

**ANALISIS PENGARUH PENGUNGKAPAN CSR  
TERHADAP KEPEMILIKIAN INSTITUSIONAL  
(STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN SUMBER DAYA  
ALAM YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2008-2010)**



**SKRIPSI**

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

Disusun oleh :

**MIRZA NIRWANTO**  
**NIM. C2C007080**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2011**

## **PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama Penyusun : Mirza Nirwanto  
Nomor Induk Mahasiswa : C2C007080  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH  
PENGUNGKAPAN CSR TERHADAP  
KEPEMILIKIAN INSTITUSIONAL  
(STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN  
SUMBER DAYA ALAM YANG  
TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2008-2010)**

Dosen Pembimbing : Dra. Hj. Zulaikha, M.Si, Akt

Semarang, 20 Desember 2011

Dosen Pembimbing,

(Dra. Hj. Zulaikha, M.Si, Akt)

NIP. 19580525 199103 2001

## **PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN**

Nama Penyusun : Mirza Nirwanto  
Nomor Induk Mahasiswa : C2C007080  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH  
PENGUNGKAPAN CSR TERHADAP  
KEPEMILIKIAN INSTITUSIONAL  
(STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN  
SUMBER DAYA ALAM YANG  
TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2008-2010)**

**Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 28 Desember 2011**

Tim Penguji :

1. Dra. Hj. Zulaikha, M.Si., Akt. ( ..... )
2. Dr. Drs. H. Rahardja, M.Si., Akt. ( ..... )
3. Dr. H. Agus Purwanto, M.Si., Akt. ( ..... )

## **PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Mirza Nirwanto, menyatakan bahwa skripsi dengan judul **ANALISIS PENGARUH PENGUNGKAPAN CSR TERHADAP KEPEMILIKIAN INSTITUSIONAL (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN SUMBER DAYA ALAM YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2008-2010)**, 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, 20 Desember 2011

Yang membuat pernyataan,

( Mirza Nirwanto )

NIM : C2C007080

## **ABSTRACT**

*This study aims to examine the relation between Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure and the percentage of Institutional Ownership (IO) on Natural based-Companies which are listed on IDX during the period 2008-2010. This study uses content analysis for measuring the CSR disclosing score. Institutional Ownership is dependent variable and CSR disclosures, CSR disclosure-Employee Relation dimension, CSR disclosure-Community Involvement dimension, CSR disclosure-Product dimension and CSR disclosure-Environmental dimension are independent variables on this study.*

*Natural based-Companies are the sample of this research. They are the companies which move on mining, agricultural, wood industries, paper and pulp, energy, animal feed, and cement. All of them are listed on Indonesian Exchange (IDX) during the observation period 2008-2010. Samples are taken by using Purposive sampling method, and 25 companies are chosen to become samples. This study uses linear regression for data analyzing.*

*The results show that the percentage of Institutional Ownership (IO) on Natural based-Companies is significantly and positively related to CSR disclosure; the percentage of Institutional Ownership (IO) is significantly and positively related to CSR disclosure-Employee relation dimension; the percentage of Institutional Ownership (IO) isn't related to CSR disclosure-Community Involvement; the percentage of Institutional ownership (IO) is positively but not significantly related to CSR disclosure-Product dimension; the percentage of Institutional Ownership (IO) isn't related to CSR disclosure- Environmental disclosure.*

*Key words: corporate social responsibility, Natural based-companies, institutional ownership, disclosure*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) terhadap persentase jumlah Kepemilikan Institusional (IO) pada perusahaan sumber daya alam yang terdaftar di BEI tahun 2008-2010. Penelitian ini menggunakan metode *content analysis* untuk mengukur skor pengungkapan CSR. Variabel dependen yang digunakan pada penelitian ini adalah Kepemilikan Institusional, sedangkan variabel independen yang digunakan adalah pengungkapan CSR, pengungkapan CSR dimensi Hubungan Pekerja, pengungkapan CSR dimensi Keterlibatan pada Masyarakat, pengungkapan CSR dimensi Produk serta pengungkapan CSR dimensi Lingkungan.

Sampel penelitian adalah perusahaan yang bergerak di bidang pengelolaan sektor alam yang yaitu pertambangan, agrikultural, industri perkayuan, kertas dan *pulp*, energi, pakan ternak dan semen. Semua sampel penelitian tersebut terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode penelitian 2008-2010. Sampel dipilih dengan metode *purposive sampling* dan diperoleh 25 perusahaan yang menjadi sampel. Penelitian ini menggunakan regresi linear untuk menganalisis data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap persentase jumlah kepemilikan institusional (IO) pada perusahaan sumber daya alam; pengungkapan CSR dimensi pekerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap persentase jumlah kepemilikan institusional (IO) pada perusahaan sumber daya alam; pengungkapan CSR dimensi keterlibatan pada masyarakat tidak berpengaruh terhadap persentase jumlah kepemilikan institusional (IO) pada perusahaan sumber daya alam; pengungkapan CSR dimensi produk berpengaruh positif tetapi tidak secara signifikan terhadap persentase kepemilikan institusional (IO) pada perusahaan sumber daya alam; CSR dimensi lingkungan tidak berpengaruh terhadap persentase jumlah kepemilikan (IO) pada perusahaan sumber daya alam.

Kata Kunci : tanggung jawab sosial perusahaan, perusahaan sumber daya alam, kepemilikan institusional, pengungkapan

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Kepemilikan Institusional (Studi Empiris pada Perusahaan Sumber Daya Alam yang Terdaftar di BEI Tahun 2008-2010)**”. Penulisan skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian program studi Akuntansi pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis juga sangat menyadari bahwa tersusunnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan, petunjuk, bimbingan, saran serta fasilitas dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan tulus dan ikhlas penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Drs. H. Mohamad Nasir, M.Si., Akt., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
2. Prof. Dr. Muchamad Syafruddin, M.Si., Akt. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
3. Dra. Hj. Zulaikha, M.Si., Akt. selaku dosen pembimbing yang sangat sabar dan senantiasa memberikan saran, dukungan, bimbingan, motivasi, dan pengarahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
4. Surya Rahardja, S.E., M.Si., Akt. selaku dosen wali yang memberikan dukungan, arahan, dan saran selama menempuh pendidikan di Universitas Diponegoro.

5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan bekal ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis
6. Kedua orang tua, Bapak Bambang Sudaryanto dan Ibu Evi Santi serta kedua adik penulis, Nadia dan Helmi Andri yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan serta motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga anak dan kakakmu ini dapat menjadi kebanggaan dalam keluarga.
7. Sahabat-sahabat penulis : Azis, Panggah, Ferry, Timo, Setyo, Adit, Andrian, Nano, Dimas, Jiwo, Yeli, Irfan, Novia serta seluruh teman-teman Akuntansi FEB Undip angkatan 2007.
8. Teman-teman *The Djantoz Kosan*, Ferry, Timo, Isnan, Hot, Mas Teguh, Mas Wisnu, Mas Aji, Bang Ali, Mas Mizwar, Mas Gilbert, Maul, Rama dan Luki serta Ibu Kos, Mas Diaz, Bu Pri dan Ibu Tukang cuci yang satunya.
9. Sahabat-sahabat dari IDTFC Pusat serta IDTFC Regional Semarang (Mas Bagus, Mas Setyo, Mas Doni, Mas Randry, Adit, Razaqy)
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa tulisan ini jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan penulis sebagai manusia, sehingga penulis menerima saran dan kritik dari semua pihak yang bermanfaat bagi semua pihak.

Semarang, 20 Agustus 2011  
Penulis

Mirza Nirwanto

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN SKRIPSI .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	8
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	8
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	9
1.4 Sistematika Penulisan .....	9
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	10
2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 Teori <i>Stakeholder</i> .....	11
2.1.2 Teori Legitimasi .....	15
2.1.3 Pengertian Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan ( <i>Corporate Social Responsibility</i> ) .....	17
2.1.3.1 Pelaksanaan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) .....	17
2.1.3.2 Praktik CSR di Indonesia .....	20
2.1.4 Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan pada Laporan Tahunan .....	22

2.1.4.1 Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan di Bidang Hubungan Pekerja .....	24
2.1.4.2 Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan di Bidang Keterlibatan pada Masyarakat .....	27
2.1.4.3 Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan di Bidang Produk .....	28
2.1.4.4 Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan di Bidang Lingkungan .....	30
2.1.5 <i>Institutional Ownership</i> (Kepemilikan Institusional) .....	31
2.2 Penelitian Terdahulu .....	35
2.3 Kerangka Pemikiran .....	41
2.4 Perumusan Hipotesis .....	44
2.4.1 Pengaruh Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial (CSR/D) terhadap Pemilikan Institusional .....	44
2.4.2 Pengaruh Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Dimensi Pekerja (EMPD) terhadap Pemilikan Institusional ...	46
2.4.3 Pengaruh Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Dimensi Hubungan pada Masyarakat (COMD) Terhadap Pemilikan Institusional .....	47
2.4.4 Pengaruh Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Dimensi Produk (PROD) terhadap Pemilikan Institusional ...	49
2.4.5 Pengaruh Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Dimensi Lingkungan (ENV/D) terhadap Pemilikan Institusional .....	51
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>52</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	52
3.1.1 Variabel Dependen .....	52
3.1.2 Variabel Independen .....	53
3.1.2.1 Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan (CSR/D) .....	54

3.1.2.2 Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan Dimensi Pekerja (EMPD) .....	55
3.1.2.3 Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan Dimensi Lingkungan (ENVD) .....	56
3.1.2.4 Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan Dimensi Keterlibatan pada Masyarakat (COMD) .....	58
3.1.2.5 Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan Dimensi Produk (PROD) .....	59
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	60
3.3 Jenis Sumber Data .....	61
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	62
3.5 Metode Analisis Data .....	63
3.5.1 Uji Statistik Deskriptif .....	63
3.5.2 Uji Asumsi Klasik .....	63
3.5.2.1 Uji Normalitas .....	63
3.5.2.2 Uji Multikolinearitas .....	64
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas .....	64
3.5.2.4 Uji Autokorelasi .....	65
3.5.3 Uji Hipotesis .....	66
3.5.3.1 Analisis Regresi Berganda .....	66
3.5.3.2 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	67
3.5.3.3 Uji Pengaruh Simultan Data (F-test) .....	67
3.5.3.4 Uji Parsial (t-test) .....	68
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>70</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	70
4.2 Analisis Data .....	71
4.2.1 Statistik Deskriptif .....	71
4.2.2 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	74
4.2.2.1 Uji Normalitas .....	74
4.2.2.1.1 Uji Normalitas Persamaan I .....	75
4.2.2.1.2 Uji Normalitas Persamaan II .....	78

4.2.2.2 Uji Multikolinearitas .....	81
4.2.2.3 Uji Autokorelasi .....	83
4.2.2.3.1 Uji Autokorelasi Persamaan I .....	84
4.2.2.3.2 Uji Autokorelasi Persamaan II .....	84
4.2.2.4 Uji Heteroskedastisitas .....	85
4.2.2.4.1 Uji Heteroskedastisitas Persamaan I .....	86
4.2.2.4.2 Uji Heteroskedastisitas Persamaan II .....	87
4.3 Uji Hipotesis .....	89
4.3.1 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	89
4.3.2 Uji Parameter Individual (Uji t-test) .....	91
4.3.2.1 Uji t-test Persamaan I .....	91
4.3.2.2 Uji t-test Persamaan II .....	92
4.4 Intepretasi Hasil Pengujian Hipotesis .....	94
BAB V PENUTUP .....	99
5.1 Kesimpulan .....	99
5.2 Keterbatasan .....	101
5.3 Saran .....	102
DAFTAR PUSTAKA .....	103
LAMPIRAN-LAMPIRAN .....	106

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu .....	39
Tabel 4.1 Sampel Penelitian .....	71
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif .....	71
Tabel 4.3 Uji Statistik Non Parametric Kolmogorov-Smirnov Persamaan I .....	78
Tabel 4.4 Uji Statistik Non Parametric Kolmogorov-Smirnov Persamaan II .....	81
Tabel 4.5 Korelasi antar Koefisien Persamaan II .....	82
Tabel 4.6 Uji Multikolinearitas Persamaan II .....	83
Tabel 4.7 <i>Durbin-Watson test</i> Persamaan I .....	84
Tabel 4.8 <i>Durbin-Watson test</i> Persamaan II .....	85
Tabel 4.9 Uji Glejser Persamaan I .....	87
Tabel 4.10 Uji Glejser Persamaan II .....	89
Tabel 4.11 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Persamaan I .....	90
Tabel 4.12 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Persamaan II .....	90
Tabel 4.13 Uji t-test Persamaan I .....	91
Tabel 4.14 Uji t-test Persamaan II .....	93

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 7 Aspek CSR .....	18
Gambar 2.2 Hubungan antar Variabel Penelitian (Persamaan I) .....	43
Gambar 2.2 Hubungan antar Variabel Penelitian (Persamaan II) .....	43
Gambar 4.1 Diagram Histogram Persamaan I .....	76
Gambar 4.2 Grafik P-Plot Persamaan I .....	77
Gambar 4.3 Diagram Histogram Persamaan II .....	79
Gambar 4.4 Grafik P-Plot Persamaan II .....	80
Gambar 4.5 Grafik <i>Scatter Plot</i> Persamaan I .....	86
Gambar 4.6 Grafik <i>Scatter Plot</i> Persamaan II .....	88

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Data Sampel Penelitian .....	106
Contoh <i>Content Analysis</i> Sampel Data 2008 .....	107
Contoh <i>Content Analysis</i> Sampel Data 2009 .....	108
Tabulasi Data .....	109
Lampiran B Hasil Output Regresi .....	110
Regresi Persamaan I .....	111
Regresi Persamaan II .....	115

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam melaksanakan kegiatan korporasi, suatu perusahaan tidak akan lepas dari intervensi dan pantauan *stakeholder* yang terikat pada perusahaan tersebut. Perusahaan akan bekerja semaksimal mungkin agar para pemangku kepentingan atau *stakeholder* merasa puas dengan apa yang telah diupayakan oleh perusahaan. Dalam membicarakan *stakeholder*, hal ini tidak hanya bersangkutan dengan pemegang saham saja, tetapi juga Pemerintah selaku regulator, serta pegawai dan Masyarakat juga merupakan unsur-unsur dari *stakeholder*. Dalam hubungannya dengan perusahaan, pemegang saham atau *investor* adalah orang atau institusi yang menanam modalnya di perusahaan. Pemegang saham atau investor akan merasa puas jika perusahaan tempat mereka berinvestasi dapat memberikan laba semaksimal mungkin, sehingga investor tidak merasa rugi menanamkan modal di sana. Para investor juga merasa bangga jika perusahaan tempat mereka berinvestasi, memiliki *image* yang baik di mata masyarakat.

Dalam menjalankan kegiatan korporasi, perusahaan tidak hanya melakukan upaya untuk memaksimal laba atau keuntungan saja, tetapi juga diharapkan perusahaan dapat peduli terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar.

Selain itu, perusahaan juga diharapkan bertanggung jawab dengan apa yang telah dilakukan di lingkungan tempat mereka melakukan kegiatan korporasi. Semisal perusahaan pertambangan, dalam melaksanakan kegiatan industrialnya diharapkan bisa melibatkan masyarakat lokal di sekitar lokasi penambangan. Selain melakukan kegiatan penambangan, perusahaan juga harus bertanggung jawab dalam rehabilitasi lingkungan sehingga area pertambangan tidak rusak dikarenakan kegiatan penambangan oleh perusahaan. Dengan melakukan tanggung jawab sosial tersebut, *image* perusahaan di mata masyarakat menjadi baik, karena baik secara langsung atau tidak, masyarakat juga diuntungkan oleh perusahaan. Jika perusahaan memiliki *image* yang baik, investor tidak segan – segan untuk menanamkan modalnya di perusahaan, sehingga dapat disimpulkan bahwa kegiatan pertanggungjawaban sosial oleh perusahaan dapat mempengaruhi peningkatan jumlah investor.

Secara lebih lanjut, dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial, seperti tertera pada ISO 26000:2010 tentang “Petunjuk dalam Pertanggungjawaban Sosial”, terdapat prinsip yang harus dipegang yaitu :

- a. Akuntabilitas, yaitu organisasi seharusnya dapat membuktikan segala sesuatu yang dilakukan adalah benar.
- b. Transparensi, yaitu sebuah organisasi seharusnya menyatakan dengan transparan, seluruh keputusan dan aktivitasnya yang memiliki dampak atas masyarakat dan lingkungan.
- c. Perilaku etis, yaitu sebuah organisasi harus berperilaku etis sepanjang waktu, dengan menegakkan kejujuran, kesetaraan dan integritas.

- d. Penghormatan kepada kepentingan *stakeholder*, dan yang harus dilakukan oleh suatu organisasi adalah mengidentifikasi, menanggapi kebutuhan, mengenali hak-hak legal dan kepentingan yang sah, serta mengenali kepentingan yang lebih luas terkait dengan pembangunan berkelanjutan.
- e. Kepatuhan kepada hukum, yaitu sebuah organisasi harus menerima bahwa kepatuhan pada hukum adalah suatu kewajiban.
- f. Penghormatan kepada Norma Perilaku Internasional, maksudnya adalah jika organisasi tersebut berada pada Negara yang hukum nasionalnya tidak mencukupi untuk melindungi kondisi lingkungan dan sosialnya, sebuah organisasi harus berusaha untuk mengacu kepada norma perilaku internasional.
- g. Penegakan HAM, yaitu setiap organisasi harus menghormati HAM, serta mengakui betapa pentingnya HAM serta sifatnya yang universal.

Pemerintah selaku *regulator* juga dirasa telah mendukung iklim kegiatan pertanggungjawaban sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Seperti yang tertera pada Undang-Undang No. 25/2007 tentang “Penanaman Modal”, pasal 15 menjelaskan bahwa penanam modal diwajibkan melaksanakan pertanggungjawaban sosial perusahaan. Penanaman modal juga berkewajiban untuk menghormati tradisi masyarakat sekitar lokasi penanaman modal. Sementara di pasal 16 dan 17, dijelaskan lebih rinci bahwa perusahaan juga diwajibkan untuk menjaga kelestarian hidup serta bagi penanaman modal yang mengusahakan sumber daya alam yang tidak terbarukan, perusahaan wajib mengalokasikan dana khusus untuk melakukan rehabilitasi atau pemulihan lokasi

penambangan, sehingga area bekas penambangan diharapkan tidak rusak pasca kegiatan penambangan perusahaan tersebut.

Selain pada Undang-Undang No. 25/2007, pada Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang “Perseroan Terbatas” pada pasal 66 menyatakan bahwa Pemerintah juga mewajibkan perusahaan untuk melaporkan semua kegiatan dan pelaksanaan atas pertanggungjawaban sosial dan lingkungannya. Jika dilihat dari undang-undang yang dihasilkan oleh Pemerintah, dapat disimpulkan bahwa Pemerintah sebenarnya *respect* terhadap apa yang disebut dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pemerintah mewajibkan perusahaan untuk melaporkan segala kegiatannya dalam hal tanggung jawab sosial dan lingkungannya pada laporan tahunan, sehingga mau tidak mau, perusahaan harus melaksanakan apa yang diwajibkan oleh Pemerintah yaitu melakukan kegiatan pertanggungjawaban sosial dan lingkungan.

Walaupun telah diatur oleh Pemerintah dalam undang-undang, akan tetapi tata cara mengenai pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR) tidak dijelaskan secara lebih spesifik. Undang-undang tersebut tidak menjelaskan secara lebih mendetail bagaimana CSR dilakukan dan pelaporannya dalam laporan tahunan, sehingga dalam pelaksanaannya perusahaan hanya melakukan tidak secara maksimal tetapi secara apa adanya saja, karena peraturan tidak mengatur secara detail. Perusahaan dalam melaksanakan CSR-nya terkesan hanya *voluntary* saja, dalam pelaporannya pun terkesan hanya untuk memenuhi peraturan saja. Padahal CSR tidak hanya berarti memenuhi ekspektasi hukum dan kebijakan pemerintah saja tetapi termasuk mengenai sumber daya manusia, lingkungan dan

ekologi yang harmonis dan pengembangan masyarakat (Jieyi dan Hui, 2009). Seperti pada penelitian Thompson dan Zakaria (dalam Saleh et al,2010), beberapa Perusahaan Terdaftar di Malaysia (*Malaysian PLC*) melaporkan CSR dalam aspek sumber daya manusia, produk dan konsumen, keterlibatan masyarakat serta lingkungan. Padahal, dengan melaksanakan CSR, jumlah investor dari perusahaan tersebut dapat meningkat tidak terkecuali *institutional investor*.

*Institutional investor* atau investor berbentuk institusi percaya bahwa perusahaan yang tidak atau kurang memperhatikan CSP (*corporate social performance*), lebih berisiko daripada yang memperhatikan CSP (Fauzi et al, 2007). Menurut Fauzi et al (2007), risiko ini muncul kemungkinan besar berasal dari denda/ sanksi karena pelanggaran peraturan, keputusan hukum dan risiko penjualan terhadap para konsumen. Semisal pada Negara Malaysia, fenomena jumlah *Institutional Investor* hampir mencapai 60 persen dari keseluruhan saham yang ada pada sebuah perusahaan di peringkat 10 besar Perusahaan dengan kapitalisasi pasar tertinggi di Bursa Malaysia (Saleh, et al,2010). Hal ini patut diperhatikan bahwa *Institutional investor* yang cenderung kurang agresif atau tidak seagresif pemegang saham individual dalam bertransaksi saham, dalam arti bahwa *institutional investor* cenderung menanamkan saham dalam jumlah yang sangat besar, sehingga sangat berisiko jika harus sering-sering bertransaksi saham. Berbeda dengan investor individual yang berdana rendah, sehingga lebih memilih ke investasi berjangka pendek. Kecenderungan investor individual yang berinvestasi dalam jangka yang pendek mengakibatkan aspek yang

diperhitungkan oleh investor ini dalam bertransaksi saham hanya pada keuntungan dan harga saham itu sendiri.

Jika dilihat dari pernyataan tersebut, terlihat bahwa *institutional investor* cenderung menanamkan sahamnya dalam jangka panjang dan jumlah yang besar. Pada penelitian terdahulu di Malaysia, Saleh et al.(2010) membuktikan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara pengungkapan CSR dan *Institutional Ownership*. Pada penelitian tersebut, Saleh et al.(2010) menelaah lebih lanjut kegiatan pertanggungjawaban sosial oleh perusahaan dengan membagi menjadi 4 bidang, yaitu hubungan dengan para pekerja (*employee relation*), keterlibatan masyarakat (*community involvement*), produk serta lingkungan.

Undang-Undang No.40 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas menyatakan bahwa perseroan terbatas yang bergerak di bidang pengelolaan Sumber Daya Alam diwajibkan untuk melaksanakan dan melaporkan pertanggungjawaban sosial dan lingkungan. Fenomena-fenomena tersebut memotivasi untuk diamati peneliti lebih lanjut di Indonesia. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan tujuan untuk mengamati apakah perusahaan yang bergerak di bidang pengelolaan sumber daya alam peka terhadap peraturan tersebut. Dengan menggunakan data *Annual Report* dan/atau *Sustainability Report* yang diterbitkan oleh perusahaan Sumber Daya Alam, maka penelitian ini mengambil topik Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Pengelolaan Sumber Daya Alam dengan judul :

**“ANALISIS PENGARUH PENGUNGKAPAN CSR TERHADAP KEPEMILIKIAN INSTITUSIONAL (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN SUMBER DAYA ALAM YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2008-2010) ”.**

**1.2 Rumusan Masalah**

Masih sedikitnya penelitian mengenai pengaruh pengungkapan pertanggungjawaban sosial terhadap kepemilikan institusional di Indonesia, dengan rata-rata penelitian menggunakan variabel yang berbeda-beda dalam menggunakan penelitian menunjukkan ketidakkonsistenan dalam penelitian terdahulu. Dengan adanya fenomena tersebut, maka selayaknya dilakukan pengujian kembali mengenai pengaruh atas pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan terhadap jumlah persentase kepemilikan saham secara institusional pada perusahaan di bidang pertambangan. Adapun faktor-faktor yang akan diteliti lebih lanjut adalah pengungkapan pada kegiatan pertanggungjawaban sosial perusahaan yaitu di bidang hubungan dengan para pekerja (*employee relation*), keterlibatan pada masyarakat (*community involvement*), produk serta lingkungan. Berdasarkan uraian di atas, masalah yang akan diteliti selanjutnya dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan berpengaruh terhadap jumlah persentase kepemilikan institusional pada perusahaan di bidang Pengelolaan Sumber Daya Alam yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2008-2010?

2. Apakah pengungkapan pertanggungjawaban sosial pada dimensi hubungan pekerja, keterlibatan pada masyarakat, produk serta lingkungan perusahaan berpengaruh terhadap jumlah persentase kepemilikan institusional pada perusahaan di Bidang Pengelolaan Sumber Daya Alam yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2008-2010?

### **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis pengungkapan kegiatan pertanggungjawaban sosial perusahaan berpengaruh terhadap jumlah kepemilikan institusional pada perusahaan di bidang Pengelolaan Sumber Daya Alam yang tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2008-2010.
2. Menganalisis pengungkapan kegiatan pertanggungjawaban sosial pada dimensi hubungan pekerja, keterlibatan pada masyarakat, produk serta lingkungan perusahaan berpengaruh terhadap jumlah persentase kepemilikan institusional perusahaan berpengaruh terhadap jumlah kepemilikan institusional pada perusahaan di bidang Pengelolaan Sumber Daya Alam yang tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2008-2010.

### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan dengan pengungkapan pertanggungjawaban sosial dan kepemilikan institusional :

1. Bagi para akademisi, dapat memberikan informasi bahwa pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan juga dapat mempengaruhi jumlah kepemilikan institusional pada perusahaan.
2. Bagi perusahaan, dapat meningkatkan kepedulian perusahaan tidak hanya pada pengungkapan saja tetapi juga dalam pelaksanaan pertanggungjawaban sosial karena hal ini juga dapat mempengaruhi pergerakan jumlah kepemilikan institusional pada perusahaan yang bersangkutan.
3. Bagi pemerintah, dapat menjadi semacam referensi dalam mengembangkan standar pelaporan pertanggungjawaban sosial oleh perusahaan sehingga kegiatan CSR tidak bertujuan untuk penghindaran sanksi saja karena telah diwajibkan oleh undang-undang, tetapi juga dapat lebih bermanfaat bagi masyarakat.

### **1.4 Sistematika Penulisan**

Penulisan skripsi ini menggunakan sistematika untuk masing-masing bab sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan, berisi latar belakang masalah yang mendorong dilakukannya penelitian ini. Selain itu, di dalam bab ini juga diuraikan perumusan masalah,

tujuan dan manfaat dari penelitian ini. Bagian akhir dari bab ini adalah sistematika penulisan.

Bab II : Telaah Pustaka, berisi teori-teori yang digunakan sebagai landasan penelitian. Bab ini juga membahas penelitian terdahulu yang berkaitan dengan kepemilikan institusional serta pengungkapan pertanggungjawaban sosial dalam *annual report* dan/atau *sustainability report*. Landasan teori dan penelitian terdahulu selanjutnya digunakan untuk membentuk kerangka teoritis.

Bab III : Metode Penelitian, bab ini menguraikan tentang variabel penelitian dan definisi operasional, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan, berisi pemaparan tentang hasil penelitian serta analisis data yang telah diolah.

Bab V : Penutup, berisi kesimpulan penelitian serta keterbatasan penelitian. Untuk mengatasi keterbatasan penelitian tersebut, disertakan saran untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

## BAB II

### TELAAH PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Teori *Stakeholder*

*Stakeholder theory* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah etitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya yaitu pemegang saham, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain (Chariri dan Ghozali, 2007). Menurut Chariri dan Ghozali (2007), definisi *stakeholder* telah berubah selama empat dekade terakhir, yang pada mulanya, pemegang saham dipandang sebagai satu-satunya *stakeholder* perusahaan. Seiring berjalannya waktu, pandangan akan *stakeholder* berubah dengan memperluas definisi, tidak hanya kelompok pemegang saham saja yang dipandang sebagai *stakeholder* dari perusahaan, bahkan kelompok yang tidak menguntungkan (*adversial grup*) seperti pihak *regulator* dan pihak yang memiliki kepentingan tertentu juga dimasukkan. Pengelompokan akan *Stakeholder* juga berbeda menurut versi Friedman dan Miles (2003). Menurut Friedman dan Miles (2003), *stakeholder* bisa dikembangkan lagi menjadi :

- a. *Stakeholder representatives*, seperti Persatuan Pedagang atau Asosiasi *supplier* serta asosiasi distributor.

- b. *Non Government Organization*, atau aktivis, LSM – Organisasi Masyarakat non pemerintah atau sejenisnya yang peduli terhadap permasalahan menyangkut *stakeholder representative*.
- c. Kompetitor
- d. Pemerintah, regulator, dan pembuat kebijakan lainnya
- e. Kreditor
- f. Media
- g. Lingkungan hidup
- h. Masyarakat secara umum
- i. Partner atau rekan bisnis
- j. Akademika
- k. Generasi penerus
- l. Serta Generasi terdahulu seperti pendiri dari perusahaan yang bersangkutan

Tidak bisa dipungkiri, media juga termasuk salah satu stakeholder yang patut diperhitungkan oleh perusahaan. Terbukti bahwa di media massa maupun elektronik, perusahaan sering “menginformasikan” secara implisit telah melakukan suatu kegiatan korporasinya di lingkungan masyarakat maupun internal perusahaan. Seperti misalnya yang terlihat pada media televisi akhir-akhir ini, industri penghasil kertas melakukan kegiatan tanggung jawab sosial terhadap umat muslim dengan membagikan *al qur'an* gratis yang kertasnya berasal dari hutan industrinya. *Image* perusahaan tersebut yang semula tercoreng karena

dianggap sebagai perusak hutan dapat terkoreksi dikarenakan perusahaan tersebut telah “menghapus dosa” dengan cara melakukan kegiatan tanggung jawab sosial.

Kegiatan tanggung jawab sosial tersebut dapat mempengaruhi pandangan masyarakat akan perusahaan tersebut karena kegiatan korporasi tersebut diperlihatkan lewat media yaitu televisi. Contoh di bidang tanggung jawab sosial perusahaan lainnya, sebuah perusahaan yang memproduksi minuman bersuplemen membantu para penderita mata katarak dan bibir sumbing dengan membiayai operasi sehingga para penderita penyakit tersebut dapat sembuh dikarenakan oleh bantuan dari perusahaan tersebut. Semua kegiatan tersebut diinformasikan oleh perusahaan melalui media elektronik maupun media massa. Media seperti ini telah dianggap sebagai alat yang sangat cocok untuk mempengaruhi pandangan stakeholder, dalam hal ini masyarakat, akan *image* perusahaan. Dengan melihat bahwa sebuah perusahaan telah memperdulikan lingkungan sekitar, masyarakat akan beranggapan bahwa perusahaan tersebut adalah perusahaan yang bagus, sehingga produk yang dihasilkan layak dibeli karena pendapatan yang diterima oleh perusahaan digunakan untuk hal yang berguna bagi masyarakat. Calon investor, baik individual maupun institusional juga akan lebih memperhitungkan perusahaan yang telah melaksanakan suatu tanggung jawab sosial dengan baik daripada yang tidak.

Menurut Gray, Kouhy dan Adams (1994, p.53) dalam Chariri dan Ghozali (2007) menyatakan 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 stakeholdernya.

Seperti penjelasan di atas, dinyatakan bahwa pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan stakeholdernya. Dukungan dari stakeholder harus dicari karena perusahaan tergantung pada dukungan stakeholder tersebut, tak terkecuali *institutional investor*. *Institutional investor* cenderung menginvestasikan dananya dalam jumlah yang sangat besar dan jangka panjang. Selain itu, investor institutional cenderung lebih jeli dan selektif dalam memilih perusahaan. *Institutional investor* juga percaya bahwa perusahaan yang tidak atau kurang memperhatikan CSP (*corporate social performance*), lebih berisiko daripada yang memperhatikan CSP (Fauzi, et al., 2007). Oleh karena itu, dengan melakukan pengungkapan sosial baik melalui laporan tahunan (*annual report*) maupun lewat *sustainability report*, maka dukungan dari stakeholder, dalam hal ini adalah investor institusional, baik dari segi material maupun immaterial dapat diperoleh perusahaan.

*Stakeholder theory* umumnya berkaitan dengan cara-cara yang digunakan perusahaan untuk manage stakeholdernya, dan hal tersebut berkaitan dengan strategi perusahaan dalam memandang ataupun mempengaruhi perusahaannya. Perusahaan biasanya melakukan strategi dalam bentuk *active* maupun *passive*

*posture* (Chariri dan Ghozali, 2007). Seperti yang dinyatakan oleh Chariri dan Ghozali (2007), perusahaan yang menganut strategi *active posture* akan berusaha mempengaruhi stakeholder yang dipandang berpengaruh penting, yaitu dengan cara mengidentifikasi stakeholder potensial tersebut serta menentukan stakeholder mana yang memiliki kemampuan terbesar dalam mempengaruhi alokasi sumber ekonomi perusahaan. Sebaliknya jika perusahaan tersebut menganut strategi yang pasif, cenderung hanya memonitor terus menerus perusahaan tersebut tanpa mencari strategi yang optimal dalam menarik perhatian stakeholder.

### **2.1.2 Teori Legitimasi**

Keberadaan suatu perusahaan beserta seluruh kegiatannya tidak akan dapat berjalan dalam jangka waktu yang panjang, jika saja hal tersebut tidak dapat diterima oleh masyarakat sekitar. Apa yang telah dilakukan oleh perusahaan, jika tidak mempertimbangkan aspek-aspek sosial, lingkungan, norma, agama maupun aturan yang berlaku di lingkungan masyarakat, dapat saja berakhir tanpa ada hasil yang menguntungkan bagi perusahaan. Sebagai bagian dari masyarakat, perusahaan harus dapat mengungkapkan suatu kegiatan yang dapat diterima oleh masyarakat. Oleh karena itu, dengan melakukan suatu kegiatan korporasi yang sesuai dengan norma dan aspek-aspek lain yang diterima di lingkungan masyarakat, serta mengungkapkannya secara terbuka kepada masyarakat, niscaya perusahaan akan mendapatkan legitimasi dari masyarakat.

Menurut Suchman (1995) dalam Tilling (2006), dijelaskan bahwa *“Legitimacy is a generalized perception or assumption that the actions of an*

*entity are desirable, proper, or appropriate within some socially constructed system of norms, values, beliefs, and definitions*". Suatu entitas, secara umum dapat mendapatkan legitimasinya jika kegiatan yang dilakukan oleh entitas tersebut tepat dan sesuai dengan sistim sosial yang telah dibangun, sesuai dengan norma, nilai maupun kepercayaan-kepercayaan yang berlaku di lingkungan masyarakat sekitar. Tidak seperti teori stakeholder yang lebih memperhitungkan *power* yang dimiliki oleh stakeholder, yaitu dengan melakukan kegiatan sosial sesuai dengan apa yang diinginkan oleh stakeholder, pada teori legitimasi, suatu perusahaan diharuskan melakukan kegiatan korporasi yang sesuai dengan norma, aturan atau nilai-nilai yang berlaku di lingkungan masyarakat. Legitimasi tidak dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang legal maupun ilegal saja, tetapi lebih kepada harapan masyarakat terhadap perilaku perusahaan. Masyarakat mengharapkan perusahaan dapat memberikan sesuatu yang berpengaruh positif baik dari segi ekonomi, sosial, serta lingkungan. Dengan adanya perusahaan di lingkungan masyarakat tersebut, diharapkan lingkungan sekitar tidak menjadi rusak dikarenakan oleh limbah atau polusi yang dihasilkan oleh perusahaan, serta perekonomian lokal dapat terbantuan karena adanya perusahaan di lingkungan masyarakat. Harapan-harapan tersebut yang harus dapat menjadi pertimbangan suatu perusahaan agar legitimasi dapat diperoleh. Dengan adanya legitimasi dari masyarakat, kepercayaan investor institusional terhadap suatu perusahaan dapat terjalin sehingga perusahaan menghasilkan keuntungan yang maksimal.

### **2.1.3 Pengertian Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*)**

Menurut ISO 26000 : 2010, pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah

*“Responsibility of an organization for the impacts of its decisions and activities on society and the environment, through transparent and ethical behaviour that contributes to sustainable development, health and the welfare of society; takes into account the expectations of stakeholders; is in compliance with applicable law and consistent with international norms of behaviour; and is integrated throughout the organization and practiced in its relationships.”*

Dari definisi di atas, dijelaskan bahwa tanggung jawab sosial adalah merupakan suatu tanggung jawab suatu organisasi yang merupakan dampak dari keputusan serta kegiatan (suatu organisasi) pada sosial dan lingkungan. Tanggung jawab tersebut serta muncul karena segala keputusan dan kegiatan perusahaan tersebut memiliki dampak pada sosial dan lingkungan, sehingga dapat disimpulkan bahwa kegiatan tanggung jawab tersebut sudah melekat pada setiap kegiatan korporasi perusahaan yang berdampak pada sosial dan lingkungan. Dalam melaksanakan kegiatan pertanggungjawaban sosial, perusahaan sebaiknya melakukan secara sukarela, bukan karena ada undang-undang yang mengatur, takut mendapatkan sanksi jika tidak melakukan, tetapi atas dasar sukarela karena tanggung jawab yang melekat pada setiap kegiatannya.

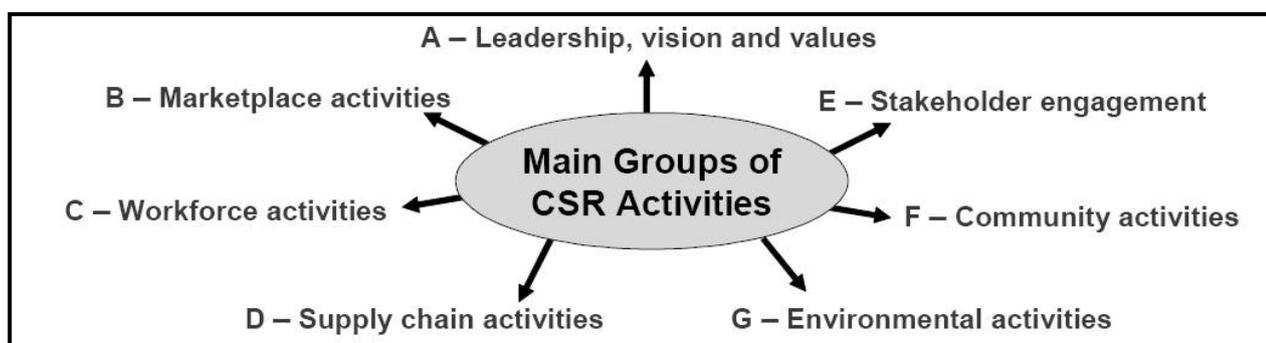
#### **2.1.3.1 Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

CSR bukan merupakan suatu isu yang baru di era globalisasi sekarang ini. Praktik CSR sudah ada sejak jaman sebelum masehi. Sejarah menyatakan bahwa pada Kode Hammurabi (tahun 1700-an SM), termuat 282 hukum yang memuat

mengenai sanksi terhadap pengusaha yang lalai dalam menjaga kenyamanan warga atau menyebabkan kematian bagi pelanggannya ([www.csrjatim.org](http://www.csrjatim.org)). dalam Kode Hammurabi tersebut, disebutkan bahwa hukuman mati diberikan kepada orang-orang yang menyalahgunakan izin penjualan minuman, pelayanan yang buruk dan melakukan pembangunan gedung di bawah standar sehingga menyebabkan kematian orang lain. Ini memperlihatkan bahwa pihak masyarakat sekitar serta pelanggan merupakan stakeholder yang patut diperhitungkan, dan kepedulian terhadap lingkungan sudah ada sejak jaman pra-kebudayaan modern.

Selanjutnya, pada tahun 1950-an adalah awal dari era CSR modern, dimulai dengan munculnya literatur-literatur mengenai *social responsibility*, salah satu contohnya adalah karya Howard R Bowen (1953) yang berjudul “*Social Responsibility for Businessman*”. Pada buku tersebut terdapat definisi awal *social responsibility* yaitu “...obligation of businessman to pursue those policies, to make those decision or to follow those line of action which are desirable in term of the objectives and values of our society.”

**Gambar 2.1**



Sumber : Ashridge dalam Aagaard *et al.*.(2008)

Praktik CSR tidak hanya bergerak pada aspek lingkungan atau hanya berhubungan dengan masyarakat serta lingkungan sekitar saja, tetapi juga pada aspek-aspek lain. Secara lebih rinci terlihat pada gambar 2.1, Aagaard *et al.*.(2008) membaginya menjadi 7 aspek penting yaitu :

- a. *CSR Leadership, vision and values*; adalah aspek CSR yang terintegrasi dalam strategi yang tertulis. Maksudnya adalah, bahwa dalam membuat suatu aturan maupun kode etik, patut juga dipertimbangkan nilai-nilai serta etika yang berlaku. Dalam kepemimpinan suatu perusahaan, patut diperhitungkan pula kebijakan-kebijakan yang tidak merugikan pekerja.
- b. *CSR marketplace activities*, yaitu aspek CSR dihubungkan pada kewajaran dalam berkompetisi, tidak melakukan monopoli, serta transparan dalam melakukan suatu promosi atas produk yang dihasilkan. Transparan dalam berpromosi diartikan bahwa perusahaan harus jujur dalam memberikan informasi mengenai suatu produk serta memberikan label yang jelas pada produk tersebut. Selain itu, memberikan harga yang wajar terhadap konsumen juga merupakan salah satu kegiatan CSR.
- c. *CSR workforce activities*, yaitu aspek CSR yang dilakukan oleh perusahaan dengan cara memfasilitasi lingkungan pekerja. Dengan memberikan ruang terhadap kaum minoritas maupun kaum difabel di lingkungan pekerja, memberikan remunerasi yang wajar terhadap pekerja, tidak adanya praktik diskriminasi antar pekerja, serta

terjaminnya kesehatan dan keselamatan kerja merupakan contoh kegiatan CSR pada aspek ketenagakerjaan.

- d. *CSR supply chain activities*, hal ini bisa dijadikan pertanggungjawaban yang berkelanjutan jika saja supplier diperlakukan secara wajar. Perusahaan selayaknya memonitor supplier agar bertanggungjawab dengan produk yang dipasok, sehingga tidak merugikan konsumen di kemudian hari.
- e. *CSR stakeholder engagement*, yaitu melakukan pemetaan terhadap stakeholder, serta mengidentifikasi apa kebutuhannya.
- f. *CSR community activities*, contohnya memberikan beasiswa atau sponsorship ke sekolah – sekolah, kegiatan keolahragaan, memberikan donasi ke masyarakat yang membutuhkan.
- g. *CSR environmental activities*, yaitu contohnya adalah dengan meminimalisasi pemakaian sumber daya dan mendaur ulang, serta mengurangi polusi seminimal mungkin.

### **2.1.3.2 Praktik CSR di Indonesia**

Praktik mengenai kegiatan pertanggungjawaban sosial oleh perusahaan tidak muncul begitu saja sehingga seolah-olah perusahaan melakukan tindakan tersebut melaksanakan tersebut karena suatu kewajiban. Terkadang tekanan publik atau masyarakat sekitar juga dapat menjadi alasan munculnya kegiatan sosial oleh perusahaan. Reaksi dari perusahaan pun tidak serta merta menyanggupi tuntutan

publik akan kegiatan sosial oleh perusahaan. Menurut Jalal (2011), ada 5 jenis tanggapan yang sudah umum dilakukan oleh perusahaan yaitu :

- a. **Mengelak** : tidak mengakui adanya masalah dalam kinerja sosial dan lingkungan.
- b. **Melawan** : menggunakan aparat militer dan atau pengaruh di pengadilan.
- c. **Mengelabui** : menggunakan berbagai taktik untuk memberi kesan bahwa telah terjadi perubahan kinerja sosial dan lingkungan (*greenwash*).
- d. **Mematuhi** : membuat berbagai perubahan signifikan dalam kinerja sosial dan lingkungan.
- e. **Melampaui** : melakukan perubahan kinerja sebelum mendapat tekanan.

Dari dua jenis tanggapan perusahaan tersebut yaitu mematuhi dan melampaui, muncul kegiatan pertanggungjawaban sosial oleh perusahaan.

Pada penelitian terdahulu, Sukarni (2010) mengungkapkan bahwa praktik atau aktivitas mengenai CSR baru muncul beberapa tahun belakangan ini. Pada tahun 2005, survey terhadap 375 perusahaan yang *listing* di BEJ menunjukkan bahwa 44,7 % yaitu 166 perusahaan tidak melakukan CSR. Selain itu, pada penelitian lain di tahun yang sama, menyatakan bahwa pengungkapan CSR baru dilakukan oleh 27 perusahaan ([www.csrjatim.org](http://www.csrjatim.org)). Untuk mendorong perusahaan di Indonesia melakukan *voluntary reporting* CSR, Ikatan Akuntan Indonesia Kompartemen Akuntan Manajemen pada tahun 2005 mengadakan suatu acara penghargaan bertajuk Indonesia *Sustainability Reporting Award*. Kategori yang diberikan adalah *Best Social and Environmental Report Award*, *Best Social Reporting Award*, *Best Environmental Reporting Award*, dan *Best Website*.

Sampai pada tahun 2007, perusahaan otomotif, pertambangan, dan BUMN mendominasi keikutsertaan dalam ISRA.

Aturan mengenai kewajiban perusahaan mengungkapkan CSR juga baru muncul beberapa tahun belakangan ini. UU no.25 tahun 2007 mengenai Penanaman Modal serta UU no.40 tahun 2007 mengungkapkan bahwa perusahaan yang bergerak di sektor alam berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial. Akan tetapi, aturan secara jelas mengenai pelaksanaan, pengungkapan dan hal-hal yang berhubungan dengan CSR belum tersedia. UU no.40 tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas hanya menyatakan bahwa Tanggung Jawab Sosial Perusahaan akan diatur pada Peraturan Pemerintah tersendiri, tetapi sampai sekarang RUU maupun PP tersebut belum juga muncul.

#### **2.1.4 Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan pada Laporan Tahunan**

Berdasarkan UU No.40 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas, perusahaan diwajibkan melaporkan laporan tahunan setiap tahunnya. Menurut FASB, definisi laporan tahunan adalah :

*Financial Reporting include not only financial statement, but also other means of communicating information that relates, direct or indirect, to the information provided by the accounting system. New releases, management's forecasts or other descriptions of it plans or expectations, and descriptions of its plans or expectations and descriptions of an enterprise's social or environmental impact are examples or reports giving financial informations [sic ] other than financial statements (FASB, dalam Mirfazil,2008)*

Seperti pada penjelasan di atas, bahwasanya Pelaporan Keuangan (*Financial Reporting*) yaitu laporan tahunan yang dibuat oleh perusahaan berisi

tidak hanya laporan keuangan saja, tetapi juga informasi lain yang berhubungan, baik secara langsung maupun tidak, terhadap sistem akuntansi. Informasi yang dimaksud berarti tidak hanya informasi mengenai keuangan saja tetapi juga tak terkecuali laporan atas dampak perusahaan terhadap sosial dan lingkungan.

UU No. 25 tahun 2007 tentang “Penanaman Modal” pasal 15 menyatakan bahwa salah satu dari kewajiban Penanam Modal adalah wajib melaksanakan pertanggungjawaban sosial perusahaan. Selain itu pada pasal 16 dan 17, dinyatakan juga bahwa penanam modal bertanggung jawab atas kelestarian lingkungan hidup, menghormati tradisi budaya masyarakat sekitar, menciptakan keselamatan, kesehatan, nyaman serta kesejahteraan bagi pekerjanya. Bagi perusahaan yang bergerak di bidang pengusahaan sumber daya alam tak terbarui, wajib mengalokasikan dana secara bertahap untuk pemulihan lokasi yang memenuhi standar kelayakan lingkungan hidup. Pada UU No. 40 tahun 2007 tentang “Perseroan Terbatas” pasal 1, 66, dan 74 secara umum menyatakan bahwa Perusahaan wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan serta melaporkan setiap tahunnya pada Laporan Tahunan (*Annual report*). Berdasarkan kedua Undang – undang tersebut, dijelaskan juga bahwa perusahaan/ penanam modal yang tidak melaksanakan kewajiban tersebut akan mendapatkan sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Dari kedua undang-undang tersebut, sepertinya sudah cukup membuktikan bahwa kegiatan pertanggungjawaban sosial oleh perusahaan wajib dilaksanakan dan dilaporkan oleh perusahaan, terlebih lagi bagi perusahaan yang bergerak/ berkaitan dengan sumber daya alam (pasal 74, UU No. 40/2007). Oleh karena itu,

tidak ada alasan lain bagi perusahaan untuk tidak melaksanakan dan melaporkan tindakan pertanggungjawaban sosial walaupun sebenarnya kegiatan pertanggungjawaban sosial seharusnya sudah menjadi komitmen bagi masing-masing perusahaan, bukan atas dasar sanksi yang akan diperoleh jika tidak melaksanakan undang-undang. Pelaksanaan serta pelaporan pertanggungjawaban sosial perusahaan (CSR) jika ditelaah menurut undang-undang tersebut, sekurang-kurangnya perusahaan melaksanakan di bidang lingkungan, pekerja, serta masyarakat. Saleh *et al.* (2010) pada penelitiannya mengungkapkan setidaknya kegiatan CSR bergerak di 4 bidang yaitu Pekerja (*employee relation*), Masyarakat (*community involvement*), Produk (*product*), serta lingkungan (*environment*).

#### **2.1.4.1 Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan di Bidang Hubungan Pekerja (*employee relation*)**

Beberapa *institutional investor* sangat berhati-hati dalam memilih perusahaan dalam berinvestasi. Taub (2001) dalam Saleh *et al.* (2010) menyatakan bahwa, dari hasil survei terhadap *institutional investor* ditemukan bahwa 76% dari 86 partisipan menyatakan bahwa kedudukannya sebagai *institutional investor* dapat mendorong perusahaan untuk meningkatkan kinerja dalam pengelolaan bisnis perusahaan. *Institutional investor* yang merupakan investor yang jeli dan berhati-hati dalam berinvestasi, sangat memperhatikan detail-detail perusahaan. Informasi yang lengkap mengenai perusahaan dapat membantu meyakinkan investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut.

*Institutional investor* akan berpikir lebih dalam menginvestasikan modal terhadap perusahaan yang kurang responsif terhadap masalah sosial (Saleh *et al.*,

2010). Aspek sosial yang dimaksud tidak hanya berasal dari eksternal perusahaan saja, tetapi juga internal perusahaan. Hubungan terhadap tenaga kerja perusahaan merupakan salah satu aspek sosial internal perusahaan yang perlu diperhatikan. Karena hubungan yang baik terhadap tenaga kerja dapat menciptakan loyalitas pekerja yang kuat terhadap perusahaan (Saleh *et al.*, 2010). Dengan memberikan fasilitas – fasilitas yang layak terhadap pekerja, kiranya hal tersebut dapat menciptakan rasa cinta terhadap perusahaan, dan hubungan perusahaan terhadap pekerja menjadi semakin solid.

Fasilitas yang diberikan oleh perusahaan dapat bermacam-macam bentuknya. Fasilitas yang diberikan oleh perusahaan bagi pekerja bisa berupa memberikan layanan kesehatan. Perhatian terhadap kesehatan dan keselamatan kerja (K3) juga merupakan tanggung jawab sosial perusahaan di bidang hubungan terhadap pekerja. Pelatihan serta pendidikan bagi pekerja juga perlu dilakukan oleh perusahaan. Dengan melakukan pendidikan dan pelatihan terhadap pekerja, perusahaan bisa mendapatkan tenaga kerja yang siap dan terampil, sesuai dengan criteria yang diinginkan oleh perusahaan, sehingga dikemudian hari tidak malah “merusak” tubuh perusahaan tersebut.

Berdasarkan UUD 1945 pasal 28, setiap berhak berserikat dan berkumpul serta menyatakan pendapat asal sesuai dengan etika dan aturan yang berlaku. Memberikan hak untuk berpendapat dan berkumpul dalam suatu serikat pekerja juga bisa disebut sebagai fasilitas untuk pekerja. Serikat pekerja berguna untuk menyuarakan pendapat pekerja atas kebijakan-kebijakan perusahaan yang dirasa merugikan pekerja. Walaupun perusahaan memberikan fasilitas untuk membentuk

pekerja, sekiranya perlu pula perusahaan mengawasi serikat pekerja tersebut agar malah tidak menjadi “*boomerang*” yang malah menyerang balik, merugikan perusahaan.

Mencantumkan informasi mengenai profil pekerja pada *annual report* atau *website* perusahaan sepertinya hanya merupakan hal yang kurang penting bagi perusahaan. padahal pencantuman informasi profil pekerja dapat membuat seolah-olah bahwa pekerja tersebut “dianggap ada” oleh perusahaan. Selain itu, hal tersebut juga dianggap mendukung transparansi atas jumlah serta kualitas dari para pekerja di perusahaan tersebut. Dengan membina hubungan korporasi yang baik dengan pihak pekerja, perusahaan dapat mensolidkan rasa loyalitas pekerja terhadap perusahaan. Dengan adanya loyalitas pekerja di perusahaan, perusahaan dapat meningkatkan produktivitas serta berdampak pula pada peningkatan profitabilitas perusahaan. Saleh *et al.*(2010) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa perusahaan dalam membina hubungan baik terhadap pekerjanya, setidaknya terdapat aspek-aspek yang harus terpenuhi yaitu :

- a. Kesehatan dan Keselamatan pekerja (*employee health and safety*)
- b. Pelatihan dan Pendidikan (*training and education*)
- c. Keuntungan Pekerja (*employee benefits*)
- d. Profil Pekerja (*employee profile*)
- e. Saham bagi Pekerja (*share option for employees*)
- f. Penghargaan atas Kesehatan dan Keselamatan (*health and safety Award*)

#### **2.1.4.2 Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan di Bidang Keterlibatan pada Masyarakat (*Community Involvement*)**

Masyarakat merupakan salah satu stakeholder yang patut diperhitungkan oleh perusahaan. tanpa ada legitimasi dari masyarakat, maka keberadaan perusahaan tersebut tidak akan bisa bertahan lama. Masyarakat membawa sebuah harapan dengan keberadaan perusahaan di lingkungan masyarakat. Dengan adanya perusahaan, masyarakat mengharapkan adanya pengaruh positif baik dari segi perekonomian, sosial dan lingkungan. Masyarakat mengharapkan dengan adanya perusahaan, terjadi perubahan perekonomian karena terbukanya lapangan pekerjaan baru. Lingkungan tetap lestari karena perusahaan tidak melakukan perusakan pada lingkungan sekitar, dan permasalahan sosial dapat teratasi dengan adanya perusahaan. Masyarakat membawa harapan besar terhadap keberadaan perusahaan di lingkungannya. Jika perusahaan menghormati norma-norma yang telah berlaku di masyarakat, dalam melakukan kegiatan korporasinya tidak melanggar aturan-aturan yang berlaku di masyarakat, niscaya legitimasi perusahaan bisa didapat oleh masyarakat.

Penelitian terdahulu oleh Cox *et al.*(2004) membuktikan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara kegiatan sosial pada masyarakat terhadap jumlah investor jangka panjang. *Institutional investor* sangat teliti dan berhati-hati dalam menanamkan sahamnya, karena *institutional investor* biasanya menanamkan saham dalam jumlah yang besar dan dalam jangka waktu yang panjang. Jika melihat bahwa perusahaan tidak diterima di lingkungan masyarakat,

investor bisa saja menganggap perusahaan tidak bisa bertahan lama, sehingga investor tidak tertarik pada perusahaan tersebut. Saleh *et al.* (2010) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa pada dimensi keterlibatan pada masyarakat, perusahaan setidaknya melakukan program-program atau pencapaian tertentu agar investor dapat tertarik terhadap perusahaan tersebut yaitu :

- a. Program donasi (*Cash Donation Program*)
- b. Program bantuan sosial (*Charity Program*)
- c. Program beasiswa (*Scholarship Program*)
- d. Sponsor untuk kegiatan olahraga (*Sponsor for Sport Activities*)
- e. Pendukung kebanggaan Nasional (*Supporting National Pride*)
- f. Proyek umum (*public project*)

#### **2.1.4.3 Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan di Bidang Produk (*product*)**

Produk merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh perusahaan. Baik barang maupun jasa, produk merupakan suatu hasil dari proses produksi dari perusahaan yang kemudian akan dijual dan dapat menghasilkan laba. Pertanggungjawaban sosial perusahaan tidak hanya dilihat dari timbal balik perusahaan di bidang lingkungan dan sosial saja, tetapi juga dapat dilihat dari sisi produknya. Perhatian terhadap aspek kualitas suatu produk yang dihasilkan merupakan kewajiban perusahaan. Mendapatkan produk yang berkualitas merupakan hak konsumen yang telah membeli dan memakai produk dari perusahaan. Selain kualitas dari produk tersebut, keamanan dari suatu produk juga merupakan hal yang patut

diperhatikan pula oleh perusahaan. Ketika konsumen menganggap produk suatu perusahaan itu aman, maka konsumen tidak akan segan-segan untuk memakai kembali produk perusahaan tersebut. Produk banyak dipakai oleh masyarakat, sehingga tingkat penjualan dapat semakin meningkat. Layanan purna jual juga merupakan aspek yang perlu diperhatikan. Adanya layanan *Costumer Services* memperlihatkan bahwa perusahaan tetap memperhatikan produk sampai ke tangan konsumen. Dengan adanya layanan *Costumer Services*, konsumen dapat memberikan saran serta kritik atas produk yang kita produksi. Saran dan kritik dari konsumen dapat menjadi masukan serta evaluasi perusahaan dalam mengembangkan produk menjadi lebih baik.

Selain masalah keamanan dan kualitas suatu produk, perlu juga adanya pengembangan dari produk tersebut. Agar konsumen tidak berpindah ke produsen lain, perusahaan perlu melakukan pengembangan dari produk tersebut. Perusahaan perlu melakukan pengembangan agar produk tersebut dapat lebih inovatif serta *up to date*, sehingga tidak dianggap ketinggalan jaman. Seiring berjalannya waktu, melihat bisa saja kelangkaan terjadi pada bahan baku suatu produk, maka perusahaan juga perlu mengembangkan produk dengan bahan baku alternatif, yang kiranya dapat menekan biaya produksi tanpa mengindahkan kualitas dari produk tersebut. Dengan menekan biaya produksi, tingkat profitabilitas dapat meningkat sehingga investor – investor tertarik untuk menginvestasikan dananya ke perusahaan. *Institutional investor* jeli dan berhati-hati dalam memilih perusahaan untuk berinvestasi. Dengan memberikan

informasi-informasi yang lengkap mengenai aspek-aspek dari dimensi produk tersebut, investor akan semakin percaya terhadap perusahaan tersebut.

Penelitian terdahulu oleh Mahoney dan Robert (2007) serta Teoh dan Shiu (1990) dalam Saleh *et al.*(2010) menyatakan bahwa *Institutional Investor* memberikan perhatian yang lebih pada bagaimana perusahaan menyusun strategi dalam melakukan CSR di bidang produk. Pada penelitian tersebut, didapat kesimpulan bahwa terhadap hubungan antara CSR di bidang produk terhadap jumlah kepemilikan saham oleh institusi. Pada Indeks yang dibuat oleh Saleh *et al.* (2010), setidaknya perusahaan mencantumkan informasi yang memadai mengenai tanggung jawab perusahaannya dengan cakupan aspek :

- a. Pengembangan produk (*product development*)
- b. Keamanan produk (*product safety*)
- c. Kualitas Produk (*product quality*)
- d. Layanan pelanggan (*customer services*)

#### **2.1.4.4 Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan di Bidang Lingkungan (*environment*)**

Seperti yang telah dijelaskan pada subbab – subbab sebelumnya, Mahoney dan Robert (2007) serta Teoh dan Shiu (1990) dalam Saleh *et al.* (2010) dalam penelitiannya menungkapkan bahwasanya *Institutional Investor* sangat berhati-hati dan teliti pada isu-isu sensitif terhadap masalah lingkungan. Investor akan lebih memilih perusahaan yang peka terhadap lingkungan sekitar. Kelestarian lingkungan baik secara langsung maupun tidak langsung, berhubungan dengan

kegiatan korporasi. Perusahaan tambang misalnya, dalam melakukan kegiatan pertambangan pasti akan meninggalkan kerusakan pada lokasi pertambangan. Sebagai perusahaan yang peka terhadap lingkungan, tanpa ada sindiran dari pemerhati lingkungan maupun masyarakat, seharusnya perusahaan tersebut pasti akan mereklamasi atau merehabilitasi lokasi pertambangan tersebut.

Isu mengenai pengendalian limbah dan polusi juga merupakan isu yang sering menjadi perhatian terhadap keberadaan suatu perusahaan. Perusahaan sering kali membuang limbah tanpa proses lebih lanjut sehingga berdampak pada pencemaran lingkungan. Limbah – limbah yang mengandung zat-zat kimia terkadang dibuang di sungai atau laut begitu saja tanpa rasa bersalah. Padahal, perbuatan tidak saja dapat mencemari lingkungan, tetapi juga berdampak pada keberadaan perusahaan itu sendiri. Dengan adanya pembuangan limbah semena-mena oleh perusahaan, masyarakat bisa saja melakukan hal-hal yang merugikan perusahaan itu sendiri, dan juga dapat berdampak pada pemberian sanksi oleh Pemerintah. Jika perusahaan peka terhadap lingkungan, hal-hal tersebut tidak perlu terjadi.

Kepekaan terhadap lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan tidak hanya berbicara mengenai pengendalian limbah atau polusi. Penggunaan barang daur ulang juga merupakan contoh kegiatan perusahaan dalam pelestarian lingkungan. Penggunaan kertas daur ulang atau bahan yang mudah terurai misalnya, juga bisa dikatakan mendukung kegiatan pelestarian lingkungan. Dengan adanya kepekaan perusahaan terhadap lingkungan, *institutional investor* tidak segan-segan untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan. Seperti pada

hasil penelitian sebelumnya, menurut Cox *et al.*(2004) menyatakan bahwa terhadap hubungan yang positif dan signifikan antara investasi jangka panjang terhadap CSR pada dimensi lingkungan. Pada penelitian Saleh *et al.* (2010), pada CSR dimensi lingkungan, perusahaan setidaknya mengungkapkan beberapa aspek yakni :

- a. Pengendalian polusi (*pollution control*)
- b. Program pencegahan atau reparasi (*Prevention or reparation program*)
- c. Penggunaan barang hasil Konservasi dan daur ulang (*Conservation and recycled materials*)
- d. Penghargaan di bidang lingkungan (*Award in Environmental program*)

### **2.1.5 Institutional Ownership (Kepemilikan Institusional)**

Anggraini (2011) dalam penelitiannya menyatakan, kepemilikan institusional (*institutional ownership*) adalah kepemilikan saham perusahaan yang mayoritas dimiliki oleh institusi atau lembaga (perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi, *asset management* dan kepemilikan institusi lain). Pound (1988) dalam Fauzi *et al.* (2007) menyatakan bahwa biasanya kepemilikan oleh institusi memiliki atau menanamkan saham dalam jumlah yang sangat besar. Karena besarnya dana yang ditanamkan dalam perusahaan maka investor ini tidak dapat berpindah-pindah atau memindahkan sewaktu-waktu layaknya investor individual. Investor individual dapat saja dengan mudah berpindah-pindah perusahaan, jika memang dirasa perusahaan tersebut kurang menguntungkan baginya. Tidak seperti investor individual, investor institusional lebih

membutuhkan banyak pertimbangan dalam memilih perusahaan. Dalam memilih perusahaan, investor institusional akan sangat memperhatikan tidak hanya kinerja keuangan saja, tetapi juga aspek keuntungan jangka panjang, dengan melihat kinerja sosial perusahaan (CSP – *Corporate Sosial Performance*) tersebut yaitu bagaimana perusahaan memelihara kualitas produknya, tanggung jawab terhadap lingkungan alam, serta bagaimana perusahaan tersebut mensejahterakan karyawannya (Turban dan Greening, 1997).

Mahoney dan Robert (2007) berpendapat bahwa para investor institusional meyakini bahwa mereka akan mendapat risiko yang lebih besar jika berinvestasi pada suatu perusahaan yang kurang atau memiliki peran serta yang rendah pada sosial dan lingkungan. Kurangnya peran serta perusahaan dalam aspek lingkungan dan sosial sekitarnya, dapat mengakibatkan bahwa perusahaan tidak akan mendapat legitimasi dari masyarakat. Masyarakat akan menuntut atas keberadaan perusahaan tersebut, jika saja legitimasi dari masyarakat tidak didapat oleh perusahaan. Perusahaan akan mendapatkan sanksi dari pemerintah, jika perusahaan melanggar UU Lingkungan Hidup karena kurang menjaga lingkungan sekitar. Hal-hal semacam itulah yang menjadi risiko-risiko yang ditakutkan oleh investor institusional, sehingga mereka akan lebih berhati-hati dalam memilih perusahaan.

Pada penelitian lain juga menyebutkan, investor institusional memiliki peran penting dalam pelaksanaan kegiatan CSR. Ullah dan Jamali (2010) menyebutkan bahwa ada beberapa cara investor institusional dalam melakukan “pemaksaan” atas kegiatan pertanggungjawaban sosial oleh perusahaan. Cara

pertama adalah dengan melakukan pemaksaan pada saat proses pengambilan keputusan. Hal itu tidak bisa ditolak oleh perusahaan, karena investor institusional memiliki saham perusahaan dalam jumlah yang sangat besar, sehingga hal tersebut juga pasti menjadi pertimbangan bagi perusahaan. Cara lainnya adalah dengan mengambil keputusan bahwa investor institusional akan berinvestasi hanya pada perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosial pada setiap kegiatan operasionalnya. Hal ini sepertinya merupakan suatu perbuatan yang pasif sebagai investor, akan tetapi banyak perusahaan-perusahaan investasi besar telah menerapkan hal tersebut beberapa tahun belakangan ini. Beberapa penulis menyebut sikap tersebut dengan sebutan *Socially Responsible Investment* (SRI). Beberapa literatur menyebut tren tersebut dengan sebutan “Investasi yang beretika” atau *Ethical Investment* (Cowton, 1994 dalam Ullah dan Jamali,2010). Investor institusional yang menerapkan paham tersebut akan memberikan beberapa kriteria khusus dalam memilih suatu perusahaan. Jika perusahaan tersebut, baik perusahaan yang sudah dimiliki oleh investor maupun yang masih menjadi calon perusahaan yang akan diinvestasi, tidak memasuki kriteria-kriteria yang dimaksud, maka investor-investor akan melakukan semacam hukuman. Hukuman tersebut bisa berupa menjual kembali saham perusahaan tersebut atau tidak membeli saham perusahaan tersebut, dan hal tersebut mengakibatkan turunnya nilai pasar perusahaan tersebut.

Dari hasil beberapa penelitian atas pengaruh jumlah investor institusional terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan (CSR), terdapat perbedaan atas signifikansi pengaruh antara kedua variabel tersebut. Pada

penelitian yang dilakukan oleh Fauzi *et al.* (2007), tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara CSP (*Corporate Sosial Performance*) terhadap jumlah investor institusional pada perusahaan bersangkutan. Dasar penelitian ini dilakukan adalah atas dasar apakah Undang-Undang terbaru mengenai Perseroan Terbatas (PT), dimana terdapat aturan terbaru mengenai tanggung jawab sosial perusahaan, menjadi salah satu pertimbangan Investor Institusional dalam melakukan investasi. Pada penelitian itu disimpulkan bahwa, dengan adanya kegiatan pertanggungjawaban sosial oleh perusahaan, hal tersebut belum menjadi pertimbangan investor dalam melakukan investasi. Isu mengenai tanggung jawab lingkungan dan sosial oleh perusahaan di Indonesia belum menjadi suatu pertimbangan yang perlu diperhitungkan oleh investor. Sedangkan pada penelitian lain, Saleh *et al.* (2010) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara jumlah investor institusional terhadap pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial oleh Perusahaan (CSR).

## **2.2 Penelitian Terdahulu**

Terdapat beberapa hasil yang berbeda dari penelitian-penelitian mengenai pengaruh jumlah investor institusional terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial oleh perusahaan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Fauzi *et al.* (2007), hasil yang didapat adalah tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kegiatan pertanggungjawaban sosial oleh perusahaan (CSP) terhadap jumlah investor institusional. Kesimpulan yang didapat dari penelitian tersebut adalah, bahwa kegiatan tanggung jawab oleh perusahaan tersebut belum menjadi suatu pertimbangan yang patut dipertimbangkan oleh investor

institusional. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan populasi dan sampel yang sama yaitu perusahaan-perusahaan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia pada tahun 2005. Tidak terdapatnya pengaruh yang signifikan antara kedua variabel tersebut wajar saja terjadi, karena isu mengenai CSR di Indonesia baru muncul di tahun 2006 ([www.csrjatim.org](http://www.csrjatim.org)). Selain itu, undang-undang yang mengatur tentang Perseroan Terbatas juga belum mencantumkan aturan mengenai pertanggungjawaban sosial oleh perusahaan ( UU No. 1 tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas). Pada tahun 2007, Undang-Undang yang terbaru mengenai Perseroan Terbatas yaitu UU No.40 tahun 2007 sudah mencantumkan aturan mengenai kewajiban perusahaan dalam melakukan kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Akan tetapi, sebenarnya peraturan tersebut dirasa masih kurang lengkap dikarenakan tidak terdapat aturan yang lebih spesifik mengenai pelaksanaan tanggung jawab sosial oleh perusahaan.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian Saleh *et al.*.(2010) menyebutkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara jumlah kepemilikan oleh institusi terhadap pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial oleh Perusahaan (CSR). Saleh *et al.* (2010) mengungkapkan, terdapat hubungan positif dan signifikan antara jumlah investor institusional dengan pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial oleh Perusahaan (CSR). Data yang digunakan pada penelitian tersebut adalah laporan tahunan perusahaan-perusahaan yang terdaftar pada Bursa Malaysia pada tahun 2000 sampai dengan tahun 2005. Pada penelitian tersebut, teknik dalam menganalisis data menggunakan cara yang unik yaitu dengan menggunakan tahun yang berbeda antara variabel dependen yaitu jumlah

investor institusional dengan variabel dependennya yaitu pengungkapan CSR. Untuk data mengenai jumlah investor institusional perusahaan yang bersangkutan, Saleh *et al.* (2010) menggunakan laporan tahunan 2001 (tahun  $t$ ). Sedangkan untuk data mengenai pengungkapan CSR, peneliti menggunakan laporan tahunan 2000 (tahun  $t-1$ ), begitu pula dengan tahun-tahun selanjutnya. Hal ini dilatarbelakangi atas kecenderungan perusahaan dalam menerbitkan laporan tahunan dengan jumlah investor institusional yang didapat pada tahun selanjutnya. Sebagai permisalan, jika suatu perusahaan menerbitkan laporan tahunan pada tahun  $t$ , investor institusional baru yang didapat oleh perusahaan akan muncul pada laporan tahunan pada tahun  $t+1$ .

Dari penelitian yang dilakukan oleh Saleh *et al.* (2010), hasil yang diperoleh tidak mutlak berpengaruh signifikan oleh kesemua aspek CSR. Ada beberapa aspek yang disimpulkan tidak memiliki pengaruh langsung terhadap jumlah kepemilikan institusional. Investor institusional kurang memperhatikan aspek keterlibatan perusahaan pada masyarakat serta pengungkapan mengenai pelestarian serta pencapaian-pencapaian tertentu di bidang lingkungan. Walaupun Investor institusional sebenarnya tetap memperhatikan kegiatan perusahaan di bidang sosial. Pada penelitian ini, disimpulkan bahwa investor institusional lebih tertarik pada aspek-aspek ketenagakerjaan, yaitu bagaimana perusahaan tersebut memperlakukan para pekerja dengan baik. Aspek lain yang menjadi perhatian khusus investor institusional dalam berinvestasi adalah aspek produk, yaitu bagaimana perusahaan tersebut memperhatikan kualitas dan keamanan produk,

mengembangkan produk menjadi lebih baik serta adanya layanan pelanggan (*customer services*).

Penelitian lain mengenai keterkaitan antara investor institusional dengan CSR adalah penelitian yang dilakukan Petersen dan Vredenburg (2009). Pada penelitian tersebut, Petersen dan Vredenburg meneliti keterkaitan antara CSR, pasar modal serta *corporate governance* akan tetapi dari sudut pandang Investor Institusional. Dari penelitian ini disimpulkan bahwa, Investor menganggap bahwa kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan merupakan salah satu aspek yang perlu dipertimbangkan oleh investor, akan tetapi kegiatan ini bukan merupakan variabel yang besar. Walaupun bukan merupakan variabel yang besar, akan tetapi aspek CSR tetap merupakan sesuatu yang patut diperhatikan, melihat adanya fenomena SRI (*Socially Responsible Investment*) pada beberapa perusahaan investasi. SRI adalah suatu anggapan yang diyakini oleh beberapa perusahaan yaitu, tidak akan berinvestasi pada perusahaan yang tidak melakukan memperhatikan sosial dan lingkungan sekitar. Kesimpulan lain yang didapat dari penelitian ini adalah, bahwa CSR ini merupakan suatu kegiatan yang dapat menjadi suatu solusi atau pencegahan untuk mengatasi risiko-risiko yang akan dihadapi oleh perusahaan.

Penelitian lain mengenai hubungan antara CSR dengan Investor Institusional adalah penelitian dari Ullah dan Jamali (2010). Pada penelitian tersebut Ullah dan Jamali memandang CSR dari perspektif agama Islam. Investor-investor muslim dalam hal ini *Islamic Financial Institution* (IFI) sangat menjunjung tinggi syariah Islam dalam berinvestasi. Investor ini sangat selektif

dalam memilih perusahaan. Dalam berinvestasi, mereka tidak akan berinvestasi pada perusahaan-perusahaan yang memproduksi sesuatu yang haram seperti pornografi, minuman keras, maupun pengolahan daging babi. Mereka juga tidak akan berinvestasi pada perusahaan yang mempekerjakan anak-anak di bawah umur, karena hal tersebut melanggar Hak Asasi Manusia. Terlihat dari pemahaman yang dianut oleh investor tersebut, Investor-investor muslim ini sangat menjunjung tinggi CSR yaitu di bidang produk serta ketenagakerjaan.

**Tabel 2.1**

**Penelitian Terdahulu**

<b>No</b>	<b>Peneliti</b>	<b>Variabel</b>	<b>Hasil</b>
1.	Fauzi <i>et al.</i> . (2007)	IO, CSP Variabel kontrol : ROA, ROE, SIZE	1. IO tidak berpengaruh secara signifikan terhadap CSP
2.	Saleh <i>et al.</i> (2010)	IO, CSRD, EMPD, COMD, PROD, ENVD Variabel kontrol : BETA, LEV, LSize, LSales, ATR, EPS	1. CSRD secara signifikan berpengaruh positif terhadap IO 2. EMPD secara signifikan berpengaruh positif terhadap IO 3. COMD tidak berpengaruh terhadap IO 4. PROD secara signifikan berpengaruh positif terhadap IO 5. ENVD tidak berpengaruh positif terhadap IO
3.	Petersen dan Vredenburg (2009) (Kualitatif)	IO dan CSR	CSR merupakan salah satu variabel penentu investor dalam memilih perusahaan, akan tetapi bukan merupakan variabel yang besar
4.	Ullah dan Jamali	IFI dan CSR	1. Islam selain menjadi

	(2010) (Kualitatif)		pedoman setiap aspek kehidupan tetapi juga peduli terhadap etika dalam berinvestasi 2. IFI ( <i>Islamic Financial Institution</i> ) dalam berinvestasi harus mencari perusahaan yang menghormati hak-hak <i>stakeholder</i> serta tidak terlibat pada kegiatan eksploitasi.
--	------------------------	--	--

Sumber : 2011, Data sekunder yang diolah

Pada penelitian ini, teknik dan analisis data yang dilakukan menggunakan cara yang sama dengan yang dilakukan oleh Saleh, *et al.*(2010) yaitu menggunakan tahun yang berbeda untuk data persentase jumlah kepemilikan institusional serta data pengungkapan tanggung jawab sosial. Data untuk pengungkapan tanggung jawab sosial menggunakan laporan tahunan tahun 2008 dan 2009 (tahun t), akan tetapi data untuk persentase jumlah kepemilikan institusional menggunakan laporan tahunan tahun 2009 dan 2010 (tahun t+1). Variabel yang digunakan pada penelitian ini juga sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Saleh, *et al.*(2010) yaitu Kepemilikan Institusional sebagai variabel dependen serta skor pengungkapan CSR dan masing-masing dimensi CSR sebagai variabel independen. Sampel pada penelitian ini berbeda dengan penelitian Saleh, *et al.*(2010) yang diambil dari perusahaan yang terdaftar di Bursa Malaysia, akan tetapi menggunakan perusahaan sumber daya alam yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Kegiatan tanggung jawab sosial merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat. Dengan melakukan kegiatan tersebut, keberadaan suatu perusahaan di lingkungan masyarakat dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama. Jika legitimasi sudah didapat oleh perusahaan, hal-hal yang tak diinginkan dapat dihindari oleh perusahaan (teori legitimasi). Perusahaan juga perlu mempertimbangkan pihak-pihak stakeholder lain dalam melaksanakan kegiatan korporasinya. Kepatuhan terhadap aturan-aturan pemerintah, serta norma-norma yang berlaku di lingkungan dan masyarakat sekitar dapat menghindarkan perusahaan terhadap risiko-risiko tertentu seperti sanksi, denda maupun penolakan atas keberadaan perusahaan di lingkungan masyarakat (teori stakeholder).

Melihat bahwa keberadaan suatu institusi yang memiliki dana yang besar dalam berinvestasi, perusahaan juga perlu mempertimbangkan keputusan-keputusan tertentu dalam melaksanakan operasional perusahaan. Kecenderungan sifat investor institusional yang sangat jeli dalam memilih perusahaan, sehingga detail-detail khusus seperti bagaimana memberdayakan dan memfasilitasi tenaga kerja secara layak, perhatian terhadap kualitas, dan keamanan produk serta aspek lingkungan dan masyarakat menjadi aspek-aspek yang patut diperhitungkan oleh perusahaan. Adanya fenomena pemahaman atas SRI (*Socially Responsible Investment*) di sebagian kalangan investor, baik individual maupun institusional membuat CSR menjadi suatu keputusan perusahaan yang patut diambil untuk mendapatkan tambahan modal dari investor-investor tersebut. Dengan adanya

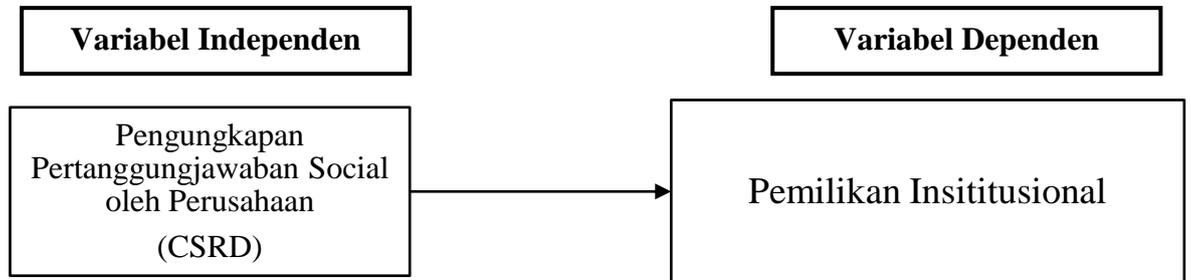
keputusan melakukan CSR oleh perusahaan, Investor Institusional yang cenderung memiliki pemilikan saham yang besar serta bersifat jangka panjang tidak akan “lari dari perusahaan” dikarenakan perusahaan kurang memperhatikan aspek sosial daripada aspek profit semata. Oleh karena itu, dengan mengungkapkan kegiatan pertanggungjawaban sosial pada laporan tahunan perusahaan, baik di bidang pekerja, perhatian terhadap produk, lingkungan serta masyarakat sekitar, terjadi peningkatan jumlah modal yang berasal dari investor institusional baru yang didapat karena adanya pengungkapan kegiatan tersebut.

Dengan dilakukannya CSR, diharapkan keberadaan suatu perusahaan dapat menjamin kesejahteraan dan kelestarian lingkungan baik internal perusahaan, yaitu pekerja maupun eksternal yaitu *costumer* (produk), lingkungan hidup sekitar serta masyarakat sekitar pada umumnya.

Berdasarkan telaah teori tersebut, kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:

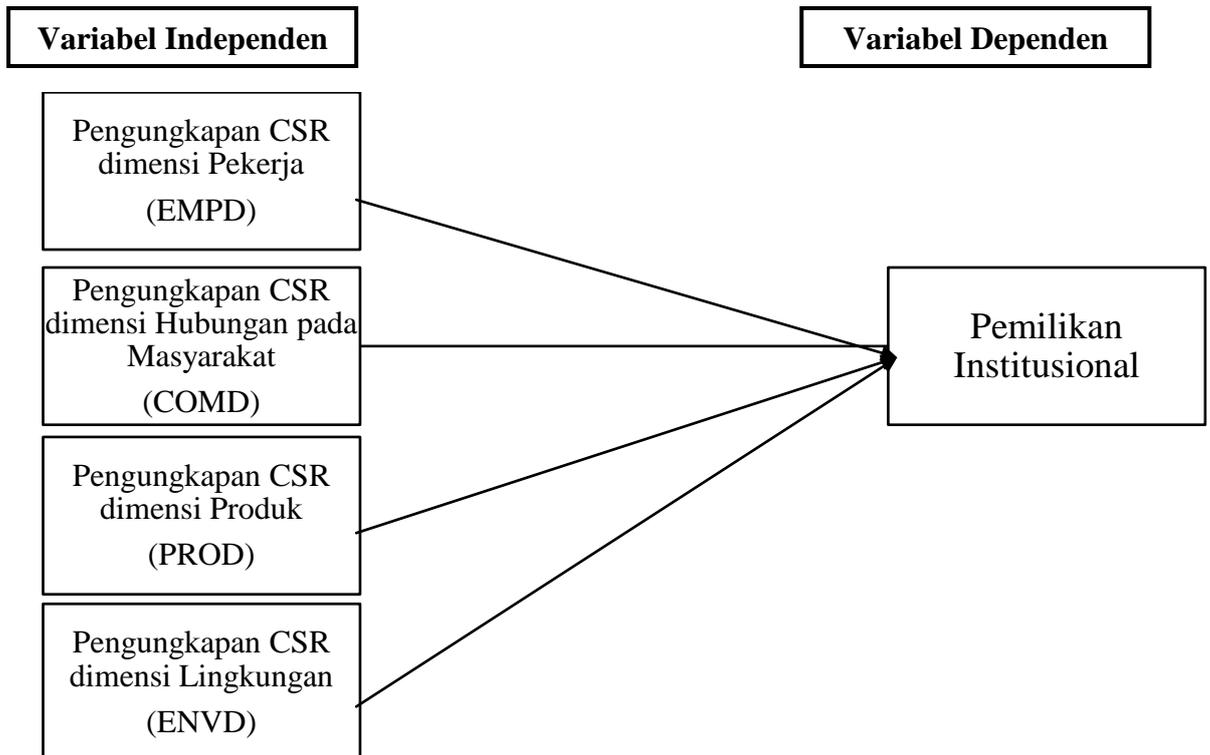
**Gambar 2.2**

**Hubungan Antar Variabel Penelitian (Persamaan I)**



**Gambar 2.3**

**Hubungan Antar Variabel Penelitian (Persamaan II)**



## **2.4 Perumusan Hipotesis**

### **2.4.1 Pengaruh Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan (CSR/D) terhadap Pemilikan Institusional**

Seperti yang telah dijelaskan pada subbab-subbab sebelumnya, pengungkapan CSR (CSR/D) suatu perusahaan baik CSR itu sendiri maupun pengungkapan CSR secara spesifik pada hubungan terhadap pekerja, perhatian pada produk serta lingkungan dan masyarakat dapat mempengaruhi keberadaan investor institusional pada perusahaan tersebut. Bertambah, berkurang, atau mungkin hilangnya investor institusional merupakan sebuah dampak yang bisa saja muncul karena keputusan-keputusan yang diambil oleh perusahaan.

Keputusan untuk melaksanakan serta melaporkan tanggung jawab sosial perusahaan pada laporan tahunan juga merupakan salah satu yang perlu dipertimbangkan oleh perusahaan untuk mengatasi dampak-dampak tersebut. UU No.40 tahun 2007 menyatakan bahwa perusahaan yang bergerak/ berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial. Oleh karena itu, segala perusahaan yang bergerak/berkaitan di bidang sumber daya alam seperti pertambangan, agrikultural, industri kayu, kertas, tembakau, serta energi sudah selayaknya wajib melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial.

Fauzi *et al.* (2007) pada penelitiannya menyimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kegiatan tanggung jawab sosial oleh perusahaan terhadap jumlah kepemilikan saham institusional. Penelitian tersebut menggunakan sampel berupa perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek

Indonesia tahun 2005. Dengan melihat bahwa UU mengenai Perseroan Terbatas di mana aturan yang mewajibkan perusahaan melakukan tanggung jawab sosial baru muncul di tahun 2007 (undang-undang sebelumnya yaitu UU No. 1 tahun 1995 belum mencantumkan aturan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan), wajar saja kegiatan tanggung jawab sosial belum marak dilakukan oleh perusahaan-perusahaan baik yang telah terdaftar di BEI maupun belum. Sepertinya perusahaan-perusahaan di Indonesia pada periode tersebut maupun sebelumnya, belum atau kurang menyadari akan pentingnya pelestarian dan kepedulian terhadap masalah-masalah sosial dan lingkungan di sekitarnya. Kecenderungan bahwa perusahaan-perusahaan tidak/ belum melakukan tanggung jawab sosial pada periode tersebut kemungkinan dikarenakan belum adanya aturan yang mengatur hal tersebut, sehingga tidak ada aturan, denda, atau sanksi yang “ditakuti” oleh perusahaan, atau bisa saja memang sifat para pengusaha yang tidak menganggap bahwa masyarakat di lingkungan sekitar merupakan salah satu unsur stakeholder. Walaupun kemungkinan-kemungkinan tersebut belum tentu benar karena tidak ada bukti yang mendasari penyebab-penyebab kurangnya perusahaan peduli terhadap masalah sosial dan lingkungan, akan tetapi bisa saja memang itulah kenyataan yang terjadi pada periode tersebut.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian oleh Saleh *et al.* (2010) menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara pelaporan tanggung jawab sosial oleh perusahaan terhadap persentase jumlah kepemilikan institusional. Penelitian ini menggunakan sampel dari perusahaan-perusahaan yang terdaftar pada Bursa Malaysia pada periode 2000 – 2005. Atas dasar

kesimpulan yang didapat pada penelitian-penelitian tersebut, maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut :

**H1 : Pengungkapan pertanggungjawaban sosial oleh perusahaan (CSR) berpengaruh positif terhadap jumlah persentase kepemilikan institusional.**

#### **2.4.2 Pengaruh Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial oleh Perusahaan dimensi Pekerja (EMPD) terhadap Pemilikan Institusional**

Hubungan perusahaan terhadap pekerja harus terjalin dengan baik agar perusahaan dapat bertahan lama dan diharapkan juga bisa menghasilkan profit yang besar karena tingginya loyalitas para pekerja terhadap perusahaan. Pekerja sebagai bagian dari perusahaan yang memiliki peranan penting dalam proses produksi perlu mendapatkan perlakuan khusus agar para pekerja semakin loyal terhadap perusahaan serta memiliki semangat kerja yang lebih baik sehingga apa yang menjadi tujuan perusahaan dapat tercapai. Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) juga merupakan salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan. Fasilitas-fasilitas yang didapat oleh pekerja pun perlu diperhatikan agar hubungan antara pekerja dengan perusahaan dapat terjalin dengan baik. Melihat bahwa Investor Institusional memiliki kejelian lebih tinggi dan lebih selektif daripada investor individual, keputusan-keputusan perusahaan dalam memberikan perlakuan terhadap pekerja bisa menjadi salah satu aspek yang patut diprioritaskan untuk menarik perhatian para investor-investor tersebut.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Saleh *et al.* (2010) di Malaysia, pengungkapan tanggung jawab sosial oleh perusahaan di bidang hubungan terhadap pekerja berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah investor institusional yang dimiliki/ didapat oleh perusahaan. Atas dasar kerangka pemikiran tersebut, maka hipotesis yang dirumuskan adalah sebagai berikut :

**H2 : Pengungkapan pertanggungjawaban sosial oleh perusahaan dimensi hubungan pekerja (EMPD) berpengaruh positif terhadap jumlah persentase kepemilikan institusional.**

#### **2.4.3 Pengaruh Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial oleh Perusahaan dimensi Hubungan pada Masyarakat (COMD) terhadap Pemilikan Institusional**

Masyarakat merupakan unsur stakeholder yang sering kali terlupakan oleh perusahaan. Jika perusahaan belum mendapat legitimasi dari masyarakat sekitar, keberadaan perusahaan tidak akan berumur panjang. Masyarakat akan menganggap bahwa keberadaan perusahaan di lingkungan masyarakat tersebut tidak bermanfaat serta tidak membawa perubahan apapun di lingkungan masyarakat. Padahal masyarakat memiliki harapan yang besar dengan adanya perusahaan di lingkungan tersebut. Dengan adanya perusahaan atau pabrik di lingkungan masyarakat, masyarakat mengharapkan adanya perubahan yang lebih baik di bidang sosial dan ekonomi. Lingkungan juga tetap lestari, tidak menjadi rusak karena proses produksi perusahaan tersebut. Oleh karena itu, dengan menghormati budaya dan tradisi pada masyarakat sekitar, perusahaan berarti telah

menghargai masyarakat sekitar. Memberikan bantuan berupa pengaspalan jalan di sekitar pabrik misalnya, pemberian beasiswa terhadap masyarakat sekitar yang kurang mampu, serta pemberian bantuan ekonomi, sosial dan pemberdayaan masyarakat dalam proses produksi perusahaan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, dengan keikutsertaan perusahaan dalam menyejahterakan masyarakat sekitar, diharapkan investor-investor tertarik untuk berinvestasi di perusahaan tersebut.

Cox *et al.*(2004) dalam Saleh *et al.*(2010) pada penelitiannya menyatakan, terdapat pengaruh yang signifikan antara pelaksanaan kegiatan tanggung jawab sosial terhadap jumlah investor jangka panjang yang didapat atau dimilikinya. Investor institusional yang memiliki kecenderungan bermodal besar dan berinvestasi dalam jangka waktu yang panjang memiliki sifat jeli dan lebih selektif dalam memilih perusahaan. Tidak seperti investor individual yang dapat dengan mudah berpindah-pindah perusahaan, investor institusional cenderung bergerak lebih sedikit daripada investor individual. Oleh karena itu, perusahaan harus bisa memanfaatkan peluang yang berasal dari sifat-sifat investor institusional tersebut. Dengan melakukan tanggung jawab sosial, investor-investor institusional akan tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Atas dasar kerangka pemikiran tersebut, hipotesis yang diajukan adalah :

**H3 : Pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan dimensi hubungan pada masyarakat (COMD) berpengaruh positif terhadap jumlah persentase kepemilikan institusional.**

#### **2.4.4 Pengaruh Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial dimensi Produk (PROD) terhadap Pemilikan Institusional**

Berbicara mengenai produk tak lepas hanya berkaitan dengan kualitas produk saja, tetapi juga keamanan dari produk tersebut. Keamanan dan kualitas suatu produk merupakan aspek yang perlu diperhatikan oleh perusahaan agar hubungan baik terhadap *costumer* dapat terjalin dengan baik. Jika hubungan dengan *costumer* dapat terjalin dengan baik, diharapkan profit yang didapat oleh perusahaan juga dapat meningkat. Selain itu, perusahaan juga perlu mengembangkan produk guna meningkatkan kualitas. Perusahaan juga perlu melakukan riset-riset tertentu agar bahan baku produk tersebut ramah lingkungan serta ekonomis sehingga selain tidak mencemarkan lingkungan pada saat produksinya, serta profit yang didapat juga meningkat karena keekonomisan bahan baku maupun bahan pendukung lainnya. Dengan adanya perhatian perusahaan terhadap keberlanjutan produk tersebut, diharapkan investor baik individual maupun institusional dapat tertarik untuk menanamkan sahamnya di perusahaan yang bersangkutan.

Penelitian terdahulu oleh Mahoney dan Robert (2007) serta Teoh dan Shiu (1990) dalam Saleh *et al.* (2010) menyatakan bahwa *Institutional Investor* memberikan perhatian yang lebih pada bagaimana perusahaan menyusun strategi dalam melakukan CSR di bidang produk. Pada penelitian tersebut, didapat kesimpulan bahwa terhadap hubungan antara CSR di bidang produk terhadap jumlah kepemilikan saham oleh institusi. Selain itu, penelitian oleh Saleh *et al.* (2010) juga menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara

pengungkapan CSR di bidang produk terhadap jumlah saham kepemilikan institusional. Atas dasar kerangka pemikiran tersebut, hipotesis yang diajukan adalah :

**H4 : Pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan dimensi produk (PROD) berpengaruh positif terhadap jumlah persentase kepemilikan institusional.**

#### **2.4.5 Pengaruh Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial dimensi Lingkungan (ENV) terhadap Pemilikan Institusional**

Lingkungan hidup (*environment*) merupakan suatu aspek yang penting bagi perusahaan, apalagi perusahaan tersebut bergerak di bidang pemanfaatan atau pengelolaan sumber daya alam. Tak terkecuali pada perusahaan yang bergerak di bidang lain pun, lingkungan juga berkaitan erat dengan proses produksi. Bagaimana perusahaan tersebut mengendalikan limbah yang dihasilkannya serta asap-asap tebal yang keluar dari cerobong-cerobong pabrik merupakan hal-hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan dalam menjaga kelestarian lingkungan hidup. Penebangan hutan tanpa disertai kegiatan penghijauan kembali dan kegiatan penambangan sumber daya alam yang tak bertanggung jawab oleh perusahaan dapat membuat perusahaan tersebut dicap oleh masyarakat sebagai perusak lingkungan. Adanya pemahaman yang dianut oleh investor-investor besar mengenai SRI (*Socially Responsible Investment*) dapat menjadi pertimbangan perusahaan agar lebih berhati-hati dalam melakukan kegiatan produksi agar tidak merusak lingkungan. SRI adalah suatu anggapan yang diyakini oleh beberapa

perusahaan yaitu, tidak akan berinvestasi pada perusahaan yang tidak melakukan memperhatikan sosial dan lingkungan sekitar (Petersen dan Vredenburg, 2009). Dengan melakukan dan mengungkapkan tanggung jawab sosial di bidang lingkungan, perusahaan tak akan kehilangan peluang mendapatkan investor-investor besar tak terkecuali investor institusional.

Cox *et al.*(2004) dalam Saleh *et al.*(2010) menyatakan pada penelitiannya bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara investasi jangka panjang terhadap CSR pada dimensi lingkungan. Atas dasar kerangka pemikiran tersebut, hipotesis yang diajukan adalah :

**H5 : Pengungkapan pertanggungjawaban sosial dimensi lingkungan (ENVD) berpengaruh positif terhadap jumlah persentase kepemilikan institusional.**

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

Penelitian ini merupakan penelitian empiris yang menguji hubungan kausalitas antara variabel CSR dengan *institutional ownership* (kepemilikan institusional). Variabel dependen pada penelitian ini adalah kepemilikan institusional (IO) sedangkan pengungkapan CSR serta masing-masing jenis pengungkapan CSR diposisikan sebagai variabel independen. Berikut penjelasan dari masing-masing variabel.

##### **3.1.1 Variabel Dependen**

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah persentase jumlah *institutional ownership*. *Institutional ownership* adalah kepemilikan saham suatu perusahaan yang dimiliki oleh institusi atau lembaga seperti bank, perusahaan asuransi, dan kepemilikan oleh institusi lain (Djackman dan Mahmud,2008). Kepemilikan oleh institusi (*institutional ownership*) pada penelitian ini menggunakan persentase kepemilikan saham oleh institusi, yang tercantum pada Annual Report (Laporan Tahunan) Perusahaan tahun 2009 dan/atau ICMD (*Indonesian Capital Market Directory*) tahun 2010. Jika pada perusahaan tersebut terdapat lebih dari satu pemilikan oleh institusi dalam kepemilikan saham perusahaan, maka kepemilikan saham diukur dengan menghitung total seluruh saham yang dimiliki oleh pemilikan institusi

$$IO = \frac{\text{Saham yang dimiliki oleh Institusi}}{\text{Jumlah Seluruh saham yang beredar}}$$

### 3.1.2 Variabel Independen

Terdapat 5 variabel independen pada penelitian ini. Variabel independen pada penelitian ini terdiri dari pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan (CSR), pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan dimensi hubungan pekerja (EMPD), dimensi lingkungan (ENVD), dimensi keterlibatan pada masyarakat (COMD) serta dimensi produk (PROD).

Pada penelitian ini, *content analysis* digunakan untuk menilai variabel-variabel independen tersebut yaitu luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). *Content analysis* yang dimaksud adalah pengklasifikasian kata-kata (kalimat) pada teks ke dalam suatu kategori (Weber, 1990 dalam Crowley dan Delfico, 1996). Kategori-kategori berdasarkan luas pengungkapan CSR yang akan dipakai adalah sebagai berikut :

- a. *Quantitative disclosure*, yaitu pengungkapan dengan bobot tertinggi dengan nilai 3. Pada pengungkapan kategori ini, perusahaan setidaknya mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosial secara detail baik berupa jumlah, penjelasan kegiatan secara rinci, serta jika memungkinkan terdapat gambar, grafik maupun tabel hasil kegiatan tanggung jawab sosial tersebut.
- b. *Qualitative disclosure with specific information*. Pada kategori ini, pengungkapan diberi bobot nilai 2. Jika perusahaan hanya mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosial secara kualitatif, tidak terdapat angka-angka

yang menunjukkan jumlah akan tetapi terdapat penjelasan secara spesifik mengenai kegiatan tanggung jawab sosial tersebut.

- c. *Qualitative disclosure*. Pada kategori ini, pengungkapan diberi bobot nilai 1. Perusahaan yang masuk pada kategori ini biasanya hanya mengungkapkan/menyatakan bahwa “perusahaan telah melaksanakan tanggung jawab sosial berupa ...” saja. Tidak terdapat spesifikasi khusus mengenai penjelasan kegiatan tanggung jawab sosial tersebut.

### **3.1.2.1 Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan (CSR)**

Pengungkapan tanggung jawab sosial ( CSR) pada penelitian ini terdiri dari 4 dimensi yaitu tanggung jawab sosial di bidang hubungan pekerja, dimensi lingkungan, dimensi keterlibatan pada masyarakat, serta dimensi produk. Oleh karena terdiri dari 4 dimensi, maka cara perhitungan bobot nilai dari CSR secara keseluruhan adalah dengan menjumlahkan hasil dari perhitungan masing-masing dimensi CSR. Secara matematis dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{CSR} = \text{EMPD} + \text{ENV} + \text{COMD} + \text{PROD}$$

Keterangan :

CSR = Pengungkapan Tanggung jawab sosial perusahaan

EMPD = Pengungkapan Tanggung jawab sosial perusahaan dimensi hubungan pekerja

ENV = Pengungkapan Tanggung jawab sosial perusahaan dimensi lingkungan

COMD = Pengungkapan Tanggung jawab sosial perusahaan dimensi keterlibatan pada masyarakat

PROD = Pengungkapan Tanggung jawab sosial perusahaan dimensi produk

Untuk masing-masing dimensi CSRD, jumlah skor berasal dari cara berikut ini :

$$\text{CSRD} = \frac{\sum_{t=1}^{n_j} X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan :

CSRD = jumlah *score* pengungkapan CSR

$X_{ij}$  = *score* pengungkapan dari dimensi CSR tertentu yang didapat oleh  $j$  perusahaan

$n_j$  = jumlah item dari masing-masing dimensi CSR

Jika perusahaan mendapatkan skor CSRD pada skala 0 sampai 4, maka perusahaan tersebut dikategorikan **rendah** dalam mengungkapkan CSR. Untuk skala 4,01 sampai 8, perusahaan tersebut dikategorikan **menengah** dalam mengungkapkan CSR. Sedangkan perusahaan dikategorikan **tinggi** dalam mengungkapkan CSR jika mendapatkan skor pada skala 8,01 sampai 12.

### 3.1.2.2 Pengungkapan Pertanggungawaban Sosial Perusahaan Dimensi Hubungan Pekerja (EMPD)

Tanggung jawab sosial perusahaan dimensi hubungan pekerja merupakan cerminan bagaimana perusahaan tersebut memperlakukan pekerjanya dengan layak atau tidak. Terdapat 6 kriteria yang perlu diungkapkan agar perusahaan dianggap telah melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu :

- a. Kesehatan dan keselamatan pekerja
- b. Pelatihan dan pendidikan

- c. Keuntungan bagi pekerja
- d. Profil pekerja
- e. Kepemilikan saham oleh pekerja
- f. Penghargaan mengenai Kesehatan dan Keselamatan kerja

Skor yang didapat pada variabel ini diukur dengan menggunakan persamaan sebagai berikut :

$$\mathbf{EMPD} = \frac{\sum A}{6}$$

Keterangan :

EMPD = Skor pengungkapan CSR dimensi hubungan pekerja oleh *j* perusahaan

A = Skor pengungkapan masing-masing kriteria CSR dimensi hubungan pekerja oleh *j* perusahaan

Jika perusahaan mendapatkan skor EMPD pada skala 0 sampai 1, maka perusahaan tersebut dikategorikan **rendah** dalam mengungkapkan CSR dimensi pekerja. Untuk skala 1,01 sampai 2, perusahaan tersebut dikategorikan **menengah** dalam mengungkapkan CSR dimensi pekerja. Sedangkan perusahaan dikategorikan **tinggi** dalam mengungkapkan CSR dimensi pekerja jika mendapatkan skor pada skala 2,01 sampai 3.

### **3.1.2.3 Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan Dimensi**

#### **Lingkungan (ENVD)**

Variabel independen selanjutnya adalah pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan pada dimensi lingkungan. Hal ini merupakan cerminan bagaimana perusahaan memperdulikan lingkungan sekitar,

apakah perusahaan ikut serta dalam melestarikan lingkungan atau tidak. Pada dimensi CSR ini, setidaknya perusahaan memenuhi criteria pengungkapan di bawah ini, antara lain :

- a. Pengendalian polusi
- b. Program pencegahan atau reparasi
- c. Penggunaan barang hasil Konservasi dan daur ulang
- d. Penghargaan di bidang lingkungan

Skor yang didapat pada variabel ini diukur dengan menggunakan persamaan sebagai berikut :

$$ENVD = \frac{\Sigma B}{4}$$

Keterangan :

ENVD = Skor pengungkapan CSR dimensi lingkungan oleh  $j$  perusahaan

B = Skor pengungkapan masing-masing kriteria CSR dimensi lingkungan oleh  $j$  perusahaan

Jika perusahaan mendapatkan skor ENVD pada skala 0 sampai 1, maka perusahaan tersebut dikategorikan **rendah** dalam mengungkapkan CSR dimensi lingkungan. Untuk skala 1,01 sampai 2, perusahaan tersebut dikategorikan **menengah** dalam mengungkapkan CSR dimensi lingkungan. Sedangkan perusahaan dikategorikan **tinggi** dalam mengungkapkan CSR dimensi lingkungan jika mendapatkan skor pada skala 2,01 sampai 3.

### **3.1.2.4 Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan Dimensi Keterlibatan pada Masyarakat (COMD)**

Variabel independen ketiga pada penelitian ini adalah pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan dimensi keterlibatan pada masyarakat. Yang dimaksud dengan keterlibatan pada masyarakat adalah kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan di lingkungan masyarakat seperti misalnya bantuan sosial berupa bantuan keuangan, infrastruktur maupun beasiswa bagi siswa-siswa kurang mampu. Pada dimensi CSR ini, perusahaan setidaknya mengungkapkan pencapaian-pencapaian tertentu, yaitu :

- a. Program donasi
- b. Program bantuan sosial
- c. Program beasiswa
- d. Sponsor untuk kegiatan olahraga
- e. Pendukung kebanggaan Nasional
- f. Proyek umum

Skor pengungkapan untuk variabel ini diukur dengan menggunakan persamaan sebagai berikut :

$$\text{COMD} = \frac{\Sigma C}{6}$$

Keterangan :

COMD= Skor pengungkapan CSR dimensi keterlibatan pada masyarakat oleh *j* perusahaan

C = skor pengungkapan masing-masing kriteria CSR dimensi keterlibatan pada masyarakat oleh  $j$  perusahaan

Jika perusahaan mendapatkan skor COMD pada skala 0 sampai 1, maka perusahaan tersebut dikategorikan **rendah** dalam mengungkapkan CSR dimensi hubungan pada masyarakat. Untuk skala 1,01 sampai 2, perusahaan tersebut dikategorikan **menengah** dalam mengungkapkan CSR dimensi hubungan pada masyarakat. Sedangkan perusahaan dikategorikan **tinggi** dalam mengungkapkan CSR dimensi hubungan pada masyarakat jika mendapatkan skor pada skala 2,01 sampai 3.

### **3.1.2.5 Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan Dimensi Produk (PROD)**

Variabel independen ini merupakan cerminan bagaimana perusahaan memperhatikan kelayakan produk yang dihasilkan serta layanan purna jual berupa *customer service*. Kriteria layanan pelanggan (*customer service*) bisa berupa adanya nomor telepon serta alamat yang jelas dari perusahaan maupun anak perusahaannya atau unit produksi dari perusahaan tersebut. Beberapa aspek yang perlu diungkapkan untuk variabel ini antara lain :

- a. Pengembangan produk
- b. Keamanan produk
- c. Kualitas Produk
- d. Layanan pelanggan

Skor pengungkapan untuk variabel ini diukur dengan menggunakan persamaan :

$$\text{PROD} = \frac{\Sigma D}{4}$$

Keterangan :

PROD = Skor pengungkapan CSR dimensi produk oleh  $j$  perusahaan

D = Skor pengungkapan masing-masing kriteria CSR dimensi produk oleh  $j$  perusahaan

Jika perusahaan mendapatkan skor PROD pada skala 0 sampai 1, maka perusahaan tersebut dikategorikan **rendah** dalam mengungkapkan CSR dimensi produk. Untuk skala 1,01 sampai 2, perusahaan tersebut dikategorikan **menengah** dalam mengungkapkan CSR dimensi produk. Sedangkan perusahaan dikategorikan **tinggi** dalam mengungkapkan CSR dimensi produk jika mendapatkan skor pada skala 2,01 sampai 3.

### **3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel**

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang pengolahan sektor alam yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI). Kriteria perusahaan yang bergerak di bidang pengolahan sektor alam adalah perusahaan yang bergerak pada bidang pertambangan yang berjumlah 24 perusahaan, agrikultural (15 perusahaan), industri perkayuan serta kertas dan pulp (10 perusahaan), energi (2 perusahaan),

semen (3 perusahaan), serta pakan ternak (4 perusahaan) sehingga total berjumlah 58 perusahaan.

Periode penelitian ini menggunakan tahun 2008 untuk data mengenai pertanggungjawaban sosial perusahaan dan 2009 untuk data mengenai jumlah kepemilikan saham oleh institusi. Karena ingin mengetahui dampak dari munculnya peraturan baru mengenai perseroan terbatas (PT) yaitu UU No. 40 Tahun 2007. Dalam peraturan tersebut, tercantum aturan baru mengenai aktivitas pertanggungjawaban sosial oleh perusahaan yang bergerak di bidang pengolahan sektor alam maka peneliti menggunakan data tahun 2008. Selain itu, alasan lain digunakan periode yang berbeda antara data mengenai Pertanggungjawaban sosial perusahaan serta data mengenai jumlah kepemilikan saham oleh institusi adalah untuk mengetahui dampak pengungkapan CSR terhadap jumlah kepemilikan oleh institusi pada tahun berikutnya.

Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu pemilihan secara tidak acak yang informasinya diperoleh dengan menggunakan pertimbangan tertentu dimana umumnya disesuaikan dengan tujuan atau masalah penelitian. Adapun kriteria-kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2008 – 2010.
2. Perusahaan bergerak di bidang pengolahan sektor alam yaitu pertambangan, agrikultural, industri perkayuan, kertas dan pulp, energi, semen serta pakan ternak.
3. Perusahaan tidak delisting selama periode 2008 – 2010.

4. Menerbitkan laporan tahunan lengkap dan/atau sustainability report tahun 2008-2010.
5. Perusahaan memiliki kepemilikan institusional.

### **3.3 Jenis Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari eksternal yang umumnya disusun oleh suatu entitas selain peneliti dari organisasi yang bersangkutan. Data sekunder mengenai pelaporan pertanggungjawaban sosial oleh perusahaan dalam penelitian ini berupa laporan tahunan dan/atau *sustainability report* dari perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2008 dan 2009. Selain itu, untuk data sekunder mengenai jumlah kepemilikan institusional, peneliti menggunakan data dari laporan tahunan pada tahun 2009, 2010 serta ICMD tahun 2010. Dasar dalam pengklasifikasian bidang/ jenis perusahaan, peneliti menggunakan *Fact Book 2009* yang diterbitkan oleh Bursa Efek Indonesia.

### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan oleh metode dokumentasi yang merupakan teknik pengambilan data dengan cara mencari dan mengumpulkan data yang diperoleh dari laporan tahunan dan/ atau sustainability report yang dipublikasikan. Sumber data dapat diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia, situs perusahaan, perpustakaan dan pojok BEI Undip.

### **3.5 Metode Analisis Data**

Data yang diperoleh selanjutnya akan diolah dengan menggunakan alat uji statistik berupa :

#### **3.5.1 Uji Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, dan minimum (Ghozali, 2007). Uji statistik deskriptif dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 17.

#### **3.5.2 Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik dilakukan dengan melakukan 4 analisis tertentu yaitu uji Normalitas, uji Multikoloniaritas, uji Heteroskedastisitas serta uji Autokolerasi. Keempat uji Asumsi Klasik tersebut dianalisa dengan menggunakan aplikasi SPSS 17.

##### **3.5.2.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Cara untuk mengetahui apakah data tersebut terdistribusi secara normal atau tidak yaitu dengan uji statistic nonparametric Kolmogorov-Smirnov (K-S). Data terdistribusi normal apabila hasil Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikan di atas 0,05 (Ghozali,2007)

### 3.5.2.2 Uji Multikoloniartitas

Uji multikoloniartitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2007). Menurut Ghozali (2007), multikoloniartitas dapat dilihat dengan menggunakan analisis nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) yaitu, suatu regresi menunjukkan adanya multikoloniartitas jika terdapat :

1. Nilai tolerance  $< 0,10$  ; atau
2. Nilai VIF  $> 10$ .

### 3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2007). Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas, yaitu :

1. Uji *Scatter Plot*, yaitu dengan cara melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) dengan residualnya. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatter plot* antara variabel dependen terhadap residualnya. Regresi tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik pada grafik terlihat menyebar dan tidak membentuk pola tertentu yang teratur (Ghozali, 2007).

2. Uji *Glejser*, uji ini digunakan untuk memberikan angka-angka yang lebih detail untuk menguatkan apakah data yang akan diolah terjadi gangguan heteroskedastisitas atau tidak. Ada atau tidaknya gangguan heteroskedastisitas dapat dilihat dari nilai signifikansi variabel bebas terhadap variabel terikat. Apabila hasil dari uji *Glejser* kurang dari atau sama dengan 0,05 maka dapat disimpulkan data mengalami gangguan heteroskedastisitas dan sebaliknya (Ghozali, 2007).

#### **3.5.2.4 Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka model regresi tersebut dikatakan terdapat problem autokorelasi (Ghozali, 2007). Model regresi yang baik jika dalam pengujian tersebut tidak terdapat problem autokorelasi.

Salah satu cara pengujian Autokorelasi adalah dengan cara uji Durbin-Watson (DW test). Model regresi dikatakan tidak terdapat problem autokorelasi jika nilai DW lebih dari nilai  $d_u$  serta kurang dari nilai  $4-d_u$  ( $d_u < d < 4-d_u$ ). Nilai  $d_u$  dapat ditemukan pada tabel DW dengan memperhatikan jumlah sampel serta jumlah variabel independennya.

### 3.5.3 Uji Hipotesis

#### 3.5.3.1 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi dilakukan untuk menguji seberapa besar hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Selain itu analisis regresi juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen (Ghozali, 2007). Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + e \dots\dots\dots ( 1 )$$

$$Y = \beta_0 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e \dots\dots\dots ( 2 )$$

Keterangan :

- Y = IO (*Institutional ownership*) j perusahaan pada akhir tahun t+1
- X<sub>1</sub> = CSRD (*Corporate Social Responsibility Disclosure*) j perusahaan pada akhir tahun t
- X<sub>2</sub> = EMPD (*Employee relation disclosure*) j perusahaan pada akhir tahun t
- X<sub>3</sub> = COMD (*Community involvement disclosure*) j perusahaan pada akhir tahun t
- X<sub>4</sub> = PROD (*Product disclosure*) j perusahaan pada akhir tahun t
- X<sub>5</sub> = ENVD (*Environment disclosure*) j perusahaan pada akhir tahun t
- e = *error*

### 3.5.3.2 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada di antara nol sampai dengan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati satu berarti variabel tersebut memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum, koefisien determinasi untuk data silang (*cross section*) relatif lebih rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya memiliki nilai  $R^2$  yang tinggi (Ghozali, 2007). Karena penggunaan nilai  $R^2$  memiliki kelemahan yaitu bias terhadap jumlah variabel independen, sebab meningkatnya nilai  $R^2$  karena penambahan variabel independen tidak melihat signifikansi variabel tersebut, maka beberapa peneliti menganjurkan menggunakan *adjusted*  $R^2$  yang nilainya dapat naik atau turun jika variabel independen ditambahkan.

### 3.5.3.3 Uji Pengaruh Simultan Data (F – Test)

Uji statistik F (F-test) pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/ terikat (Gozali, 2007). Hipotesis yang akan diuji adalah :

Ho : semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

Ha : semua variabel independen secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

Pengujian F-test dilakukan dengan cara :

- a. Membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F menurut tabel. Bila nilai hitung lebih besar daripada nilai F tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- b. Meihat hasil output dari SPSS 17. Jika misal nilai signifikansi ( $\alpha$ ) yang dikehendaki adalah 0,05, dan hasil output SPSS menunjukkan bahwa signifikansi kurang dari 0,05 ( $\alpha < 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, begitu pula dengan sebaliknya jika hasil output menunjukkan signifikansi lebih dari 0,05 ( $\alpha > 0,05$ ), maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

#### **3.5.3.4 Uji Parsial (t test)**

Berbeda dengan F – test, uji t-test menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/ independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hipotesis yang akan diuji adalah :

$H_0$  : Suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen

$H_a$  : Suatu variabel independen merupakan penjelas signifikan terhadap variabel dependen.

Cara melakukan t-test adalah sebagai berikut :

- a. Membandingkan nilai t hitung terhadap t tabel. Apabila nilai statistic (hitung) lebih tinggi daripada nilai t tabel,  $H_a$  yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen, diterima.

- b. Meihat hasil output dari SPSS 17. Jika misal nilai signifikansi yang dikehendaki adalah 0,05, dan hasil output SPSS menunjukkan bahwa signifikansi kurang dari 0,05 ( $\alpha < 0,05$ ), maka Ho ditolak dan Ha diterima, begitu pula dengan sebaliknya jika hasil output menunjukkan signifikansi lebih dari 0,05 ( $\alpha > 0,05$ ), maka Ho diterima dan Ha ditolak.