

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL*
RESPONSIBILITY TERHADAP *STOCK RETURN***

(Studi Empiris Perusahaan yang Terdaftar di BEI Tahun 2008-2009)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

KARTIKA SAYIDATINA

NIM. C2C607078

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2011

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Kartika Sayidatina
Nomor Induk Mahasiswa : C2C607078
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP *STOCK RETURN* (Studi Empiris Perusahaan yang Terdaftar di BEI tahun 2008-2009)**

Dosen Pembimbing : Dul Muid, S.E., MSi., Akt.

Semarang, 16 Maret 2011

Dosen Pembimbing,

(Dul Muid, S.E., M.Si., Akt.)
NIP. 196505131994031002

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Kartika Sayidatina
Nomor Induk Mahasiswa : C2C607078
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP *STOCK RETURN* (Studi Empiris Perusahaan yang Terdaftar di BEI tahun 2008-2009)**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 16 Maret 2011

Tim Penguji

1. Dul Muid, S.E., M.Si., Akt. (.....)
2. Darsono, S.E., MBA., Akt. (.....)
3. Surya Rahardja, S.E., M.Si., Akt. (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Kartika Sayidatina, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Stock Return* (Studi Empiris Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2008-2009), adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 16 Maret 2011

Yang membuat pernyataan,

(Kartika Sayidatina)
NIM : C2C607078

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Allah tidak akan mengubah nasib seseorang apabila mereka tidak mengubah nasibnya sendiri. (QS. Ar-Raq: 11)

*Bermimpilah karena Tuhan akan memeluk mimpi-mimpi itu.
(Andrea Hirata)*

Nilai seseorang itu ditentukan dari keberaniannya memikul tanggung jawab mencintai hidup dan pekerjaannya. (Kahlil Gibran)

*Human being can alter his life by altering his attitudes of mind.
(William James)*

SKRIPSI INI KUPERSEMBAHKAN UNTUK :

- Skripsi ini aku persembahkan untuk Bapak dan Ibuku tercinta yang selalu mendoakan yang terbaik dan memberikan kasih sayang tulus
- Ya Allah lindungilah selalu kedua orang erikan ridho-Mu kepada hamba agar selalu bisa membahagiakan mereka”
- Adekku tersayang
- Seluruh keluarga dan sahabat

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap *stock return* (menggunakan CAR sebagai proksi) pada perusahaan kategori rawan lingkungan dan tidak mengikuti PROPER tahun 2008-2009. Analisis CSR dalam penelitian ini didasarkan pada parameter *environment* dan *social*. Selain itu juga menggunakan PBV dan DER sebagai variabel kontrol.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 68 laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2008-2009. Sampel tersebut diperoleh dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Metode pengujian hipotesis yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Hasil penelitian secara parsial menunjukkan hanya variabel CSR (*social*) yang berpengaruh positif terhadap *stock return*. Sedangkan variabel CSR (*environment*) tidak berpengaruh terhadap *stock return*. Hasil penelitian secara simultan dengan variabel kontrol menunjukkan bahwa variabel CSR(*environment*) dan CSR(*social*) berpengaruh positif terhadap *stock return*.

Kata kunci : CSR, *environment*, *social*, *stock return*

ABSTRACT

This research is aimed to examine the influence of corporate social responsibility (CSR) of stock return (using CAR as a proxy) on the company's environmentally sensitive category and does not follow the PROPER from 2008-2009. Analysis of CSR in this research are based on environment and social parameters. It also uses PBV and DER as control variables.

The samples which are use in this research are 68 annual report of companies listed in Indonesia Stock Exchange in the 2008-2009. Samples are obtained by using purposive sampling method. Hypothesis testing method used is multiple regression analysis.

The result showed only partially CSR (social) variables, which has positive influence on stock return. While CSR variables (environment) variables did not affect the stock return. The result simultaneously with control variables indicate that the variables of CSR (environment) and CSR (social) positive effect on stock return.

Keywords: CSR, environment, social, stock return

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alikum Wr. Wb.

Alhamdulillah robbil 'alamin, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Stock Return* (Studi Empiris pada Perusahaan r yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2008-2009)”. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana (SI) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

Selama proses penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Drs. H. Mohamad Nasir, M.Si., Akt., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
2. Bapak Dr. H. Abdul Rohman, M.Si., Akt selaku dosen wali yang telah banyak membantu dalam kegiatan akademis.
3. Bapak Drs. Dul Muid, M.Si., Akt selaku dosen pembimbing yang dengan sabar memberi bimbingan dan masukan, juga doa dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Bapak Drs. H. Sudarno, M.Si, Akt, Ph.D selaku Ketua Jurusan Akuntansi Reguler 2.
5. Seluruh dosen dan segenap staf Akuntansi Reguler 2 atas ilmu dan bantuan yang telah diberikan.
6. Orang tuaku tercinta Bapak Muh. Suyuti dan Ibu Umi Inayah yang selalu memberikan dukungan baik moril maupun materiil, kepercayaan, kesabaran, pengorbanan, dan kasih sayang yang tulus kepada penulis.
7. Alm. eyang kakung dan putri yang selalu mendoakan yang terbaik bagi penulis.

8. Adekku tersayang Annis Khoirunnisa atas semangat dan dukungannya, serta kesediaannya meminjamkan handphone.
9. Sahabat terbaikku Adhi Prasetyo yang selalu mendoakan dan mendorong penulis untuk menjadi yang terbaik.
10. Sahabat-sahabatku “Nero” (Anisa, Diah, Metta, Nabila, Nike) yang telah memberikan keceriaan, bantuan dan semangatnya selama ini bagi penulis.
11. Teman-teman Akuntansi Reguler 2 kelas B angkatan 2007(Ella, Endah, Mala, Evi, Ludita,dll) atas kebersamaan, kerjasama yang baik, bantuan, dan dorongannya. Kompak selalu.
12. Teman-teman KKN “Rojali” Banyumanik, kalian memberikan warna tersendiri dalam hidup saya.
13. Teman-teman “Kost Asoy” Kristin dan Uilly, terima kasih atas bantuannya selama ini.
14. Seluruh Staf Akuntansi Reguler 2 atas bantuan yang diberikan.
15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, dan dukungannya. Semoga kebaikan kalian dibalas oleh Allah STW. Amin.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan wacana bagi semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Semarang, 16 Maret 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian	7
1.3.1 Tujuan Penelitian	7
1.3.2 Kegunaan Penelitian	7
1.4 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Teori Legitimasi.....	10
2.1.2 Teori <i>Stakeholders</i>	11
2.1.3 <i>Corporate Social Responsibility</i>	13
2.1.4 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Lingkungan.....	16
2.1.5 <i>Stock Return</i>	18
2.1.6 Hubungan Pengungkapan Sosial dengan Reaksi Investor	19
2.2 Penelitian Terdahulu	21

2.3 Kerangka Pemikiran.....	25
2.4 Hipotesis	26
2.4.1 Pengaruh CSR (<i>environment</i>) terhadap <i>stock return</i>	26
2.4.2 Pengaruh CSR (<i>social</i>) terhadap <i>stock return</i>	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	29
3.1.1 Variabel Penelitian.....	29
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	30
3.2 Populasi dan Sampel	33
3.2.1 Populasi Penelitian.....	33
3.2.2 Sampel Penelitian.....	34
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	34
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	35
3.5 Metode Analisis	35
3.5.1 Statistik Deskriptif	35
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	35
3.5.2.1 Uji Normalitas.....	36
3.5.2.2 Uji Multikolinieritas.....	37
3.5.2.3 Uji Autokorelasi.....	37
3.5.2.4 Uji Heteroskedastisitas.....	38
3.5.3 Metode Regresi Linier Berganda	39
3.5.4 Pengujian Hipotesis	40
3.5.3.1 Uji Statistik t	40
3.5.3.2 Uji Statistik F	41
3.5.3.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian.....	43
4.2 Analisis Data	43
4.2.1 Statistik Deskriptif	43
4.2.2 Hasil Uji Asumsi Klasik	46
4.2.2.1 Uji Normalitas.....	46

4.2.2.2 Uji Multikolinearitas	49
4.2.2.3 Uji Autokorelasi	50
4.2.2.4 Uji Heteroskedastisitas	51
4.2.3 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	53
4.2.3.1 Hasil Uji Statistik t	53
4.2.3.2 Hasil Uji Statistik F	55
4.2.3.3 Koefisien Determinasi (R^2)	56
4.2.4 Hasil Pengujian Hipotesis	57
4.3 Interpretasi Hasil	58
4.3.1 Pengaruh CSR <i>environment</i> terhadap <i>Stock Return</i>	58
4.3.2 Pengaruh CSR <i>social</i> terhadap <i>Stock Return</i>	60
BAB V PENUTUP	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Keterbatasan	63
5.3 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN-LAMPIRAN	68

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Tabel Hubungan Bentuk Efisiensi Pasar dan Informasi	20
Tabel 2.2 Tabel Ringkasan Penelitian Terdahulu	23
Tabel 4.1 Proses Pemilihan Sampel	43
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif	44
Tabel 4.3 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test	47
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas: Nilai <i>Tolerance</i> dan VIF	50
Tabel 4.5 Hasil Uji Autokorelasi : <i>Runs Test</i>	51
Tabel 4.6 Koefisien Determinasi	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Statistik F.....	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Statistik t.....	55
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Hipotesis	57
Tabel 4.10 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis	58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Kerangka Pemikiran Pengaruh CSR terhadap <i>Stock Return</i>	26
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas: Grafik Histogram	48
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas: Grafik <i>Normal P-P Plot</i>	49
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas: Grafik Scatterplot	52

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Daftar Perusahaan Sampel	68
Lampiran B Item-Item Pengungkapan CSR	69
Lampiran C Output SPSS.....	74

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Akhir-akhir ini *corporate social responsibility* menjadi topik yang diperbincangkan oleh berbagai kalangan, khususnya di bidang ekonomi. Konsep ini menjelaskan tentang bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap sosial atau lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. Konsep tentang CSR muncul ketika kesadaran akan *sustainability* jangka panjang perusahaan lebih penting dibandingkan *profitability*. Pada dasarnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan bertujuan untuk memperlihatkan kepada masyarakat tentang aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan dan pengaruhnya kepada masyarakat.

Istilah CSR semakin populer digunakan sejak tahun 1990-an di Indonesia. Sebenarnya beberapa perusahaan telah lama melakukan *corporate social activity* atau aktivitas sosial perusahaan. Meskipun istilah yang digunakan bukan CSR, namun secara faktual aksinya mendekati konsep tentang CSR yaitu menggambarkan bentuk kepedulian perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan. Di Indonesia *corporate social responsibility* diatur dalam Undang-undang No.40 Pasal 74 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Ayat 1 undang-undang tersebut menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.

Corporate social responsibility (CSR) merupakan salah satu bukti bahwa perusahaan tidak hanya berorientasi pada kepentingan *shareholders* dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, namun juga pada kepentingan *stakeholders*. *Global Compact Initiative* (2002) menyebut pemahaman ini dengan 3P (*profit, people, planet*), yaitu tujuan bisnis tidak hanya mencari laba (*profit*), tetapi juga menyejahterakan orang (*people*), dan menjamin keberlanjutan hidup planet ini. (Nugroho, 2007; dalam Siregar dan Dahlia, 2008). *Corporate social responsibility* merupakan fenomena strategi perusahaan yang mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan para *stakeholder*. Oleh karena itu *stakeholders* membutuhkan informasi mengenai CSR. Informasi tersebut dapat diperoleh melalui laporan tahunan (*annual report*) yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Laporan tahunan memberikan gambaran tentang kinerja perusahaan secara komprehensif baik mengenai informasi keuangan maupun informasi non keuangan yang perlu diketahui oleh para pemegang saham, calon investor, pemerintah, atau bahkan masyarakat (Junaedi, 2005). Informasi merupakan kebutuhan mendasar bagi para investor dan calon investor untuk pengambilan keputusan (Sembiring, 2005). Oleh karena itu, pengungkapan informasi yang dilakukan perusahaan di dalam laporan tahunan akan menjadi salah satu bahan pertimbangan bagi investor untuk melakukan investasi pada perusahaan yang bersangkutan. Keputusan investor untuk menanamkan modalnya didorong karena adanya harapan untuk memperoleh return atas investasi yang dilakukan. Semakin baik kinerja suatu perusahaan maka akan semakin menarik minat investor karena keuntungan atau return yang diharapkan juga akan semakin besar. Oleh karena itu,

perusahaan harus berusaha menunjukkan kinerja terbaiknya agar keputusan yang diambil investor dapat menguntungkan perusahaan. Salah satu caranya adalah dengan melakukan kegiatan sosial dan aktivitas lingkungan sebagai wujud tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan di sekitarnya. Kegiatan ini menunjukkan kinerja manajemen yang baik kepada para pemangku kepentingan perusahaan.

Undang-Undang No.25/2007 tentang “Penanaman Modal” , Pasal 15 huruf b menyebutkan bahwa setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Jika tidak dilakukan maka dapat diberikan sanksi administrasi berupa peringatan tertulis, pembatasan kegiatan usaha, pembekuan, hingga pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal (Pasal 34 ayat (1) UU No. 25 Tahun 2007). Pembentukan undang-undang tersebut didasarkan adanya semangat untuk menciptakan iklim penanaman modal yang kondusif yang salah satu aturannya mengatur tentang kewajiban untuk menjalankan *corporate social responsibility*.

Bagi pelaku usaha memiliki kewajiban untuk menyelenggarakan *corporate social responsibility* baik dalam aspek lingkungan, sosial maupun budaya. Kehadiran undang-undang tersebut diharapkan dapat memberikan keuntungan kepada investor dan menciptakan iklim investasi yang menggairahkan. Pengaturan mengenai tanggung jawab penanam modal diperlukan untuk mendorong iklim persaingan usaha yang sehat, memperbesar tanggung jawab lingkungan dan pemenuhan hak dan kewajiban serta upaya mendorong ketaatan penanam modal

terhadap peraturan perundang-undangan. Pelaksanaan CSR secara konsisten oleh perusahaan akan mampu menciptakan iklim investasi (penanaman modal).

Teori legitimasi menjelaskan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan perusahaan dalam upayanya untuk mendapatkan legitimasi dari komunitas dimana perusahaan itu berada dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang. Sayekti dan Wondabio (2007) menjelaskan bahwa hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang menerapkan CSR diharapkan akan direspon positif oleh para pelaku pasar. Dengan demikian, diharapkan akan meningkatkan reputasi perusahaan sehingga nilai perusahaan juga akan meningkat.

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial oleh perusahaan dilakukan sebagai upaya untuk memenuhi keinginan *stakeholders*. Hal ini disebabkan dukungan *stakeholder* kepada perusahaan mempengaruhi keberadaan perusahaan tersebut. Oleh karena itu perusahaan harus menunjukkan kinerja terbaiknya agar mendapatkan kepercayaan dari *stakeholders*. Salah satu contohnya adalah investor yang bersedia menanamkan modalnya karena adanya kepercayaan untuk mendapatkan return yang menguntungkan.

Berbagai penelitian yang terkait tentang hubungan CSR dengan *stock return* menunjukkan adanya keragaman hasil. Lutfi (2001) seperti yang dikutip oleh Zuhroh dan Sukmawati (2003) tidak menemukan pengaruh yang signifikan dari praktek pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan terhadap perubahan harga saham. Penelitian Zuhroh dan Sukmawati (2003) pada perusahaan-

perusahaan *high profile* membuktikan bahwa pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh terhadap volume perdagangan saham. Brammer *et al* (2005) menginvestigasi hubungan antara *corporate social performance* dan *financial performance* yang diukur dengan *stock return* untuk perusahaan-perusahaan di UK. *Environment* dan *employment* berkorelasi negatif dengan *return*, sedangkan *community* berkorelasi positif. Fiori *et al* (2007) meneliti CSR yang berkaitan dengan reaksi investor dan memproksi kinerja perusahaan menggunakan *stock price*. Hasil empirisnya menunjukkan CSR tidak signifikan mempengaruhi *stock price*. Titisari, dkk (2010) yang menguji pengaruh CSR terhadap kinerja perusahaan (*firm performance*) yang diukur dengan *stock return* (diproksi dengan CAR) baik CSR secara keseluruhan maupun berdasarkan pada parameternya (*environment*, *employment*, dan *community*) menunjukkan variabel *environment* dan *community* berkorelasi positif dengan CAR, sedangkan parameter *employment* justru berkorelasi negatif dengan CAR.

Adanya hasil empiris terdahulu yang masih kontradiktif dan bervariasi dalam mengukur kinerja perusahaan serta pentingnya konsep ini dalam membentuk kepercayaan investor, penelitian ini akan membahas pengaruh CSR terhadap kinerja perusahaan yang diukur dengan *stock return*. Penelitian ini mengacu pada penelitian Titisari, dkk (2010). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penggunaan parameter CSR yaitu *environment* dan *social* sebagai variabel independen. Selain itu adanya perbedaan variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian ini dengan sebelumnya yaitu PBV dan DER. Daftar indeks CSR yang digunakan bersumber dari Global Reporting Initiative

modifikasian yang terdiri dari indikator lingkungan dan sosial. Sampel penelitian ini dilakukan pada perusahaan kategori rawan lingkungan dan tidak terdaftar dalam program PROPER dari Kementerian Lingkungan Hidup tahun 2008-2009.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pengungkapan laporan *corporate social responsibility* terhadap kenaikan *stock return* perusahaan, yang dapat mempengaruhi perilaku investor dalam pengambilan keputusan investasi. Penelitian ini dilakukan untuk melihat konsistensi serta memperjelas penelitian-penelitian sebelumnya. Sampel perusahaan yang digunakan adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada rentang waktu tahun 2008-2009.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, dapat dilihat bahwa *Corporate Social Responsibility* menjadi salah satu masalah yang menarik perhatian besar seluruh agen ekonomi dunia. Hal ini disebabkan dampak sosial merupakan masalah yang sangat penting dalam administrasi bisnis. Dampak sosial yang buruk akan meningkatkan resiko perusahaan dan juga memperburuk hubungan antara perusahaan dengan para *stakeholders*. Hal tersebut akan berdampak negatif pada reputasi perusahaan, sehingga akan menurunkan nilai perusahaan bahkan dapat mengakibatkan berakhirnya perusahaan itu sendiri.

Komitmen bersama untuk mewujudkan pembangunan berkelanjutan dan menciptakan iklim investasi bagi para investor serta untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dapat tercapai melalui pelaksanaan *corporate social*

responsibility. Berdasarkan uraian di atas maka penelitian ini dilaksanakan untuk membuktikan secara terperinci permasalahan pokok dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah CSR (*environment*) berpengaruh positif terhadap *stock return*?
2. Apakah CSR (*social*) berpengaruh positif terhadap *stock return*?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh positif antara CSR (*environment*) dengan *stock return*.
2. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh positif antara CSR (*social*) dengan *stock return*.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang berarti dalam pengembangan ilmu ekonomi, khususnya pada bidang ilmu akuntansi. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan *corporate social responsibility*.

2. Manfaat praktis

a. Bagi Pihak Perusahaan / Manajemen

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk pengambilan kebijakan oleh manajemen perusahaan mengenai *corporate social responsibility disclosure* dalam laporan keuangan yang disajikan.

b. Bagi Calon Investor

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi.

c. Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan mengenai pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *stock return*.

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini dan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan populasi dan sampel, variabel penelitian, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang deskripsi objek penelitian, serta analisis data dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini membahas mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, keterbatasan dari penelitian ini dan saran untuk peneliti selanjutnya.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Legitimasi

Menurut Ahmad dan Sulaiman (2004) teori legitimasi didasarkan pada pengertian kontrak sosial yang diimplikasikan antara institusi sosial dan masyarakat. Shocker dan Sethi (dikutip oleh Ghozali dan Chariri, 2007) memberikan penjelasan tentang konsep kontrak sosial sebagai berikut :

Semua institusi sosial tidak terkecuali perusahaan beroperasi di masyarakat melalui kontrak sosial baik eksplisit maupun implisit dimana kelangsungan hidup dan pertumbuhannya didasarkan pada :

- 1) Hasil akhir (output) yang secara sosial dapat diberikan kepada masyarakat luas.
- 2) Distribusi manfaat ekonomi, sosial atau politik kepada kelompok sesuai dengan power yang dimiliki.

Teori legitimasi juga menjelaskan bahwa praktik pengungkapan tanggung jawab perusahaan harus dilaksanakan sedemikian rupa agar aktivitas dan kinerja perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Ghozali dan Chariri (2007) menjelaskan bahwa guna melegitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat, perusahaan cenderung menggunakan kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan.

Teori legitimasi merupakan teori yang paling sering digunakan terutama ketika berkaitan dengan wilayah sosial dan akuntansi lingkungan. Meskipun masih terdapat pesimisme yang kuat yang dikemukakan oleh banyak peneliti, teori ini telah dapat menawarkan sudut pandang yang nyata mengenai pengakuan sebuah perusahaan secara sukarela oleh masyarakat.

2.1.2 Teori *Stakeholder*

Perusahaan adalah bagian dari beberapa elemen yang membentuk masyarakat dalam sistem sosial. Kondisi tersebut menciptakan sebuah hubungan timbal balik antara perusahaan dan para *stakeholder*. Hal ini berarti perusahaan harus melaksanakan peranannya secara dua arah yaitu untuk memenuhi kebutuhan perusahaan itu sendiri maupun *stakeholders*. Menurut Freeman (2001) teori *stakeholder* adalah teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja (*stakeholder*) perusahaan bertanggung jawab. Januarti dan Apriyanti (2005) mengemukakan bahwa teori *stakeholder* mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan memerlukan dukungan *stakeholder* sehingga aktivitas perusahaan juga mempertimbangkan persetujuan dari *stakeholder*.

Stakeholders merupakan individu, sekelompok manusia, komunitas atau masyarakat baik secara keseluruhan maupun secara parsial yang memiliki hubungan serta kepentingan terhadap perusahaan. Ghozali dan Chariri (2007) menjelaskan bahwa *stakeholders theory* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain).

Menurut Irwan (2009) perkembangan teori *stakeholder* diawali dengan berubahnya bentuk pendekatan perusahaan dalam melakukan aktifitas usaha. Ada dua bentuk dalam pendekatan *stakeholders* :

a. *Old-corporate relation*. Pendekatan ini menekankan pada bentuk pelaksanaan aktifitas perusahaan secara terpisah dimana setiap fungsi dalam sebuah perusahaan melakukan pekerjaannya tanpa adanya kesatuan diantara fungsi-fungsi tersebut. Selain itu hubungan antara pemimpin dengan karyawan dan pemasok berjalan satu arah, kaku dan berorientasi jangka pendek. Pendekatan tipe ini akan banyak menimbulkan konflik karena perusahaan memisahkan diri dengan para *stakeholder* baik yang berasal dari dalam perusahaan dan dari luar perusahaan.

b. *New-corporate relation*. Pendekatan ini menekankan kolaborasi antara perusahaan dengan seluruh *stakeholder*-nya sehingga perusahaan bukan hanya menempatkan dirinya sebagai bagian yang bekerja secara sendiri dalam sistem sosial masyarakat karena profesionalitas telah menjadi hal utama dalam pola hubungan ini. Pendekatan ini mengeliminasi penjenjangan status diantara para *stakeholder* perusahaan seperti yang ada pada pendekatan *Old-corporate relation*.

Menurut Iryanie (2009) terdapat beberapa alasan yang mendorong perusahaan perlu memperhatikan kepentingan *stakeholders*, yaitu:

1. Isu lingkungan melibatkan kepentingan berbagai kelompok dalam masyarakat yang dapat mengganggu kualitas hidup mereka.
2. Dalam era globalisasi telah mendorong produk-produk yang diperdagangkan harus bersahabat dengan lingkungan.

3. Para investor dalam menanamkan modalnya cenderung untuk memilih perusahaan yang memiliki dan mengembangkan kebijakan dan program lingkungan.
4. LSM dan pencinta lingkungan makin vokal dalam mengkritik perusahaan-perusahaan yang kurang peduli terhadap lingkungan.

2.1.3 *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility adalah masalah yang semakin penting bagi para agen ekonomi. Hal ini disebabkan masalah tersebut menjadi perhatian baru untuk semua aspek dari aktivitas perusahaan dan hubungan mereka dengan *stakeholders*. Kegiatan sosial perusahaan bukan hanya sekedar cara untuk mencapai hasil ekonomi, namun juga dapat mengembangkan hubungan baik dengan *stakeholders*. Dengan demikian secara tidak langsung dapat menciptakan citra positif bagi perusahaan.

Pelaksanaan *corporate social responsibility* merupakan hal yang sangat penting karena berkaitan dengan pembentukan citra positif perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan seharusnya melihat *corporate social responsibility* bukan sebagai pusat biaya (*cost center*) melainkan sebagai pusat laba (*profit center*) di masa mendatang. Menurut Suharto (2008) CSR adalah operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, melainkan pula untuk pembangunan sosial-ekonomi kawasan secara holistik, melembaga dan berkelanjutan.

Tanggung jawab sosial perusahaan memberikan keuntungan bersama bagi semua pihak, baik perusahaan sendiri, karyawan, masyarakat, pemerintah maupun

lingkungan. Menurut Suharto (2008) ada empat manfaat CSR terhadap perusahaan :

1. *Brand differentiation*. Dalam persaingan pasar yang kian kompetitif, CSR bisa memberikan citra perusahaan yang khas, baik, dan etis di mata publik yang pada gilirannya menciptakan *customer loyalty*. The Body Shop dan BP (dengan bendera “Beyond Petroleum”-nya), sering dianggap sebagai memiliki image unik terkait isu lingkungan.
2. *Human Resources*. Program CSR dapat membantu dalam perekrutan karyawan baru, terutama yang memiliki kualifikasi tinggi. Saat interview, calon karyawan yang memiliki pendidikan dan pengalaman tinggi sering bertanya tentang CSR dan etika bisnis perusahaan, sebelum mereka memutuskan menerima tawaran. Bagi staf lama, CSR juga dapat meningkatkan persepsi, reputasi dan dedikasi dalam bekerja.
3. *License to operate*. Perusahaan yang menjalankan CSR dapat mendorong pemerintah dan publik memberi ”ijin” atau ”restu” bisnis. Karena dianggap telah memenuhi standar operasi dan kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat luas.
4. *Risk Management*. Manajemen resiko merupakan isu sentral bagi setiap perusahaan. Reputasi perusahaan yang dibangun bertahun-tahun bisa runtuh dalam sekejap oleh skandal korupsi, kecelakaan karyawan, atau kerusakan lingkungan. Membangun budaya ”*doing the right thing*” berguna bagi perusahaan dalam mengelola resiko-resiko bisnis.

Ada berbagai pendapat mengenai aktivitas-aktivitas yang dapat dikategorikan sebagai aktivitas sosial yang menunjukkan bentuk keterlibatan

sosial perusahaan terhadap masyarakat. Salah satunya menurut Kotler dan Lee (dikutip oleh Masnila 2010) aktivitas yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial dalam enam kelompok kegiatan, yaitu :

1. *Promotion*. Kegiatan ini merupakan aktivitas sosial yang dilakukan melalui *persuasive communications* dalam rangka meningkatkan perhatian dan kepedulian terhadap hal-hal yang berkaitan dengan isu sosial yang sedang berkembang.
2. *Marketing*. Aktivitas ini dilakukan melalui *commitment* perusahaan untuk menyumbangkan sebesar persentase tertentu hasil penjualannya untuk kegiatan sosial.
3. *Corporate social marketing*. Aktivitas ini dilakukan dengan cara mendukung atau pengembangan dan atau penerapan suatu *behavior change* dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kesehatan masyarakat.
4. *Corporate philanthropy*. Aktivitas ini merujuk pada kegiatan yang diberikan langsung
5. *Community volunteering*. Kegiatan ini merupakan bentuk aktivitas sosial yang diberikan perusahaan dalam rangka memberikan dukungan bagi kesejahteraan masyarakat dan lingkungan. Dukungan tersebut dapat diberikan berupa keahlian, talenta, ide, dan atau fasilitas laboratorium.
6. *Social responsibility business practices*. Aktivitas ini merupakan kegiatan penyesuaian dan pelaksanaan praktik-praktik operasional usaha dan investasi yang mendukung peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat dan melindungi atau menjaga lingkungan, misalnya membangun fasilitas pengolahan limbah,

memilih memilih supplier dan atau kemasan yang ramah lingkungan, dan lain-lain.

2.1.4 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Lingkungan

Ghozali dan Chariri (2007) menjelaskan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah proses yang digunakan oleh perusahaan untuk mengungkapkan informasi berkaitan dengan kegiatan perusahaan dan pengaruhnya terhadap kondisi sosial masyarakat dan lingkungan. Jenis pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*) yaitu pengungkapan informasi yang wajib dilakukan perusahaan yang didasarkan pada peraturan atau standar tertentu. Selain itu ada juga pengungkapan yang bersifat sukarela (*voluntary*) yaitu pengungkapan informasi melebihi persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku.

Setelah diberlakukannya undang-undang No.40 Pasal 74 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, di Indonesia perusahaan yang menjalankan usahanya berkaitan atau di bidang sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Oleh karena itu perusahaan tersebut juga wajib melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial lingkungan.

Alasan yang mendorong praktik pengungkapan sosial dan lingkungan menurut Deegan (dalam Chariri dan Ghozali, 2007) antara lain :

1. Mematuhi persyaratan yang ada dalam undang-undang.
2. Pertimbangan rasionalitas ekonomi.
3. Mematuhi pelaporan dalam proses akuntabilitas.
4. Mematuhi persyaratan peminjaman.

5. Mematuhi harapan masyarakat.
6. Konsekuensi ancaman atas legitimasi perusahaan.
7. Mengelola kelompok stakeholder tertentu.
8. Menarik dana investasi.
9. Mematuhi persyaratan industri.
10. Memenangkan penghargaan pelaporan.

Masnila (2010) mengatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dapat dilihat dari berbagai sudut pandang, yaitu dari tingkat pengungkapan, tema yang diungkapkan, tipe pengungkapan, maupun lokasi atau tempat pengungkapan tersebut dilakukan dalam laporan tahunan.

1. Tingkat pengungkapan. Tingkat/luas pengungkapan berarti banyaknya jumlah item-item yang diungkapkan oleh suatu perusahaan dibandingkan dengan jumlah keseluruhan item yang selayaknya diungkapkan.
2. Tema pengungkapan. Zuhroh dan Sukmawati (2003) menyebutkan tema-tema yang termasuk dalam akuntansi pertanggung jawaban sosial adalah : kemasyarakatan, Ketenagakerjaan, Produk dan Konsumen, dan Lingkungan Hidup.
3. Tipe Pengungkapan. Pengungkapan tanggung jawab sosial bisa dilakukan dengan cara kualitatif naratif, kuantitatif non-moneter, dan kuantitatif moneter. Bentuk narasi atau pernyataan tanpa dilengkapi angka-angka pendukung disebut dengan pengungkapan dengan tipe kualitatif naratif. Tipe pengungkapan kuantitatif non-moneter dinyatakan dalam bentuk angka-angka namun tidak dalam satuan uang/moneter, dan tipe kuantitatif moneter dinyatakan dalam bentuk angka-angka dan dalam satuan uang/moneter.

4. Lokasi pengungkapan. Lokasi pengungkapan berarti merujuk pada tempat dimana pengungkapan tersebut dilakukan.

2.1.5 *Stock Return*

Motivasi para investor melakukan investasi adalah harapan untuk memperoleh *return* yang sesuai. Tanpa adanya *return*, tentunya para investor tidak akan bersedia melakukan investasi. Jadi, dalam hal ini tujuan utama seseorang melakukan investasi adalah untuk memperoleh *return* baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan *return* merupakan imbalan yang diharapkan investor akan diperoleh atas investasi yang dilakukan di suatu perusahaan.

Faktor yang mempengaruhi *return* suatu investasi meliputi pertama, faktor internal perusahaan seperti kualitas dan reputasi manajemennya, struktur permodalannya, struktur hutang perusahaan, dan sebagainya. Faktor kedua adalah menyangkut faktor eksternal, misalnya pengaruh kebijakan moneter dan fiskal, perkembangan sektor industrinya, dan sebagainya (Ang, 1997)

Menurut Abdul Halim (2005), komponen pengembalian (*return*) meliputi :

1. Untung/Rugi modal (*capital gain/loss*) merupakan keuntungan (kerugian) bagi investor yang diperoleh dari kelebihan harga jual (harga beli) di atas harga beli (harga jual) yang keduanya terjadi di pasar sekunder.
2. Imbal hasil (*yield*) merupakan pendapatan atau aliran kas yang diterima investor secara periodik, misalnya berupa dividen atau bunga. *Yield* dinyatakan dalam persentase dari modal yang ditanamkan.

Return merupakan hal terpenting dalam menentukan investasi. Penilaian atas *return* yang diterima harus dianalisis, antara lain melalui analisis *return* diterima pada periode sebelumnya (*return* historis). Berdasarkan hasil analisis tersebut kemudian digunakan untuk menganalisis *return* yang diharapkan (*expected return*). *Expected return* adalah tingkat pengembalian investasi yang diharapkan seorang investor atas suatu investasi yang akan diterima di masa datang.

Return dari suatu investasi tergantung pada instrumen investasinya, seperti halnya saham. Saham tidak menjanjikan suatu *return* yang pasti bagi para investor. Namun, beberapa komponen *return* pada saham yang memungkinkan investor meraih keuntungan adalah dividen, saham bonus dan *capital gain* (Ang, 1997).

2.1.6 Hubungan Pengungkapan Sosial dengan Reaksi Investor

Pengujian terhadap reaksi pasar melalui indikator harga dan volume perdagangan saham biasanya dikaitkan dengan pengujian terhadap EMH (*efficient market hypothesis*). Pasar yang termasuk efisien dapat dilihat dari cepatnya reaksi investor ketika menanggapi informasi baru. Hal ini berkaitan dengan kepentingan investor untuk melakukan keputusan investasi. Apabila informasi tersebut dianggap sebagai informasi yang baik maka akan ada reaksi investor yang tercermin melalui peningkatan harga saham maupun volume perdagangan saham.

Fama (dalam Samsul, 2006) membagi efisiensi pasar dalam tiga tingkatan, yaitu :

1. *The Weak Efficient Market Hypothesis*. Efisiensi pasar dikatakan lemah (*weak-form*) karena dalam proses pengambilan keputusan jual-beli saham investor menggunakan data harga dan volume masa lalu.
2. *The Semistrong Efficient Market Hypothesis*. Efisiensi pasar dikatakan setengah kuat (*semistrong-form*) karena dalam proses pengambilan keputusan jual-beli saham investor menggunakan data harga masa lalu, volume masa lalu, dan semua informasi yang dipublikasikan seperti laporan keuangan, laporan tahunan, pengumuman Bursa, informasi keuangan internasional, peraturan perundangan pemerintah, peristiwa politik, peristiwa hukum, peristiwa sosial, dan lain sebagainya yang dapat mempengaruhi perekonomian nasional.
3. *The Strong Efficient Market Hypothesis*. Efisiensi pasar dikatakan kuat (*strong-form*) karena investor menggunakan data yang lebih lengkap yaitu, harga masa lalu, informasi yang dipublikasikan, dan informasi privat yang tidak dipublikasikan secara umum.

Tabel 2.1
Tabel Hubungan Bentuk Efisiensi Pasar dan Informasi

Bentuk Efisiensi Pasar	Informasi yang digunakan
<i>Weak-form</i>	Harga dan volume masa lalu
<i>Semistrong-form</i>	Harga, volume masa lalu, dan informasi publik
<i>Strong-form</i>	Harga, volume masa lalu, informasi publik, dan privat

Sumber : Samsul (2006)

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai CSR telah banyak dilakukan di berbagai negara dalam kurun waktu yang berbeda. Pada umumnya penelitian tersebut meneliti mengenai karakteristik perusahaan yang diduga memiliki hubungan dengan praktek pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan yang merupakan sumber informasi penting bagi stakeholder dalam menilai kinerja perusahaan.

Zuhroh dan Sukmawati (2003) menunjukkan bahwa pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh terhadap volume perdagangan saham bagi perusahaan yang masuk kategori *high profile*. Lutfi (2001) seperti dikutip oleh Zuhroh dan Sukmawati (2003) tidak menemukan pengaruh yang signifikan dari praktek pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan terhadap perubahan harga saham.

Brammer *et al* (2005) menginvestigasi hubungan antara *corporate social performance* dan *financial performance* yang diukur dengan *stock return* untuk perusahaan – perusahaan di UK. *Environment* dan *employment* berkorelasi negatif dengan *return*, sedangkan *community* berkorelasi positif. Selanjutnya Fiori *et al* (2007) memproksi kinerja keuangan perusahaan menggunakan harga pasar saham dengan variabel kontrol *Debt/Equity Ratio*, *ROE* dan *Beta levered*. Hasil empirisnya menunjukkan CSR parameter (*environment*, *employment*, dan *community*) tidak signifikan mempengaruhi harga pasar saham.

Sayekti dan Wondabio (2007) meneliti pengaruh CSR *disclosure* terhadap *Earning Response Coefficient*. Bukti empiris menunjukkan CSR berpengaruh negatif terhadap *earning response coefficient*, yang mengindikasikan bahwa investor mengapresiasi informasi CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan

perusahaan. Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Widiastuti dalam Titisari dkk (2010) justru menunjukkan pengaruh positif.

Suratno (2006) meneliti pengaruh *environmental performance* terhadap *environmental disclosure* dan *economic performance*. Hasilnya menunjukkan bahwa *environmental performance* berpengaruh secara positif signifikan terhadap *environmental disclosure*. Selain itu *environmental performance* juga berpengaruh secara positif signifikan terhadap *economic performance*. Almilia dan Wijayanto (2007) meneliti pengaruh *environmental performance* dan *environmental disclosure* terhadap *economic performance*. Hasilnya menunjukkan bahwa *environmental performance* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *economic performance*, sedangkan *environmental disclosure* berpengaruh signifikan terhadap *economic performance*.

Akhir (2010) menguji pengaruh pelaporan sosial dan lingkungan perusahaan dengan *return* saham perusahaan. Hasilnya menunjukkan bahwa pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja saham perusahaan. Titisari dkk (2010) yang menguji pengaruh CSR terhadap kinerja perusahaan (*firm performance*) yang diukur dengan *stock return* (diproksi dengan CAR) baik CSR secara keseluruhan maupun berdasarkan pada parameternya (*environment, employment, dan community*) menunjukkan variabel *environment* dan *community* berkorelasi positif dengan CAR, sedangkan parameter *employment* justru berkorelasi negatif dengan CAR.

Tabel 2.2
Tabel Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti (Tahun)	Variabel	Metode Statistik	Hasil
1.	Zuhroh dan Sukmawati (2003)	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel dependen : volume perdagangan saham • Variabel independen : CSR 	Analisis Regresi Linier	Pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh terhadap volume perdagangan saham.
2.	Brammer <i>et al</i> (2005)	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel dependen : return saham. • Variabel independen : $CSR_{environment}$, $CSR_{employment}$, $CSR_{community}$. 	Analisis Regresi Linier Berganda	<i>Environment</i> dan <i>employment</i> berkorelasi negatif dengan <i>return</i> , sedangkan <i>community</i> berkorelasi positif.
3.	Suratno dkk (2006)	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel dependen : <i>economic performance</i> dan <i>environmental disclosure</i>. • Variabel independen : <i>environmental performance</i> dan <i>Predetermined Variable</i>. 	Analisis Regresi Linier Berganda	<i>Environmental performance</i> berpengaruh secara positif signifikan terhadap <i>environmental disclosure</i> dan <i>environmental performance</i> juga berpengaruh secara positif signifikan terhadap <i>economic performance</i> .

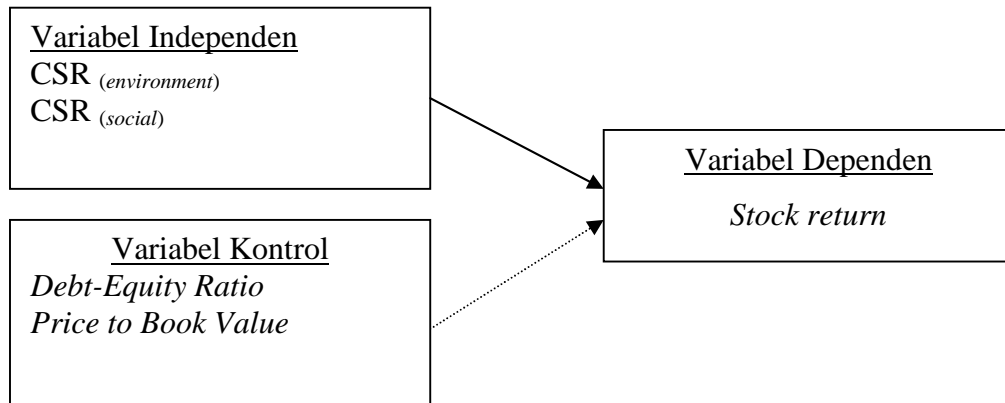
4.	Almilia dan Wijayanto (2007)	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel dependen : <i>economic performance</i>. • Variabel independen : <i>environmental performance, enviromental disclosure, Predetermined Variable</i>. 	Analisis Regresi Linier Berganda	<i>Enviromental performance</i> tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap <i>economic performance</i> . <i>Enviromental disclosure</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>economic performance</i> .
5.	Sayekti dan Wondabio (2007)	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel dependen : CAR • Variabel independen : UE (<i>unexpected earnings</i>) dan pengungkapan informasi csr 	Analisis Regresi Linier Berganda	Tingkat pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh negatif terhadap ERC.
6.	Fiori <i>et al</i> (2007)	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel dependen : harga saham. • Variabel independen : $CSR_{environment}$, $CSR_{employment}$, $CSR_{community}$. 	Analisis Regresi Linier Berganda	CSR parameter (<i>environment, employment, dan community</i>) tidak signifikan mempengaruhi harga pasar saham.
7.	Dahlia dan Siregar (2008)	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel dependen : ROE dan CAR • Variabel independen : <i>Corporate Social Disclosure Index (CSDIt)</i> 	Analisis Regresi Linier Berganda	Pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh positif terhadap variabel ROE_{t+1} . tingkat Pengungkapan CSR dalam laporan tahunan

				perusahaan tidak berpengaruh terhadap variabel CAR
8.	Titisari dkk (2010)	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel dependen : return saham diproksi dengan CAR. • Variabel independen : $CSR_{environment}$, $CSR_{employment}$, $CSR_{community}$. 	Analisis Regresi Linier Berganda	Variabel <i>environment</i> dan <i>community</i> berkorelasi positif dengan CAR, sedangkan parameter <i>employment</i> justru berkorelasi negatif dengan CAR.
9.	Akhir (2010)	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel dependen : return • Variabel independen : pelaporan sosial dan lingkungan perusahaan 	Analisis Regresi Linier Berganda	Pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja saham perusahaan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya dan telaah pustaka, maka variabel yang terkait dalam penelitian ini dapat dirumuskan melalui suatu kerangka pemikiran sebagai berikut :

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Stock Return*



2.4 Hipotesis

2.4.1 Pengaruh CSR (*environment*) terhadap *stock return*

Ghozali dan Chariri (2007) menyatakan bahwa perusahaan cenderung menggunakan kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan untuk membenarkan atau melegitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat. Suratno, dkk (2006) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki *environmental performance* yang baik merupakan *good news* bagi investor dan calon investor. Oleh karena itu perusahaan cenderung akan meningkatkan CSR (*environment*) dalam laporan tahunannya. Semakin tinggi tingkat CSR (*environment*) maka akan semakin tinggi pula respon positif oleh investor yang dapat dilihat melalui fluktuasi harga saham perusahaan.

Menurut penelitian Almilia dan Wijayanto (2007), perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang bagus akan direspon positif oleh para investor melalui fluktuasi harga saham yang semakin naik dari periode ke periode dan

sebaliknya jika perusahaan memiliki kinerja lingkungan yang buruk maka akan muncul keraguan dari para investor terhadap perusahaan tersebut dan direspon negatif dengan fluktuasi harga saham perusahaan di pasar yang semakin menurun dari tahun ke tahun.

Dengan demikian, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah:

H1 : CSR (*environment*) berpengaruh positif terhadap *stock return*

2.4.2 Pengaruh CSR (*social*) terhadap *stock return*

Lingkup sosial merupakan indikator yang erat kaitannya dengan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan. Indikator kinerja sosial menurut GRI terdiri dari tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat/sosial, dan tanggung jawab produk. Keberadaan perusahaan tidak bisa dipisahkan dengan masyarakat sebagai lingkungan eksternalnya. Dilihat dari aspek sosial, perusahaan harus memberikan kontribusi positif secara langsung kepada masyarakat yaitu dengan meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat. Selain itu perusahaan juga harus memperhatikan kesejahteraan dan keselamatan karyawannya. Hal tersebut dikarenakan masyarakat dan karyawan merupakan bagian dari *stakeholders*.

Penelitian Anggraini (2006) menemukan bahwa pengungkapan tertinggi pada tanggung jawab ke masyarakat (*community*). Tanggung jawab ke masyarakat merupakan bagian dari indikator *social*. Hasil penelitian tersebut juga didukung oleh penelitian dari Titisari, dkk (2010) yang menyebutkan bahwa CSR (*community*) berpengaruh positif terhadap *stock return* yang diproksi oleh CAR. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa semakin tinggi pengungkapan CSR (*social*) oleh perusahaan maka return yang akan diperoleh investor juga semakin tinggi.

Berdasarkan hal tersebut, maka dirumuskan hipotesis :

H2 : CSR (*social*) berpengaruh positif terhadap *stock return*

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.1.1 Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen, variabel independen, dan variabel kontrol.

1. Variabel dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen pada penelitian ini adalah *stock return* yang diproksi dengan CAR.

2. Variabel independen

Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Penelitian ini menggunakan variabel *Corporate Social Responsibility* dan *Corporate Social Responsibility Parameters (environment dan social)* sebagai variabel independen.

3. Variabel kontrol

Variabel kontrol adalah variabel yang dikendalikan atau dibuat konstan sehingga pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat tidak dipengaruhi oleh faktor luar yang tidak diteliti. Variabel kontrol dalam penelitian ini adalah *Price to Book Value* dan *Debt-Equity Ratio*.

3.1.2 Definisi Operasional Variabel

1. Variabel *Stock Return*

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *stock return*. *Stock return* diukur dengan *Cummulative Abnormal Return (CAR)*. *Abnormal return* adalah selisih antara return sesungguhnya yang terjadi dengan return ekspektasi. Sedangkan, *Cummulative Abnormal Return (CAR)* adalah jumlah persentase dari semua abnormal return selama periode waktu tertentu. CAR dihitung dengan menggunakan *market-adjusted model* yang menganggap bahwa penduga yang terbaik untuk mengestimasi *return* suatu sekuritas adalah *return* indeks pasar pada saat tersebut (Jogiyanto, 2003). Dengan demikian, tidak perlu menggunakan periode estimasi untuk membentuk model estimasi, karena *return* sekuritas yang diestimasi adalah sama dengan *return* indeks pasar.

Abnormal return (AR_{it}) diperoleh melalui dua tahap. Tahap pertama merupakan selisih dari *return* aktual (R_{it}) yang kemudian dikurangi dengan *return market (R_{mt})* yang diperoleh dari tahap kedua.

Rumusnya sebagai berikut :

$$R_{t=} = \frac{IHSG_t - IHSG_{t-1}}{IHSG_{t-1}}$$

$$R_{mt=} = \frac{IHSG_t - IHSG_{t-1}}{IHSG_{t-1}}$$

$$AR_{it} = R_{it} - R_{mt}$$

Keterangan :

AR_{it} : *Abnormal return* untuk perusahaan i pada hari ke-t.

R_{it} : *Return* harian perusahaan i pada hari ke-t.

R_m : *Return* indeks pasar pada hari ke-t.

$IHSI_t$: Indeks harga saham individual perusahaan i pada waktu t.

$IHSI_{t-1}$: Indeks harga saham individual perusahaan i pada waktu t-1.

$IHSG_t$: Indeks Harga Saham Gabungan pada waktu t.

$IHSG_{t-1}$: Indeks Harga Saham Gabungan pada waktu t-1.

Sedangkan CAR dinyatakan dengan rumus sebagai berikut :

$$CAR_{it} = \sum_{i=1}^n ARI_{i,t}$$

Dimana,

CAR_{it} : *Cumulative Abnormal Return*

2. Variabel CSR (*environment*)

Dimensi lingkungan menyangkut keberlanjutan yang mempengaruhi dampak organisasi terhadap sistem alami hidup dan tidak hidup, termasuk ekosistem, tanah, air dan udara. Indikator Lingkungan meliputi kinerja yang berhubungan dengan input (misalnya material, energi, dan air) dan output (misalnya emisi, air limbah, dan limbah). Sebagai tambahan, indikator ini melingkupi kinerja yang berhubungan biodiversity (keanekaragaman hayati), kepatuhan lingkungan, dan informasi relevan lainnya seperti pengeluaran lingkungan (*environmental expenditure*) dan dampaknya terhadap produk dan jasa. (www.globalreporting.org).

3. Variabel CSR (*social*)

Dimensi sosial dari keberlanjutan membahas sistem sosial organisasi di mana dia beroperasi. Indikator kinerja sosial GRI mengidentifikasi kunci aspek kinerja yang meliputi praktek perburuhan/tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat/sosial, dan tanggung jawab produk. (www.globalreporting.org).

Pengukuran CSR parameters (*environment* dan *social*) dilakukan dengan menggunakan indeks CSR. Penghitungan indeks CSR dilakukan sebagai berikut :

a. Membuat suatu daftar (*checklist*) pengungkapan CSR.

Daftar item yang digunakan dalam penelitian ini adalah daftar item dari GRI (*Global Reporting Initiative*) modifikasian yaitu terdiri dari indikator lingkungan dan sosial.

b. Menentukan indeks CSR untuk setiap perusahaan sampel.

Pengecekan dan penghitungan CSR parameters menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap *item* CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika ada dan nilai 0 jika tidak ada (Haniffa et al, 2005).

4. Variabel *Price to Book Value*

Price to Book Value merupakan variabel kontrol dalam penelitian ini, disimbolkan dengan PBV. *Price to Book Value* digunakan untuk mengukur kinerja harga pasar saham terhadap nilai bukunya (Ang, 1997).

Rumus *Price to Book Value* :

$$PBV = \frac{Ps}{BVS}$$

Keterangan :

PBV : *Price to Book Value*

Ps : Harga pasar saham

BVS : Book value per share

5. Variabel *Debt-Equity Ratio*

Debt-Equity Ratio merupakan variabel kontrol dalam penelitian ini, disimbolkan dengan DER. *Debt-Equity Ratio* digunakan untuk mengukur keseimbangan proporsi antara aktiva yang didanai oleh kreditor dan yang didanai oleh pemilik perusahaan (Juliaty dan Prastowo, 2002). Pada umumnya kreditor jangka panjang lebih menyukai angka DER yang kecil. Hal ini disebabkan makin kecil angka ratio ini, berarti makin besar jumlah aktiva yang didanai oleh pemilik perusahaan, dan makin besar penyangga resiko kreditor.

Rumus *Debt-Equity Ratio* :

$$\text{Debt-Equity Ratio} = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Ekuitas}}$$

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi penelitian

Populasi yang menjadi obyek penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2008-2009.

3.2.2 Sampel penelitian

Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Adapun kriteria sampel yang akan digunakan yaitu :

1. Perusahaan yang termasuk kategori industri rawan lingkungan.
2. Perusahaan tersebut tidak mengikuti Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan dari Kementerian Lingkungan Hidup tahun 2008-2009.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu berupa laporan tahunan (*annual report*) perusahaan yang terdaftar di BEI pada periode waktu antara tahun 2008 dan 2009. Terdapat beberapa alasan mengapa penulis menggunakan data sekunder dalam penelitian ini, yaitu:

1. Pengungkapan laporan *corporate social responsibility* hanya dipublikasikan lewat laporan keuangan.
2. Penggunaan laporan tahunan yang didalamnya terdapat laporan keuangan auditan yang diaudit akuntan publik menandakan data dapat dipercaya dan teruji keabsahan data tersebut.
3. Mudah dalam memperoleh data tersebut.
4. Data sekunder tidak memerlukan biaya yang terlalu besar.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan cara teknik pengumpulan dokumenter. Yaitu teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data yang memuat informasi mengenai suatu obyek atau kejadian masa lalu yang dikumpulkan, dicatat, dan disusun dalam arsip. Sebagai sumber data, laporan tahunan diperoleh melalui publikasi di BEI atau *website* masing-masing perusahaan, baik melalui internet maupun melalui perantara pojok BEI UNDIP. Sedangkan data tentang IHSI dan IHSG diperoleh melalui perantara pojok BEI UNDIP.

3.5 Metode Analisis

3.5.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui tingkat pengungkapan CSR(*environment*), CSR(*social*), *Debt-Equity Ratio*, dan *Price to Book Value* pada perusahaan yang terdaftar di BEI. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai *minimum*, nilai *maximum*, *mean*, dan standar deviasi.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji kelayakan atas model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas.

3.5.2.1 Uji Normalitas

Sebelum dianalisis, data terlebih dahulu diuji dengan uji normalitas. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2006). Untuk menghindari bias maka data yang digunakan harus mempunyai distribusi normal.

Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan statistik.

1. Analisis Grafik

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal (Ghozali, 2006). Selain itu dapat juga dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal.

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Menurut Ghozali (2006), dasar pengambilan keputusannya adalah :

- a. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Analisis Statistik

Uji normalitas dianjurkan untuk menggunakan uji statistik di samping uji grafik. Hal itu disebabkan, uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan kalau tidak hati-hati secara visual kelihatan normal, padahal secara statistik bisa sebaliknya (Ghozali, 2006). Penelitian ini menggunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S).

3.5.2.2 Uji Multikolineiritas

Uji Multikolineiritas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel-variabel independen saling berkorelasi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (Ghozali, 2006). Ada atau tidaknya multikolineiritas di dalam model regresi dapat dideteksi dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan variabel bebas mana yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Batas untuk nilai *tolerance* adalah 0,10 dan batas VIF adalah 10 (Ghozali, 2005). Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$) dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi, Jadi, jika nilai *tolerance* kurang dari 0,1 atau VIF lebih dari 10 maka terjadi multikolinearitas.

3.5.2.3 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 yang merupakan periode sebelumnya

(Ghozali, 2006). Jika terjadi korelasi antar kesalahan pengganggu maka terdapat masalah autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi (Ghozali, 2006).

Penelitian ini menggunakan run test untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi. Jika antar residual tidak terdapat hubungan korelasi maka dikatakan bahwa residual adalah acak atau random.

3.5.2.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2006). Jika *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas (Ghozali, 2006).

Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di *studentized*. Dasar analisis :

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.5.3 Metode Regresi Linier Berganda

Metode regresi linier berganda bertujuan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen dengan skala pengukur atau rasio suatu persamaan linier. Metode regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur pengaruh variabel *CSR environment* dan *CSR social* terhadap *stock return* yang diproksi CAR dengan memasukkan variabel kontrol PBV dan DER.

Adapun persamaan statistik dalam penelitian ini :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y : CAR

a : Konstanta

X_1 : *CSR (environment)*

X_2 : *CSR (social)*

X_3 : PBV

X_4 : DER

b_1, \dots, b_4 : Koefisien Regresi

e : *Error*

3.5.4 Pengujian Hipotesis

Menurut Ghozali (2006) ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *Goodness of fit*nya. Secara statistik, setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik t. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima.

3.5.4.1 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2006). Uji t dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai signifikansi t masing-masing variabel pada *output* hasil regresi menggunakan SPSS dengan *significance level* 0,05 ($\alpha = 5\%$). Jika nilai signifikansi lebih besar dari α maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan), yang berarti secara individual variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari α maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan), berarti secara individual variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

3.5.4.2 Uji Signifikansi Parameter Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat (Ghozali, 2006). Uji F dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai signifikansi F pada *output* hasil regresi menggunakan SPSS dengan *significance level* 0,05 ($\alpha = 5\%$). Jika nilai signifikansi lebih besar dari α maka hipotesis ditolak, yang berarti semua variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikan lebih kecil dari α maka hipotesis diterima, yang berarti semua variabel independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

3.5.4.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah

variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai Adjusted R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.