cumulative Percent)* menunjukkan angka 42.590. Angka tersebut menunjukkan bahwa sebanyak 42.59% memberikan sumbangan varian terhadap total varian. Angka tersebut jauh di bawah angka yang disarankan yaitu 60% atau 75% (Supranto,2009). Oleh karena itu, langkah selanjutnya adalah mengeluarkan variabel yang mempunyai nilai korelasi terkecil, yaitu: X1, X2, X4, X5, X6, X10, X11, X12, X13, X14, X15, X16. Setelah

mengeluarkan variabel tersebut, maka didapat nilai *Cumulative percent* sebesar 60,676 dan KMO-MS sebesar 0.834. Sehingga variabel yang tersisa, yaitu X3, X7, X8, X9, X17, X18, X19 dapat digunakan untuk analisis selanjutnya. Hasil tersebut dapat di lihat pada tabel di bawah ini:

**TABEL 4.9**  
**NILAI KMO SKALA SEA**

KMO Measure of Sampling Adequacy		0.834
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	Approx. Chi Square	237.115
	Df	28.000
	Sig.	.000

Sumber: Data primer yang diolah, 2009

**TABEL 4.10**  
**NILAI TOTAL VARIANCE EXPLAINED**

Rotation Sums of Squared Loadings		
Total	% of Variance	Cumulative %
2.786	34.825	34.825
2.068	25.851	60.676

Sumber: Data primer yang diolah, 2009

Hasil pengelompokan atas 7 indikator tersebut pada *Total Variance Explained* diperoleh 2 faktor (variabel). Dua faktor tersebut dapat dilihat pada tabel *Rotated component matrix* di bawah ini.

**TABEL 4.11**  
**ROTATED COMPONENT MATRIX**

Variabel	Komponen	
	1	2
X3	0,331	0,702
X7	0,460	0,648
X8	0,128	0,686
X9	0,083	0,717
X14	0,862	0,153
X17	0,826	0,275
X18	0,819	0,184
X19	0,588	0,194

Sumber: Data primer yang diolah, 2009

Tabel di atas menunjukkan pengelompokan indikator ke dalam masing-masing faktor. Korelasi antara indikator dengan komponen nilainya bervariasi sehingga untuk mengambil kesimpulan apakah indikator masuk ke dalam suatu faktor harus melihat nilai korelasi. Nilai korelasi tertinggi yang dimiliki oleh indikator, maka indikator tersebut termasuk dalam kelompok faktor yang bersangkutan. Berikut ini merupakan pengelompokan indikator atas nilai korelasi tertinggi ke dalam masing-masing faktor. Pengelompokan indikator ke dalam masing-masing faktor dapat dilihat pada tabel 4.12.

**TABEL 4.12**  
**PENGELOMPOKAN INDIKATOR KE DALAM MASING-MASING**  
**FAKTOR**

	Variabel	Faktor Loading
Komponen 1	• Etika dan tanggung jawab sosial bagi sebuah perusahaan adalah hal yang penting bagi profitabilitas jangka panjang perusahaan (X3)	0.702
	• Etika bisnis dan tanggung jawab sosial sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan (X7)	0.648
	• Prioritas pertama perusahaan seharusnya adalah moral para pegawainya (X8)	0.686
	• Tanggung jawab sosial bisnis di atas kewajiban menghasilkan laba (X9)	0.717
	• Pemerintah seharusnya menetapkan standar bagi tanggung jawab lingkungan perusahaan dan memaksa perusahaan untuk mempublikasikan apa yang sedang mereka lakukan untuk mematuhi standar tersebut sehingga para stakeholder dapat menilai apakah perusahaan bertanggungjawab terhadap lingkungan atau tidak (X19)	0.588
Komponen 2	• Eksekutif bisnis harus bertanggungjawab atas dampak yang ditimbulkan oleh keputusan yang dibuatnya terhadap <i>stakeholders</i> perusahaan (X14)	0.862
	• Pihak eksekutif bisnis seharusnya bertanggung jawab terhadap efek dari keputusan yang mereka ambil terhadap lingkungan. (X17)	0.826
	• Perusahaan seharusnya bertanggung jawab terhadap isu yang berkaitan dengan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan (misalkan, permasalahan emisi, pembuangan sampah, penggunaan energi, efek biodiversitas). (X18)	0.819

Sumber: Data primer yang diolah, 2009

Berdasarkan pengelompokan yang diperoleh dari analisis faktor tersebut, langkah selanjutnya adalah memberi nama setiap faktor sesuai dengan indikator yang membentuk masing-masing faktor yang bersangkutan. Pemberian nama komponen ini berdasarkan penelitian Fukukawa *et al*, 2007. Pemberian nama tersebut disajikan pada tabel 4.13 sebagai berikut:

**TABEL 4.13**  
**NAMA MASING-MASING FAKTOR**

	<b>Nama</b>
Komponen 1	SEA 1 (persetujuan terhadap adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan)
Komponen 2	SEA 2 (dukungan terhadap dikeluarkannya peraturan tentang akuntabilitas sosial dan lingkungan oleh pemerintah)

Sumber: Fukukawa *et al* (2009)

#### **4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik**

##### **4.5.1 Hasil Uji Normalitas**

Uji normalitas yang dimaksud adalah nilai residual dari regresi itu harus berdistribusi normal. Berdasarkan tabel 4.14 di bawah ini, terlihat bahwa nilai residual untuk dua model regresi berganda nilai probabilitas signifikansi diatas  $\alpha = 0,05$ . Hal ini berarti nilai residual terdistribusi secara normal atau memenuhi asumsi klasik normalitas.

**TABEL 4.14**  
**ONE-SAMPLE KOLMOGOROV-SMIRNOV TEST MODEL REGRESI**  
**BERGANDA**

<b>Keterangan</b>	<b>SEA 1</b>	<b>SEA 2</b>
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>	0,630	0,665
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,823	0,768

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

#### **4.5.2 Hasil Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas dimaksudkan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Uji multikolinieritas dilakukan dengan menganalisa korelasi antar variabel independen pada nilai *tolerance* dan nilai *variance inflation factor* (VIF) dalam *collinearity statistics* (Ghozali, 2007).

Tabel 4.15 dibawah ini menunjukkan ringkasan dari hasil uji multikolinieritas untuk model regresi berganda. Berdasarkan pada tabel 4.15 di bawah ini, terlihat bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,10. Selanjutnya hasil perhitungan VIF juga menunjukkan hal yang sama yaitu tidak ada satupun variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih besar dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multokolinieritas antar variabel independen dalam dua model regresi berganda.

**TABEL 4.15****HASIL UJI MULTIKOLINERITAS MODEL REGRESI BERGANDA**

Model	SEA 1		SEA 2	
	<i>Tolerance</i>	VIF	<i>Tolerance</i>	VIF
<i>Universalism</i>	0,397	2,522	0,397	2,522
<i>Power</i>	0,755	1,325	0,755	1,325
<i>Tradition</i>	0,933	1,071	0,933	1,071
<i>Hedonism</i>	0,750	1,333	0,750	1,333
<i>Self direction</i>	0,738	1,355	0,738	1,355
<i>Benevolence</i>	0,440	2,272	0,440	2,272
<i>Achievement</i>	0,797	1,255	0,797	1,255
<i>Security</i>	0,463	2,160	0,463	2,160
<i>Stimulation</i>	0,888	1,127	0,888	1,127
<i>Conformity</i>	0,483	2,070	0,483	2,070

Sumber: Data primer yang diolah, 2009

**4.5.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali,2007). Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas yang digunakan adalah uji *Glejser*. Hasil uji *Glejser* model regresi berganda dapat dilihat pada tabel 4.16 dibawah ini.

**TABEL 4.16****UJI HETEROSKEDASTISITAS MODEL REGRESI BERGANDA**

Model	SEA 1		SEA 2	
	T	Sig	T	Sig
<i>Constant</i>	2,122	0,037	1,890	1,063
<i>Universalism</i>	-1,779	0,079	-0,954	0,343
<i>Power</i>	-3,000	0,004	0,000	1,000
<i>Tradition</i>	-0,288	0,774	-3,287	0,002
<i>Hedonism</i>	1,918	0,059	-0,769	0,444
<i>Self direction</i>	0,325	0,746	0,685	0,496
<i>Benevolence</i>	-0,302	0,764	0,493	0,624
<i>Achievement</i>	-0,892	0,375	-0,079	0,937
<i>Security</i>	1,150	0,254	-0,742	0,461
<i>Stimulation</i>	0,327	0,466	0,960	0,340
<i>Conformity</i>	-0,120	0,905	0,553	0,582

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Hasil perhitungan heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Glejser pada tabel 4.16 mengindikasikan bahwa persamaan nilai *power* pada SEA 1 dan nilai *tradition* pada SEA 2 terkena gejala heteroskedastisitas karena ada variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen pada tingkat signifikansi 5%. Oleh karena itu kedua persamaan tersebut perlu diperbaiki dulu agar terbebas dari heteroskedastisitas.

Perbaikan yang akan dilakukan untuk persamaan tersebut yaitu dengan menggunakan regresi *Weighted Least Square* (WLS). Regresi WLS akan memperbaiki variabel independen yang terkena heteroskedastisitas dengan cara memberikan bobot terhadap persamaan regresi. Jika data menyebabkan variabel dependen memiliki varians yang besar terhadap variabel independen maka akan dikurangi. Sebaliknya, jika data menyebabkan variabel dependen memiliki varians yang kecil terhadap variabel independen maka data tersebut akan ditambahi bobotnya ketika menghitung koefisien regresinya (Garson, 2008). Nilai

koefisien regresi dari regresi WLS ini dapat langsung diinterpretasikan hasilnya (Gupta,1999).

#### 4.6 Pengujian Hipotesis dan Pembahasan

Setelah dilakukan uji asumsi klasik, maka tahap selanjutnya adalah pengujian hubungan kausalitas variabel-variabel penelitian. Pengujian hubungan kausalitas variabel penelitian ini dilakukan dengan regresi berganda yang terdiri dari uji signifikansi simultan (uji statistik F), uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) serta uji signifikansi parameter individual (uji statistik t). Hasil analisis regresi berganda untuk ketiga uji statistik tersebut adalah sebagai berikut:

**TABEL 4.17**  
**HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI**

SEA 1			SEA 2		
Adjusted R <sup>2</sup>	F	Sig	Adjusted R <sup>2</sup>	F	Sig
0,253	3,813	0,000	0,261	3,927	0,000

Sumber: Data primer yang diolah, 2009

Secara simultan (*F test*) hasil pengujian regresi berganda dalam penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh nilai personal (*universalism, power, tradition, hedonism, self direction, benevolence, achievement, security, stimulation, conformity*) terhadap dukungan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan (SEA 1). Koefisien determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*) yang terlihat pada tabel 4.16 mengindikasikan kemampuan persamaan regresi berganda untuk menunjukkan tingkat penjelasan model terhadap variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*) adalah 0,253 atau 25,3% ini berarti bahwa kemampuan variabel penjelas dalam hal ini adalah variabel nilai personal (*universalism, power, tradition, hedonism, self direction, benevolence, achievement, security, stimulation, conformity*) terhadap

dukungan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan 25,3%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 74,7% dijelaskan oleh variabel lain selain variabel penjelas atau variabel independen diatas.

Sedangkan hasil uji simultan (*F test*) hasil pengujian regresi berganda dalam penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh nilai personal (*universalism, power, tradition, hedonism, self direction, benevolence, achievement, security, stimulation, conformity*) terhadap dukungan ditetapkannya peraturan tentang akuntabilitas sosial dan lingkungan (SEA 2). Koefisien determinasi ( $\text{Adjusted } R^2$ ) yang terlihat pada tabel 4.16 mengindikasikan kemampuan persamaan regresi berganda untuk menunjukkan tingkat penjelasan model terhadap variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi ( $\text{Adjusted } R^2$ ) adalah 0,261 atau 26,1% ini berarti bahwa kemampuan variabel penjelas dalam hal ini adalah variabel nilai personal (*universalism, power, tradition, hedonism, self direction, benevolence, achievement, security, stimulation, conformity*) terhadap dukungan ditetapkannya peraturan tentang akuntabilitas sosial dan lingkungan sebesar 26,1%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 73,9% dijelaskan oleh variabel lain selain variabel penjelas atau variabel independen diatas.

Hasil uji secara parsial hubungan kausalitas antara variabel dependen dengan variabel independen ditunjukkan dengan nilai signifikansi koefisien regresi masing-masing variabel independen yang dibandingkan dengan nilai  $\alpha = 0,05$ . Jika nilai signifikansi  $<$  dari  $\alpha = 0,05$ , maka hipotesis penelitian akan diterima, sebaliknya jika nilai signifikansi  $>$  dari  $\alpha = 0,05$ , maka hipotesis penelitian akan ditolak.

Dari tabel 4.17 dapat dilihat bahwa variabel independen nilai *power* memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap variabel dukungan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan (SEA 1). Variabel nilai *power* signifikan pada 0,000.

Sedangkan variabel nilai *power* dan *tradition* berpengaruh signifikan terhadap variabel dukungan ditetapkannya peraturan tentang akuntabilitas sosial dan lingkungan (SEA 2). Variabel nilai *power* signifikan negatif pada 0,05, sedangkan variabel nilai *tradition* signifikan negatif pada 0,001.

**TABEL 4.18**  
**HASIL UJI SIGNIFIKANSI PARAMETER INDIVIDUAL**

Variabel Independen	Uji Individual					
	SEA 1			SEA 2		
	$\beta$	T	Sig	$\beta$	T	Sig
<i>Universalism</i>	-0.145	-.802	0.425	0.101	0.508	0.613
<i>Power</i>	0.575	5.271	0.000***	-0.272	-2.327	0.023**
<i>Tradition</i>	-0.108	-1.227	0.224	0.571	4.943	0.000***
<i>Hedonism</i>	-0.002	-0.035	0.972	0.092	1.182	0.241
<i>Self direction</i>	-0.029	-0.242	0.809	-0.116	-0.836	0.406
<i>Benevolence</i>	-0.125	0.585	0.560	0.303	1.414	0.162
<i>Achievement</i>	0.130	1.042	0.301	-0.242	-1.509	0.136
<i>Security</i>	-0.156	-0.819	0.416	-0.151	-0.674	0.502
<i>Stimulation</i>	0.020	0.214	0.831	0.012	0.103	0.918
<i>Conformity</i>	0.397	2.346	0.022**	-0.144	-0.771	0.443

Sumber: Data primer yang diolah, 2009

#### 4.6.1 Pengujian Hipotesis

##### 4.6.1.1 Pengujian Pengaruh Nilai *Universalism* Terhadap Sikap Akuntabilitas Sosial dan Lingkungan

Pengujian pengaruh nilai *Universalism* terhadap sikap akuntabilitas sosial dan lingkungan dengan menggunakan regresi berganda menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Sikap akuntabilitas sosial dan lingkungan dalam penelitian ini dilihat dalam dua dimensi yaitu dukungan adanya akuntabilitas sosial lingkungan (SEA 1) dan persetujuan ditetapkannya peraturan tentang akuntabilitas sosial lingkungan

(SEA 2). Hasilnya dapat dilihat pada tabel 4.18 dengan nilai signifikansinya sebesar 0,425 untuk dukungan adanya akuntabilitas sosial lingkungan (SEA 1) dan 0,613 untuk dukungan ditetapkannya peraturan tentang akuntabilitas sosial lingkungan (SEA 2). Nilai tersebut lebih besar dari  $\alpha = 0.05$ . Berdasarkan hasil pengujian regresi berganda secara individual dapat disimpulkan bahwa hipotesis H1 yang menyatakan bahwa *nilai* universalism berpengaruh positif terhadap sikap akuntabilitas sosial lingkungan ditolak.

#### **4.6.1.2 Pengujian Pengaruh Nilai *Power* Terhadap Sikap Akuntabilitas Sosial Lingkungan**

Pengujian pengaruh *power* terhadap sikap akuntabilitas sosial dan lingkungan menunjukkan hasil yang signifikan namun terdapat pengaruh yang positif terhadap dukungan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan. Hal ini dapat dilihat pada tabel 4.18 dengan nilai signifikansinya nilai *power* terhadap persetujuan adanya akuntabilitas sosial lingkungan (SEA 1) sebesar 0,000 signifikan positif pada 0,001. Sedangkan pengaruh nilai *power* terhadap dukungan ditetapkannya peraturan mengenai akuntabilitas sosial dan lingkungan (SEA2) sebesar 0,023 signifikan negatif pada 0,05. Berdasarkan hasil pengujian regresi berganda secara individual dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 yang menyatakan bahwa nilai *power* berpengaruh negatif terhadap sikap akuntabilitas sosial lingkungan ditolak.

#### **4.6.1.3 Pengujian Pengaruh *Tradition* Terhadap Sikap Akuntabilitas Sosial Lingkungan**

Pengujian pengaruh *tradition* terhadap sikap akuntabilitas sosial lingkungan dengan menggunakan regresi berganda menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Hal ini dapat dilihat pada tabel 4.18 dengan nilai signifikansinya nilai *tradition* terhadap

persetujuan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan (SEA 1) sebesar 0,224 yang lebih besar dari  $\alpha = 0.05$ . Sedangkan pengaruh nilai *tradition* terhadap dukungan ditetapkannya peraturan pemerintah tentang akuntabilitas sosial dan lingkungan (SEA 2) sebesar 0,000 signifikan pada 0,001, namun berhubungan positif. Berdasarkan hasil pengujian regresi berganda secara individual dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa nilai *tradition* berpengaruh negatif terhadap sikap akuntabilitas sosial lingkungan ditolak.

#### 4.6.2 Pembahasan

Penelitian ini menguji pengaruh nilai personal dalam hal ini adalah (*universalism, power, tradition*) terhadap sikap akuntabilitas sosial dan lingkungan. Berdasarkan pada pengujian empiris yang telah dilakukan terhadap beberapa hipotesis dalam penelitian, secara umum menunjukkan ditolaknya hipotesis-hipotesis yang diajukan. Sedangkan perbandingan hasil pengujian hipotesis penelitian ini dan penelitian Fukukawa, *et al.* (2007) dapat dilihat pada tabel 4.19 di bawah ini.

**TABEL 4.19**  
**RINGKASAN HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS DAN PENELITIAN**  
**FUKUKAWA *et.al.* (2007)**

Kode	Hipotesis	Hipotesis		Fukukawa <i>et.al.</i>	
		Hasil	Kesimpulan	Hasil	Kesimpulan
H1	<p>Nilai <i>universalism</i> berpengaruh positif terhadap sikap dukungan akuntabilitas sosial dan lingkungan perusahaan</p> <p>a. Nilai <i>universalism</i> berpengaruh positif terhadap dukungan adanya akuntabilitas sosial lingkungan.</p> <p>b. Nilai <i>universalism</i> berpengaruh positif terhadap dukungan adanya peraturan tentang akuntabilitas sosial lingkungan.</p>		Ditolak		Ditolak
		Ditolak		Diterima	
		Ditolak		Ditolak	

H2	<p>Nilai <i>Power</i> berpengaruh negatif dengan sikap dukungan terhadap akuntabilitas sosial dan lingkungan.</p> <p>a. Nilai <i>power</i> berpengaruh negatif terhadap dukungan adanya akuntabilitas sosial lingkungan.</p> <p>b. Nilai <i>power</i> berpengaruh negatif terhadap dukungan adanya peraturan tentang akuntabilitas sosial lingkungan</p>	Ditolak	Ditolak	Ditolak	Ditolak
H3	<p>Nilai <i>tradition</i> berpengaruh positif dengan sikap dukungan terhadap akuntabilitas sosial dan lingkungan</p> <p>a. Nilai <i>tradition</i> berpengaruh positif terhadap dukungan adanya akuntabilitas sosial lingkungan.</p> <p>b. Nilai <i>tradition</i> berpengaruh positif terhadap dukungan adanya peraturan tentang akuntabilitas sosial lingkungan</p> <p>Nilai <i>tradition</i> berpengaruh negatif dengan sikap dukungan terhadap akuntabilitas sosial dan lingkungan</p> <p>a. Nilai <i>tradition</i> berpengaruh negatif terhadap dukungan adanya akuntabilitas sosial lingkungan.</p> <p>b. Nilai <i>tradition</i> berpengaruh negatif terhadap dukungan adanya peraturan tentang akuntabilitas sosial lingkungan</p>	Ditolak	Ditolak	Ditolak	Ditolak

Sumber: Data primer yang diolah,2009

#### 4.6.2.1 Pengaruh Nilai *Universalism* Terhadap Sikap Akuntabilitas Sosial Lingkungan

*Universalism* mengacu pada sejauh mana seseorang mengutamakan penghargaan, toleransi, memahami orang lain, dan perlindungan terhadap kesejahteraan umat manusia (Schwartz, 1992 dalam Karp, 1996). Dengan kata lain,

tipe nilai *universalism* mencerminkan dukungan terhadap akuntabilitas sosial dan lingkungan (Garling, 1999).

*Universalism* mengacu pada sejauh mana seseorang mengutamakan penghargaan, toleransi, memahami orang lain, dan perlindungan terhadap kesejahteraan umat manusia (Schwartz, 1992 dalam Karp, 1996). Dengan kata lain, tipe nilai *universalism* mencerminkan dukungan terhadap akuntabilitas sosial dan lingkungan (Garling, 1999).

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai *universalism* tidak ada pengaruh persetujuan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan (SEA 1) sebesar 0,425 dan dukungan ditetapkannya peraturan tentang akuntabilitas sosial dan lingkungan (SEA 2) sebesar 0,613. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai *universalism* tidak berhubungan dengan sikap akuntabilitas sosial dan lingkungan.

Berdasarkan data deskriptif jawaban responden terhadap indikator persetujuan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan menunjukkan bahwa persentase jawaban responden yang menjawab pada skor -1 sampai 1 yang berarti memiliki nilai *universalism* yang rendah, sebesar 0%, yang menjawab pada skor 2 sampai 4 yang berarti memiliki nilai *universalism* sedang, sebesar 40,48%, selanjutnya yang menjawab pada skor 5 sampai 7 yang berarti memiliki nilai *universalism* tinggi, berkisar antara sebesar 59,52%. Hal tersebut mengindikasikan bahwa responden memiliki nilai *universalism* yang tinggi.

Sedangkan persentase jawaban responden terhadap persetujuan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan (SEA 1) menunjukkan bahwa responden yang menjawab pada skor 1 sampai 3 yang berarti memiliki persetujuan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan rendah, sebesar 0%, yang menjawab pada skor 4

sampai 6 yang berarti memiliki persetujuan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan sedang, sebesar 35,71% selanjutnya yang menjawab pada skor 7 sampai 9 yang berarti memiliki persetujuan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan tinggi, sebesar 64,29%. Hal tersebut mengindikasikan bahwa manajer yang memiliki persetujuan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan yang tinggi. Atas dasar hasil pengujian hipotesis dan deskriptif jawaban responden maka dapat disimpulkan bahwa rendah ataupun tingginya nilai *universalism* tidak berhubungan dengan tingginya dukungan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan.

Temuan pada penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Fukukawa *et al.* (2007) yang menemukan bahwa nilai *universalism* berpengaruh positif terhadap dukungan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan perusahaan.

Perbedaan hasil ini disebabkan karena adanya perbedaan nilai budaya Amerika dan Indonesia. Menurut teori nilai budaya Trompenaar, Amerika memiliki nilai budaya *universalism* yang menunjukkan bahwa keyakinan bahwa ide-ide dan praktek-praktek dapat diterapkan dimana saja tanpa modifikasi. Sedangkan Indonesia memiliki nilai budaya *partikularisme* yang menunjukkan keyakinan bahwa lingkungan sekitar mendiktekan bagaimana ide-ide dan praktek-praktek seharusnya diterapkan (Trompenaar dikutip oleh Dayakisni dan Yuniardi, 2004). Dengan budaya ini, lingkungan bisnis yang tidak menyetujui adanya akuntabilitas sosial mendektekan praktek akuntabilitas sosial lingkungan kepada para pelaku bisnis yang lain. Lingkungan bisnis yang tidak menyetujui adanya akuntabilitas sosial lingkungan akan diikuti oleh pelaku bisnis yang lain.

Penelitian ini juga menemukan hubungan tidak signifikan antara *universalism* dan dukungan adanya peraturan pemerintah tentang akuntabilitas sosial dan

lingkungan. Sedangkan persentase jawaban responden terhadap dukungan ditetapkannya peraturan tentang akuntabilitas sosial dan lingkungan (SEA 2) menunjukkan bahwa responden yang menjawab pada skor 1 sampai 3 yang berarti memberi dukungan ditetapkannya peraturan tentang akuntabilitas sosial dan lingkungan rendah, sebesar 0%, yang menjawab pada skor 4 sampai 6 yang berarti memberi dukungan ditetapkannya peraturan tentang akuntabilitas sosial dan lingkungan sedang, sebesar 34,52% selanjutnya yang menjawab pada skor 7 sampai 9 yang berarti memberi dukungan ditetapkannya peraturan tentang akuntabilitas sosial dan lingkungan tinggi, sebesar 65,48%. Hal tersebut mengindikasikan bahwa manajer yang memiliki memberi dukungan ditetapkannya peraturan tentang akuntabilitas sosial dan lingkungan yang tinggi.

Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian Fukukawa *et al.*(2007). Persamaan ini dikarenakan perekonomian kapitalis telah masuk di Indonesia, sehingga pelaku bisnis tidak ingin dibatasi dengan peraturan tentang akuntabilitas sosial lingkungan.

#### **4.6.2.2 Pengaruh Nilai *Power* Terhadap Sikap Akuntabilitas Sosial Lingkungan**

Tipe nilai *power* merupakan dasar pada lebih dari satu tipe kebutuhan yang universal, yaitu transformasi kebutuhan individual akan dominasi dan kontrol yang diidentifikasi melalui analisa terhadap motif sosial. Tujuan utama dari tipe nilai ini adalah pencapaian status sosial dan prestise, serta kontrol atau dominasi terhadap orang lain atau sumber daya (Schwartz, 1992 dalam Karp, 1996).

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai *power* berpengaruh positif dengan persetujuan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan (SEA 1) sebesar 0,000 dan dukungan ditetapkannya peraturan tentang akuntabilitas sosial dan

lingkungan (SEA 2) sebesar 0,023. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai *power* berhubungan positif dengan sikap akuntabilitas sosial dan lingkungan.

Berdasarkan data deskriptif jawaban responden terhadap indikator persetujuan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan menunjukkan bahwa persentase jawaban responden yang menjawab pada skor -1 sampai 1 yang berarti memiliki nilai *power* yang rendah, sebesar 8,33%, yang menjawab pada skor 2 sampai 4 yang berarti memiliki nilai *power* sedang, sebesar 79,76%, selanjutnya yang menjawab pada skor 5 sampai 7 yang berarti memiliki nilai *power* tinggi, antara sebesar 11,90%. Hal tersebut mengindikasikan bahwa responden memiliki nilai *power* yang sedang.

Sedangkan persentase jawaban responden terhadap persetujuan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan (SEA 1) menunjukkan bahwa responden yang menjawab pada skor 1 sampai 3 yang berarti memiliki persetujuan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan rendah, sebesar 0%, yang menjawab pada skor 4 sampai 6 yang berarti memiliki persetujuan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan sedang, sebesar 35,71% selanjutnya yang menjawab pada skor 7 sampai 9 yang berarti memiliki persetujuan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan tinggi, sebesar 64,29%. Hal tersebut mengindikasikan bahwa manajer yang memiliki persetujuan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan yang tinggi. Atas dasar hasil pengujian hipotesis dan deskriptif jawaban responden maka dapat disimpulkan bahwa rendah ataupun tingginya nilai *power* berhubungan dengan tingginya dukungan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan.

Temuan pada penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Fukukawa *et al.* (2007) yang menemukan bahwa nilai *power* tidak berpengaruh

signifikan terhadap dukungan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan perusahaan. Perbedaan hasil ini disebabkan karena menurut teori nilai budaya Trompenaar, Amerika memiliki nilai budaya prestasi (*achievement culture*) dimana orang-orang memberi status pada sejauh mana kualitas mereka menampilkan fungsi mereka (Trompenaar dikutip oleh Dayakisni dan Yuniardi, 2004).

Budaya prestasi akan memberikan status yang tinggi pada seorang manajer yang berhasil menjalankan bisnisnya, sehingga seorang manajer dapat melakukan segala cara agar fungsi manajer dapat dianggap berhasil meskipun cara tersebut dapat merusak lingkungan. Sebaliknya, menurut teori nilai budaya Trompenaar, Indonesia memiliki budaya *ascription culture* dimana status di distribusikan berdasarkan pada siapa dan apakah orang itu (Trompenaar dikutip oleh Dayakisni dan Yuniardi, 2004). Budaya *ascription* akan memberikan status yang tinggi pada seseorang yang telah tua atau yang telah lama menempati posisi sebagai manajer, bukan pada prestasinya. Dengan budaya tersebut, maka dalam menjalankan bisnisnya, hasil kerja bukan segala-galanya sehingga memungkinkan untuk memberikan persetujuan adanya akuntabilitas sosial lingkungan.

Selain itu, dalam dunia bisnis terdapat istilah *legitimacy theory*. *Legitimacy theory* menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice*, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan (Tilt, 1994, dalam Haniffa *et al.* 2005). Jika terjadi ketidakselarasan antara sistem nilai perusahaan dan sistem nilai masyarakat, maka perusahaan dalam kehilangan legitimasinya, yang selanjutnya akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan (Lindblom, 1994, dalam Haniffa *et al.* 2005) sehingga kebutuhan akan

nilai *power* tidak dapat dicapai. Hal ini seperti hasil temuan Schultz dan Zelezny (1999) yang menemukan bahwa seseorang yang mempunyai nilai *self enhancement* (dimana nilai *power* merupakan bagian dari nilai *self enhancement*) akan berusaha untuk memenuhi keinginan pribadinya. Agar kebutuhan akan nilai *power* ini dapat dicapai, maka individu tersebut akan mendukung adanya akuntabilitas sosial lingkungan. Dengan dukungan tersebut, maka kebutuhan akan pengakuan dari masyarakat dapat tercapai.

Penelitian ini juga menemukan hubungan signifikan negatif antara nilai *power* dan dukungan adanya peraturan pemerintah tentang akuntabilitas sosial dan lingkungan. Hasil ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan, namun demikian hasil ini tidak konsisten dengan hasil penelitian Fukukawa *et al.* (2007) yang menemukan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara nilai *power* dengan dukungan ditetapkannya peraturan tentang akuntabilitas sosial lingkungan.

Sedangkan persentase jawaban responden terhadap dukungan ditetapkannya peraturan tentang akuntabilitas sosial dan lingkungan (SEA 2) menunjukkan bahwa responden yang menjawab pada skor 1 sampai 3 yang berarti memberi dukungan ditetapkannya peraturan tentang akuntabilitas sosial dan lingkungan rendah, sebesar 0%, yang menjawab pada skor 4 sampai 6 yang berarti memberi dukungan ditetapkannya peraturan tentang akuntabilitas sosial dan lingkungan sedang, sebesar 34,52% selanjutnya yang menjawab pada skor 7 sampai 9 yang berarti memberi dukungan ditetapkannya peraturan tentang akuntabilitas sosial dan lingkungan tinggi, sebesar 65,48%. Hal tersebut mengindikasikan bahwa manajer yang memiliki memberi dukungan ditetapkannya peraturan tentang akuntabilitas sosial dan lingkungan yang tinggi.

Hasil ini tidak sesuai dengan hasil penemuan yang pertama, dimana nilai *power* berpengaruh positif dengan akuntabilitas sosial lingkungan. Seharusnya ketika seseorang menyetujui adanya akuntabilitas maka juga akan menyetujui adanya peraturan tentang akuntabilitas sosial lingkungan. Perbedaan ini dikarenakan nilai *power* menginginkan kontrol atau dominasi terhadap orang lain atau sumber daya. Dengan peraturan tersebut maka nilai *power* yang ada dalam diri seseorang tidak dapat terpenuhi. Hasil ini sesuai dengan fenomena yang terjadi di Indonesia, ketika UU tentang Perseroan Terbatas pasal 40 tahun 2007 yang mengatur tentang kewajiban perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan menimbulkan banyak kritik dari pihak pengusaha.

#### **4.6.2.3 Pengaruh Nilai *Tradition* terhadap Sikap Akuntabilitas Sosial Lingkungan**

*Tradition* adalah tipe nilai yang sebagian besar diambil dari agama, keyakinan, dan norma bertingkah laku yang mempunyai tujuan motivasional penghargaan, komitmen, dan penerimaan terhadap kebiasaan, tradisi, adat istiadat, atau agama (Schwartz, 1992 dalam Karp 1996).

Tabel 4.18 diatas membuktikan bahwa nilai *tradition* tidak berhubungan signifikan dengan persetujuan adanya akuntabilitas sosial lingkungan. Hasil ini konsisten dengan hasil penelitian Fukukawa, (2007). Sedangkan nilai *tradition* berhubungan signifikan positif dengan dukungan ditetapkannya peraturan tentang akuntabilitas sosial perusahaan. Hasil ini tidak konsisten dengan hasil penelitian Fukukawa *et al.* (2007) yang menemukan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara nilai *tradition* dan dukungan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai *power* berpengaruh positif dengan persetujuan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan (SEA 1) sebesar 0,224 dan dukungan ditetapkannya peraturan tentang akuntabilitas sosial dan lingkungan (SEA 2) sebesar 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai *tradition* berhubungan positif dengan sikap akuntabilitas sosial dan lingkungan.

Berdasarkan data deskriptif jawaban responden terhadap indikator persetujuan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan menunjukkan bahwa persentase jawaban responden yang menjawab pada skor -1 sampai 1 yang berarti memiliki nilai *tradition* yang rendah, sebesar 1,19%, yang menjawab pada skor 2 sampai 4 yang berarti memiliki nilai *tradition* sedang, sebesar 79,76%, selanjutnya yang menjawab pada skor 5 sampai 7 yang berarti memiliki nilai *tradition* tinggi, antara sebesar 19,05%. Hal tersebut mengindikasikan bahwa responden memiliki nilai *tradition* yang sedang.

Sedangkan persentase jawaban responden terhadap persetujuan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan (SEA 1) menunjukkan bahwa responden yang menjawab pada skor 1 sampai 3 yang berarti memiliki persetujuan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan rendah, sebesar 0%, yang menjawab pada skor 4 sampai 6 yang berarti memiliki persetujuan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan sedang, sebesar 35,71% selanjutnya yang menjawab pada skor 7 sampai 9 yang berarti memiliki persetujuan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan tinggi, sebesar 64,29%. Hal tersebut mengindikasikan bahwa manajer yang memiliki persetujuan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan yang tinggi. Atas dasar hasil pengujian hipotesis dan deskriptif jawaban responden maka dapat disimpulkan

bahwa rendah ataupun tingginya nilai *power* berhubungan dengan tingginya dukungan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan.

Sedangkan nilai *tradition* berhubungan signifikan positif dengan dukungan ditetapkannya peraturan tentang akuntabilitas sosial perusahaan. Hasil ini tidak konsisten dengan hasil penelitian Fukukawa *et al.* (2007) yang menemukan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara nilai *traditon* dan dukungan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan.

Perbedaan hasil ini disebabkan karena pebedaan kultur negara Amerika Serikat dan Indonesia. Berdasarkan teori nilai budaya Trompenaar, Amerika mempunyai peringkat nilai budaya *emotional culture* yang tinggi, artinya Amerika memiliki budaya dimana emosi-emosi diekspresikan secara terbuka dan spontan/alami (dikutip oleh Dayakisni dan Yuniardi, 2004). Penelitian GLOBE 1993 juga menunjukkan bahwa negara Amerika Serikat mempunyai peringkat keberanian berpendapat yang tinggi. Hal ini berimplikasi pada sikap mereka terhadap suatu peraturan yang akan dikeluarkan. Ketika peraturan tersebut tidak sesuai dengan keinginan mereka, maka masyarakat Amerika akan menolak dengan tegas.

Sebaliknya, Indonesia memiliki budaya netral (*neutral culture*). Budaya netral adalah suatu budaya dimana emosi selalu dalam pengontrolan. Orang-orang di budaya ini mencoba untuk tidak memperlihatkan perasaan mereka, mereka bertindak dengan mengendalikan emosi dan mempertahankan ketenangan (Trompenaar, dikutip oleh Dayakisni dan Yuniardi, 2004). Dengan budaya tersebut, keberanian masyarakat untuk menyatakan ketidaksetujuan kepada pemerintah menjadi rendah sehingga mereka cenderung menyetujui peraturan yang ditetapkan pemerintah.

Selain itu, salah satu nilai sosial masyarakat Indonesia (Jawa) adalah adanya prinsip hormat, artinya bahwa setiap orang dalam berbicara dan membawakan diri selalu harus menunjukkan sikap hormat terhadap orang lain sesuai dengan derajat dan kedudukannya dalam masyarakat. Sedangkan hasil penelitian Hofstede menemukan bahwa Amerika Serikat memiliki skor yang rendah dalam jarak kekuasaan (*power distance*). Hal ini juga berdampak pada keberanian mengeluarkan pendapat mengenai persetujuan/ ketidaksetujuan mengenai peraturan akuntabilitas sosial lingkungan yang akan dikeluarkan pemerintah.

Temuan pada penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Fukukawa *et al.* (2007) yang menemukan bahwa nilai *tradition* tidak berpengaruh signifikan terhadap dukungan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan perusahaan. Perbedaan hasil ini disebabkan karena menurut teori nilai budaya Trompenaar, Amerika memiliki nilai budaya prestasi (*achievement culture*) dimana orang-orang memberi status pada sejauh mana kualitas mereka menampilkan fungsi mereka (Trompenaar dikutip oleh Dayakisni dan Yuniardi, 2004).

Walaupun tidak dihipotesiskan, regresi berganda diatas menunjukkan bahwa nilai *conformity* berpengaruh signifikan terhadap persetujuan adanya akuntabilitas sosial lingkungan. Tujuan dari tipe nilai *conformity* adalah pembatasan terhadap tingkah laku, dorongan-dorongan individu yang dipandang tidak sejalan dengan harapan atau norma sosial. Hal ini diambil dari kebutuhan individu untuk mengurangi perpecahan sosial saat interaksi dan fungsi kelompok tidak berjalan dengan baik.

Sedangkan pengujian terhadap tipe nilai *hedonism, self direction, benevolence, achievement, security, stimulation, dan conformity* menunjukkan bahwa

nilai tersebut tidak berhubungan signifikan dengan persetujuan adanya akuntabilitas sosial maupun persetujuan ditetapkannya peraturan tentang akuntabilitas sosial lingkungan.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian regresi berganda, variabel independen yang merupakan nilai personal (*value*) terdiri *universalism*, *power*, *tradition* ada yang berpengaruh signifikan dan ada juga yang tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap akuntabilitas sosial lingkungan. Faktor-faktor personal yang berpengaruh signifikan terhadap sikap akuntabilitas sosial lingkungan yang terdiri dari dua dimensi yaitu dukungan adanya akuntabilitas sosial lingkungan (SEA 1) dan persetujuan adanya peraturan tentang akuntabilitas sosial lingkungan (SEA 2). Secara parsial pengaruh dari nilai personal (*value*) terhadap sikap akuntabilitas sosial lingkungan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Universalism* menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap dukungan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan (SEA 1).
2. *Universalism* menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap dukungan ditetapkannya peraturan tentang akuntabilitas sosial dan lingkungan (SEA 2)
3. *Power* menunjukkan pengaruh yang signifikan positif terhadap dukungan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan. Artinya semakin tinggi nilai *power* yang dimiliki maka semakin peduli terhadap adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan (SEA 1).
4. *Power* menunjukkan pengaruh yang signifikan negatif terhadap dukungan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan. Artinya semakin tinggi nilai

*power* yang dimiliki maka semakin tidak mendukung adanya peraturan tentang akuntabilitas sosial dan lingkungan (SEA 2).

5. *Tradition* menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap dukungan adanya akuntabilitas sosial dan lingkungan (SEA 1).
6. *Tradition* menunjukkan pengaruh yang signifikan positif terhadap dukungan adanya peraturan tentang akuntabilitas sosial dan lingkungan (SEA). Artinya semakin tinggi nilai *tradition* yang dimiliki maka semakin mendukung adanya peraturan tentang akuntabilitas sosial lingkungan.

## 5.2 Keterbatasan

Keterbatasan penelitian ini adalah:

1. Hanya menganalisis hubungan faktor-faktor nilai personal (*value*) yang bersifat interen yang ada dalam diri setiap individu, tanpa mempertimbangkan faktor eksteren yang mungkin berpengaruh terhadap sikap akuntabilitas sosial dan lingkungan. Teori tindakan beralasan dan teori perilaku terencana menyatakan bahwa selain faktor-faktor internal, sensitivitas etis juga dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa (walaupun ada sebagian mahasiswa ada yang sudah menjadi manajer) yang belum menerapkan langsung etika profesi dalam suatu pekerjaannya.
2. Responden tidak mengisi data pribadi dengan lengkap, sehingga tidak dapat dilakukan analisis lebih mendalam.

### 5.3 Saran

Dengan adanya keterbatasan dalam penelitian ini, disarankan pada penelitian selanjutnya untuk:

1. Menguji faktor-faktor personal yang bersifat eksteren yang mungkin berpengaruh terhadap sikap akuntabilitas sosial lingkungan seperti umur, jenis kelamin serta budaya.
2. Langsung menggunakan sampel manajer (bukan mahasiswa) sebagai objek penelitian yang telah menerapkan etika lingkungan dalam pekerjaannya.

### Daftar Pustaka

- Adams, Carol A, 2004 , The ethical, social and environmental reporting performance portrayal , *Accounting, Auditing & Accountability Journal* Vol. 17 No. 5,
- Anwar, Syaifuddin, 1995, *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*, edisi 2 Pustaka Pelajar
- Ardana, Komang, 2008, Bisnis dan Tanggung jawab Sosial, *Buletin Ekonomi*, Volume 13 Nomor 1
- Axinn, C. N. M. E. Blair, A. Heorhiadi and S.V. Thach, 2004, Comparing Ethical Ideologies Across Cultures\_, *Journal of Business Ethics* 54, 103–119
- Bagozzi dan Dabholkar (1994). Consumer recycling goals and their effect on decisions to recycle: A means end chain analysis. *Psychology & Marketing*, 11 (5), 313-340
- Bechel, Robert B and Churchman, Arza, 2002. *Handbook of Environmental Psychology*, John Wiley dan Dons, Inc
- Binberg, Jacob, Joan, Shields, 2006, Psychology Theory in Management Accounting Research. *Handbook of Management Accounting Research*.
- Bonnes, M dan Bonaiuto, 2002, M Environmental Psychology: From Spatial Physical Environment to Sustainable Development, *Handbook of Environmental Psychology*, John Wiley & Sons, Inc
- Canadian Democracy and Accountability Commission (CDCAC): 2002, The New Balance Sheet: Corporate Profits and Responsibility in the 21st Century, available at <http://www.corporate-accountability.ca>.
- Corporate Sunshine Working Group: 2003, Proposed Expanded SEC Disclosure Schedule, available at <http://www.corporatesunshine.org/proposeddisclosure.pdf>.
- Darwin, Ali, 2009 “*Sustainable Reporting*”, Paper disajikan pada Seminar Sustainability Reporting: MenggagasRegulasi Sustainability Reporting di Indonesia, 7 Maret 2009
- Dayaksini, Tri dan Yuniardi, Salis, 2008, *Psikologi Lintas Budaya*, ed. 3 Umm Press

- Feather, N. T. 1995. Values, Valences, and Choice : The Influence of Values on the Perceived Attractiveness and Choise of Alternatives. *Journal of Personality and Social Psychology*,68, 1135 – 1151
- Fukukawa, Kyoko, William, Grace, 2007. Values and Attitude Toward Social and Environmental Accountability. *Journal of Business Ethics*, 381-393
- Garson,David G., <http://faculty.chass.ncsu.edu/garson/PA765/wls.htm>, 2008
- Ghozali, Imam. 2006. *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang
- Global Reporting Initiative (GRI): 2002, Sustainability Reporting Guidelines, available at <http://www.globalreporting.org>.
- Goldenhar, L. M., & Connell, C. M. (1992–1993). Understanding and predicting recycling behavior: An application of the theory of reasoned action. *Journal of Environmental Systems*, 22(1), 91–103.
- Griffin, Ricky W. and Pustay, Michael W., 2005, *International Business*, Pearson Education, Inc, Upper Saddle River, NJ
- Grube, J. W.; Mayton, D. M.; Ball-Rokeach, S. J. 1994. Inducing Change in Values, Attitudes, and Behaviors : Belief System Theory and the Method of Value Self-Confrontation. *Journal of Social Issues*, 50, 153-174
- Gunawan, Inge. 2001. "Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial: Kebutuhan akan Standar Laporan Keuangan dan Jasa Jaminan Lingkungan". *Jurnal Akuntansi & Manajemen*. Edisi Agustus: 41 – 49
- Hansla, Andre, Amelie Gamble, Asgeir Juliusson, and Tommy Garling, 2008, "The relationships between awareness of consequences, environmental concern, and value orientations." *Journal of Environmental Psychology* 28: 1–9.
- Hair, Jr., J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., and Black, W. C. 1996. *Multivariate Analysis 5 edition*. Mc Graw Hill. USA
- Handayani, Nur. 2002. Pengujian personal *values* dan *value* types berdasarkan perbedaan program studi (Akuntansi dan Hukum), *Ekuitas* Vol. 6 1 Maret
- Hariyono, P. 1993. "*Kultur Cina dan Jawa*", Pustaka Sinar Harapan, Jakarta.
- Hoesada, Jan, "*Sustainable Reporting: Latar Belakang dan CONSEP Pelaporan Kelestarian*." Paper disampaikan dalam Seminar Sustainability Reprting, Semarang, 7 Maret 2009.

- Hopper, J.R. and Nielsen, J.M. (1991) Recycling as altruistic behavior: normative and behavioral strategies to expand participation in a community recycling programme. *Environment and Behavior*, 23 (2), 195-220.
- Hyda, Niezition First, Akuntansi Sosial Ekonomi: Pengukuran dan Penilaian, Pelaporan, Serta Manfaatnya bagi Perusahaan
- Ibrahim, Nabil A, John P. Angelidis, Donald P. (2006), Corporate Social Responsibility: A Comparative Analisis of Perceptions of Practicing Accountants and Accounting Students, *Journal of Business Ethics* : 66
- Ibrahim, Nabil A, John P. Angelidis, John A. (1993), Corporate social responsibility; A comparative analisis of perceptions of top executives and business students, *Atlantic Journal of Business*; 29, 3
- Indriantoro, Nur dan Supomo Bambang. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, BPFE - Yogyakarta, 1999.
- Jones, Thomas M.; Gautschi, Frederick H. (1988), Will The Ethics Of Business Change? A Survey Of Future Exec. *Journal of Business Ethics*; Apr 7, 4
- Karp, David Gutierrez, 1996, Values and their Effect on Pro-Environmental Behavior, *Environment and Behavior* volume 28 no 1
- Keraf, A. Sonny. 2006. Etika Lingkungan, edisi 3, Penerbit Buku Kompas
- Kraft, Kenneth L; Singhapakdi, Anusorn. The relative importance of social responsibility in determine. *Journal of Business Ethics*; Apr 1995;
- Kraft, Kenneth L.; Singhapakdi, Anusorn . The Role of Ethics and Social Responsibility in Achieving Organizational Effectiveness: Students versus maagers. *Journal of Business Ethics*; Sep 1991; 10, 9
- Milfont, Taciano Lemos. 2007 "Psychology of Environmental Attitudes A cross-cultural study of their content and structure." *Disertasi* The University of Auckland.
- Nardlund, Annika M dan Garvil, Jorgen (2002), Value Structures behind Proenvironmental Behavior, *Environment and Behavior*, Vol. 34, No. 6, 740-756
- Nosse, Larry J. (2005) Theory-Based Study of the Basic Values of Physical Therapists, *Physical Therapy*; 85, 9; Academic Research Library .

- Pambudi, Teguh, 2005 “Perjalanan Si Konsep Seksi: *Majalah SWA Sembada*. No.26. XXI, Edisi 19 Desember
- Permasalahan lingkungan hidup, [www.dpd.go.id/myblog/news](http://www.dpd.go.id/myblog/news).
- Rahmat, Paul, 2007, “Tanggung Jawab Sosial Korporasi, *Media Kompas*, 2 Agustus 2007
- Rauwald, Kimberly and Moore Collen F, 2002, Environmental Attitudes as Predictors of Policy support Across Three Countries, *Environment and Behavior*, 34: 709
- Robbins, Stephen P, *Perilaku Organisasi*, 2006 ed. 2 Penerbit Indeks.
- Rokeach, M. 1973. *The Nature of Human Values*. New York : The Free Press
- Rumah belajar psikologi, [http; www.rumahbelajarpsikologi.com/index.php/tipe-nilai.html](http://www.rumahbelajarpsikologi.com/index.php/tipe-nilai.html)
- Schultz, P. W. and L. Zelezny: 1999, \_Values as Predictors of Environmental Attitudes: Evidence for Consistency across 14 Countries\_, *Journal of Environmental Psychology* 19, 255–265.
- Schultz W, Gouveia, Cameron, Geetika Tankha, Peter Schmuck and Marek Franek, 2005, Values and their Relationship to Environmental Concern and Conservation Behavior *Journal of Cross-Cultural Psychology* 36; 457
- Schwartz, S. H. 1994. Are There Universal Aspects in the Structure and Contents of Human Values ? *Journal of Social Issues*, 50, 19-46
- Sekaran, Uma, 2000. *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. Third Edition. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Siany L, Catur Atiek, 2009. “*Khazanah Antropologi 1*”. Pusat Perbukuan Departemen Nasional, Wangsa Jatra Lestari.
- Sianipar, Albert, “*Corporate Social Accountability*” <http://albertsianipar.multiply.com/journal/item/1> diakses tanggal 11 Mei 2009
- Ulaen, Alex J, “*Buyat Pante*” <http://andreasharsono.blogspot.com/2006/02/buyat-pante.html> diakses tanggal 4 Mei 2009

Verdugo, Corral dan Armenta, Martha Frias (2006), Personal Normative Beliefs, Antisocial Behavior, and Residential Water Conservation, *Environment and Behavior*, Vol. 38, No. 3, 406-421

Witoelar, Rachmat, 2006, Sambutan Menteri Negara Lingkungan Hidup pada Seminar Sehari "A Promise of Gold Rating : Sustainable CSR."

Zeghal, Daniel and Sadrudin A. Ahmed. 1990. Comparison of Social Responsibility Information Disclosure Media Used by Canadian Firms. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 3, No. 1, p. 38-53

Hal : Permohonan Menjadi Responden

Kepada Yth.Responden  
Di Tempat.

Dengan hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Alvita Tyas Dwi Aryani

Nim : C4C007004

Pekerjaan : Mahasiswa

Alamat : Magister Akuntansi Universitas Diponegoro  
Jl. Hayam Wuruk No.5 Semarang, Jawa Tengah,  
Phone 024-8452274, E-Mail : [maksi@fe.undip.ac.id](mailto:maksi@fe.undip.ac.id)

Pendidikan : Mahasiswa Program Pasca Sarjana Magister Akuntansi  
UNDIP Semarang.

Saat ini saya sedang melaksanakan penelitian Tesis untuk Program S-2 dalam bidang Akuntansi, dengan judul Tesis: Pengaruh Nilai Personal terhadap Sikap Akuntabilitas Sosial dan Lingkungan (Studi pada Mahasiswa Magister Akuntansi dan Magister Manajeen Undip). Untuk itu saya mohon kesediaan Bapak dan Ibu untuk menjawab kuesioner yang saya sampaikan. Jawaban yang Bapak dan Ibu berikan, semata-mata adalah hanya untuk kepentingan ilmiah, dan tidak akan dipublikasikan.

Keberhasilan penelitian ini sangat tergantung kepada kebaikan, dukungan dan partisipasi dari Bapak dan Ibu. Maka atas segala pengorbanan yang Bapak dan Ibu berikan dan atas kerjasama yang baik ini, saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya  
Pemohon

Alvita Tyas Dwi Aryani





17	Pihak eksekutif bisnis seharusnya bertanggung jawab terhadap efek dari keputusan yang mereka ambil terhadap lingkungan.								
18	Perusahaan seharusnya bertanggung jawab terhadap isu yang berkaitan dengan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan (misalkan, permasalahan emisi, pembuangan sampah, penggunaan energi, efek biodiversitas).								
19	Pemerintah seharusnya menetapkan standar bagi tanggung jawab lingkungan perusahaan dan memaksa perusahaan untuk mempublikasikan apa yang sedang mereka lakukan untuk mematuhi standar tersebut sehingga para stakeholder dapat menilai apakah perusahaan bertanggungjawab terhadap lingkungan atau tidak								

## INSTRUKSI PENGISIAN NILAI PERSONAL

Dalam kuesioner ini, anda bertanya pada diri anda sendiri mengenai “NILAI apa yang anda anggap penting bagi ANDA sebagai prinsip pemandu dalam kehidupan ANDA, dan nilai apa yang anda anggap tidak penting bagi anda? Dibawah ini terdapat daftar yang berisi nilai-nilai dalam kehidupan.

Sebelum mengisi kuesioner ini, bacalah seluruh 56 tipe nilai dan **pilihlah satu** tipe nilai yang **paling sesuai** dengan prinsip kehidupan Anda (berilah angka 7), dan **satu** tipe nilai yang **paling bertentangan** dengan kehidupan Anda (berilah angka -1). (**HANYA ADA 1 TIPE NILAI YANG DI ISI DENGAN SKOR -1 DAN 1 TIPE NILAI YANG DIISI DENGAN SKOR 7**)

Setelah itu, Anda diminta untuk mengisi 54 tipe nilai lainnya sesuai dengan preferensi Anda. Gunakan peringkat sebagai berikut.

Semakin tinggi angkanya (0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7) maka akan semakin penting nilai ini bagi prinsip pemandu kehidupan ANDA

-1 – untuk peringkat pada setiap nilai yang berlawanan dengan prinsip pemandu kehidupan anda.

7 – untuk peringkat pada nilai yang anda anggap penting sebagai prinsip pemandu kehidupan anda

SEBAGAI PRINSIP UNTUK MEMANDU KEHIDUPAN ANDA, nilai tersebut adalah								
Bertentangan dengan nilai saya (K)	tidak penting (TP)			Penting (P)		sangat penting (SP)	sangat penting sekali (SPS)	
-1	0	1	2	3	4	5	6	7







### **Informasi Tambahan**

Isilah data berikut dengan informasi yang berkaitan dengan diri anda. Partisipasi anda sangat kami hargai.

1. Tanggal lahir \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_
2. Jenis kelamin \_\_\_\_\_ Pria \_\_\_\_\_ Wanita
3. Lama bekerja / Pengalaman bisnis \_\_\_\_\_
4. Apakah anda saat ini memiliki saham di perusahaan yang memperdagangkan saham untuk publik?  
Ya \_\_\_\_\_ Tidak \_\_\_\_\_
5. Apakah anda berencana untuk menanamkan saham di perusahaan yang memperdagangkan sahamnya untuk publik di waktu yang akan datang?  
Ya \_\_\_\_\_ Tidak \_\_\_\_\_
6. Dalam jenis industri apa anda bekerja saat ini? \_\_\_\_\_
7. Apakah jabatan Anda saat ini? \_\_\_\_\_
8. Jika belum bekerja, Anda ingin bekerja di perusahaan swasta/ PNS? \_\_\_\_\_
9. Apakah anda saat ini terlibat dengan segala aktivitas yang berhubungan dengan tanggung jawab sosial atau permasalahan lingkungan di tempat kerja anda?  
Ya \_\_\_\_\_ Tidak \_\_\_\_\_

Jika jawaban anda Ya (terlibat aktivitas yang berhubungan dengan tanggung jawab sosial atau permasalahan lingkungan, berilah penjelasan singkat.

---

## HASIL UJI VALIDITAS

### UNIVERSALISM

#### Correlations

		x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	Universalisme
x1	Pearson Correlation	1.000	.316**	.234*	.321**	.285**	.190	.296**	.246*	.174	.569**
	Sig. (2-tailed)		.003	.032	.003	.009	.083	.006	.024	.114	.000
	N	84.000	84	84	84	84	84	84	84	84	84
x2	Pearson Correlation	.316**	1.000	.078	.183	.288**	.170	.257*	.143	.213	.477**
	Sig. (2-tailed)	.003		.479	.095	.008	.123	.018	.193	.052	.000
	N	84	84.000	84	84	84	84	84	84	84	84
x3	Pearson Correlation	.234*	.078	1.000	.204	.279*	.507**	.446**	.389**	.324**	.596**
	Sig. (2-tailed)	.032	.479		.063	.010	.000	.000	.000	.003	.000
	N	84	84	84.000	84	84	84	84	84	84	84
x4	Pearson Correlation	.321**	.183	.204	1.000	.176	.472**	.575**	.402**	.351**	.654**
	Sig. (2-tailed)	.003	.095	.063		.109	.000	.000	.000	.001	.000
	N	84	84	84	84.000	84	84	84	84	84	84
x5	Pearson Correlation	.285**	.288**	.279*	.176	1.000	.129	.228*	.115	.374**	.490**
	Sig. (2-tailed)	.009	.008	.010	.109		.240	.037	.297	.000	.000
	N	84	84	84	84	84.000	84	84	84	84	84
x6	Pearson Correlation	.190	.170	.507**	.472**	.129	1.000	.613**	.812**	.399**	.754**
	Sig. (2-tailed)	.083	.123	.000	.000	.240		.000	.000	.000	.000
	N	84	84	84	84	84	84.000	84	84	84	84
x7	Pearson Correlation	.296**	.257*	.446**	.575**	.228*	.613**	1.000	.528**	.381**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.006	.018	.000	.000	.037	.000		.000	.000	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84.000	84	84	84

x8	Pearson Correlation	.246*	.143	.389**	.402**	.115	.812**	.528**	1.000	.458**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.024	.193	.000	.000	.297	.000	.000	.000	.000	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84.000	84	84
x9	Pearson Correlation	.174	.213	.324**	.351**	.374**	.399**	.381**	.458**	1.000	.642**
	Sig. (2-tailed)	.114	.052	.003	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84.000	84
Univers alisme	Pearson Correlation	.569**	.477**	.596**	.654**	.490**	.754**	.755**	.724**	.642**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84.000

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## STIMULATION

### Correlations

		x10	x11	x12	stimulation
x10	Pearson Correlation	1.000	.231*	.280**	.703**
	Sig. (2-tailed)		.035	.010	.000
	N	84.000	84	84	84
x11	Pearson Correlation	.231*	1.000	.298**	.718**
	Sig. (2-tailed)	.035		.006	.000
	N	84	84.000	84	84
x12	Pearson Correlation	.280**	.298**	1.000	.728**
	Sig. (2-tailed)	.010	.006		.000
	N	84	84	84.000	84
stimulation	Pearson Correlation	.703**	.718**	.728**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	84	84	84	84.000

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## POWER

### Correlations

		x13	x14	x15	x16	x17	power
x13	Pearson Correlation	1.000	.217*	.025	.055	.156	.486**
	Sig. (2-tailed)		.047	.820	.620	.157	.000
	N	84.000	84	84	84	84	84
x14	Pearson Correlation	.217*	1.000	.209	.123	.266*	.620**
	Sig. (2-tailed)	.047		.057	.265	.014	.000
	N	84	84.000	84	84	84	84
x15	Pearson Correlation	.025	.209	1.000	.270*	.454**	.595**
	Sig. (2-tailed)	.820	.057		.013	.000	.000
	N	84	84	84.000	84	84	84
x16	Pearson Correlation	.055	.123	.270*	1.000	.334**	.617**
	Sig. (2-tailed)	.620	.265	.013		.002	.000
	N	84	84	84	84.000	84	84
x17	Pearson Correlation	.156	.266*	.454**	.334**	1.000	.709**
	Sig. (2-tailed)	.157	.014	.000	.002		.000
	N	84	84	84	84	84.000	84
power	Pearson Correlation	.486**	.620**	.595**	.617**	.709**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	84	84	84	84	84	84.000

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## HEDONISM

### Correlations

		x18	x19	Hedonism
x18	Pearson Correlation	1.000	.322**	.824**
	Sig. (2-tailed)		.003	.000
	N	84.000	84	84
x19	Pearson Correlation	.322**	1.000	.786**
	Sig. (2-tailed)	.003		.000
	N	84	84.000	84
hedonism	Pearson Correlation	.824**	.786**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	84	84	84.000

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## TRADITION

### Correlations

		x20	x21	x22	x23	x24	x25	tradition
x20	Pearson Correlation	1.000	-.028	.273*	.415**	.151	.141	.514**
	Sig. (2-tailed)		.802	.012	.000	.170	.202	.000
	N	84.000	84	84	84	84	84	84
x21	Pearson Correlation	-.028	1.000	.123	.120	.096	.058	.408**
	Sig. (2-tailed)	.802		.264	.276	.385	.598	.000
	N	84	84.000	84	84	84	84	84
x22	Pearson Correlation	.273*	.123	1.000	.438**	.612**	.116	.693**
	Sig. (2-tailed)	.012	.264		.000	.000	.293	.000
	N	84	84	84.000	84	84	84	84
x23	Pearson Correlation	.415**	.120	.438**	1.000	.508**	.214	.705**
	Sig. (2-tailed)	.000	.276	.000		.000	.050	.000
	N	84	84	84	84.000	84	84	84
x24	Pearson Correlation	.151	.096	.612**	.508**	1.000	.240*	.710**
	Sig. (2-tailed)	.170	.385	.000	.000		.028	.000
	N	84	84	84	84	84.000	84	84
x25	Pearson Correlation	.141	.058	.116	.214	.240*	1.000	.554**
	Sig. (2-tailed)	.202	.598	.293	.050	.028		.000
	N	84	84	84	84	84	84.000	84
tradition	Pearson Correlation	.514**	.408**	.693**	.705**	.710**	.554**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	84	84	84	84	84	84	84.000

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## SELF DIRECTION

### Correlations

		x26	x27	x28	x29	x30	self direction
x26	Pearson Correlation	1.000	.359**	.310**	.155	.127	.702**
	Sig. (2-tailed)		.001	.004	.160	.248	.000
	N	84.000	84	84	84	84	84
x27	Pearson Correlation	.359**	1.000	.286**	.123	.190	.608**
	Sig. (2-tailed)	.001		.008	.264	.084	.000

	N	84	84.000	84	84	84	84	84
x28	Pearson Correlation	.310**	.286**	1.000	.197	.350**	.669**	
	Sig. (2-tailed)	.004	.008		.072	.001	.000	
	N	84	84	84.000	84	84	84	
x29	Pearson Correlation	.155	.123	.197	1.000	.130	.516**	
	Sig. (2-tailed)	.160	.264	.072		.238	.000	
	N	84	84	84	84.000	84	84	
x30	Pearson Correlation	.127	.190	.350**	.130	1.000	.565**	
	Sig. (2-tailed)	.248	.084	.001	.238		.000	
	N	84	84	84	84	84.000	84	
self direction	Pearson Correlation	.702**	.608**	.669**	.516**	.565**	1.000	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	84	84	84	84	84	85.000	

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## BENEVOLENCE

### Correlations

		x31	x32	x33	x34	x35	x36	x37	x38	x39	benevolence
x31	Pearson Correlation	1.000	.087	-.044	.205	.106	-.133	.392**	.057	.023	.422**
	Sig. (2-tailed)		.430	.692	.062	.336	.226	.000	.607	.838	.000
	N	84.000	84	84	84	84	84	84	84	84	84
x32	Pearson Correlation	.087	1.000	.383**	.239*	.190	-.152	.103	.087	.025	.395**
	Sig. (2-tailed)	.430		.000	.028	.083	.168	.351	.430	.823	.000
	N	84	84.000	84	84	84	84	84	84	84	84
x33	Pearson Correlation	-.044	.383**	1.000	.358**	.283**	.208	.080	.099	.102	.510**
	Sig. (2-tailed)	.692	.000		.001	.009	.058	.471	.371	.356	.000
	N	84	84	84.000	84	84	84	84	84	84	84
x34	Pearson Correlation	.205	.239*	.358**	1.000	.417**	.112	.366**	.234*	.407**	.678**
	Sig. (2-tailed)	.062	.028	.001		.000	.310	.001	.032	.000	.000
	N	84	84	84	84.000	84	84	84	84	84	84
x35	Pearson Correlation	.106	.190	.283**	.417**	1.000	.182	.323**	.344**	.292**	.610**

	Sig. (2-tailed)	.336	.083	.009	.000		.098	.003	.001	.007	.000
	N	84	84	84	84	84.000	84	84	84	84	84
x36	Pearson Correlation	-.133	-.152	.208	.112	.182	1.000	.054	.328**	.340**	.350**
	Sig. (2-tailed)	.226	.168	.058	.310	.098		.624	.002	.002	.001
	N	84	84	84	84	84	84.000	84	84	84	84
x37	Pearson Correlation	.392**	.103	.080	.366**	.323**	.054	1.000	.570**	.454**	.696**
	Sig. (2-tailed)	.000	.351	.471	.001	.003	.624		.000	.000	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84.000	84	84	84
x38	Pearson Correlation	.057	.087	.099	.234*	.344**	.328**	.570**	1.000	.422**	.590**
	Sig. (2-tailed)	.607	.430	.371	.032	.001	.002	.000		.000	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84.000	84	84
x39	Pearson Correlation	.023	.025	.102	.407**	.292**	.340**	.454**	.422**	1.000	.626**
	Sig. (2-tailed)	.838	.823	.356	.000	.007	.002	.000	.000		.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84.000	84
benevolence	Pearson Correlation	.422**	.395**	.510**	.678**	.610**	.350**	.696**	.590**	.626**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84.000

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## SECURITY

### Correlations

		x40	x41	x42	x43	x44	x45	x46	security
x40	Pearson Correlation	1.000	.279*	.180	.296**	.167	-.067	-.042	.530**
	Sig. (2-tailed)		.010	.101	.006	.128	.547	.702	.000
	N	84.000	84	84	84	84	84	84	84
x41	Pearson Correlation	.279*	1.000	.283**	.396**	.358**	.047	.367**	.694**
	Sig. (2-tailed)	.010		.009	.000	.001	.671	.001	.000
	N	84	84.000	84	84	84	84	84	84
x42	Pearson Correlation	.180	.283**	1.000	.220*	.193	-.111	.180	.540**
	Sig. (2-tailed)	.101	.009		.044	.079	.313	.102	.000
	N	84	84	84.000	84	84	84	84	84
x43	Pearson Correlation	.296**	.396**	.220*	1.000	.426**	.087	.205	.723**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.044		.000	.432	.061	.000
	N	84	84	84	84.000	84	84	84	84
x44	Pearson Correlation	.167	.358**	.193	.426**	1.000	.025	.233*	.615**
	Sig. (2-tailed)	.128	.001	.079	.000		.820	.033	.000
	N	84	84	84	84	84.000	84	84	84
x45	Pearson Correlation	-.067	.047	-.111	.087	.025	1.000	.111	.223*
	Sig. (2-tailed)	.547	.671	.313	.432	.820		.316	.041
	N	84	84	84	84	84	84.000	84	84
x46	Pearson Correlation	-.042	.367**	.180	.205	.233*	.111	1.000	.481**
	Sig. (2-tailed)	.702	.001	.102	.061	.033	.316		.000
	N	84	84	84	84	84	84	84.000	84
security	Pearson Correlation	.530**	.694**	.540**	.723**	.615**	.223*	.481**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.041	.000	
	N	84	84	84	84	84	84	84	84.000

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## CONFORMITY

### Correlations

		x47	x48	x49	x50	conformity
x47	Pearson Correlation	1.000	.183	.093	.220	.537**
	Sig. (2-tailed)		.095	.401	.045	.000
	N	84.000	84	84	84	84
x48	Pearson Correlation	.183	1.000	.292**	.359**	.709**
	Sig. (2-tailed)	.095		.007	.001	.000
	N	84	84.000	84	84	84
x49	Pearson Correlation	.093	.292**	1.000	.267*	.643**
	Sig. (2-tailed)	.401	.007		.014	.000
	N	84	84	84.000	84	84
x50	Pearson Correlation	.220	.359**	.267*	1.000	.721**
	Sig. (2-tailed)	.045	.001	.014		.000
	N	84	84	84	84.000	84
conformity	Pearson Correlation	.537**	.709**	.643**	.721**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	84	84	84	84	84.000

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## ACHIEVEMENT

### Correlations

		x51	x52	x53	x54	x55	x56	achievemnt
x51	Pearson Correlation	1.000	.174	.021	.179	.008	-.064	.457**
	Sig. (2-tailed)		.114	.851	.103	.943	.562	.000
	N	84.000	84	84	84	84	84	84
x52	Pearson Correlation	.174	1.000	.108	.106	.339**	.126	.628**
	Sig. (2-tailed)	.114		.329	.336	.002	.252	.000
	N	84	84.000	84	84	84	84	84
x53	Pearson Correlation	.021	.108	1.000	-.048	.000	.022	.447**
	Sig. (2-tailed)	.851	.329		.667	1.000	.841	.000
	N	84	84	84.000	84	84	84	84
x54	Pearson Correlation	.179	.106	-.048	1.000	.262*	.225*	.511**
	Sig. (2-tailed)	.103	.336	.667		.016	.040	.000
	N	84	84	84	84.000	84	84	84
x55	Pearson Correlation	.008	.339**	.000	.262*	1.000	.405**	.551**
	Sig. (2-tailed)	.943	.002	1.000	.016		.000	.000
	N	84	84	84	84	84.000	84	84

x56	Pearson Correlation	-.064	.126	.022	.225*	.405**	1.000	.490**
	Sig. (2-tailed)	.562	.252	.841	.040	.000		.000
	N	84	84	84	84	84	84.000	84
achievemnt	Pearson Correlation	.457**	.628**	.447**	.511**	.551**	.490**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	84	84	84	84	84	84	84.000

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## HASIL UJI RELIABILITAS

### UNIVERSALISM

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.806	.810	9

#### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
x1	4.43	1.593	84
x2	4.67	1.365	84
x3	5.02	1.202	84
x4	4.49	1.331	84
x5	4.88	1.124	84
x6	4.69	1.317	84
x7	4.75	1.201	84
x8	4.63	1.333	84
x9	4.27	1.311	84

#### Inter-Item Correlation Matrix

	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9
x1	1.000	.316	.234	.321	.285	.190	.296	.246	.174
x2	.316	1.000	.078	.183	.288	.170	.257	.143	.213
x3	.234	.078	1.000	.204	.279	.507	.446	.389	.324
x4	.321	.183	.204	1.000	.176	.472	.575	.402	.351
x5	.285	.288	.279	.176	1.000	.129	.228	.115	.374
x6	.190	.170	.507	.472	.129	1.000	.613	.812	.399
x7	.296	.257	.446	.575	.228	.613	1.000	.528	.381
x8	.246	.143	.389	.402	.115	.812	.528	1.000	.458
x9	.174	.213	.324	.351	.374	.399	.381	.458	1.000

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1	37.40	43.906	.395	.250	.804
x2	37.17	47.008	.316	.186	.810
x3	36.81	45.626	.475	.371	.789
x4	37.35	43.675	.531	.415	.782
x5	36.95	47.901	.362	.255	.802
x6	37.14	41.835	.659	.747	.765
x7	37.08	42.800	.671	.529	.766
x8	37.20	42.284	.619	.698	.771
x9	37.56	44.057	.518	.352	.784

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
41.83	54.791	7.402	9

**STIMULATION**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.525	.525	3

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
x10	4.86	1.309	84
x11	4.62	1.334	84
x12	4.92	1.282	84

**Inter-Item Correlation Matrix**

	x10	x11	x12
x10	1.000	.231	.280
x11	.231	1.000	.298
x12	.280	.298	1.000

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x10	9.54	4.444	.316	.102	.459
x11	9.77	4.298	.330	.112	.437
x12	9.48	4.301	.369	.136	.375

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
14.39	7.904	2.811	3

**POWER**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.559	.572	5

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
x13	1.38	1.816	84
x14	2.71	1.991	84
x15	4.11	1.465	84
x16	3.21	2.071	84
x17	4.24	1.719	84

**Inter-Item Correlation Matrix**

	x13	x14	x15	x16	x17
x13	1.000	.217	.025	.055	.156
x14	.217	1.000	.209	.123	.266
x15	.025	.209	1.000	.270	.454
x16	.055	.123	.270	1.000	.334
x17	.156	.266	.454	.334	1.000

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x13	14.27	23.719	.175	.062	.583
x14	12.94	20.514	.312	.115	.509
x15	11.55	22.684	.378	.233	.480
x16	12.44	20.370	.291	.130	.524
x17	11.42	19.692	.489	.290	.406

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15.65	30.108	5.487	5

**HEDONISM**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.487	.487	2

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
x18	2.77	1.996	84
x19	2.06	1.935	84

**Inter-Item Correlation Matrix**

	x18	x19
x18	1.000	.322
x19	.322	1.000

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
4.83	10.213	3.196	2

**TRADITION**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.612	.644	6

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
x20	3.96	1.631	84
x21	1.95	1.901	84
x22	3.88	1.724	84
x23	4.56	1.383	84
x24	4.11	1.679	84
x25	2.54	2.187	84

**Inter-Item Correlation Matrix**

	x20	x21	x22	x23	x24	x25
x20	1.000	-.028	.273	.415	.151	.141
x21	-.028	1.000	.123	.120	.096	.058
x22	.273	.123	1.000	.438	.612	.116
x23	.415	.120	.438	1.000	.508	.214
x24	.151	.096	.612	.508	1.000	.240
x25	.141	.058	.116	.214	.240	1.000

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x20	17.04	30.565	.281	.215	.592
x21	19.05	32.311	.110	.031	.664
x22	17.12	26.468	.499	.422	.504

x23	16.44	28.129	.562	.392	.501
x24	16.89	26.362	.528	.476	.494
x25	18.46	28.083	.234	.081	.628

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
21.00	38.289	6.188	6

### SELF DIRECTION

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.575	.589	5

#### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
x26	3.95	1.888	84
x27	4.64	1.219	84
x28	4.58	1.263	84
x29	4.32	1.416	84
x30	4.54	1.409	84

#### Inter-Item Correlation Matrix

	x26	x27	x28	x29	x30
x26	1.000	.359	.310	.155	.127
x27	.359	1.000	.286	.123	.190
x28	.310	.286	1.000	.197	.350
x29	.155	.123	.197	1.000	.130
x30	.127	.190	.350	.130	1.000

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x26	18.08	11.499	.362	.182	.513
x27	17.39	14.603	.387	.172	.498
x28	17.45	13.793	.459	.226	.459
x29	17.71	15.219	.224	.054	.577
x30	17.50	14.614	.287	.135	.544

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
22.04	19.698	4.438	5

## BENEVOLENCE

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.679	.705	9

### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
x31	4.39	1.843	84
x32	5.21	1.193	84
x33	4.48	1.594	84
x34	5.00	1.182	84
x35	4.80	1.149	84
x36	5.52	1.092	84
x37	4.75	1.422	84
x38	5.26	.958	84
x39	4.56	1.601	84

### Inter-Item Correlation Matrix

	x31	x32	x33	x34	x35	x36	x37	x38	x39
x31	1.000	.087	-.044	.205	.106	-.133	.392	.057	.023
x32	.087	1.000	.383	.239	.190	-.152	.103	.087	.025
x33	-.044	.383	1.000	.358	.283	.208	.080	.099	.102
x34	.205	.239	.358	1.000	.417	.112	.366	.234	.407
x35	.106	.190	.283	.417	1.000	.182	.323	.344	.292
x36	-.133	-.152	.208	.112	.182	1.000	.054	.328	.340
x37	.392	.103	.080	.366	.323	.054	1.000	.570	.454
x38	.057	.087	.099	.234	.344	.328	.570	1.000	.422
x39	.023	.025	.102	.407	.292	.340	.454	.422	1.000

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x31	39.58	35.595	.151	.240	.713
x32	38.76	37.605	.224	.235	.676
x33	39.50	34.277	.294	.308	.668
x34	38.98	33.277	.560	.371	.615
x35	39.18	34.510	.480	.268	.631
x36	38.45	38.540	.190	.302	.681
x37	39.23	31.454	.554	.543	.607
x38	38.71	35.869	.481	.458	.638
x39	39.42	31.836	.438	.392	.633

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
43.98	42.313	6.505	9

**SECURITY**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.614	.610	7

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
x40	3.65	1.501	84
x41	4.87	1.128	84
x42	4.35	1.427	84
x43	4.70	1.558	84
x44	5.01	1.167	84
x45	5.50	1.024	84
x46	5.05	1.063	84

**Inter-Item Correlation Matrix**

	x40	x41	x42	x43	x44	x45	x46
x40	1.000	.279	.180	.296	.167	-.067	-.042
x41	.279	1.000	.283	.396	.358	.047	.367
x42	.180	.283	1.000	.220	.193	-.111	.180
x43	.296	.396	.220	1.000	.426	.087	.205
x44	.167	.358	.193	.426	1.000	.025	.233
x45	-.067	.047	-.111	.087	.025	1.000	.111
x46	-.042	.367	.180	.205	.233	.111	1.000

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x40	29.48	18.734	.257	.161	.606
x41	28.26	17.882	.543	.321	.512
x42	28.79	18.773	.285	.129	.593
x43	28.43	15.645	.508	.292	.502
x44	28.12	18.612	.433	.235	.544
x45	27.63	23.127	.016	.044	.656
x46	28.08	20.415	.290	.190	.589

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
33.13	24.332	4.933	7

**CONFORMITY**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.558	.552	4

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
x47	4.98	1.119	84
x48	4.82	1.272	84
x49	5.04	1.284	84
x50	4.48	1.322	84

**Inter-Item Correlation Matrix**

	x47	x48	x49	x50
x47	1.000	.183	.093	.220
x48	.183	1.000	.292	.359
x49	.093	.292	1.000	.267
x50	.220	.359	.267	1.000

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x47	14.33	8.080	.226	.061	.569
x48	14.49	6.470	.414	.180	.422
x49	14.27	6.996	.313	.115	.510
x50	14.83	6.261	.418	.180	.417

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
19.31	10.771	3.282	4

## ACHIEVEMENT

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.410	.460	6

### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
x51	4.57	1.547	84
x52	3.58	1.702	84
x53	3.11	1.824	84
x54	4.87	1.360	84
x55	5.00	.982	84
x56	5.17	1.334	84

### Inter-Item Correlation Matrix

	x51	x52	x53	x54	x55	x56
x51	1.000	.174	.021	.179	.008	-.064
x52	.174	1.000	.108	.106	.339	.126
x53	.021	.108	1.000	-.048	.000	.022
x54	.179	.106	-.048	1.000	.262	.225
x55	.008	.339	.000	.262	1.000	.405
x56	-.064	.126	.022	.225	.405	1.000

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x51	21.73	16.129	.124	.075	.412
x52	22.71	13.387	.304	.155	.287
x53	23.19	16.084	.045	.017	.482
x54	21.43	15.694	.234	.123	.345
x55	21.30	16.187	.369	.274	.305
x56	21.13	15.995	.215	.188	.357

### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
26.30	20.067	4.480	6

## HASIL UJI ASUMSI KLASIK MULTIKOLINIERITAS

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.241	1.342		3.906	.000		
	universalism	-.161	.197	-.128	-.818	.416	.397	2.522
	stimulation	.033	.115	.030	.288	.774	.888	1.127
	power	.495	.107	.525	4.633	.000	.755	1.325
	hedonism	-.014	.074	-.022	-.195	.846	.750	1.333
	tradition	-.142	.102	-.142	-1.391	.168	.933	1.071
	selfdirection	-.128	.134	-.110	-.959	.341	.738	1.355
	benevolence	-.041	.213	-.029	-.195	.846	.440	2.272
	security	-.087	.213	-.059	-.411	.682	.463	2.160
	conformity	.400	.179	.317	2.239	.028	.483	2.070
	achievement	.101	.153	.073	.658	.512	.797	1.255

a. Dependent Variable: SEA1

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.173	1.545		4.644	.000		
	universalism	.112	.226	.077	.497	.621	.397	2.522
	stimulation	.052	.133	.041	.392	.696	.888	1.127
	power	-.170	.123	-.157	-1.385	.170	.755	1.325
	hedonism	.115	.085	.153	1.345	.183	.750	1.333
	tradition	.499	.118	.431	4.239	.000	.933	1.071
	selfdirection	-.154	.154	-.115	-1.004	.319	.738	1.355
	benevolence	.185	.245	.112	.757	.452	.440	2.272
	security	-.133	.245	-.078	-.543	.589	.463	2.160
	conformity	-.111	.206	-.076	-.540	.591	.483	2.070
	achievement	-.358	.176	-.224	-2.032	.046	.797	1.255

a. Dependent Variable: SEA2

## HASIL UJI HETEROKEDASTISITAS

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.607	.757		2.122	.037
	universalism	-.197	.111	-.301	-1.779	.079
	stimulation	.048	.065	.083	.732	.466
	power	-.181	.060	-.368	-3.000	.004
	hedonism	.080	.042	.236	1.918	.059
	tradition	-.017	.058	-.032	-.288	.774
	selfdirection	.024	.075	.040	.325	.746
	benevolence	-.036	.120	-.048	-.302	.764
	security	.138	.120	.180	1.150	.254
	conformity	-.012	.101	-.018	-.120	.905
	achievement	-.077	.086	-.106	-.892	.375

a. Dependent Variable: ABS\_1

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.443	.763		1.890	.063
	universalism	-.107	.112	-.162	-.954	.343
	stimulation	.063	.066	.109	.960	.340
	power	2.014E-5	.061	.000	.000	1.000
	hedonism	-.032	.042	-.095	-.769	.444
	tradition	-.191	.058	-.363	-3.287	.002
	selfdirection	.052	.076	.085	.685	.496
	benevolence	.060	.121	.079	.493	.624
	security	-.090	.121	-.116	-.742	.461
	conformity	.056	.102	.085	.553	.582
	achievement	-.007	.087	-.009	-.079	.937

a. Dependent Variable: ABS\_2

## WLS

### SEA 1

**Coefficients**

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	Std. Error		
(Constant)	4.977	1.198	Beta	T	4.155	.000
VAR00001	-.145	.181	-.127	.158	-.802	.425
VAR00002	.020	.095	.022	.101	.214	.831
VAR00003	.575	.109	.583	.111	5.271	.000
VAR00004	-.002	.069	-.004	.113	-.035	.972
VAR00005	-.108	.088	-.121	.099	-1.227	.224
VAR00006	-.029	.118	-.026	.109	-.242	.809
VAR00007	-.125	.213	-.090	.154	-.585	.560
VAR00008	-.156	.191	-.118	.144	-.819	.416
VAR00009	.397	.169	.345	.147	2.346	.022
VAR00010	.130	.125	.111	.107	1.042	.301

### SEA 2

**Coefficients**

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	Std. Error		
(Constant)	6.507	1.405	Beta	t	4.630	.000
VAR00001	.101	.199	.075	.148	.508	.613
VAR00002	.012	.120	.010	.100	.103	.918
VAR00003	-.272	.117	-.260	.112	-2.327	.023
VAR00004	.092	.078	.131	.111	1.182	.241
VAR00005	.571	.115	.479	.097	4.943	.000
VAR00006	-.116	.138	-.094	.112	-.836	.406
VAR00007	.303	.214	.204	.144	1.414	.162
VAR00008	-.151	.225	-.094	.140	-.674	.502
VAR00009	-.144	.187	-.104	.134	-.771	.443
VAR00010	-.242	.160	-.159	.105	-1.509	.136

## UJI NORMALITAS

### SEA 1

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		84
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.87100451
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.044
	Negative	-.069
Kolmogorov-Smirnov Z		.630
Asymp. Sig. (2-tailed)		.823
a. Test distribution is Normal.		

### SEA 2

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		84
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.00259561
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.073
	Negative	-.065
Kolmogorov-Smirnov Z		.665
Asymp. Sig. (2-tailed)		.768
a. Test distribution is Normal.		

## HASIL UJI REGRESI BERGANDA

### SEA 1

#### Model Summary

Multiple R	.586
R Square	.343
Adjusted R Square	.253
Std. Error of the Estimate	1.934
Log-likelihood Function Value	-102.004

#### ANOVA

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	142.573	10	14.257	3.813	.000
Residual	272.925	73	3.739		
Total	415.497	83			

#### Coefficients

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	Std. Error		
(Constant)	4.977	1.198	Beta	t	4.155	.000
VAR00001	-.145	.181	-.127	.158	-.802	.425
VAR00002	.020	.095	.022	.101	.214	.831
VAR00003	.575	.109	.583	.111	5.271	.000
VAR00004	-.002	.069	-.004	.113	-.035	.972
VAR00005	-.108	.088	-.121	.099	-1.227	.224
VAR00006	-.029	.118	-.026	.109	-.242	.809
VAR00007	-.125	.213	-.090	.154	-.585	.560
VAR00008	-.156	.191	-.118	.144	-.819	.416
VAR00009	.397	.169	.345	.147	2.346	.022
VAR00010	.130	.125	.111	.107	1.042	.301

### SEA 2

#### Model Summary

Multiple R	.591
R Square	.350
Adjusted R Square	.261
Std. Error of the Estimate	2.510
Log-likelihood Function Value	-115.184

**ANOVA**

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	247.405	10	24.740	3.927	.000
Residual	459.870	73	6.300		
Total	707.275	83			

**Coefficients**

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	Std. Error		
(Constant)	6.507	1.405	Beta	t	4.630	.000
VAR00001	.101	.199	.075	.148	.508	.613
VAR00002	.012	.120	.010	.100	.103	.918
VAR00003	-.272	.117	-.260	.112	-2.327	.023
VAR00004	.092	.078	.131	.111	1.182	.241
VAR00005	.571	.115	.479	.097	4.943	.000
VAR00006	-.116	.138	-.094	.112	-.836	.406
VAR00007	.303	.214	.204	.144	1.414	.162
VAR00008	-.151	.225	-.094	.140	-.674	.502
VAR00009	-.144	.187	-.104	.134	-.771	.443
VAR00010	-.242	.160	-.159	.105	-1.509	.136