

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP
KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL PADA
PERUSAHAAN BERKATEGORI *HIGH-PROFILE*
YANG *LISTING* DI BURSA EFEK INDONESIA**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:
YOSUA RINALDY
NIM C2C007139

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2011**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Yosua Rinaldy

Nomor Induk Mahasiswa : C2C 007 139

Fakultas/ Jurusan : Ekonomi / Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL PADA PERUSAHAAN BERKATEGORI *HIGH-PROFILE* YANG *LISTING* DI BURSA EFEK INDONESIA**

Dosen Pembimbing : Shiddiq Nur Rahardjo, SE., M.Si., Akt.

Semarang, 14 Juni 2011

Dosen Pembimbing,

(Shiddiq Nur Rahardjo, SE., M.Si., Akt.)
NIP. 19720511 200012 1001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Yosua Rinaldy
Nomor Induk Mahasiswa : C2C007139
Fakultas / Jurusan : Ekonomi / Akuntansi
Judul Skripsi : **PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL PADA PERUSAHAAN BERKATEGORI *HIGH-PROFILE* YANG *LISTING* DI BURSA EFEK INDONESIA**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 13 Juli 2011

Tim Penguji:

1. Shiddiq Nur Rahardjo, S.E., M.Si., Akt. (.....)
2. Dr. H. Agus Purwanto, S.E., M.Si., Akt. (.....)
3. Totok Dewayanto, S.E., M.Si., Akt. (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Yosua Rinaldy, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **“PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL PADA PERUSAHAAN BERKATEGORI *HIGH-PROFILE* YANG *LISTING* DI BURSA EFEK INDONESIA”** 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, 14 Juni 2011
Yang membuat pernyataan,

(Yosua Rinaldy)
NIM. C2C007139

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Sekalipun aku berjalan dalam lembah kekelaman, aku tidak takut bahaya, sebab engkau besertaku; gada-Mu dan tongkat-Mu, itulah yang menghibur aku.”

(Mazmur 23 : 4)

Memberi kehidupan tanpa niat menguasainya. Membesarkan tanpa mengaitkan kepentingan pribadinya. Setelah berhasil tidak merasa berjasa. Bagi orang yang tidak pernah menuntut jasa, jasanya tidak akan pernah meninggalkan dia. (Lao Zi)

Aku hari ini harus lebih baik daripada hari yang lalu. Aku hari esok harus lebih baik dari hari ini. Aku harus terus berusaha menjadi lebih baik dengan kerja keras dan impian yang besar. (Yosua Rinaldy)

Sesungguhnya, sangat besar kasih karunia yang menyertai sebuah pemberian kecil; dan sangat berharga semua hal yang berasal dari teman. (Theocritus)

SKRIPSI INI PENULIS PERSEMBAHKAN KEPADA:

TUHAN yang menjadi sumber kehidupan, pengasih, dan kekuatanku.
Kedua orangtuaku dan seorang adik kecilku yang sudah mengasihi aku dengan tulus.

Teman – teman terbaikku yang selalu menemani dan mendukungku.

ABSTRACT

The aim of this research is to investigate the effects of Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure dimensions to institutional ownership in companies. Dimensions from CSR disclosure follow the indicators from Golden Hope Plantation Berhad (GHPB) that stand from four category which is employee relation, community involvement, product, and environment. Company's institutional ownership seen by the stock ownership from institution in each companies. Therefore, this research attempts to develop previous researchs by using four CSR disclosure indicators form GHPB as independent variable. The four independent variables are employee relation CSR disclosure, community involvement CSR disclosure, product CSR disclosure, and environment CSR disclosure.

The population of this research is the companies listed in BEI (Bursa Efek Indonesia) in the year of 2008-2009. Based on purposive sampling method, sample size of this research is 61 companies while data source is the annual reports of companies in Indonesia. Data analysis is used contents analysis, procees by classic assumption, and then hypothesis test is used multiple linear regression method in SPSS 16.0 software.

This research's results show that only employee relation CSR disclosure and product CSR disclosure which have a positive and significant effect to institutional ownership. In other hand, community involvement CSR disclosure and environment CSR disclosure have no positive and no significant effect to institutional ownership. This research's result generally coincide with the previous research findings on disclosure of corporate social responsibility and its relations with insitutiona ownership.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure, institutional ownership, employee relation, community involvement, product, and environment.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi – dimensi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kepemilikan insitusional perusahaan. Dimensi – dimensi dari pengungkapan CSR mengikuti indikator *Golden Hope Plantation Berhad* (GHPB) yang terdiri dari empat kategori yaitu hubungan dengan karyawan, keterlibatan dengan komunitas, produk, dan lingkungan. Kepemilikan institusional perusahaan dilihat berdasarkan saham yang dimiliki institusi dalam suatu perusahaan. Tinjauan mengenai penelitian sebelumnya menunjukkan keberagaman hasil serta belum adanya penelitian sejenis yang dilakukan di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya untuk mengembangkan penelitian sebelumnya dengan menggunakan keempat indikator CSR sesuai GHPB sebagai variabel independen. Empat variabel independen tersebut yaitu pengungkapan CSR dimensi hubungan dengan karyawan, pengungkapan CSR dimensi keterlibatan dengan komunitas, pengungkapan CSR dimensi produk, dan pengungkapan CSR dimensi lingkungan.

Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) pada tahun 2008-2009. Berdasarkan metode *purposive sampling* didapatkan sampel 61 perusahaan dengan sumber data berupa laporan tahunan perusahaan. Analisis data menggunakan *content analysis*, diolah dengan uji asumsi klasik, dan kemudian pengujian hipotesis menggunakan metode regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS 16.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya pengungkapan CSR dimensi hubungan dengan karyawan dan pengungkapan CSR dimensi produk yang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepemilikan institusional perusahaan. Sedangkan pengungkapan CSR keterlibatan dengan komunitas dan pengungkapan CSR lingkungan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepemilikan institusional. Hasil penelitian ini secara umum sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan hubungannya dengan kepemilikan insitusional.

Kata kunci: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), Kepemilikan Institusional, Struktur Kepemilikan, hubungan dengan karyawan, keterlibatan dengan komunitas, produk, dan lingkungan.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur tertinggi kepada Tuhan Allah yang selalu mencurahkan anugerah dan penyertaannya yang selalu menuntun penulis sehingga skripsi dengan judul **“PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL PADA PERUSAHAAN BERKATEGORI *HIGH-PROFILE* YANG *LISTING* DI BURSA EFEK INDONESIA”** dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dikarenakan adanya campur tangan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih atas bantuan dan dukungan yang begitu besar dari:

1. Bapak Prof. Drs. Mohamad Nasir, M.Si., Akt., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
2. Bapak Prof. Dr. Muchamad Syafruddin, Msi., Akt. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
3. Bapak Shiddiq Nur Rahardjo, SE., MSi., Akt. selaku Dosen Pembimbing atas waktu, perhatian, arahan, dan segala bimbingan kepada penulis selama penulisan skripsi ini. Terima kasih juga atas ilmu yang diberikan kepada saya.

4. Bapak Marsono, SE., M.Adv., Acc., Akt. selaku Dosen Wali yang telah membimbing penulis dari awal hingga akhir studi di Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
5. Para dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
6. Staf Tata Usaha dan Perpustakaan Fakultas Ekonomi yang telah membantu penulis selama proses studi.
7. Keluarga kecil penulis, bapak, ibu, dan adik tercinta (Rosa) yang selalu memberi semangat dan doa untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seorang sahabat wanita terdekat penulis (Yunita Biyang) yang selalu mendoakan dan memotivasi penulis. Terima kasih atas rasa sayang dan perhatian yang kamu berikan. Semoga yang terbaik selalu bersama kita.
9. Teman – teman seperjalanan dan seperjuangan S1 akuntansi 2007 (Hari S, Hari U, Jekson, Bebek, Samin, Tangguh, Iqbal, Eri, Murni, Nyo, Titus, Rochman, Jere, dll) yang sudah banyak mendukung dan berbagi dengan penulis. Masa kuliah tidak akan indah tanpa kalian.
10. Tim futsal Akuntansi 07 (Jiwo, Kurniawan, Adrian, Panggah, Icaz, Azis, Yogi, Irfan, Seno, Ryan, Ludy, Aji, Timo, Anto, dll). Terima kasih sudah berfutsal ria untuk menyehatkan jiwa raga penulis.
11. PMK FE Undip dan teman – teman sejawat PMK angkatan 2007 (Fery, Lidya, Sury, Binsar, Ane, Arif, Tony, Holong, Martina, Deni, Eunike, Ive, Dewan,

Ace, Prima, Vera, Yuris, Devi, dll) yang mengajar penulis untuk selalu hidup dalam kebenaran dan tuntunan Tuhan.

12. Refo-Media PMK FE yang memberikan arti dari apa itu makna kreativitas dan inovasi. Terima kasih para penerusku (Ardy, Dina, Vellin, Anita, Glory, Chiz, Togi, Edo, Ren, Rino, Naomi, Dian, Arya, dan Winda) atas support kalian.
13. Sahabat – sahabat antik (Nixon, Ari, Haris, Fatona, Ummy, Ruhama, Siti, Vica, Enal, Sara, Fani, dan Eddy) yang sudah mendukung dan saling berbagi dengan penulis sejak SMA hingga saat ini. Sungguh kalian tak tergantikan buatku.
14. Teman – teman kos di PT 26 dan Maerasari 2 (Noel, Ipenk, Agus, Afron, Akbar, Angga, Andi, Gatot, Nur, Wahid, Wawan, dan Budi). Terima kasih atas wawasan dan debat yang telah menambah pemahaman saya.
15. Teman – teman KKN Jeruk Agung yang saya kagumi (Anta, Devi, Mily, Wildan, Yudha, Ritsa, Andy, Goffar, Sabeth, Raymond, dan Tika). Sungguh momen yang tak akan penulis lupakan saat kita berbagi dan berjuang bersama. Terima kasih atas momen terindahku semasa kuliah yang telah kalian berikan.
16. Pihak – pihak lain yang juga sudah sangat membantu namun tak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Semarang, 14 Juni 2011

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi

BAB I

PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	10
1.4 Sistematika Penulisan.....	11

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori.....	13

2.2 Penelitian Terdahulu.....	39
2.3 Kerangka Pemikiran.....	48
2.4 Hipotesis.....	49
BAB III	
METODE PENELITIAN.....	55
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	55
3.2 Populasi dan Penentuan Sampel.....	63
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	65
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	65
3.5 Metode Analisis.....	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	72
4.2 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	73
4.3 Interpretasi Hasil.....	90
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	101
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	104
5.3 Saran.....	105

DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	111

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	45
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	61
Tabel 4.1 Jumlah Sampel Penelitian.....	73
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif.....	74
Tabel 4.3 Korelasi Koefisien.....	77
Tabel 4.4 <i>Collinearity Statistics</i>	78
Tabel 4.5 Tabel Uji Durbin – Watson.....	79
Tabel 4.6 Hasil Uji Kolgomorov – Smirnov.....	83
Tabel 4.7 Koefisien Determinasi Uji <i>Goodness of Fit</i>	85
Tabel 4.8 Uji Statistik F.....	86
Tabel 4.9 Uji Statistik t.....	87
Tabel 4.10 Uji Statistik t Tambahan.....	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	48
Gambar 4.1 Grafik Plot Uji Heterokedastisitas.....	80
Gambar 4.2 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	82
Gambar 4.3 <i>Normal Probability Plot</i> Uji Normalitas.....	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kategori Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	111
Lampiran B Daftar Sampel Perusahaan <i>High-Profile</i>	113
Lampiran C Output Statistik Deskriptif SPSS 16.0.....	115
Lampiran D Hasil Pengujian Regresi dengan SPSS 16.0.....	116

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Tren globalisasi saat ini yang disertai juga oleh peningkatan permintaan oleh *stakeholders* terhadap perusahaan untuk mengadopsi praktik CSR memiliki andil besar dalam mendorong keterlibatan perusahaan dalam CSR (Chapple dan Moon, 2005 dalam Saleh *et al*, 2010). Saat ini juga, peningkatan kepekaan dan kepedulian terhadap lingkungan dan nilai etika menjadi isu yang cukup fenomenal (Iren, 2008). Dalam perkembangan dunia usaha sendiri, hal tersebut mendorong banyak perusahaan untuk menaruh perhatian serius pada praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam menjalankan berbagai kegiatannya. Fakta ini sendiri kemudian juga menempatkan isu CSR menjadi salah satu isu penting bukan hanya bagi perusahaan saja namun juga bagi *stakeholders* ataupun *shareholders* perusahaan itu sendiri.

Pemikiran yang melandasi *Corporate Social Responsibility* (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan) sendiri adalah bahwa perusahaan berdiri dengan tidak hanya memiliki kewajiban – kewajiban ekonomi dan legal (artinya kepada pemegang saham atau *shareholder*) melainkan perusahaan juga memiliki kewajiban – kewajiban kepada pihak – pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*). Tanggung jawab sosial dari perusahaan terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholder*, yang

mana termasuk didalamnya adalah pelanggan atau *customer*, pegawai, komunitas sekitar, pemilik atau investor, pemerintah, *supplier* bahkan juga *competitor* (Anggraini, 2010). CSR adalah pernyataan umum yang menunjukkan kewajiban perusahaan untuk memanfaatkan sumber daya ekonomi di dalam kegiatan usahanya demi menyediakan dan memberikan kontribusi kepada para *stakeholders* internal dan eksternal (Kok, 2001 dalam Saleh *et al*, 2010).

Bila melihat perkembangan dunia usaha saat ini juga, pertumbuhan saham yang dimiliki oleh investor institusional atau kepemilikan institusional telah meningkat pesat. Maksud dari kepemilikan institusional sendiri adalah proporsi kepemilikan saham pada akhir tahun yang dimiliki oleh lembaga, seperti asuransi, bank atau institusi lainnya (Tarjo, 2008). Sebagai contoh, investor institusional mengontrol hampir 60 persen saham yang beredar dari semua saham biasa di Amerika Serikat (Hayashi, 2003 dalam Saleh *et al*, 2010). Selain itu, menurut Ken Little (2010) investor institusi besar juga cenderung memiliki dana sekitar milyaran dollar (sekitar puluhan trilyun dalam rupiah) untuk diinvestasikan. Hal ini menjadi suatu fakta yang menarik bagi banyak perusahaan untuk menarik investor institusional dalam berinvestasi ke perusahaan mereka.

Ketertarikan perusahaan terhadap kehadiran investor institusional dikarenakan investor institusional juga dapat bertindak sebagai pihak yang memonitor perusahaan. Kemampuan *monitoring* investor institusional dalam perusahaan dilihat dari tingkat kepemilikannya. Perusahaan dengan kepemilikan institusional yang besar (lebih dari

5%) mengindikasikan kemampuan investot institusional dalam memonitor manajemen perusahaan secara optimal. Semakin besar kepemilikan institusional maka semakin efisien pemanfaatan aktiva perusahaan dan diharapkan juga dapat bertindak sebagai pencegahan terhadap pemborosan yang dilakukan oleh manajemen (Faizal, 2004).

Menurut Shleifer dan Vishny (dalam Haruman, 2008), jumlah pemegang saham yang besar (*large shareholders*) mempunyai arti penting dalam memonitor perilaku manajer dalam perusahaan. Dengan adanya konsentrasi kepemilikan, maka para pemegang saham besar seperti kepemilikan oleh institusional akan dapat memonitor tim manajemen secara lebih efektif dan nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan (Permanasari, 2010).

Lebih lanjut menurut Shleiver dan Vishny (1986) dalam Ujiyantho dan Pramuka (2007) berpendapat juga bahwa tingkat kepemilikan institusional dalam proporsi yang cukup besar akan mempengaruhi nilai pasar perusahaan dikarenakan semakin efektif mekanisme pengawasan terhadap kinerja manajemen. Selain itu, McClure (2010) menyatakan bahwa investor institusi memiliki kemampuan dan pengetahuan lebih baik dalam hal menilai pasar dan prospek sesungguhnya dibandingkan dengan investor individu. Hal tersebut tentunya bisa menambah kredibilitas perusahaan karena perusahaan yang memiliki kepemilikan institusional tinggi mencerminkan tingginya prospek perusahaan itu juga yang nantinya bisa menambah kredibilitas perusahaan di mata investor lainnya.

Melihat kenyataan itu, banyak perusahaan yang berupaya untuk menarik para investor institusional lewat praktik dan pengungkapan CSR. Praktik dan pengungkapan CSR sebagai simbol kepedulian perusahaan akan lingkungan sosialnya yang dikomunikasikan dalam berbagai media, tentunya membawa pengharapan terhadap baiknya citra perusahaan di mata masyarakat dan berbagai *stakeholders* perusahaan (Iren, 2008). Oleh sebab itu praktik dan pengungkapan CSR dianggap mampu menarik dan meningkatkan kepemilikan institusional perusahaan dikarenakan mampu memberi nilai tambah berupa peningkatan citra dan reputasi perusahaan di mata investor.

Nilai tambah berupa citra dan reputasi yang mampu diberikan CSR ini memiliki berbagai wujud. Misalnya saja praktik CSR dalam wujud hubungan baik dengan karyawan seperti memberikan upah layak, menyajikan keamanan kerja yang terstandar, dan pelatihan karyawan yang baik sudah sangat mampu untuk meningkatkan reputasi perusahaan di mata investor institusional. Hal ini karena investor institusional sebagai investor yang cenderung berinvestasi dalam jangka panjang sangat menyadari bahwa lewat hubungan baik dengan karyawan maka loyalitas dan ketrampilan kerja perusahaan akan terjaga (Cox *et al* dalam Saleh *et al*, 2010). Dengan begitu, investor institusi akan yakin untuk berinvestasi pada perusahaan yang mampu untuk terus *going concern* demi menjamin investasi jangka panjangnya.

Turban dan Greening (1997) dalam Anggraini (2011) juga menyatakan bahwa investor institusional melihat keuntungan jangka panjang dari keterlibatan perusahaan dalam *corporate social performance*. Lebih lanjut lagi, Mahoney dan Robert (2007) dalam Anggraini (2011) menyatakan bahwa investor institusional mempertimbangkan *corporate social performance* yang rendah dari perusahaan merupakan investasi yang berisiko. Risiko itu berasal dari biaya sanksi akibat mengabaikan peraturan yang ada (*mandatory disclosure*). Oleh karena itu, perusahaan tidak hanya memperhatikan kinerja keuangan saja tetapi juga harus memperhatikan kegiatan sosial yang nantinya diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan.

CSR merupakan sebuah gagasan yang mana 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. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines* (Nurlela dan Islahuddin, 2008). Di sini *bottom lines* lainnya selain finansial juga ada 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. Sudah menjadi fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar, di berbagai tempat dan waktu muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidupnya (Nurlela dan

Islahuddin, 2008). Hal seperti ini sudah sangat disadari oleh investor institusional sebagai investor yang cenderung berinvestasi dalam jangka panjang. Oleh karena itu investor institusional sering kali menggunakan CSR sebagai ukuran dalam melihat kemampuan perusahaan untuk mampu *going concern*.

Banyak penelitian yang telah menemukan bahwa praktik dan pengungkapan CSR telah cukup banyak dilakukan oleh berbagai perusahaan. Banyak perusahaan yang semakin menyadari pentingnya CSR dalam menarik dan memuaskan *stakeholders*. Khusus di Indonesia sendiri, meskipun belum diwajibkan kepada tiap perusahaan secara keseluruhan, tetapi dapat dikatakan bahwa banyak perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sudah menerapkan praktik CSR dalam laporan tahunannya dengan tingkat persentase yang beragam (Permanasari, 2010).

Zuhroh dan Putu (2003) dalam Permanasari (2010) juga menyatakan bahwa pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan yang *go public* telah terbukti berpengaruh terhadap volume perdagangan saham bagi perusahaan yang masuk kategori *high profile*. Artinya bahwa investor sudah memulai merespon dengan baik informasi - informasi sosial yang disajikan perusahaan dalam laporan tahunan. Semakin luas pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan ternyata memberikan pengaruh terhadap volume perdagangan saham perusahaan dimana terjadi lonjakan perdagangan pada seputar publikasi laporan tahunan.

Penelitian lainnya yang dilakukan Epstein dan Freedman (1994) berdasarkan survey yang telah dilakukan menemukan juga bahwa investor individual cenderung lebih tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang memasukkan aspek kegiatan sosial dalam laporan tahunannya. Bahkan dalam penelitian tersebut, ditemukan bahwa kebanyakan investor juga menginginkan perusahaan untuk memasukkan aspek etika, hubungan dengan karyawan, dan keterlibatan dengan komunitas sekitar dalam laporan tahunannya. Hal ini mengindikasikan investor sangat tertarik dengan pengungkapan CSR.

Adapun juga penelitian yang dilakukan oleh Saleh *et al* (2010) mampu menemukan bahwa tingkat praktik dan pengungkapan CSR perusahaan – perusahaan di Malaysia memiliki hubungan dengan tingkat kepemilikan institusional. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa investor institusional dalam usahanya memilih portofolio investasi merujuk juga kepada kinerja sosial perusahaan. Bahkan dalam penelitian tersebut juga menyatakan bahwa investor institusional cenderung mencegah atau menghindari investasi pada perusahaan yang memiliki kinerja sosial yang buruk.

Namun demikian, penelitian mengenai dampak pengungkapan CSR terhadap tingkat kepemilikan investasi di Indonesia masih belum banyak. Selain itu, masih terjadi ketidakkonsistensian mengenai dampak pengungkapan CSR terhadap meningkatnya kepemilikan institusional pada penelitian Saleh *et al* (2010). Hal ini dikarenakan dalam penelitian Saleh *et al* (2010) menemukan bahwa investor

institusional tidak menaruh perhatian serius terhadap semua dimensi CSR. Dalam penelitian tersebut walau ditemukan bahwa secara garis besar pengungkapan CSR menarik perhatian investor institusional di Malaysia namun dimensi CSR dalam praktik kontribusi keterlibatan dengan komunitas dan lingkungan sekitar tidak terlalu dianggap oleh investor institusional dalam berinvestasi di suatu perusahaan. Kemudian data sampel penelitian tersebut juga diambil dari data periode 2000 – 2005 yang mana data – data tersebut mungkin tidak terlalu mewakili praktik dan pengungkapan CSR sekarang ini. Mengingat bahwa praktik dan pengungkapan CSR mengalami banyak sekali perkembangan dari tahun 2005 sampai tahun 2011 saat ini.

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini ingin mencoba meneliti kembali pengaruh praktik dan pengungkapan CSR suatu perusahaan dalam kaitannya dengan tingkat kepemilikan institusional yang ada di perusahaan tersebut. Penelitian ini merupakan pengembangan dari artikel penelitian Saleh *et al* (2010). Penelitian ini mencoba menerapkan konsep yang diteliti oleh Saleh *et al* (2010) pada perusahaan – perusahaan di Malaysia dengan menelitinya kembali pada konteks perusahaan – perusahaan dan institusi – institusi di Indonesia yang *listing* di BEI (Bursa Efek Indonesia). Selain itu, penelitian ini juga mencoba meneliti berdasarkan dengan sampel data yang lebih *up to date* dibandingkan dengan penelitian sebelumnya yaitu dengan menggunakan sampel dari data – data pada periode 2009. Berdasarkan pemaparan tersebut, oleh karena itu penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Kepemilikan**

Institusional pada Perusahaan Berkategori *High-Profile* yang *Listing* di BEI Indonesia”.

1.2 Perumusan Masalah

Adanya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau sering juga disebut *Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan dengan mendasarkan pada tiga aspek yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan lewat CSR itu sendiri dianggap mampu untuk menarik pihak investor untuk menanam dana pada perusahaan tersebut. Pihak investor khususnya investor institusional seringkali menaruh perhatian khusus pada pengungkapan CSR dalam keputusan investasinya. Perusahaan sendiri selalu berharap banyak investor yang berusaha untuk menanamkan dana di perusahaannya terutama penanaman dana dari pihak investor yang besar dan bonafit seperti investor institusional. Hal ini dikarenakan investor institusional dianggap mampu memberikan nilai tambah berupa kemampuan mengontrol manajemen dan pemanfaatan aktiva yang efisien bagi perusahaan sehingga kehadirannya dalam suatu perusahaan sangat diharapkan perusahaan itu sendiri (Faizal, 2004).

Masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah mengenai pengaruh pengungkapan CSR terhadap kepemilikan institusional dalam suatu perusahaan. Maka berdasarkan uraian tersebut, permasalahan yang akan diteliti adalah:

1. Apakah tingkat pengungkapan CSR pada dimensi relasi dengan karyawan berpengaruh terhadap tingkat kepemilikan institusional suatu perusahaan?
2. Apakah tingkat pengungkapan CSR pada dimensi hubungan dengan komunitas sekitar berpengaruh terhadap tingkat kepemilikan institusional suatu perusahaan?
3. Apakah tingkat pengungkapan CSR pada dimensi produk perusahaan berpengaruh terhadap tingkat kepemilikan institusional suatu perusahaan?
4. Apakah tingkat pengungkapan CSR pada dimensi kepedulian terhadap lingkungan berpengaruh terhadap tingkat kepemilikan institusional suatu perusahaan?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan memberikan bukti empiris terhadap:

1. Pengaruh tingkat pengungkapan CSR pada dimensi hubungan dengan karyawan perusahaan terhadap tingkat kepemilikan institusional suatu perusahaan.
2. Pengaruh tingkat pengungkapan CSR pada dimensi keterlibatan dengan komunitas sekitar terhadap tingkat kepemilikan institusional suatu perusahaan.
3. Pengaruh tingkat pengungkapan CSR pada dimensi produk perusahaan terhadap tingkat kepemilikan institusional suatu perusahaan.
4. Pengaruh tingkat pengungkapan CSR pada dimensi kepedulian dengan lingkungan terhadap tingkat kepemilikan institusional suatu perusahaan.

Dari penelitian dan hasil yang ditemukan, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut.

1. Menyediakan informasi mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan kepemilikan institusional yang dapat digunakan untuk penelitian para akademisi dan praktisi di bidang akuntansi pada masa yang akan datang.
2. Diharapkan dapat memberi manfaat kontribusi dalam pengembangan teori, terutama yang berkaitan dengan praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) dalam laporan tahunan perusahaan.
3. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat mendorong perusahaan agar dapat menaruh perhatian serius pada praktik dan pengungkapan CSR sehingga dapat menanamkan investasi pada perusahaannya.
4. Bagi investor, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan pengambilan keputusan investasi pada perusahaan dengan melihat penerapan praktik dan pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan tersebut.

1.4 Sistematika Penulisan

Penelitian ini mempunyai sistematika sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi hal – hal yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tinjauan pustaka yang digunakan untuk membahas masalah yang diangkat dalam penelitian ini. Mencakup landasan teori, *review* penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran serta hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi variabel dan definisi operasional penelitian yaitu tentang deskripsi variabel - variabel dalam penelitian yang didefinisikan secara jelas, penentuan sampel, jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian, metode pengumpulan data, dan metode analisis yang mana merupakan deskripsi tentang jenis atau model analisis dan mekanisme alat analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang pengujian atas hipotesis yang dibuat dan penyajian hasil dari pengujian tersebut, serta pembahasan tentang hasil analisis yang dikaitkan dengan teori yang berlaku.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan, keterbatasan dan saran penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Penelitian ini menggunakan teori legitimasi untuk menjelaskan hipotesis – hipotesis yang dikembangkan pada penelitian ini. Teori legitimasi didefinisikan oleh Lindholm (1987) dalam (Iren, 2008) yaitu suatu kondisi atau status yang ada ketika sistem nilai suatu entitas sejalan dengan system nilai dari system sosial yang lebih besar dimana entitas tersebut adalah bagiannya. Ketika suatu perbedaan, nyata atau berpotensi muncul diantara kedua sistem nilai tersebut, maka akan terdapat suatu ancaman atas hak legitimasi entitas tersebut. Dengan melakukan *corporate social responsibility disclosure*, perusahaan merasa keberadaan dan aktivitasnya terlegitimasi.

Dowling dan Pfeffer (1975) dalam Ghazali dan Chariri (2007) menjelaskan bahwa teori legitimasi sangat bermanfaat dalam menganalisis perilaku organisasi. Dowling dan Pfeffer (1975) dalam Ghazali dan Chariri (2007) mengatakan bahwa :

Karena legitimasi adalah hal yang penting bagi organisasi, batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan.

Nasi *et al* (dalam Nurhayati *et al.*, 2006) mengatakan bahwa “*Legitimacy theory focuses of the adequacy of corporate social behaviour*”. Ini berarti bahwa *society judge* organisasi berdasarkan atas *image* (citra) yang akan perusahaan ciptakan untuk perusahaan itu sendiri. Selanjutnya organisasi dapat menetapkan legitimasi mereka dengan memadukan antara kinerja perusahaan dengan ekspektasi atau persepsi publik. Ketika terdapat kesenjangan antara pengharapan dari masyarakat dan perilaku sosial perusahaan, maka akan muncul masalah legitimasi (Nurhayati *et al.*, 2006).

Barkemeyer (2007) mengungkapkan bahwa terdapat dua bagian penting tentang kekuatan teori legitimasi organisasi dalam konteks tanggung jawab sosial perusahaan di negara – negara berkembang; pertama, kapabilitas untuk menempatkan motif maksimalisasi keuntungan membuat gambaran lebih jelas bagi perusahaan tentang motivasi perusahaan memperbesar tanggung jawab sosialnya. Kedua, legitimasi organisasi dapat memasukkan faktor budaya yang membentuk tekanan institusi yang berbeda dalam konteks yang berbeda.

Gray, *et al.* (1995) berpendapat bahwa teori legitimasi dan teori *stakeholder* merupakan perspektif teori yang berada dalam kerangka teori ekonomi politik. Hal ini dikarenakan pengaruh masyarakat luas dapat menentukan alokasi sumber keuangan dan sumber ekonomi lainnya, perusahaan cenderung menggunakan kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan untuk membenarkan atau melegitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat. Berbeda dengan teori

stakeholder, teori legitimasi memfokuskan pada interaksi antara perusahaan dan masyarakat. Dowling dan Pfeffer (1975) dalam Ghazali dan Chariri (2007) memberikan alasan yang logis tentang legitimasi organisasi dan mengatakan sebagai berikut:

Organisasi berusaha menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang melekat pada kegiatannya dengan norma-norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat dimana organisasi adalah bagian dari system tersebut. Selama kedua sistem nilai tersebut selaras, kita dapat melihat hal tersebut sebagai legitimasi perusahaan. Ketika ketidakselarasan aktual atau potensial terjadi diantara kedua sistem nilai tersebut, maka akan ada ancaman terhadap legitimasi perusahaan.

Landasan teori legitimasi adalah “kontrak sosial” yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Shocker dan Sethi (1974) dalam Ghazali 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

Di dalam masyarakat yang dinamis, tidak ada sumber *power* institusional dan kebutuhan terhadap pelayanan yang bersifat permanen. Oleh karena itu, suatu institusi harus lolos uji legitimasi dan relevansi dengan cara menunjukkan bahwa masyarakat memang memerlukan jasa perusahaan dan kelompok tertentu yang

memperoleh manfaat dari penghargaan (*reward*) yang diterimanya betul-betul mendapat persetujuan masyarakat (Ghozali dan Chariri, 2007).

Dowling dan Pfeffer (1975) dalam Ghozali dan Chariri (2007) mengatakan bahwa legitimasi tidak dapat didefinisikan hanya dengan mengatakan “apa yang legal atau ilegal”. Harapan masyarakat terhadap perilaku perusahaan dapat bersifat implisit dan eksplisit (Deegan, 2003). Menurut Deegan (2003), bentuk eksplisit dari kontrak sosial adalah persyaratan legal, sementara bentuk implisitnya adalah harapan masyarakat yang tidak tercantum dalam peraturan legal (*uncodified community expectation*). Ada tiga alasan yang menyebabkan terjadinya korelasi yang tidak sempurna antara hukum dan norma/nilai sosial. *Pertama*, meskipun hukum sering dianggap sebagai refleksi dari norma dan nilai sosial, sistem hukum formal mungkin terlalu lambat dalam mengadaptasi perubahan norma dan nilai sosial di masyarakat. *Kedua*, sistem legal didasarkan pada konsistensi sedangkan norma mungkin kontradiktif (*contradictory*). *Ketiga*, masyarakat mungkin mentolerir perilaku tertentu tapi tidak menginginkan perilaku tersebut tercantum dalam aturan hukum (Dowling dan Pfeffer, 1975 dalam Ghozali dan Chariri, 2007). Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat (Ghozali dan Chariri, 2007). Dengan demikian, legitimasi dapat dikatakan sebagai manfaat atau sumber potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup. Ketika ada perbedaan antara nilai-nilai yang dianut perusahaan dengan nilai-nilai masyarakat, legitimasi perusahaan akan berada

pada posisi terancam. Perbedaan antara nilai-nilai perusahaan dengan nilai – nilai sosial masyarakat sering dinamakan “*legitimacy gap*” dan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk melanjutkan kegiatan usahanya (Dowling dan Pfeffer, 1975 dalam Ghozali dan Chariri, 2007). *Legitimacy gap* dapat terjadi karena tiga alasan (Warticl dan Mahon, 1994 dalam Ghozali dan Chariri, 2007):

- a. Ada perubahan dalam kinerja perusahaan tetapi harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan tidak berubah.
- b. Kinerja perusahaan tidak berubah tetapi harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan telah berubah.
- c. Kinerja perusahaan dan harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan berubah ke arah yang berbeda, atau ke arah yang sama tetapi waktunya berbeda.

Namun demikian, harus diingat bahwa keberadaan dan besarnya *legitimacy gap* bukanlah hal yang mudah untuk ditentukan. Yang penting adalah bagaimana perusahaan berusaha memonitor nilai-nilai perusahaan dan nilai-nilai sosial masyarakat dan mengidentifikasi kemungkinan munculnya gap tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007). Ketika terdapat perbedaan antara kedua nilai tersebut, maka perusahaan perlu untuk mengevaluasi nilai sosialnya dan menyesuaikannya dengan nilai – nilai yang ada di masyarakat. Perusahaan juga dapat mengubah nilai-nilai sosial yang ada atau persepsi terhadap perusahaan sebagai taktik legitimasi. Jadi, untuk mengurangi *legitimacy gap*, perusahaan harus mengidentifikasi aktivitas yang berada dalam kendalinya, mengidentifikasi publik yang memiliki *power*, dan

mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan perusahaan kepada publik; sehingga mampu memberikan *legitimacy* kepada perusahaan (Neu, *et al.*, 1998 dalam Ghozali dan Chariri, 2007).

Sudah menjadi fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar, di berbagai tempat dan waktu muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidupnya (Nurlela dan Islahuddin, 2008). Fakta itulah yang dikatakan sebagai fakta *legitimacy gap*. Hal seperti ini sangat diteliti oleh investor institusional sebagai investor yang cenderung berinvestasi dalam jangka panjang. Oleh karena itu investor institusional sangat jeli untuk melihat perusahaan dalam mengupayakan legitimasinya.

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini menggunakan teori legitimasi untuk menjelaskan hipotesis – hipotesis yang ada dan yang akan diuji.

2.1.2 Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Penelitian ini menggunakan teori *stakeholder* untuk menjelaskan serta untuk mengembangkan hipotesis – hipotesis yang ada dan yang akan diuji. Pertimbangan menggunakan teori *stakeholder* karena teori ini mampu menjelaskan kekuatan hubungan yang dijalin perusahaan dengan *stakeholders*-nya. Yang mana kekuatan hubungan antara perusahaan dengan investor institusional sebagai salah satu stakeholder perusahaan merupakan tujuan dari adanya penelitian ini. Selain itu, teori

ini juga digunakan karena telah digunakan secara luas dalam penelitian – penelitian pengungkapan tanggung jawab sosial sebelumnya (Saleh *et al*, 2010).

Teori *stakeholder* mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholder*. Perusahaan berusaha mencari pembenaran dari para *stakeholder* dalam menjalankan operasi perusahaannya. Semakin kuat posisi *stakeholder*, semakin besar pula kecenderungan perusahaan mengadaptasi diri terhadap keinginan para *stakeholder*-nya (Iren, 2008).

Berdasarkan teori *stakeholder*, 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). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007). Gray, *et al.* (1995) mengatakan bahwa:

Kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Makin *powerful stakeholder*, makin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholder*-nya.

Definisi *stakeholder* telah berubah secara substansial selama empat decade terakhir. Pada awalnya, pemegang saham dipandang sebagai satu-satunya *stakeholder* perusahaan (Ghozali dan Chariri, 2007). Pandangan ini didasarkan pada argumen yang disampaikan oleh Friedman (1962) dalam Ghozali dan Chariri (2007) yang mengatakan bahwa tujuan utama perusahaan adalah untuk memaksimalkan

kemakmuran pemiliknya. Namun demikian, Freeman (1983) dalam (Ghozali dan Chariri, 2007) tidak setuju dengan pandangan ini dan memperluas definisi *stakeholder* dengan memasukkan konstituen yang lebih banyak, termasuk kelompok yang dianggap tidak menguntungkan (*adversarial group*). Misalnya, pihak yang memiliki kepentingan tertentu dan regulator.

Stakeholder pada dasarnya dapat mengendalikan atau memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan. Oleh karena itu, *power stakeholder* ditentukan oleh besar kecilnya *power* yang mereka miliki atas sumber tersebut. *Power* tersebut dapat berupa kemampuan untuk membatasi pemakaian sumber ekonomi yang terbatas (modal dan tenaga kerja), akses terhadap media yang berpengaruh, kemampuan untuk mengatur perusahaan, atau kemampuan untuk mempengaruhi konsumsi atas barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan (Deegan, 2003). Oleh karena itu, “ketika *stakeholder* mengendalikan sumber ekonomi yang penting bagi perusahaan, maka perusahaan akan bereaksi dengan cara yang memuaskan keinginan *stakeholder*” (Ullman, 1985 dalam Ghozali dan Chariri, 2007). Lebih lanjut, Ullman (1985) dalam Ghozali dan Chariri (2007) mengatakan bahwa organisasi akan memilih *stakeholder* yang dipandang penting, dan mengambil tindakan yang dapat menghasilkan hubungan harmonis antara perusahaan dengan *stakeholder*-nya.

Atas dasar argumen di atas, teori *stakeholder* secara eksplisit mempertimbangkan dampak harapan dari kelompok *stakeholder* yang berbeda dalam

masyarakat atas kebijakan pengungkapan informasi mengenai aktivitas perusahaan. Pengungkapan informasi mengenai aktivitas perusahaan merupakan suatu alat manajemen untuk mengelola kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh berbagai kelompok *stakeholder* yang kuat seperti karyawan perusahaan, pemegang saham, investor, konsumen, regulator, Lembaga Swadaya Masyarakat, dan sebagainya (Handayani, 2011). Oleh karena itu, manajer menggunakan informasi ini untuk mengelola *stakeholder* yang kuat agar mendapatkan dukungan dari *stakeholder* dimana dukungan ini berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan (Gray, *et al.*, 1995).

Cara-cara yang dilakukan perusahaan untuk *me-manage stakeholder*-nya tergantung pada strategi yang diadopsi perusahaan (Ullman, 1985 dalam Ghozali dan Chariri, 2007). Perusahaan mungkin mengadopsi strategi yang aktif atau pasif. Perusahaan yang mengadopsi strategi aktif akan berusaha mempengaruhi hubungan organisasinya dengan *stakeholder* yang dipandang berpengaruh atau penting (Ullman, 1985 dalam Ghozali dan Chariri, 2007). Hal ini menunjukkan bahwa *active posture* tidak hanya mengidentifikasi *stakeholder*, tetapi juga menentukan *stakeholder* mana yang memiliki kemampuan terbesar dalam mempengaruhi alokasi sumber ekonomi ke perusahaan (Handayani, 2011). Sebaliknya, perusahaan dengan *passive posture* cenderung tidak terus-menerus memonitor aktivitas *stakeholder* dan secara sengaja tidak mencari strategi optimal untuk menarik perhatian *stakeholder* (Handayani, 2011). Kurangnya perhatian terhadap *stakeholder* (dalam pendekatan *passive*

posture) akan mengakibatkan rendahnya tingkat pengungkapan informasi sosial dan rendahnya kinerja sosial perusahaan (Ullman, 1985 dalam Ghozali dan Chariri, 2007).

Dengan melakukan aktivitas dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, maka perusahaan pun berharap akan mampu untuk terus mempertahankan eksistensinya. Karena semakin kuat kekuatan dan tuntutan *stakeholder* pada perusahaan maka perusahaan akan semakin sering berusaha memenuhi keinginan *stakeholder* yang mana salah satu caranya yaitu dengan aktivitas dan pengungkapan CSR.

Berdasarkan pertimbangan lewat uraian di atas, maka penelitian ini menggunakan teori *stakeholder* (*stakeholder theory*) untuk menjelaskan dan mengembangkan hipotesis – hipotesis yang ada dan yang akan diuji.

2.1.3 Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (Nurlela dan Ishlahuddin, 2008), *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan. Hal tersebut dilakukan melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun

untuk pembangunan.

Menurut Ghozali dan Chariri (2007), pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan proses yang digunakan oleh perusahaan untuk mengungkapkan informasi berkaitan dengan kegiatan perusahaan dan pengaruhnya terhadap kondisi sosial masyarakat dan lingkungan. Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi dalam hal ini perusahaan, di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham. Perluasan tersebut dibuat dengan asumsi bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham (Gray, *et al.*, 1995).

Menurut Carroll (dikutip dari Permanasari, 2010), konsep CSR memuat komponen-komponen sebagai berikut:

1. Economic responsibilities

Tanggung jawab sosial perusahaan yang utama adalah tanggung jawab ekonomi karena lembaga bisnis terdiri dari aktivitas ekonomi yang menghasilkan barang dan jasa bagi masyarakat secara menguntungkan.

2. Legal responsibilities

Masyarakat berharap bisnis dijalankan dengan mentaati hukum dan peraturan yang berlaku yang pada hakikatnya dibuat oleh masyarakat melalui lembaga legislatif.

3. *Ethical responsibilities*

Masyarakat berharap perusahaan menjalankan bisnis secara etis yaitu menunjukkan refleksi moral yang dilakukan oleh pelaku bisnis secara perorangan maupun kelembagaan untuk menilai suatu isu di mana penilaian ini merupakan pilihan terhadap nilai yang berkembang dalam suatu masyarakat.

4. *Discretionary responsibilities*

Masyarakat mengharapkan keberadaan perusahaan dapat memberikan manfaat bagi mereka.

Menurut Jauhari (2010), beberapa alasan sebuah perusahaan memutuskan untuk menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai bagian dari aktivitas bisnisnya, yakni:

- a. Moralitas: Perusahaan harus bertanggung jawab kepada banyak pihak yang berkepentingan terutama terkait dengan nilai-nilai moral dan keagamaan yang dianggap baik oleh masyarakat. Hal tersebut bersifat tanpa mengharapkan balas jasa.
- b. Pemurnian Kepentingan Sendiri: Perusahaan harus bertanggung jawab terhadap pihak-pihak yang berkepentingan karena pertimbangan kompensasi. Perusahaan berharap akan dihargai karena tindakan tanggung jawab mereka baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.
- c. Teori Investasi: Perusahaan harus bertanggung jawab terhadap *stakeholder* karena tindakan yang dilakukan akan mencerminkan kinerja keuangan perusahaan.

- d. Mempertahankan otonomi: Perusahaan harus bertanggung jawab terhadap *stakeholder* untuk menghindari campur tangan kelompok-kelompok yang ada di dalam lingkungan kerja dalam pengambilan keputusan manajemen.

Menurut Jauhari (2010), ada beberapa manfaat tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu:

1. Manfaat bagi Perusahaan

Tanggung jawab sosial perusahaan tentunya akan menimbulkan citra positif perusahaan di mata masyarakat dan pemerintah.

2. Manfaat bagi Masyarakat

Selain kepentingan masyarakat terakomodasi, hubungan masyarakat dengan perusahaan akan lebih erat dalam situasi *win-win solution*.

3. Manfaat bagi Pemerintah

Dalam hal ini pemerintah merasa memiliki partner dalam menjalankan misi sosial dari pemerintah dalam hal tanggung jawab sosial.

Selain itu menurut Deegan (dalam Chariri dan Ghozali, 2007) alasan yang mendorong praktik pengungkapan tanggungjawab sosial dan lingkungan antara lain:

1. Mematuhi persyaratan yang ada dalam Undang-undang
2. Pertimbangan rasionalitas ekonomi
3. Mematuhi pelaporan dan 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 industry
10. Memenangkan penghargaan pelaporan

Lawrence, *et al.* (2005) dalam Handayani (2011) membedakan dua prinsip tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu: prinsip amal (*charity principles*) dan prinsip pelayanan (*stewardship principles*). Definisi prinsip amal (*charity principles*) yaitu bisnis seharusnya memberikan bantuan sukarela kepada orang atau kelompok yang memerlukan; misalnya mendirikan yayasan amal, berinisiatif untuk menanggulangi masalah sosial, bekerja sama dengan kelompok masyarakat yang memerlukan. Tipe aktivitas prinsip amal (*charity principles*) yaitu filantropi korporasi dan tindakan sukarela untuk menunjang citra perusahaan. Sebaliknya, prinsip pelayanan (*stewardship principles*) yaitu sebagai agen publik, tindakan bisnis seharusnya mempertimbangkan semua kelompok pemangku kepentingan yang dipengaruhi oleh keputusan dan kebijakan perusahaan; misalnya pribadi yang tercerahkan, memenuhi ketentuan hukum, menggunakan pendekatan *stakeholders* dalam perencanaan strategis perusahaan. Tipe aktivitas prinsip pelayanan (*stewardship principles*) yaitu mengakui adanya saling ketergantungan perusahaan dengan masyarakat dan menyeimbangkan kepentingan dan kebutuhan semua ragam kelompok di masyarakat.

2.1.4 Corporate Social Responsibility Disclosure atau Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

ACCA (dalam Retno, 2006), menyatakan bahwa pertanggungjawaban sosial perusahaan dapat 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*) (Retno, 2006). *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 (Permanasari, 2010).

Menurut Ghozali dan Chariri (2007), pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan proses yang digunakan oleh perusahaan untuk mengungkapkan informasi berkaitan dengan kegiatan perusahaan dan pengaruhnya terhadap kondisi sosial masyarakat dan lingkungan. Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi dalam hal ini perusahaan, di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham (Handayani, 2011).

Menurut O'Donovan (2002), beberapa manfaat yang diperoleh dari praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu:

- a. Menyelaraskan nilai-nilai perusahaan dengan nilai-nilai sosial,

- b. Menghindari tekanan dari kelompok tertentu,
- c. Meningkatkan *image* dan reputasi perusahaan, dan
- d. Menunjukkan tanggung jawab sosial perusahaan.

Ada berbagai motivasi yang mendorong manajer secara sukarela mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan. Menurut Deegan (2002), alasan tersebut antara lain:

- a. Keinginan untuk mematuhi persyaratan yang ada dalam undang-undang.
- b. Pertimbangan rasionalitas ekonomi (*economic rationality*). Atas dasar alasan ini, praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memberikan keuntungan bisnis karena perusahaan melakukan “hal yang benar” dan alasan ini mungkin dipandang sebagai motivasi utama.
- c. Keyakinan dalam proses akuntabilitas untuk melaporkan. Artinya, manajer berkeyakinan bahwa orang memiliki hak yang tidak dapat dihindari untuk memperoleh informasi yang memuaskan dan manajer tidak peduli dengan cost yang diperlukan untuk menyajikan informasi tersebut.
- d. Keinginan untuk memenuhi persyaratan peminjaman. Lembaga pemberi pinjaman, sebagai bagian dari kebijakan manajemen risiko mereka, cenderung menghendaki peminjam untuk secara periodik memberikan berbagai item informasi tentang kinerja dan kebijakan sosial dan lingkungannya.
- e. Untuk memenuhi harapan masyarakat, barangkali refleksi atas pandangan bahwa kepatuhan terhadap “ijin yang diberikan masyarakat untuk beroperasi” (atau

“kontrak sosial”) tergantung pada penyediaan informasi berkaitan dengan kinerja sosial dan lingkungan.

- f. Sebagai konsekuensi dari ancaman terhadap legitimasi perusahaan.
- g. Untuk *me-manage* kelompok *stakeholder* tertentu yang *powerful*.
- h. Untuk menarik dana investasi. Di lingkungan internasional, *ethical investment funds* merupakan bagian dari pasar modal yang semakin meningkat peranannya.
- i. Untuk mematuhi persyaratan industri (*code of conduct*) tertentu.
- j. Untuk memenangkan penghargaan pelaporan tertentu.

Hendriksen (dalam Nurlala dan Ishlahuddin, 2008), mendefinisikan pengungkapan (*disclosure*) sebagai penyajian informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal yang efisien. Pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*) yaitu pengungkapan informasi wajib dilakukan oleh perusahaan berdasarkan pada peraturan atau standar tertentu, dan ada yang bersifat sukarela (*voluntary*) yang merupakan pengungkapan informasi tambahan dari perusahaan.

Di Indonesia, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan bagian pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) karena praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 66 ayat 1 dan 2. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 66 ayat 1 dan 2,

direksi wajib mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan.

Selain itu pemerintah melalui Keputusan Ketua Bapepam No: kep-134/BL/2006 juga mengatur mengenai pengungkapan informasi dalam laporan keuangan tahunan perusahaan perusahaan di Indonesia. Pengungkapan informasi yang diatur oleh pemerintah ataupun lembaga profesional (dalam hal ini adalah Ikatan Akuntan Indonesia) merupakan pengungkapan yang wajib dipatuhi oleh perusahaan yang telah publik. Tujuan pemerintah mengatur pengungkapan informasi adalah untuk melindungi kepentingan para investor dari ketidakseimbangan informasi antara manajemen dengan investor karena adanya kepentingan manajemen.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia berpedoman kepada standar yang telah dikeluarkan Ikatan Akuntan Indonesia, yaitu Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) no. 1 (Revisi 1998), Paragraf 9, yang berbunyi sebagai berikut:

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

Berdasarkan PSAK tersebut, maka perusahaan – perusahaan di Indonesia dapat menyajikan pengungkapan tanggung jawab sosial lewat laporan tambahan. Pada umumnya perusahaan yang sudah *go public* di Indonesia menyajikan

pengungkapan tanggung jawab sosial pada laporan tambahan di laporan tahunan (*annual report*).

2.1.5 Pengukuran atas *Corporate Social Responsibility*

Cochran dan Wood (dalam Iren, 2008) menyebutkan bahwa terdapat dua metode yang diterima secara umum untuk mengukur CSR. Metode pertama adalah indeks reputasi. Dalam metode ini peninjau menilai perusahaan atas dasar satu atau lebih dimensi kerja sosial.

Metode indeks reputasi menurut Cochran dan Wood (dalam Iren, 2008) memiliki beberapa keuntungan yang mana mungkin menjadi sebuah faktor penting dalam menentukan hubungan antara CSR dan kinerja keuangan.

1. Metode ini cenderung menerapkan kriteria yang sama pada masing – masing perusahaan.
2. Metode ini tidak memberikan unsur kepura – puraan dalam menerapkan suatu sasaran ukur yang kaku untuk sebuah dimensi yang mungkin dengan bawaan subjektif.
3. Metode ini mungkin meringkas persepsi dari sebuah daerah kunci atas pemilihan berbagai perusahaan.

Namun terdapat pula kekurangan menurut Cochran dan Wood (dalam Iren, 2008).

1. Pemeringkatan adalah subjektif dan mungkin berbeda secara signifikan antara satu peneliti dengan yang lain. Ini menyebabkan kemungkinan akan ketidakterandalan.
2. Ukuran sampel hanya sejumlah kecil perusahaan sehingga sulit untuk menggeneralisasikan hasilnya dari indeks prestasi.

Metode kedua dalam pengukuran CSR merupakan metode analisis isi (*Content Analysis*). Dalam *Content Analysis*, yang dilihat adalah keluasan dari pelaporan atas aktivitas CSR dalam berbagai perusahaan yang dipublikasikan yang mana biasanya tertuang di laporan tahunan (Cochran dan Wood dalam Iren, 2008). Analisis ini mempunyai dua keuntungan sebagai berikut.

1. Ketika variabel tertentu telah dipilih, maka prosedur penilaian dilakukan dengan objektif beralasan. Oleh karena itu hasilnya bisa independen dari penelitian – penelitian terdahulu.
2. Teknik ini sendiri lebih memungkinkan untuk ukuran sampel penelitian yang lebih banyak atau luas.

Akan tetapi seperti metode indeks, metode analisis isi juga mempunyai kelemahan. Kelemahannya yaitu pilihan dari variabel – variabel yang akan diukur adalah subjektif. Selain itu, analisis ini hanya melihat pada laporan yang memperlihatkan apa yang manajemen perusahaan katakan tentang perbuatan yang telah dilakukan manajemen dan ada kemungkinan bahwa apa yang dikatakan

perusahaan berbeda dengan kenyataan yang sebenarnya perusahaan lakukan (Cochran dan Wood dalam Iren, 2008).

2.1.6 *Institutional Ownership* (Kepemilikan Institusional) dan *Institutional Investor* (Investor Institusional)

Struktur kepemilikan perusahaan merupakan salah satu mekanisme dalam *corporate governance* (Gunarsih, 2003 dalam Anggraini, 2011). Struktur kepemilikan juga merupakan salah satu karakteristik dari perusahaan. Struktur kepemilikan menggambarkan komposisi kepemilikan saham dari suatu perusahaan. Struktur kepemilikan juga menjelaskan komitmen pemilik untuk mengelola dan menyelamatkan perusahaan (Wardhani, 2006 dalam Anggraini, 2011).

Dalam suatu perusahaan, ada dua jenis *shareholder* atau struktur kepemilikan secara garis besar, yaitu *affiliated shareholder* dan *non affiliated shareholder*. *Non affiliated shareholder* merupakan pemegang saham yang tidak terkait langsung dengan kegiatan perusahaan, seperti kepemilikan saham oleh institusi dan individu. Sedangkan *affiliated shareholder* merupakan pemegang saham yang terkait langsung dengan aktivitas perusahaan, seperti manager dan *blockholder*.

Kepemilikan institusional merupakan salah satu struktur kepemilikan selain struktur kepemilikan manajerial, asing, dan pemerintah. Definisi kepemilikan institusional sendiri adalah kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki oleh institusi atau lembaga seperti perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi dan

kepemilikan institusi lain (Tarjo, 2008). Sedangkan menurut Beiner *et al* (2003) dalam Ujyantho dan Pramuka (2007), kepemilikan institusional adalah jumlah persentase hak suara yang dimiliki oleh institusi. Selain itu Short, *et al.* (2002) dalam Ujyantho dan Pramuka (2007) menyatakan bahwa kepemilikan institusional adalah kepemilikan yang dimiliki oleh lembaga yang memiliki presentase dari ekuitas sebesar 5% atau lebih dari modal awal pada tahun yang bersangkutan. Pihak yang mempunyai kepemilikan instusional tersebut dinamakan investor institusional.

Kennon (2010) menyatakan bahwa investor institutional adalah sebuah entitas, perusahaan, reksa dana, broker, atau kelompok sejenis lainnya yang mana memiliki dana atau aset dalam jumlah yang besar untuk berinvestasi. Kennon (2010) juga menambahkan bahwa investor institusional bertanggung jawab pada tingginya persentase saham, obligasi, komoditas, dan instrument keuangan lainnya yang dapat diinvestasi. Menurut McClure (2010), investor institusional besar hidup dan bernafkah lewat pembelian dan penjualan saham. Lebih lanjut McClure (2010) menyatakan bahwa investor institusional berjuang keras untuk mendapatkan saham yang memiliki prospek bagus, yang mana dalam prosesnya investor institusional akan memberdayakan analis, peneliti, dan spesialis lain untuk mendapatkan informasi terbaik mengenai perusahaan yang akan diinvestasi. Bahkan menurut McClure (2010), investor institusional terkadang bertemu dengan direktur perusahaan secara rutin, mengevaluasi perusahaan, dan melakukan penelitian mengenai operasi perusahaan serta prospeknya.

Oleh karena itulah, kepemilikan institusional memiliki arti penting dalam memonitor manajemen karena dengan adanya kepemilikan oleh institusional akan mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal (Permanasari, 2010). Perusahaan dengan kepemilikan institusional yang besar (lebih dari 5%) mengindikasikan kemampuannya untuk memonitor manajemen (Tarjo, 2008). *Monitoring* tersebut tentunya akan menjamin pengelolaan perusahaan demi kepentingan untuk pemegang saham. Karena pengaruh kepemilikan institusional sebagai agen pengawas pemegang saham perusahaan atau pemilik mampu menekan manajemen melalui investasi mereka yang cukup besar dalam jumlah saham entitas.

Jensen dan Meckling dalam Permanasari (2010) menyatakan bahwa kepemilikan institusional memiliki peranan yang sangat penting dalam meminimalisasi konflik keagenan yang terjadi antara manajer dan pemegang saham. Keberadaan investor institusional dianggap mampu memonitor secara efektif setiap keputusan dan tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan. Hal tersebut bisa terjadi dikarenakan investor institusional terlibat dalam pengambilan keputusan perusahaan yang strategis sehingga merupakan hal yang tak gampang bagi investor institusional untuk terperdaya oleh tindakan manipulasi laba.

Kepemilikan institusional dalam suatu perusahaan mempunyai keuntungan bagi perusahaan itu sendiri (Permanasari, 2010). Pertama, dengan adanya kepemilikan institusional, perusahaan memiliki profesionalisme dalam menganalisis informasi sehingga dapat menguji keandalan informasi. Kedua, dengan adanya

investor institusional, perusahaan memiliki motivasi yang kuat untuk melaksanakan pengawasan lebih ketat atas aktivitas yang terjadi di dalam perusahaan.

Shleiver dan Vishny (1986) dalam Ujiyantho dan Pramuka (2007) berpendapat juga bahwa tingkat kepemilikan institusional dalam proporsi yang cukup besar akan mempengaruhi nilai pasar perusahaan. Dasar argumentasi ini adalah semakin besar tingkat kepemilikan saham oleh institusi, maka semakin efektif pula mekanisme pengawasan terhadap kinerja manajemen.

Selain itu ada juga berbagai pendapat lain yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional bisa memberi daya tambah bagi perusahaan berupa peningkatan nilai pasar saham dan kredibilitas perusahaan. McClure (2010) menyatakan bahwa karena investor institusi memiliki kemampuan dan pengetahuan lebih dalam hal menilai pasar dan prospek sesungguhnya, banyak investor lain akan cenderung mengikuti keputusan investasi investor institusi. Imbas karena banyaknya investor lain yang mengikuti jejak investasi investor institusional pada suatu perusahaan ini akan berdampak besar pada nilai saham perusahaan. Contohnya saja bila investor institusi membeli saham kepemilikan suatu perusahaan dalam jumlah yang besar maka kemungkinan besar akan meningkatkan permintaan pembelian saham perusahaan tersebut. Hal ini akan berdampak lebih lanjut pada naiknya harga saham perusahaan dikarenakan banyaknya permintaan.

Menurut Bushan (2010), alasan utama mengikuti jejak investasi investor institusional adalah karena investor institusional lebih mengenal pasar jauh lebih baik

bila dibandingkan dengan investor individu. Adapun alasan utama mengikuti jejak investasi investor institusi adalah sebagai berikut.

1. Perusahaan yang menjadi investor institusi besar selalu memiliki banyak analis, peneliti, dan spesialis dalam menilai prospek pasar demi investasi dana mereka yang biasanya mencapai jumlah miliaran dollar (puluhan trilyun apabila dalam rupiah). Hal ini menjadikan pilihan investasi investor institusi sangat terpercaya.
2. Investor institusi selalu membeli saham yang telah diteliti secara seksama memiliki prospek yang sangat baik.
3. Manajer portofolio instusional cenderung untuk menemui pimpinan perusahaan yang diinvestasi secara rutin dan melakukan penelitian secara detil secara berkelanjutan terhadap perusahaan. Hal ini menjadikan harga saham perusahaan yang diinvestasi investor institusional akan memiliki kinerja terkontrol yang secara jangka panjang bisa meningkatkan nilai perusahaan dan harga saham.

Menurut Little (2010), walaupun investor institusional berbeda dengan investor individu, namun pada dasarnya kedua tipe investor memiliki tujuan yang sama. Kesamaan tujuannya itu yaitu mendapatkan *high return* dari investasinya pada perusahaan yang dianggap memiliki prospek bagus. Biasanya investor institusional memiliki dana yang jauh lebih besar dibandingkan dengan investor individu. Dana yang besar dari investor institusional dan kredibilitas yang didapatkan dari investor institusional sering menjadi incaran perusahaan – perusahaan. Oleh karena itulah menurut Saleh *et al* (2010), perusahaan berusaha melakukan pengungkapan CSR agar

mampu terlihat memiliki prospek ke depan yang baik sehingga terlihat menarik bagi investor institusional.

2.1.7 Industri *High-Profile*

Menurut Hackston dan Milne (1996), perusahaan yang termasuk dalam kategori *high profile* adalah perusahaan yang memiliki tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan, resiko politik yang tinggi, atau persaingan yang ketat. Sementara Diekers dan Preston dalam Mardi T.W. (2010) menyatakan bahwa industri *high profile* meliputi perusahaan yang melakukan aktivitas ekonominya dengan memodifikasi lingkungan, seperti industri ekstraktif, dan lebih sering untuk mengungkapkan informasi mengenai dampak lingkungan mereka bila dibandingkan dengan perusahaan – perusahaan yang berada di industri lainya.

Perusahaan high profile umumnya menarik perhatian masyarakat karena aktivitas operasinya melibatkan banyak kepentingan. Perusahaan high profile lebih sensitif terhadap keinginan konsumen atau pihak lain yang memiliki kepentingan terhadap produk (Zuhroh dan Putu, 2003 dalam Mardi T.W., 2010). Dapat dikatakan bahwa perusahaan high profile memiliki kemungkinan untuk menimbulkan kerusakan maupun dampak sosial lainnya. Sebagai contoh adalah perusahaan pertambangan, manajemen hasil hutan, industri kimia, dan industri perkebunan, mempresentasikan industri yang melakukan pengelolaan dampak sosial dengan terus mengingat bahwa operasinya memiliki dampak bagi masyarakat (Mardi T.W., 2010). Mirfazli (2008)

dalam Mardi T.W. (2010) menyatakan bahwa yang termasuk dalam industri high profile meliputi perusahaan minyak dan pertambangan, perusahaan kimia, kehutanan, produk kertas, otomotif, angkutan udara, agribisnis, tembakau dan rokok, produk makanan dan minuman, media dan komunikasi, energi (listrik), kesehatan, dan juga transportasi dan pariwisata.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang *corporate social responsibility* (tanggung jawab sosial perusahaan) dan *institutional ownership* (kepemilikan institusional) sudah dilakukan oleh beberapa peneliti. Berikut peneliti beserta sedikit uraian penelitiannya.

1. Fr. Reni. Retno Anggraini (2006) yang meneliti tentang pengungkapan tanggung jawab sosial dan faktor – faktor pengungkapan tanggung jawab sosial. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan determinan – determinan yang diperhitungkan perusahaan dalam membuat pengungkapan tanggung jawab sosial. Penelitian ini menggunakan data sebanyak 1188 laporan yang mana merupakan hasil publikasi BEI selama tahun 2000-2004. Penelitian ini menggunakan tiga kategori CSR sesuai dengan penelitian Darwin (2004) yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan, dan kinerja sosial. Penelitian ini menguji faktor – faktor yang mempengaruhi pelaporan CSR dengan asumsi awal ada lima faktor yang mempengaruhi yaitu kepemilikan, *leverage*, ukuran perusahaan, tipe industry, dan profitabilitas. Pada akhirnya penelitian ini sendiri menemukan bahwa semua

perusahaan telah melakukan pengungkapan CSR terkait hadirnya regulasi PSAK 57 dan juga menemukan bahwa faktor yang mempengaruhi pelaporan CSR adalah kepemilikan perusahaan dan tipe industri.

2. Rika Nurlela dan Islahuddin (2008) yang menguji pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan persentase kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dan juga untuk melihat pengaruh persentase kepemilikan manajemen dalam hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan. Penelitian ini sendiri menggunakan data 41 perusahaan pada tahun 2005 yang telah memenuhi kriteria sebagai sampel data penelitian. Metode analisis penelitian ini adalah dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Penelitian ini menemukan bahwa *corporate social responsibility*, persentase kepemilikan, serta interaksi antara *corporate social responsibility* dengan persentase kepemilikan manajemen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
3. Novita Machmud dan Chaerul D. Djakman (2008) yang meneliti tentang pengaruh struktur kepemilikan terhadap luas pengungkapan CSR. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki pengaruh kepemilikan asing dan kepemilikan institusional terhadap pengungkapan CSR pada laporan tahunan periode tahun 2006. Sampel penelitian ini adalah 107 laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di *Indonesia Stock Exchange* pada tahun 2006. Penelitian ini

menggunakan analisis regresi untuk melakukan pengujian. Hasil penelitian ini menemukan bahwa baik kepemilikan asing maupun kepemilikan institusional tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan CSR. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kedua struktur kepemilikan ini tidak terlalu peduli dengan pengungkapan CSR dalam melakukan keputusan investasi.

4. Rusnah Muhamad *et al* (2008) yang meneliti hubungan antara pengungkapan CSR, kinerja keuangan perusahaan, dan kepemilikan institusional pada perusahaan terdaftar di Malaysia. Penelitian ini menganbil sampel 200 perusahaan yang terdaftar selama tahun 1999 – 2005. Hasil penelitian ini menemukan bahwa CSR memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Selain itu hasil penelitian ini juga menemukan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap kepemilikan institusional.
5. Ni Wayan Rustiarini (2009) yang menguji pengaruh struktur kepemilikan saham terhadap pengungkapan CSR. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan kepemilikan asing terhadap pengungkapan CSR. Penelitian ini menggunakan *Corporate Social Responsibility Index (CSRI)* untuk mengukur pengungkapan CSR yang didasarkan pada indikator kebijakan Bapepam. Sampel penelitian ini menggunakan 56 perusahaan manufaktur yang terdaftar pada *Indonesia Stock Exchange (IDX)* pada tahun 2008. Penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linear berganda. Penelitian ini menemukan bahwa kepemilikan manajerial

dan kepemilikan institusional tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hal ini mengindikasikan struktur kepemilikan asing dalam penelitian ini memiliki kepedulian terhadap pengungkapan CSR dalam keputusan investasi.

6. Lammertjan Dam dan Bert Scholtens (2009) yang meneliti hubungan antara tipe investor dengan kebijakan aktivitas sosial perusahaan multinasional. Penelitian ini menggunakan sampel 600 perusahaan multinasional di Eropa pada tahun 2005. Penelitian ini menggunakan ukuran, cakupan, profitabilitas, industry, dan wilayah negara sebagai variabel kontrol. Penelitian ini menemukan bahwa masing – masing tipe investor memiliki hubungan yang signifikan terhadap rendahnya aktivitas sosial perusahaan.
7. Wien Ika Permanasari (2010) yang menguji pengaruh *corporate social responsibility*, kepemilikan manajemen, dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepemilikan manajemen, kepemilikan institusional, dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan dalam penelitian ini diproksi dengan nilai Tobin's Q. Pengumpulan data menggunakan metode *purposive sampling* terhadap perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2007 sampai 2008. Sebanyak 68 perusahaan non keuangan digunakan sebagai sampel. Metode analisis dari penelitian ini menggunakan regresi berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel yang

mempengaruhi nilai perusahaan adalah variabel *corporate social responsibility*. Sedangkan variabel yang tidak mempengaruhi nilai perusahaan adalah kepemilikan manajemen dan kepemilikan institusional. Yang mana menemukan bahwa kepemilikan manajemen dan kepemilikan institusional tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan namun menemukan bahwa *corporate social responsibility* memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

8. Mustaruddin Saleh, Norhayah Zulkifli, dan Rusnah Muhamad (2010) yang menguji pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* secara keseluruhan beserta menguji juga keempat dimensi CSR secara terpisah pada pengaruhnya terhadap tingkat kepemilikan institusional. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara pengungkapan CSR dengan kepemilikan institusional pada perusahaan – perusahaan *go public* di Malaysia. Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan menggunakan data laporan tahunan perusahaan sebagai sampel analisis. Yang mana mereka menemukan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* secara keseluruhan dimensi, dimensi CSR relasi karyawan, dan dimensi CSR produk memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepemilikan institusional. Sedangkan dimensi CSR keterlibatan komunitas sekitar dan dimensi CSR lingkungan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepemilikan institusional.

9. Fitri Handayani (2011) yang menguji pengaruh masing – masing karakteristik *corporate governance* terhadap pengungkapan CSR. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan adanya hubungan antara beberapa karakteristik *corporate governance* (CG) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menggunakan indikator GRI (*Global Reporting Initiatives*) yang terdiri dari enam kategori yaitu ekonomi, lingkungan, praktek tenaga kerja dan pekerjaan yang layak, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab produk. Enam karakteristik CG atau juga merupakan variabel independen dalam penelitian ini yaitu ukuran dewan komisaris, komisaris independen, proporsi wanita dalam dewan komisaris, ukuran komite audit, komite audit independen, dan kepemilikan institusional. Populasi penelitian ini adalah perusahaan *high profile* yang tercatat (*go public*) di Bursa Efek Indonesia. Pemilihan sampel penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Berdasarkan metode *purposive sampling*, jumlah sampel penelitian ini adalah 79 perusahaan. Alat analisis untuk menguji hipotesis yaitu analisis regresi berganda dengan menggunakan program SPSS *for Windows* 13.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hanya ukuran komite audit yang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan; sedangkan ukuran dewan komisaris, komisaris independen, proporsi wanita dalam

dewan komisaris, komite audit independen, dan kepemilikan institusional tidak berpengaruh secara signifikan.

Tabel 2.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Tahun	Peneliti	Variabel yang Digunakan	Hasil Penelitian
1.	2006	Fr. Reni. Retno Anggraini	Kepemilikan, <i>leverage</i> , ukuran perusahaan, tipe industry, profitabilitas, dan pengungkapan CSR.	1. Semua perusahaan telah melakukan pengungkapan CSR terkait hadirnya regulasi PSAK 57. 2. Faktor – faktor yang mempengaruhi pelaporan CSR adalah kepemilikan perusahaan dan tipe industry.
2.	2008	Rika Nurlela dan Islahuddin	<i>Corporate social responsibility</i> , nilai perusahaan, dan persentase kepemilikan manajemen	<i>Corporate social responsibility</i> , persentase kepemilikan, serta interaksi antara <i>corporate social responsibility</i> dengan persentase kepemilikan manajemen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
3.	2008	Novita Machmud dan Chaerul D. Djakman	Kepemilikan institusi, kepemilikan asing, dan luas pengungkapan CSR	Baik kepemilikan asing maupun kepemilikan institusional tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan CSR.

4.	2008	Rusnah Muhamad, Norhayah Zulkifli, dan Mustaruddin Saleh	Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> , kinerja keuangan perusahaan, dan tingkat kepemilikan institusional	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. 2. Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> secara keseluruhan dimensi, dimensi CSR relasi karyawan, dan dimensi CSR produk memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepemilikan institusional. 3. Pengungkapan dimensi CSR keterlibatan komunitas sekitar dan dimensi CSR lingkungan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepemilikan institusional
5.	2009	Ni Wayan Rustiarini	Kepemilikan institusi, kepemilikan manajemen, kepemilikan asing, dan pengungkapan CSR.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. 2. Kepemilikan asing memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.
6.	2009	Lammertjan Dam dan Ben Scholtes	Tipe investor, Kebijakan CSR, ukuran, cakupan, profitabilitas, industry, dan wilayah negara.	Masing – masing tipe investor memiliki hubungan yang signifikan terhadap rendahnya aktivitas sosial perusahaan.

7.	2010	Wien Ika Permanasari	<i>Corporate social responsibility</i> , kepemilikan manajemen, kepemilikan institusional, dan nilai perusahaan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepemilikan manajemen dan kepemilikan institusional tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. 2. <i>Corporate social responsibility</i> memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
8.	2010	Mustaruddin Saleh, Norhayah Zulkifli, dan Rusnah Muhamad	Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> dan tingkat kepemilikan institusional	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> secara keseluruhan dimensi, dimensi CSR relasi karyawan, dan dimensi CSR produk memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepemilikan institusional. 2. Pengungkapan dimensi CSR keterlibatan komunitas sekitar dan dimensi CSR lingkungan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepemilikan institusional
9.	2011	Fitri Handayani	Ukuran dewan komisaris, komisaris independen, proporsi wanita dalam dewan komisaris, ukuran komite audit, komite audit independen, kepemilikan institusional,	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hanya ukuran komite audit yang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. 2. Ukuran dewan komisaris, komisaris independen, proporsi wanita dalam dewan komisaris, komite audit independen, dan kepemilikan institusional tidak berpengaruh secara

			dan pengungkapan CSR.	signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
--	--	--	-----------------------------	---

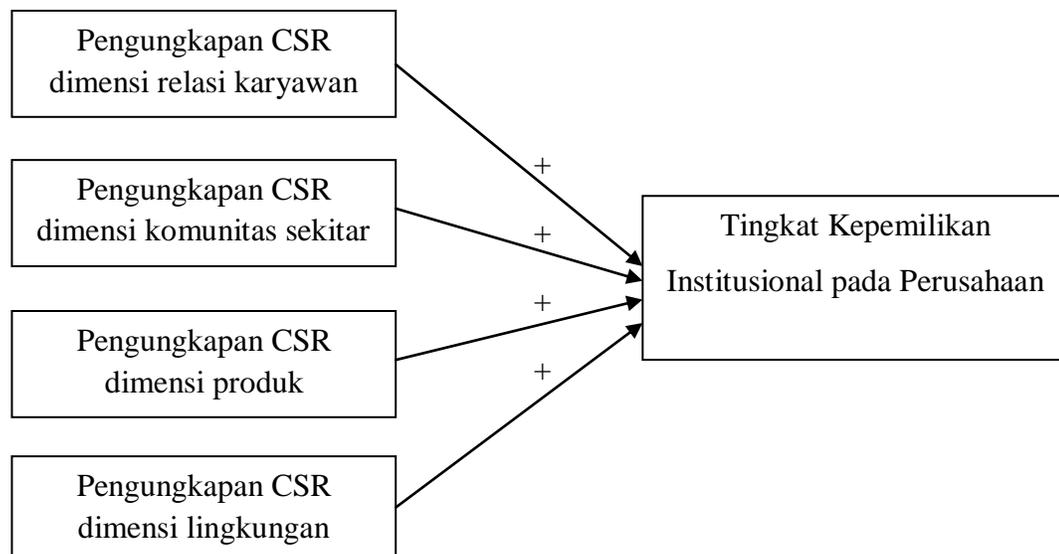
Sumber: Diringkas untuk penelitian ini, 2011

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan, kajian teoritis, dan peninjauan dari penelitian terdahulu, maka dapat digambarkan kerangka pemikiran penelitian di bawah ini.

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

Pengungkapan Corporate Social Responsibility



Berdasarkan gambar di atas, maka pengungkapan *corporate social responsibility* akan dianalisis pengaruhnya terhadap tingkat kepemilikan institusional pada perusahaan. Selain itu dilakukan juga pengujian secara terpisah terhadap keempat dimensi pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap tingkat kepemilikan institusional untuk melihat secara lebih rinci mengenai gambaran pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* tingkat kepemilikan institusional.

2.4 Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah, landasan teori, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran yang sudah diuraikan sebelumnya maka hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

2.4.1 Dimensi Hubungan dengan Karyawan terhadap Kepemilikan Instusional

Perusahaan yang baik seringkali dianggap merupakan perusahaan yang mampu menciptakan loyalitas yang tinggi dalam diri karyawannya. Perusahaan yang bertanggung jawab biasanya memang sering melakukan pengembangan hubungan dengan karyawan ke arah yang lebih baik (Saleh *et al*, 2010). Selain itu, perusahaan yang bertanggung jawab juga seringkali mampu menarik dan mempertahankan karyawan yang berkinerja baik dan berkompentensi tinggi. Loyalitas dan kompetensi

karyawan sangat penting dikarenakan hal tersebut mampu meningkatkan produktivitas, memperbanyak inovasi, meningkatkan efisiensi biaya, dan selanjutnya meningkatkan profitabilitas (Sauer, 1997 dalam Saleh *et al*, 2010). Hal ini sesuai dengan teori *stakeholder* yang mana perusahaan berharap dengan praktik CSR yang baik terkait dengan karyawan bisa meningkatkan eksistensinya di hadapan para karyawan. Selain itu, hal ini juga sesuai dengan teori legitimasi yang mana perusahaan melakukan CSR demi mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat pekerja perusahaan.

Dalam survey yang dilakukan Taub (dalam Saleh *et al*, 2010) ditemukan bahwa 76 persen dari 86 partisipan memberikan tekanan lebih bagi perusahaan untuk memperkuat internal para pekerjanya agar bisnis perusahaan tetap berjalan baik. Adapun penelitian empiris yang dilakukan Cox *et al* (dalam Saleh *et al*, 2010) menemukan bahwa terdapat dampak yang positif dan signifikan pada hubungan dengan karyawan terhadap kepemilikan institusional. Penelitian yang dilakukan Saleh *et al* (2010) di Malaysia juga menemukan hubungan yang positif dan signifikan dimensi hubungan karyawan terhadap kepemilikan institusional. Namun demikian, ditemukan juga hubungan yang negatif antara hubungan dengan karyawan terhadap kepemilikan institusional dari penelitian Mahoney dan Roberts (dalam Saleh *et al*, 2010). Oleh sebab berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis dari penelitian ini adalah:

H1: Pengungkapan CSR dimensi hubungan dengan karyawan berpengaruh positif terhadap kepemilikan institusional

2.4.2 Dimensi Keterlibatan Komunitas Sekitar terhadap Kepemilikan Institusional

Keterlibatan perusahaan dengan komunitas sekitar cukup penting, mengingat komunitas sekitar seringkali juga merupakan produsen atau konsumen potensial perusahaan. Keterlibatan perusahaan dengan komunitas memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan kesempatan yang lebih baik dalam melakukan pembelajaran terkait dengan inovasi bisnis (Kanter, 1999 dalam Saleh *et al*, 2010). Kemudian, selain tertarik pada data keuangan, Schwabb dan Thomas (dalam Saleh *et al*, 2010) menyatakan bahwa investor institusional juga kemungkinan akan melihat keterlibatan dan kontribusi perusahaan terhadap kalangan wanita dan minoritas. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholder* yang mana perusahaan berharap dengan praktik CSR yang baik terkait dengan komunitas sekitar bisa meningkatkan eksistensinya di dalam kehidupan masyarakat sekitar. Selain itu, hal ini juga sesuai dengan teori legitimasi yang mana perusahaan melakukan CSR demi mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat sekitar perusahaan.

Studi empiris yang dilakukan oleh Mahoney dan Roberts (dalam Saleh *et al*, 2010) menemukan bahwa hubungan antara keterlibatan dengan komunitas sekitar terhadap kepemilikan institusional memiliki hubungan yang positif tapi tidak

signifikan. Begitu juga penelitian Saleh *et al* (2010) di Malaysia yang menemukan hasil keterlibatan perusahaan pada komunitas terhadap kepemilikan institusional memiliki hubungan positif tapi juga tidak signifikan. Namun demikian, dalam penelitian Cox *et al* (dalam Saleh, 2010) ditemukan hubungan yang positif dan signifikan pada keterlibatan dengan komunitas terhadap kepemilikan institusional. Oleh karena itu, maka hipotesis penelitian ini adalah:

H2: Pengungkapan CSR dimensi keterlibatan perusahaan dengan komunitas sekitar berpengaruh positif terhadap kepemilikan institusional

2.4.3 Dimensi Produk terhadap Kepemilikan Institusional

Perusahaan dalam praktik bisnisnya seharusnya berusaha untuk selalu mengembangkan produknya agar sesuai dengan permintaan pasar dan mendapat keuntungan dari itu. Apalagi perusahaan yang memiliki banyak pesaing harus selalu mengembangkan produknya agar lebih unggul dan laku di pasar dibandingkan dengan produk pesaingnya. Kegiatan perusahaan dalam mengembangkan produknya ini bukan hanya menjadi perhatian manajemen tapi perhatian para investor juga (Benston, 1997 dalam Saleh *et al*, 2010). Hal ini dikarenakan produk perusahaan lah yang menjadi tonggak utama penghasilan bisnis perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholder* yang mana perusahaan berharap dengan praktik CSR yang baik terkait dengan produk bisa meningkatkan eksistensinya di hadapan para konsumen dan kemungkinan juga dengan para *stakeholders* lainnya. Kemudian, uraian tersebut

juga sesuai dengan teori legitimasi yang mana perusahaan berusaha mengembangkan produknya sebagai tonggak utama penghasilan bisnis perusahaan demi memenuhi harapan shareholders pada penghasilan perusahaan yang memuaskan.

Studi empiris yang dilakukan oleh Mahoney dan Roberts (dalam Saleh *et al*, 2010) dan penelitian di Malaysia yang dilakukan oleh Saleh *et al* (2010) menemukan adanya hubungan antara dimensi CSR produk dengan tingkat kepemilikan institusional. Kedua pihak sama – sama memberikan kesimpulan bahwa para investor institusional memberikan perhatian khusus pada dimensi produk ini. Oleh sebab itu, maka hipotesis penelitian ini adalah:

H3: Pengungkapan CSR dimensi produk berpengaruh positif terhadap kepemilikan institusional

2.4.4 Dimensi Lingkungan terhadap Kepemilikan Institusional

Investor institusional seringkali melihat potensi jangka panjang perusahaan lewat aktivitas CSR. Selain mengacu pada dimensi CSR produk, komunitas, dan karyawan, investor institusional juga memberikan perhatian kepada dimensi lingkungan. Spicer (dalam Saleh *et al*, 2010) berpendapat bahwa investor institusional mengasumsikan rendahnya kebertanggungjawaban sosial perusahaan terhadap lingkungan mengindikasikan bahwa risiko investasi pada perusahaan cukup tinggi. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholder* yang mana perusahaan berharap dengan praktik CSR yang baik terkait dengan lingkungan bisa meningkatkan

eksistensinya di hadapan para *stakeholders* yang memiliki kepentingan terhadap lingkungan. Selain itu juga, uraian tersebut sesuai dengan teori legitimasi yang mana perusahaan berharap mendapat citra positif dan legitimasi dari berbagai *stakeholders* yang berkepentingan pada lingkungan lewat pengungkapan dan praktik CSR yang baik terhadap lingkungan.

Adapun pengujian empiris yang dilakukan Cox *et al* (dalam Saleh *et al*, 2010) menemukan bahwa dimensi lingkungan dan kepemilikan institusional saling berhubungan positif dan signifikan. Hasil berbeda ditemukan oleh Saleh *et al* (2010) yang menemukan bahwa dimensi lingkungan dan kepemilikan institusional saling berhubungan positif namun tidak signifikan. Selain itu, hasil berbeda pula ditemukan oleh Mahoney dan Roberts (dalam Saleh *et al*, 2010) yang mana menemukan bahwa dimensi lingkungan dan kepemilikan institusional saling berhubungan negatif. Oleh sebab berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis penelitian ini adalah:

H4: Pengungkapan CSR dimensi lingkungan berpengaruh positif terhadap kepemilikan institusional

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.1.1 Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan lima variabel yang mana terdapat empat variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah pengungkapan CSR dimensi hubungan dengan karyawan, CSR dimensi keterlibatan dengan komunitas, CSR dimensi produk, dan CSR dimensi lingkungan. Sementara itu, variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepemilikan institusional.

3.1.2 Definisi Operasional

3.1.2.1 Variabel Terikat (Dependent Variable)

Haruman (2008) berpendapat bahwa dengan adanya konsentrasi kepemilikan, maka para pemegang saham besar seperti investor institusional akan dapat memonitor tim manajemen secara lebih efektif dan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Lebih lanjut menurut Shleiver dan Vishny (1986) dalam Ujyantho dan Pramuka (2007) berpendapat juga bahwa tingkat kepemilikan institusional dalam proporsi yang cukup besar akan mempengaruhi nilai pasar perusahaan dikarenakan semakin efektif mekanisme pengawasan terhadap kinerja manajemen.

Selain itu, McClure (2010) juga menyatakan bahwa investor institusi memiliki kemampuan dan pengetahuan lebih baik dalam hal menilai pasar dan prospek sesungguhnya dibandingkan dengan investor individu. Hal tersebut tentunya bisa menambah kredibilitas perusahaan karena perusahaan yang memiliki kepemilikan institusional tinggi mencerminkan tingginya prospek perusahaan itu yang mana nantinya juga bisa menambah kredibilitas perusahaan di mata investor lainnya.

Kepemilikan institusional adalah saham perusahaan yang dimiliki oleh institusi atau lembaga seperti perusahaan asuransi, dana pensiun, atau perusahaan lain (Tarjo, 2008). Kepemilikan institusional diukur sesuai persentase kepemilikan saham oleh institusi perusahaan (Haruman, 2008). Skala yang digunakan untuk kepemilikan institusional adalah rasio. Indikator kepemilikan institusional yang digunakan dalam penelitian ini konsisten dengan Novita dan Djakman (2008) yaitu proporsi jumlah kepemilikan saham oleh investor institusi terhadap total jumlah lembar saham yang beredar. Berikut notasi rumusnya.

$$\text{Kepemilikan Institusional} = \frac{\text{Jumlah lembar saham kepemilikan institusional}}{\text{Total Jumlah lembar saham yang beredar}}$$

3.1.2.2 Variabel Bebas (Independent Variable)

Ada empat variabel bebas yang terdapat pada penelitian ini. Penelitian ini menggunakan *content analysis* untuk mengukur keempat variabel pengungkapan CSR per dimensi tersebut. Adapun keempat variabel bebas itu adalah sebagai berikut.

1. Pengungkapan CSR dimensi hubungan dengan karyawan.
2. Pengungkapan CSR dimensi keterlibatan dengan komunitas.
3. Pengungkapan CSR dimensi produk.
4. Pengungkapan CSR dimensi lingkungan.

Dalam *Content Analysis*, yang dilihat adalah keluasan dari pelaporan atas aktivitas CSR dalam berbagai perusahaan yang dipublikasikan yang mana biasanya tertuang di laporan tahunan (Cochran dan Wood dalam Iren, 2008). Pertimbangan menggunakan *content analysis* dalam penelitian ini karena penelitian ini berfokus pada luas atau jumlah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Checklist dilakukan dengan melihat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam empat kategori yang sudah ditunjukkan oleh empat variabel independen dalam penelitian ini yaitu pengungkapan CSR dimensi karyawan, CSR dimensi produk, CSR dimensi hubungan komunitas, dan CSR dimensi lingkungan. Kategori pada *checklist* berdasarkan pada indikator *Golden Hope Plantation Berhad*. Keempat kategori tersebut terbagi dalam dua puluh item pengungkapan. Penggunaan *Golden Hope Plantation Berhad* ini telah secara luas diadopsi oleh penelitian Saleh *et al* (2010) mengenai tanggung jawab sosial dan kepemilikan institusional. Penggunaan indikator *Golden Hope Plantation Berhad* (GHPB) ini menurut Saleh *et al* (2010) juga konsisten dengan penelitian Branco dan Rodriguez (2008) dan Abdul Hamid (2004).

Pengungkapan CSR dimensi hubungan dengan karyawan, CSR dimensi keterlibatan dengan komunitas sekitar, CSR dimensi produk, dan CSR dimensi lingkungan didapatkan dari laporan tahunan perusahaan. Daftar pengungkapan CSR tiap dimensi yang digunakan mengacu pada daftar item sesuai penelitian Saleh *et al* (2010) yang mana menggunakan daftar item *Golden Hope Plantation Berhad* (GHPB). Setelah itu, *checklist* daftar item *Golden Hope Plantation Berhad* (GHPB) diukur menggunakan pendekatan dikotomi dengan menggunakan variabel *dummy* yaitu:

Skor 0 : Jika perusahaan tidak mengungkapkan item GHPB pada daftar pernyataan.

Skor 1 : Jika perusahaan mengungkapkan item GHPB pada daftar pernyataan.

Setelah diukur menggunakan pendekatan dikotomi, pengukuran pengungkapan CSR masing – masing dimensi kemudian dilakukan berdasarkan indeks pengungkapan masing-masing perusahaan yang dihitung dengan melakukan pembagian jumlah item yang sesungguhnya diungkapkan perusahaan dengan jumlah semua item yang seharusnya diungkapkan (Sembiring, 2003). Berikut penjelasan lebih detil dan teknis mengenai keempat variabel independen dalam penelitian ini.

1. Daftar pengungkapan CSR dimensi hubungan dengan karyawan yang mana menggunakan daftar item *Golden Hope Plantation Berhad* (GHPB) terdiri dari enam komponen yaitu kesehatan, pelatihan, kepuasan, profil karyawan, opsi saham bagi karyawan, dan keamanan. Perhitungan untuk mengukur

pengungkapan CSR dimensi hubungan dengan karyawan dinotasikan dalam rumus sebagai berikut:

$$\text{ERCSR} = n / k$$

Keterangan:

ERCSR = Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi hubungan dengan karyawan

n = Jumlah item pengungkapan yang dipenuhi

k = Jumlah semua item yang mungkin dipenuhi

2. Pengungkapan CSR dimensi keterlibatan dengan komunitas yang mana menggunakan daftar item *Golden Hope Plantation Berhad* (GHPB) terdiri dari enam komponen yaitu donasi, pemberian derma, program beasiswa, sponsor untuk kegiatan olahraga, mendukung kebanggaan nasional, dan proyek publik. Perhitungan untuk mengukur pengungkapan CSR dimensi keterlibatan dengan komunitas dinotasikan dalam rumus sebagai berikut:

$$\text{CICSR} = n / k$$

Keterangan:

CICSR = Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi keterlibatan komunitas

n = Jumlah item pengungkapan yang dipenuhi

k = Jumlah semua item yang mungkin dipenuhi

3. Pengungkapan CSR dimensi produk yang mana menggunakan daftar item *Golden Hope Plantation Berhad* (GHPB) terdiri dari empat komponen yaitu pengembangan produk, keamanan produk, kualitas produk, dan layanan pelanggan. Perhitungan untuk mengukur pengungkapan CSR dimensi produk dinotasikan dalam rumus sebagai berikut:

$$\text{PCSRD} = n / k$$

Keterangan:

PCSRD = Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi produk

n = Jumlah item pengungkapan yang dipenuhi

k = Jumlah semua item yang mungkin dipenuhi

4. Pengungkapan CSR dimensi lingkungan yang mana menggunakan daftar item *Golden Hope Plantation Berhad* (GHPB) yang terdiri dari empat komponen yaitu pengendalian polusi, program perbaikan dan pencegahan, bahan daur ulang, dan prestasi dalam program lingkungan. Perhitungan untuk mengukur pengungkapan CSR dimensi lingkungan dinotasikan dalam rumus sebagai berikut:

$$\text{ECSR D} = n / k$$

Keterangan:

ECSR D = Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi lingkungan

n = Jumlah item pengungkapan yang dipenuhi

k = Jumlah semua item yang mungkin dipenuhi

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala Pengukuran	Keterangan
1.	<u>Variabel</u> <u>Dependen (Y)</u> Kepemilikan Institusional	Proporsi jumlah kepemilikan saham oleh institusi / total jumlah lembar saham yang beredar	Rasio	Kepemilikan Institusional=Jumlah Lembar Saham yang dimiliki oleh Institusi/Total Jumlah Lembar Saham yang Beredar
2.	<u>Variabel</u> <u>Independen (X)</u> a. Pengungkapan CSR dimensi hubungan dengan karyawan	Jumlah item pengungkapan CSR dimensi hubungan dengan karyawan yang dipenuhi / jumlah semua item pengungkapan CSR dimensi hubungan dengan karyawan yang mungkin dipenuhi sesuai indikator <i>Golden Hope Plantation Berhad</i>	Rasio	ERCSR = n / k *k = 6

	b. Pengungkapan CSR dimensi keterlibatan dengan komunitas	Jumlah item pengungkapan CSR dimensi keterlibatan dengan komunitas yang dipenuhi / jumlah semua item pengungkapan CSR dimensi keterlibatan dengan komunitas yang mungkin dipenuhi sesuai indikator <i>Golden Hope Plantation Berhad</i>	Rasio	CICSRD = n / k *k = 6
	c. Pengungkapan CSR dimensi produk	Jumlah item pengungkapan CSR dimensi produk yang dipenuhi / jumlah semua item pengungkapan CSR dimensi produk yang mungkin dipenuhi sesuai indikator <i>Golden Hope Plantation Berhad</i>	Rasio	PCSRD = n / k *k = 4
	d. Pengungkapan CSR dimensi lingkungan	Jumlah item pengungkapan CSR dimensi lingkungan yang dipenuhi / jumlah	Rasio	ECSRD = n / k *k = 4

		semua item pengungkapan CSR dimensi lingkungan yang mungkin dipenuhi sesuai indikator <i>Golden Hope Plantation Berhad</i>		
--	--	--	--	--

Sumber: Diringkas untuk penelitian ini, 2011

3.2 Populasi dan Penentuan Sampel

Populasi penelitian ini adalah perusahaan *go public* yang terdaftar (*listing*) di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2008 dan tahun 2009. Yang mana berdasarkan data yang tercatat di BEI, terdapat 393 perusahaan yang *listing* di BEI pada tahun 2008 dan terdapat 397 perusahaan yang *listing* di BEI pada tahun 2009. Sedangkan sampel penelitian ini adalah perusahaan *high-profile* yang tercatat di BEI pada tahun 2008 dan tahun 2009. Perusahaan *high-profile* yang terdaftar (*go public*) di Bursa Efek Indonesia digunakan sebagai sampel karena perusahaan tersebut mempunyai kewajiban untuk menyampaikan laporan tahunan kepada pihak luar perusahaan (Handayani, 2011), sehingga memungkinkan laporan tersebut diperoleh dalam penelitian ini.

Menurut Hackston dan Milne (1996), perusahaan yang termasuk dalam *industry high-profile* adalah perusahaan yang memiliki tingkat sensitivitas tinggi terhadap lingkungan, risiko politik yang tinggi, atau persaingan yang ketat.

Perusahaan *high-profile* umumnya menarik perhatian masyarakat karena aktivitas operasinya melibatkan banyak kepentingan (Mardi T. W., 2010). Perusahaan dalam kategori *high-profile* yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini yaitu perusahaan yang bergerak di bidang minyak dan pertambangan, kimia, perhutanan dan agribisnis, kertas, otomotif, tembakau dan rokok, produk makanan dan minuman, media dan komunikasi, kesehatan, pariwisata, *infrastructure*, *utilities* dan transportasi, *engineering*, dan teknologi informasi (Sembiring, 2003).

Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan tujuan mendapatkan sampel yang *representative* sesuai dengan kriteria yang ditentukan (Nurlela dan Islahuddin, 2008). Selain itu, penggunaan metode *purposive sampling* bertujuan agar peneliti mendapatkan informasi dari kelompok sasaran yang spesifik (Sekaran, 2003). Adapun kriteria sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan berkategori *high-profile* yang terdaftar di BEI pada tahun 2008 dan tahun 2009 secara berturut - turut.
2. Perusahaan yang menerbitkan laporan tahunan (*annual report*) yang lengkap selama tahun 2008 dan 2009 secara berturut - turut.
3. Perusahaan mempunyai kepemilikan instusional pada periode tahun 2009.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berupa data laporan tahunan (*annual report*) perusahaan pada periode pelaporan tahun 2008 dan tahun 2009. *Annual report* tersebut didapat melalui pojok Bursa Efek Indonesia (BEI) Universitas Diponegoro dan juga melalui *website* www.idx.co.id.

Data penelitian ini meliputi data perusahaan yang berupa laporan tahunan (*annual report*) perusahaan *go public* berkategori *high-profile* yang mencakup periode pelaporan pada tahun 2008 dan tahun 2009 yang mana dipandang cukup mewakili kondisi – kondisi perusahaan di Indonesia. Alasan menggunakan data dari Bursa Efek Indonesia adalah karena bursa tersebut merupakan bursa efek yang terbesar di Indonesia dan diyakini dapat mempresentasikan kondisi bisnis di Indonesia.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi dokumentasi. Pengumpulan data dilakukan dengan mempelajari data sekunder berupa Laporan Tahunan Perusahaan (*Company Annual Report*) terpublikasikan yang diperoleh dari Pojok BEI Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro dan situs BEI yaitu www.idx.co.id.

3.5 Metode Analisis

3.5.1 Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan profil data sampel yang meliputi antara lain *mean*, *median*, maksimum, minimum, dan deviasi standar. Data yang diteliti dikelompokkan menjadi lima yaitu Pengungkapan CSR Dimensi Hubungan dengan Karyawan, Pengungkapan CSR Dimensi Keterlibatan dengan Komunitas, Pengungkapan CSR Dimensi Produk, Pengungkapan CSR Dimensi Lingkungan, dan Kepemilikan Institusional.

3.5.2 Pengujian Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini digunakan uji asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik yang bertujuan untuk menentukan ketepatan model. Uji asumsi klasik yang akan digunakan dalam penelitian ini meliputi:

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen memiliki distribusi normal atau tidak. Untuk menghindari terjadinya bias, data yang digunakan harus terdistribusi dengan normal. Model regresi yang baik adalah memiliki data normal data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2007). Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

Pengujian normalitas dalam penelitian ini dengan menggunakan *one sample kolmogorov-smirnov test* dan analisis grafik histogram dan P-P plot. Dalam uji *one sample kolmogorov-smirnov test* variabel-variabel yang mempunyai *asyp. Sig (2-tailed)* di bawah tingkat signifikan sebesar 0,05 maka diartikan bahwa variabel-variabel tersebut memiliki distribusi tidak normal dan sebaliknya (Ghozali, 2007).

3.5.2.2 Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi dapat dilihat dari (1) nilai *tolerance* dan lawannya (2) *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan ukuran setiap variabel independen manakala yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya (Ghozali, 2007).

Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang dipilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF=1/Tolerance$). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya mutikolonieritas adalah nilai tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 . Model regresi yang baik tidak terdapat masalah multikolonieritas atau adanya hubungan korelasi diantara variabel-variabel independennya (Ghozali, 2007).

3.5.2.3 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya) (Ghozali, 2007). Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan cara uji Durbin-Watson (*DW test*). Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:

1. Bila nilai DW terletak antara batas atas (d_u) dan $(4-d_u)$, maka koefisien autokorelasi sama dengan nol berarti tidak ada autokorelasi.
2. Bila nilai DW lebih rendah dari pada batas bawah (d_l), maka koefisien autokorelasi lebih dari nol berarti ada autokorelasi positif.
3. Bila nilai DW lebih dari pada $(4-d_l)$, maka koefisien autokorelasi lebih kecil dari nol berarti ada autokorelasi negatif.
4. Bila nilai DW terletak antara batas atas (d_u) dan batas bawah (d_l) atau DW terletak antara $(4-d_u)$ dan (d_l) , maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

3.5.2.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2007). Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat

grafik plot antara variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya yaitu SRESID. Menurut Ghozali (2007), deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di *studentized*. Dasar analisisnya adalah:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.5.3 Uji Hipotesis

3.5.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini yaitu pengujian pengaruh pengungkapan dimensi CSR hubungan dengan karyawan, dimensi CSR keterlibatan dengan komunitas, dimensi CSR produk, dan dimensi lingkungan terhadap kepemilikan institusional. Model yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel-variabel secara spesifik terhadap kepemilikan institusional dalam penelitian ini dinyatakan dalam persamaan regresi di bawah ini:

$$Y = \alpha + b_1 \text{ERCSR} + b_2 \text{CICSR} + b_3 \text{PCSR} + b_4 \text{ECSR} + e$$

Keterangan:

Y	= Kepemilikan Instutional
α	= Konstanta
b ₁ - b ₄	= Koefisien Regresi
ECSR _D	= Dimensi CSR hubungan dengan karyawan
CICSR _D	= Dimensi CSR keterlibatan dengan komunitas
PCSR _D	= Dimensi CSR produk
ECSR _D	= Dimensi CSR Lingkungan
e	= Error Term

Analisis regresi yang dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian statistik yang dilakukan adalah:

1. Koefisien Determinasi (R²)

Pengukuran koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independen terhadap perubahan variabel dependen. Dari ini diketahui seberapa besar variabel dependen mampu dijelaskan oleh variabel independennya, sedangkan sisanya dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model (Ghozali, 2007).

2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama (Ghozali, 2007). Ghozali (2007),

menyatakan bahwa dalam uji F, kesimpulan yang diambil adalah dengan melihat signifikansi (α) dengan ketentuan:

$\alpha > 5\%$: H_0 diterima

$\alpha < 5\%$: H_0 ditolak

3. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial (Ghozali, 2007). Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan perbandingan nilai t hitung masing-masing koefisien t regresi dengan t tabel sesuai dengan tingkat signifikansi yang digunakan. Menurut Ghozali (2007), jika t hitung koefisien regresi lebih kecil dari t tabel, maka variabel independen secara individu tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel dependen, artinya hipotesis ditolak. Sebaliknya jika t hitung lebih besar dari t tabel, maka variabel independen secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen, artinya hipotesis diterima.