

**PENGARUH KARAKTERISTIK DIREKTUR
UTAMA TERHADAP *CORPORATE SOCIAL
PERFORMANCE* (CSP)**

(Studi pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2010)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat

untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)

Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

IDHA KUMALA

C2C007055

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2012

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Idha Kumala
Nomor Induk Mahasiswa : C2C007055
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH KARAKTERISTIK DIREKTUR
UTAMA TERHADAP *CORPORATE SOCIAL
PERFORMANCE (CSP)*** (Studi pada Perusahaan
yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)

Dosen Pembimbing : Herry Laksito, S.E., M.Adv.Acc., Akt.

Semarang, 31 Januari 2012

Dosen Pembimbing,

(Herry Laksito, S.E., M.Adv.Acc., Akt.)

NIP. 19690506 199903 1002

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa : Idha Kumala

Nomor Induk Mahasiswa : C2C007055

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH KARAKTERISTIK DIREKTUR
UTAMA TERHADAP *CORPORATE SOCIAL
PERFORMANCE (CSP)*** (Studi pada Perusahaan
yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 13 Februari 2012

Tim Penguji

1. Herry Laksito, S.E., M.Adv.Acc., Akt. (.....)
2. Dul Muid, S.E., M.Si., Akt. (.....)
3. Siti Mutmainah, S.E., M.Si., Akt. (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

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

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

Semarang, 31 Januari 2012
Yang membuat pernyataan,

(Idha Kumala)
NIM. C2C007055

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**“Kebahagiaan tergantung dari apa yang dapat anda berikan,
bukan apa yang dapat anda peroleh”**

-Mahatma Gandhi-

**“Jika anda terlahir miskin, itu bukan salah anda, jika anda mati
miskin, itu salah anda”**

-Donald Trump-

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

🏠 Keluarga kecil tercinta

🏠 Mbah Kakung dan Mbah Putri tersayang

🏠 Bapak dan Ibu

🏠 Pakdhe, Budhe, Om, Tante dan adik-adik terkasih

ABSTRACT

The purpose of this study is to provide empirical evidence about President Director characteristics such as educational field of study, functional work experience background, gender and compensation also firm characteristics such as size and leverage that affect Corporate Social Performance (CSP). Measuring of CSP using scoring responsibility that published by Departemen Sosial RI on 2007 that have 66 item.

The statistic method that used to test the hypotheses is multiple regression analysis. 151 firms listed on IDX 2010 used as sample. The selection of this sample using purposive sampling method.

The results of this research show that simoultaneously President Director characteristics and firm characteristics have significant relationships with CSP. However, only functional experience background, compensation and size that have significant effect to CSP. While, both of educational background, gender and leverage have no significant effect to CSP.

Keywords : CSP, Departemen Sosial RI, educational field of study, functional work experience, gender, compensation.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai karakteristik Direktur Utama seperti latar belakang pendidikan, latar belakang pengalaman fungsional, *gender* dan kompensasi serta karakteristik perusahaan seperti ukuran perusahaan dan *leverage*, yang mempengaruhi *Corporate Social Performance* (CSP). Pengukuran CSP menggunakan aspek penilaian tanggung jawab dunia usaha yang dikeluarkan oleh Departemen Sosial RI tahun 2007, yang terdiri dari 66 item.

Penelitian ini menggunakan alat statistik regresi berganda untuk menguji hipotesisnya. Sampel yang digunakan sebanyak 151 perusahaan yang terdaftar di BEI pada tahun 2010. Pemilihan sampel penelitian menggunakan metode *purposive sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan karakteristik Direktur Utama dan karakteristik perusahaan berpengaruh pada CSP. Namun demikian, hanya latar belakang pengalaman fungsional, kompensasi dan ukuran perusahaan yang berpengaruh secara signifikan terhadap CSP. Sedangkan latar belakang pendidikan, *gender* dan *leverage* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap CSP.

Kata kunci : CSP, Departemen Sosial RI, latar belakang pendidikan, latar belakang pengalaman fungsional, *gender*, kompensasi.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena berkat limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : **PENGARUH KARAKTERISTIK DIREKTUR UTAMA TERHADAP *CORPORATE SOCIAL PERFORMANCE* (CSP) (Studi pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010)**. Penyusunan skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

Bantuan, bimbingan dan doa diberikan oleh berbagai pihak dalam proses penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Bapak Prof. Dr. Muchammad Natsir, M.Si., Akt., Ph.D.
2. Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Bapak Prof. Dr. Muchammad Syafruddin, M.Si., Akt yang telah memberikan masukan kepada penulis.
3. Dosen Pembimbing, Bapak Herry Laksito, S.E., M.Adv.Acc., Akt. yang telah memberikan banyak pengarahan dan masukan untuk kelancaran penyusunan skripsi ini.

4. Dosen Wali, Bapak Marsono, S.E., M.Adv.Acc., Akt. yang memberikan bimbingan dan nasehat selama penulis menempuh masa studi.
5. Seluruh Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, yang telah memberikan ilmu, pengetahuan dan pengalaman kepada penulis.
6. Seluruh Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, yang telah membatu segala urusan selama masa studi penulis.
7. Mbah Kakung dan Mbah Putri tersayang, terimakasih atas kasih sayang dan pengorbanan yang selalu diberikan, sejak penulis lahir hingga sekarang dan selamanya.
8. Mas Wahyu Santoso dan Aradhea Raia Maharani tercinta, terima kasih sayang, atas dukungan dan cinta yang selalu dapat menjadikan penyemangat.
9. Bapak dan Ibu yang penulis hormati, terima kasih atas segala cinta dan fasilitas yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan.
10. Bulek Wiji (my lovely mom), Pakdhe Jumali, Pakdhe Slamet, Budhe Kus, Budhe Mis, Bulek Nur, Om Fendy, Pak Opik, Bulek Hestri, Pak Umar, Bulek Umi, dan Pak So terima kasih atas nasehat, bimbingan dan kasih sayang yang diberikan kepada penulis.
11. Adik-adik terkasih, Dek Nia, Ulin, Ela, Yusuf, Mas Iqbal, Mas Indra, Sarah, Sofi, Dany, dan Salma, terima kasih untuk semangat dan dukungannya.
12. Sahabat-sahabat BFF Mareta, Ratih, Arum, Citra, Wintan, Vira, Lela, dan Indah, terima kasih untuk persahabatan yang sampai saat ini masih terjalin, dan akan terjalin untuk selamanya.

13. Sahabat dan teman-teman Akuntansi R1 2007, Mytha, Rahmi, Ludy, Amel, Wulan, Adit, Aziz, Briana, Novia, Irfan, Panggah, Seno, Jiwo, Timo, Aji, Jeremy, atas *support* dan bantuan untuk menyelesaikan skripsi ini.
14. Teman-teman sesama bimbingan Pak Herry, Maida, Astri dan Anita, terima kasih mau diajak berbagi dan memberikan bantuannya.
15. Seluruh teman-teman Akuntansi R1 2007 yang memberikan banyak pengalaman selama kuliah, dan teman-teman Akuntansi R1 2008 yang bersedia membantu penulis.
16. Teman-teman KKN Desa Kemiriombo, Kecamatan Gemawang, Temanggung, Rosita, April, Katon, Rini, Nita, Andi, David, Juwita, dan Lucia, terima kasih untuk pengalaman yang indah selama KKN dan selalu memberi semangat kepada penulis.
17. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, maka penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk penyempurnaan tulisan ini. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Semarang, 31 Desember 2012

Penulis,

Idha Kumala

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
1.3.1 Tujuan Penelitian	11
1.3.2 Kegunaan Penelitian	11
1.4 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori	14

2.1.1	<i>Theory of Managerial Discretion</i>	14
2.1.2	<i>Upper Echelon Theory</i>	19
2.1.3	<i>Corporate Social Performance</i>	21
2.2	Penelitian Terdahulu	25
2.3	Kerangka Pemikiran	31
2.4	Hipotesis	34
2.4.1	Latar Belakang Pendidikan	34
2.4.2	Latar Belakang Pengalaman Fungsional	35
2.4.3	<i>Gender</i>	36
2.4.3	Kompensasi	38
BAB III	METODE PENELITIAN	40
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	40
3.1.1	Variabel Dependen	40
3.1.2	Variabel Independen	46
3.1.2.1	Latar Belakang Pendidikan	46
3.1.2.2	Latar Belakang Pengalaman Fungsional	47
3.1.2.3	<i>Gender</i>	47
3.1.2.4	Kompensasi	47
3.1.3	Variabel Kontrol	48
3.1.3.1	<i>Size</i>	48
3.1.3.2	<i>Leverage</i>	48
3.2	Populasi dan Sampel	49
3.3	Jenis dan Sumber Data	50

3.3	Metode Pengumpulan Data	50
3.4	Metode Analisis Data	51
3.4.1	Statistik Deskriptif	51
3.4.2	Uji Asumsi Klasik	51
3.4.2.1	Uji Multikolinearitas.....	51
3.4.2.2	Uji Heteroskedastisitas	52
3.4.2.3	Uji Normalitas	53
3.4.3	Analisis Regresi Berganda	54
3.4.4	Uji Hipotesis	55
3.4.4.1	Koefisien Determinasi (R^2)	55
3.4.4.2	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	56
3.4.4.3	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t).....	56
BAB IV	HASIL DAN ANALISIS	58
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	58
4.2	Analisis Data	60
4.2.1	Statistik Deskriptif	60
4.2.2	Uji Asumsi Klasik	65
4.2.2.1	Uji Multikolinearitas.....	66
4.2.2.2	Uji Heteroskedastisitas	67
4.2.2.3	Uji Normalitas	70
4.2.3	Uji Hipotesis	73
4.2.3.1	Uji Koefisien Determinasi	73

4.2.3.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	74
4.2.3.3 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)	75
4.3 Hasil Pegujian Hipotesis.....	76
4.3.1 Latar Belakang Pendidikan dan <i>Corporate Social Performance</i> (CSP)	79
4.3.2 Latar Belakang Pengalaman Fungsional dan <i>Corporate Social Performance</i> (CSP)	81
4.3.3 <i>Gender</i> dan <i>Corporate Social Performance</i> (CSP)	82
4.3.4 Kompensasi dan <i>Corporate Social Performance</i> (CSP)	83
4.3.5 Ukuran Perusahaan (<i>size</i>) dan <i>Corporate Social Performance</i> (CSP)	83
4.3.6 <i>Leverage</i> dan <i>Corporate Social Performance</i> (CSP) ..	84
BAB V PENUTUP	86
5.1 Simpulan	86
5.2 Keterbatasan	88
5.3 Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN-LAMPIRAN	92

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Definisi dan Dimensi CSP.....	22
Tabel 2.2 Jenis Pendekatan dan Pengukuran CSP.....	23
Tabel 4.1 Jumlah Sampel Penelitian.....	59
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif.....	60
Tabel 4.3 Presentase Kinerja Sosial Per Bidang.....	64
Tabel 4.4 Distribusi Variabel Latar Belakang Pendidikan Direktur Utama.....	64
Tabel 4.5 Distribusi Variabel Latar Belakang Pengalaman Fungsional Direktur Utama	65
Tabel 4.6 Distribusi Variabel <i>Gender</i>	65
Tabel 4.7 Nilai <i>Coefficient Correlations</i> Uji Multikoleniaritas	66
Tabel 4.8 Nilai <i>Coefficients</i> Uji Multikolonieritas	67
Tabel 4.9 Uji Glejser	69
Tabel 4.10 Hasil Uji Glejser	71
Tabel 4.11 <i>One Sample Kolmogorof-Smirnov</i> Uji Normalitas	72
Tabel 4.12 Hasil <i>One Sample Kolmogorof-Smirnov</i>	72
Tabel 4.13 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	73
Tabel 4.14 Uji Statistik F	74
Tabel 4.15 Uji Statistik t	75

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 4.1 Grafik Plot Uji Heteroskedastisitas.....	68
Gambar 4.2 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	70
Gambar 4.3 <i>Normal Probability Plot</i> Uji Normalitas.....	71

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Aspek Penilaian Tanggung Jawab Sosial Dunia Usaha Versi Departemen Sosial RI 2007.....	93
Lampiran B Data Variabel Penelitian.....	96
Lampiran C Hasil Output SPSS.....	103

BAB I

PENDAHULUAN

Pada Bab I berisi bagian pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, yang menjelaskan mengenai *fenomena gap* dan *research gap*, rumusan masalah memaparkan permasalahan-permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

1.1 Latar Belakang

Beberapa waktu terakhir isu mengenai tanggung jawab sosial yang harus dilakukan perusahaan, semakin banyak disoroti. Hal ini mendorong pemerintah untuk menyusun peraturan mengenai kewajiban perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya. Peraturan-peraturan tersebut antara lain, UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroaan Terbatas dan UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.

UU No. 40 Tahun 2007 Pasal 66 (2b) menjelaskan, pemerintah mengharuskan setiap perusahaan menyampaikan laporan pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan dalam penyusunan Laporan Tahunan perusahaan. Pada pasal, 74 (1,2,3,4), disebutkan bahwa setiap perusahaan / perseroaan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Adapun Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan tersebut harus dianggarkan oleh perseroaan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroaan. Bagi perusahaan yang

tidak melaksanakan kewajiban Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan dikenai sanksi sesuai ketentuan perundang-undangan.

Peraturan lain, yaitu UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, Pasal 15b, mewajibkan setiap penanam modal melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Pada Pasal 16d dan 16e, setiap penanam modal bertanggung jawab menjaga kelestarian lingkungan dan menciptakan keselamatan, kesehatan, kenyamanan, dan kesejahteraan pekerja. Dalam Pasal 17, penanam modal yang mengusahakan sumber daya alam yang tidak terbarukan, wajib mengalokasikan dana secara bertahap untuk pemulihan lokasi yang memenuhi standar kelayakan lingkungan hidup, yang pelaksanaannya diatur sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.

Dengan semakin dibutuhkannya tanggung jawab perusahaan terhadap beberapa kelompok *stakeholders*, maka perusahaan akan semakin meningkatkan kinerja sosial mereka. Disini Direktur Utama yang bertugas menjalankan perusahaan, melakukan berbagai kegiatan yang merupakan bentuk tanggung jawab sosial (*social responsibility*). Perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada *shareholders* tetapi juga kepada *stakeholder* perusahaan.

Perusahaan semakin sadar untuk melaksanakan fungsi tanggung jawab sosial. Masyarakat juga semakin aktif mengkritik setiap tindakan perusahaan yang dinilai akan merugikan kepentingan *stakeholder*, terutama masyarakat dan lingkungan. Hal itu menyebabkan perusahaan lebih berhati-hati pada setiap kegiatan usaha dan operasi yang akan dilakukan.

Selain sebagai wujud tanggung jawab, tindakan-tindakan perusahaan dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial juga merupakan sarana untuk mempromosikan perusahaan sendiri. Karena tindakan tanggung jawab sosial perusahaan akan mendatangkan keuntungan atau manfaat bagi perusahaan. Walaupun manfaat tersebut baru akan dirasakan dalam jangka waktu yang lama (Dunn&Sainty, 2009).

Dalam *Newsletter CSR* vol. 1, Minggu, 37, 2007 (dikutip dari Amalina, 2009), ditulis perusahaan-perusahaan *go publik* berlomba-lomba memajang laporan CSR itu didepan publik. Laporan yang berisi kinerja keuangan, sosial dan lingkungan tersebut kini nyaris menjadi “pajangan” termewah dan terindah yang “dijajakan” perusahaan. Pihak eksternal perusahaan dapat mengetahui kinerja sosial perusahaan berdasarkan laporan tahunan (*annual report*) yang disusun oleh perusahaan.

Menurut Deegan (dikutip dari Permatasiwi, 2010), terdapat beberapa alasan suatu perusahaan melakukan pengungkapan sosial dan lingkungan, antara lain : keinginan untuk mematuhi peraturan yang ada dalam suatu undang-undang, pertimbangan rasionalitas ekonomi, keyakinan dalam proses akuntabilitas untuk melaporkan, keinginan untuk mematuhi persyaratan peminjaman, untuk memenuhi harapan *stakeholder* terutama masyarakat, sebagai konsekuensi dari ancaman terhadap legitimasi perusahaan, untuk mengelola kelompok *stakeholder* tertentu yang *powerfull*, untuk menarik minat investor agar berinvestasi pada perusahaan tersebut, untuk mematuhi persyaratan industri, dan untuk memenangkan penghargaan pelaporan tertentu. Selain untuk alasan tersebut,

perusahaan melakukan pengungkapan kinerja sosial juga sebagai bentuk pertanggungjawaban perusahaan.

Kinerja Sosial Perusahaan yang selanjutnya disebut *Corporate Social Performance* (CSP) merupakan salah satu kinerja *Chief Executive Officers* (CEO) atau di Indonesia sering disebut dengan Direktur Utama. Dimana *Corporate Social Performance* adalah hasil dari tindakan perusahaan dalam tanggung jawab sosialnya, yaitu bagaimana kinerja perusahaan mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, bukan bentuk dari CSR itu sendiri seperti apa.

Menurut Wood (1991), *Corporate Social Performance* (CSP) adalah suatu konfigurasi organisasi bisnis yang terdiri dari tanggung jawab sosialnya, yaitu : proses tanggap sosial, kebijakan program, serta hasil observasi yang berhubungan dengan sosial perusahaan. Wood membedakan CSP ke dalam 3 aspek utama, yaitu tanggung jawab sosial, tanggapan tanggung jawab sosial dan hasil dari kinerja tanggung jawab sosial.

Pada dasarnya CSP mengharuskan perusahaan untuk memenuhi harapan para *stakeholder* (McGuire *et al*, 2003), sebagai akibat adanya tekanan *stakeholder* yang meningkat, tren sosial umum, dan kekuatan instusional, tuntutan terhadap perusahaan agar mengelola dengan baik keuntungan dan meningkatkan tanggung jawab sosial (Waddock dan Graves, 1997). *Stakeholder* bukan satu-satunya yang mendapat keuntungan dari CSP, karena perusahaan sendiri juga akan mendapat manfaat atas kinerja sosial. Perusahaan yang mampu

untuk memenuhi dan dapat melebihi harapan kepada sosial, akan memiliki reputasi yang semakin tinggi, melegitimasi perusahaan, memperkuat citra perusahaan, mengurangi risiko, mengembangkan kemampuan berharga dari perusahaan, dan mungkin akan lebih dipandang bahwa perusahaan memiliki etika dalam melakukan kegiatan bisnisnya (Slater dan Dixon-Fowler, 2009).

Menurut Dunn & Sainty (2009), CSP dapat digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu perusahaan telah dapat memenuhi kinerja dan tanggung jawab mereka terhadap para *stakeholder*. Ada dua aspek yang dapat digunakan untuk mengukur CSP. Pertama, kinerja sosial yaitu penilaian yang komprehensif yang tidak terbatas pada salah satu masalah sosial, seperti hubungan dengan masyarakat, keragaman karyawan, keamanan produk, atau kinerja saham. Kedua, CSP mengkaji kinerja sosial dari berbagai perspektif, termasuk investor, karyawan, konsumen, pemasok, masyarakat dan lingkungan. Inti dari CSP adalah pengakuan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab ganda untuk berbagai *stakeholder* dalam jangka panjang.

CSP mendorong manajemen untuk mengambil perspektif jangka panjang terhadap kegiatan bisnis dan kepentingan masyarakat. Perusahaan cenderung untuk tidak terlibat dalam kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan dalam rangka meningkatkan kinerja jangka pendek perusahaan. Menurut Godfrey, 2005 (dikutip dari Dunn & Sainty, 2009), perusahaan cenderung melakukan kegiatan yang akan meningkatkan reputasi sosial perusahaan. Sejalan dengan pendapat Marom, 2006 (dikutip dari Dunn & Sainty, 2009), yang menyatakan bahwa pengeluaran tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan dalam satu

periode, manfaatnya tidak akan terjadi hingga periode mendatang. Maka tanpa prespektif jangka panjang, efek dari CSP tidak dapat dengan mudah untuk diamati.

CSR dan kinerja sosial mungkin tidak identik dengan kepemimpinan yang etis dan bermoral, namun hubungan yang kuat antara kinerja sosial dan kepemimpinan yang etis dan bermoral, telah diakui secara luas. Swanson (dikutip dari Manner, 2010), menyatakan tanggung jawab sosial perusahaan harus menonjolkan kewajiban moral bahwa bisnis yang dilakukan perusahaan adalah bisnis yang bermasyarakat. Secara umum, tanggung jawab ini tersirat pada kontrak sosial, yang melegitimasi perusahaan sebagai lembaga yang memberikan harapan akan melayani dengan baik dan menghasilkan bisnis sekaligus taat pada hukum dan norma etika yang berlaku dalam suatu masyarakat.

Menurut Davis, pemimpin perusahaan atau Direktur Utama yang pada akhirnya harus memutuskan pendekatan-pendekatan strategis pada isu-isu sosial yang ada, dan Direktur Utama dapat proaktif dan berinisiatif untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Waldman dan Siegel, 2008, menyatakan bahwa kelalaian menganalisis peran kepemimpinan dalam penelitian menimbulkan masalah. Penting untuk dicatat bahwa penelitian CSR, terutama yang bersifat empiris, telah mengabaikan peran kepemimpinan dalam merumuskan dan melaksanakan CSR. Direktur Utama dengan jelas berada pada posisi untuk mempengaruhi kebijakan-kebijakan perusahaan. Penelitian yang mengabaikan peran Direktur Utama dalam CSR mungkin menghasilkan

kesimpulan yang tidak tepat mengenai hubungan dan konsekuensi dari penelitian tersebut (Manner, 2010).

Finkelstein dan Hambrick, 1996 (dikutip dari Post, 2011), berpendapat bahwa Direktur Utama berdasarkan otoritas dan kekuasaan mereka dalam pembuatan keputusan perusahaan sebagai bagian dari bentuk tanggung jawab dalam kegiatan perusahaan termasuk kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan tampaknya telah menjadi lebih penting bagi anggota dewan direksi, khususnya Direktur Utama, sebagai pemikiran pada pergeseran organisasi atau perusahaan pada kinerja yang didefinisikan secara lebih luas yang tidak hanya sekedar rencana. Tanggung jawab sosial perusahaan dipahami sebagai tanggung jawab perusahaan untuk *stakeholder* diluar tanggung jawab mereka pada *shareholder* untuk mengembalikan investasi.

Menurut Agle *et al*, 1999 (dikutip dari Slater dan Dixon-Fowler, 2009), peran Direktur Utama telah diakui karena berpengaruh signifikan terhadap CSP. Sebagai pemimpin perusahaan, Direktur Utama memainkan peran utama dalam pengambilan keputusan strategis dan alokasi sumber daya. Oleh karena itu Direktur Utama diharapkan menjalankan peran penting dalam pengambilan keputusan yang melibatkan strategi CSP dan jumlah sumber daya yang disediakan untuk pencapaian CSP. Penelitian *Upper Echelon* menunjukkan bahwa pengalaman Direktur Utama, nilai, dan kepribadian akan mempengaruhi visi, persepsi selektif, interpretasi, pilihan strategi dan akhirnya berpengaruh pada kinerja perusahaan, sehingga dapat dikatakan organisasi adalah cerminan dari

Direktur Utama mereka (Finkelstein dan Hambick, 1996; Hambick dan Mason, 1984; Jackson, 1992 dikutip dari Slater dan Dixon-Fowler, 2009).

Banyaknya pembahasan mengenai kinerja sosial menyebabkan banyak peneliti melakukan penelitian mengenai berbagai permasalahan kinerja sosial. Penelitian yang dilakukan memperoleh hasil yang beragam. Selain itu banyak variabel yang dihubungkan dengan kinerja sosial perusahaan. Namun demikian, hanya sedikit yang menguji hubungan antara karakteristik Direktur Utama dengan kinerja sosial perusahaan (CSP). Penelitian lebih banyak menganalisis hubungan antara kinerja sosial dengan kinerja ekonomi perusahaan. Karakteristik Direktur Utama, seperti latar belakang pendidikan, latar belakang pengalaman fungsional, *gender*, dan kompensasi mungkin akan berdampak pada *Corporate Social Performance* (CSP).

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Manner (2010), yang menguji pengaruh Karakteristik CEO terhadap *Corporate Social Performance* (CSP) pada perusahaan di Kanada. Manner menggunakan nilai CSP yang dikeluarkan oleh KLD, sebuah lembaga independen yang menilai dan meranking kinerja sosial perusahaan di Kanada, maka data nilai CSP merupakan data yang telah diolah oleh KLD bukan dari hasil perhitungan oleh peneliti berdasarkan indeks yang dikeluarkan KLD. Berdasarkan penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa karakteristik CEO yang terdiri dari latar belakang pendidikan, latar belakang pengalaman fungsional, *gender* dan kompensasi berpengaruh terhadap CSP.

Selain mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Manner, penelitian ini menggunakan aspek penilaian kinerja sosial yang dikeluarkan oleh Departemen Sosial RI pada tahun 2007 seperti penelitian yang dilakukan oleh Permatasiwi (2010), agar sesuai dengan keadaan yang ada di Indonesia. Selain itu, peneliti harus melakukan penilaian terlebih dahulu untuk mengukur CSP yang dilakukan perusahaan, sehingga didapatkan nilai CSP untuk tiap-tiap perusahaan. Hal ini yang dapat membedakan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan Manner. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan kinerja sosial perusahaan dengan judul *“Pengaruh Karakteristik Direktur Utama terhadap Corporate Social Performance (Studi pada Perusahaan yang Tercatat di BEI pada Tahun 2010)”*.

1.2 Rumusan Masalah

Direktur Utama sebagai pengambil keputusan-keputusan strategis dalam perusahaan, dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. Keputusan-keputusan tersebut sebagai bentuk tanggung jawab kepada perusahaan dan bentuk tanggung jawab sosial yang harus dijalankan perusahaan (Finkelstein dan Hambrick, 1996, dikutip dari Post, 2011). Direktur Utama diharapkan menjalankan peran penting dalam pengambilan keputusan yang melibatkan strategi CSP dan jumlah sumber daya yang disediakan untuk pencapaian CSP. Berdasarkan penelitian *Upper Echelon*, pengalaman Direktur Utama, nilai, dan kepribadian akan mempengaruhi visi, persepsi selektif, interpretasi, pilihan strategi dan kinerja perusahaan. Dapat dikatakan bahwa organisasi adalah cerminan dari Direktur Utama mereka.

(Finkelstein dan Hambick, 1996; Hambick dan Mason, 1984; Jackson, 1992 dikutip dari Slater dan Dixon-Fowler, 2009).

Waldman dan Siegel, 2008 (dikutip dari Manner, 2010), berpendapat bahwa kelalaian menganalisis peran kepemimpinan dalam penelitian yang menguji kinerja sosial perusahaan, akan menimbulkan masalah. Penting untuk dicatat bahwa penelitian mengenai CSR, terutama yang bersifat empiris, telah mengabaikan peran kepemimpinan dalam merumuskan dan melaksanakan CSR. Padahal Direktur Utama sebagai pemimpin perusahaan dapat mempengaruhi kebijakan-kebijakan serta pendekatan-pendekatan dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

- 1.2.1 Apakah latar belakang pendidikan Direktur Utama dalam bidang ekonomi akan berpengaruh negatif terhadap CSP?
- 1.2.2 Apakah latar belakang pengalaman fungsional Direktur Utama yang berorientasi *output* akan berpengaruh positif terhadap CSP?
- 1.2.3 Apakah keberadaan Direktur Utama wanita dalam perusahaan akan berpengaruh positif terhadap CSP?
- 1.2.4 Apakah kompensasi akan berpengaruh negatif terhadap CSP?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Pada bagian ini akan dibahas mengenai tujuan dan kegunaan dari penelitian yang dilakukan.

1.3.1 Tujuan dari penelitian

Adapun tujuan dari penelitian mengenai pengaruh karakteristik Direktur Utama pada *Corporate Social Performance* (CSP) adalah untuk menganalisis pengaruh latar belakang pendidikan, latar belakang pengalaman fungsional, *gender*, dan kompensasi terhadap CSP. Sehingga dapat diketahui pengaruh karakteristik Direktur Utama pada *Corporate Social Performance* (CSP) perusahaan.

1.3.2 Kegunaan dari penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini antara lain :

1.3.2.1 Kontribusi kebijakan : penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan, khususnya Direktur Utama untuk meningkatkan peran mereka dalam kebijakan-kebijakan kinerja sosial, lingkungan, dan keuangan perusahaan, serta memberikan masukan juga bagi pemerintah dalam rangka menyusun kebijakan pada masa yang akan datang, terutama kebijakan yang berhubungan dengan kinerja sosial perusahaan.

1.3.2.2 Kontribusi empiris : untuk memperkuat penelitian yang telah dilakukan para peneliti sebelumnya mengenai kinerja sosial perusahaan, terutama keterkaitan antara kinerja sosial perusahaan (CSP) dengan karakteristik Direktur Utama.

1.3.2.3 Kontribusi teori : sebagai bahan referensi dan data tambahan bagi peneliti-peneliti lain yang berminat melakukan penelitian pada bidang kinerja sosial ini.

1.4 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi latar belakang mengapa peneliti memilih judul penelitian mengenai hubungan antara karakteristik Direktur Utama dalam suatu perusahaan dengan kinerja sosial perusahaan. Selain itu dalam BAB I juga berisi antara lain rumusan masalah, tujuan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi penjelasan mengenai beberapa teori yang digunakan oleh peneliti untuk mengetahui pengaruh karakteristik Direktur Utama pada kinerja sosial perusahaan (CSP). Dalam bab ini juga berisi mengenai beberapa hasil penelitian terdahulu yang mempunyai hubungan dengan judul penelitian, kerangka pemikiran dan pengembangan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada BAB III ini berisi penjelasan mengenai variabel-variabel dalam penelitian, apa saja variabel dependen dan independennya. Dijelaskan pula mengenai pemilihan populasi dan sampel, jenis dan sumber data yang digunakan, metode pengumpulan data apa yang digunakan serta metode analisis untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab hasil dan pembahasan menjelaskan deskripsi objek penelitian dan profil perusahaan sampel. Bab ini juga menjelaskan statistik deskriptif variabel dan hasil analisis data yang mencakup pengujian hipotesis.

BAB V: PENUTUP

Bab penutup berisi kesimpulan penelitian yang didapat dari pembahasan bab IV. Dengan diperolehnya kesimpulan dalam penelitian ini, maka bab ini juga memberikan penjelasan mengenai implikasi penelitian, keterbatasan penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tinjauan pustaka yang memaparkan landasan teori penelitian, menjelaskan teori-teori yang digunakan dalam penelitian, penelitian terdahulu yaitu menjelaskan beberapa penelitian sejenis yang telah dilakukan, kerangka pemikiran dan hipotesis.

2.1 Landasan Teori

Landasan teori menjelaskan mengenai beberapa teori yang digunakan dalam penelitian untuk dapat menjelaskan hipotesis dalam penelitian. Adapaun teori-teori yang sesuai dengan penelitian ini adalah :

2.1.1 Theory of Managerial Discretion

Disaat Teori Agensi muncul sebagai teori dominan yang menjadi strategi para peneliti untuk mengkaji mengenai isu-isu tata kelola perusahaan, Teori Kebijakan Managerial atau *Theory of Managerial Discretion* oleh Hambrick dan Finkelstein (1987) semakin diterima sebagai teori pilihan untuk memahami dampak atau pengaruh manajer dalam situasi dimana tata kelola perusahaan tidak lagi menjadi fokus penelitian (Misangyi, 2002). Hambrick dan Finkelstein menyoroti gagasan yang berfokus pada konsep kebijaksanaan managerial dan kepemimpinan yang strategis, sebagaimana yang tertuang dalam peran Direktur Utama, dalam menentukan keberhasilan atau kegagalan perusahaan.

Hambrick dan Finkelstein awalnya menetapkan konsep *Managerial Discretion* sebagai “suatu bangunan yang menjembatani pandangan organisasi (yang dimiliki oleh pandangan ekologi populasi dan teori pilihan strategis)”, berdasarkan asumsi dasar pada dua pendekatan tersebut. Menurut Hannan & Freeman, 1977 (dikutip dari Misangyi, 2002), model seleksi alam ekologi populasi mempertimbangkan efisiensi ekonomi sebagai kunci utama untuk keberlangsungan perusahaan dan suatu pandangan yang menjadikan lingkungan dan ketidakpastian ekonomi membatasi pilihan strategis. Tekanan untuk bertahan / tidak berubah (inersia), baik yang berasal dari dalam maupun luar perusahaan, sangat membatasi kemampuan beradaptasi. Sebaliknya, menurut Child, 1972 (dikutip dari Misangyi, 2002), teori pilihan strategis berpendapat bahwa model seleksi alam tidak berlaku, sebagaimana Direktur Utama sering memilih lingkungan operasi / kegiatan mereka, maka Direktur Utama memiliki kekuatan memerintah yang cukup untuk mempengaruhi lingkungan yang telah mereka pilih, dan dapat mempertimbangkan faktor-faktor lain daripada faktor yang murni ekonomi dalam melakukan penataan perusahaan mereka. Berdasarkan Teori Pilihan Strategis, *Theory of Managerial Discretion* dapat dilakukan oleh Direktur Utama dengan membuat kebijakan-kebijakan yang tidak hanya berorientasi pada kinerja finansial, tetapi juga kinerja sosial.

Hambrick dan Finkelstein berpendapat bahwa situasi tertentu menciptakan “garis tindakan managerial”, dan situasi-situasi dimana manager memberikan dampak besar pada organisasi. Menurut Finkelstein dan Boyd, 1998 (dikutip dari Misangyi, 2002), *Managerial Discretion* “mendefinisikan apakah bentuk dan

keadaan organisasi benar-benar berada dalam kendali Direktur Utama, benar-benar berada diluar kendali Direktur Utama atau berada diantara keduanya”. Mereka berpendapat bahwa kerangka pilihan strategis lebih relevan dalam kasus-kasus dimana kebijaksanaan yang tinggi diperbolehkan.

Hambrick dan Finkelstein, 1987 (dikutip dari Misangyi, 2002) menetapkan kondisi-kondisi yang mengakibatkan kebijakan managerial lebih besar dan menetapkan kebijakan managerial sebagai karakteristik tujuan dari suatu organisasi. Sedangkan pada saat yang sama, Finkelstein dan Boyd, 1998 (dikutip dari Misangyi, 2002) menegaskan bahwa Teori Kebijakan Managerial tidak mengasumsikan secara eksplisit mengenai apakah pilihan-pilihan yang diambil Direktur Utama akan memberikan hasil yang positif atau negatif. Dengan demikian, muncullah titik kritis, dimana teori ini bermaksud untuk menyindir segala sesuatu apakah iya atau tidak, Direktur Utama akan, atau dapat, bertindak dalam kepentingan mereka sendiri, seperti halnya Teori Agensi. Sebaliknya, pendekatan *Managerial Discretion*, berdasarkan pada Teori Perilaku Perusahaan oleh Cyert dan March (1963) dan Ekologi Populasi oleh Hannan dan Freeman, 1977 (dikutip dari Misangyi, 2002), digunakan untuk menentukan bagaimana perbedaan-perbedaan individu seperti tingkat partisipasi, kompleksitas kemampuan kognitif, dasar kekuasaan, dan ketajaman politik menentukan kemampuan Direktur Utama untuk menghasilkan dan mengevaluasi berbagai program tindakan, sehingga mempengaruhi kebijaksanaan yang diberikan.

Menurut Hambrick dan Finkelstein, 1987 (dikutip dari Misangyi, 2002), ketika para Direktur Utama memiliki kewenangan yang lebih besar, mereka

memiliki alternatif jangkauan yang lebih luas, dari apa yang dapat mereka pilih dan hal tersebut harus mengarah pada pilihan strategis yang lebih baik. Hal ini juga memungkinkan terciptanya ruang untuk kesalahan, maka mungkin saja manajer akan melakukan *scan* atau memindai lingkungan yang tidak relevan dan merumuskan tanggapan yang tidak tepat. Direktur Utama yang buruk dalam pandangan Hambrick dan Finkelstein adalah orang yang gagal karena memiliki keterbatasan kognitif atau mengimplementasikan strategi yang salah pada kewajiban lingkungan.

Hambrick dan Finkelstein (dikutip dari Misangyi, 2002), menyatakan, kompensasi bagi para Direktur Utama dalam situasi *high-discretion* diharapkan lebih tinggi dibandingkan dengan Direktur Utama lainnya, dan komponen insentif harus besar. Secara implisit maupun eksplisit, *Board of Directors* akan cenderung untuk mengenali kumpulan keputusan yang perlu dibuat dalam situasi *high-discretion* dan akan menarik kesimpulan yang dapat membedakan kinerja substansial yang berasal dari Direktur Utama yang baik atau yang buruk.

Dalam menerapkan *Managerial Discretion*, para Direktur Utama mendapatkan beberapa hambatan. Menurut Hambrick dan Finkelstein, 1987 (dikutip dari Misangyi, 2002), ada beberapa faktor lingkungan yang dapat bertindak sebagai kendala langsung dan terkonsentrasi. Pertama, Scherer (dikutip dari Misangyi, 2002) mengatakan, *strategic discretion* akan dibatasi dalam industri oligopolistik dimana ada tekanan dari pesaing yang kuat untuk mematuhi norma-norma yang tidak resmi. Kedua, regulasi industri membatasi tindakan potensial Direktur Utama sebagai penopang perusahaan dari ketidakpastian, yang

dinyatakan oleh Rajagopalan dan Finkelstein. Ketiga, menurut Hannan dan Freeman, *managerial discretion* akan rendah dalam industri padat modal karena jumlah pilihan yang tersedia untuk Direktur Utama dibatasi oleh kekakuan yang diciptakan oleh program komitmen jangka panjang dari tindakan yang diperlukan sebagai pengeluaran jangka panjang yang besar. Akhirnya, kebijaksanaan Direktur Utama dibatasi dalam industri dimana ada pembeli dan/atau pemasok yang kuat (Misangyi, 2002).

Selain faktor lingkungan, Hambrick dan Finkelstein juga menemukan faktor-faktor lain. Beberapa faktor level perusahaan juga bertindak sebagai sumber atau kendala *managerial discretion*. Pertama, menurut Cyert dan March organisasi yang lemah dalam bentuk sumber daya keuangan. Kedua, gaya inersia seperti ukuran perusahaan dan usia perusahaan dapat menghambat kebijaksanaan. Efek inersia dari ukuran perusahaan, Hannan dan Freeman menegaskan ukuran yang lebih besar dari pada ukuran sumber kebijakan yang dapat diberikan. Usia perusahaan, menurut Cyert dan March, cenderung membatasi kebijaksanaan sebagai mentalitas “*status quo*” terkait dengan kebijaksanaan dan struktur yang sukses, akan menolak gangguan. Ketiga, perusahaan dengan budaya yang sangat kuat akan cenderung menolak terhadap suatu perubahan, sehingga membatasi pilihan manajerial (Misangyi, 2002).

Akhirnya, menurut Hambrick dan Finkelstein (dikutip dari Misangyi, 2002) kebijakan perusahaan merupakan kendala yang secara signifikan mempengaruhi kinerja *managerial discretion*. Susunan kebijakan perusahaan adalah bentuk distribusi kepemilikan, dan sifat dari *Board of Directors* adalah faktor level

perusahaan yang paling menonjol yang mempengaruhi kebijakan Direktur Utama. *Board of Directors* mungkin bertindak sebagai kendala karena harus menyetujui inisiatif strategis sebelum Direktur Utama dapat menjalankan inisiatif tersebut. *Managerial Discretion* akan tinggi ketika Direktur Utama memiliki kendali yang besar atas anggota *Board of Directors*, jika tidak, Direktur Utama akan terhalang kurangnya pengetahuan pihak luar untuk memilih strategi-strategi dalam memimpin perusahaan guna memaksimalkan kinerja. Marris dan McEachern (dikutip dari Misangyi, 2002) menyatakan, kebijaksanaan akan lebih tinggi bagi Direktur Utama dengan kepemilikan saham perusahaan yang signifikan, terutama dalam ketiadaannya pemegang saham lain yang signifikan.

Singkatnya, faktor-faktor individu, organisasi dan lingkungan, menyediakan kebijakan bagi Direktur Utama atas pilihan diantara alternatif strategis dan tindakan manajerial. Bagaimanapun, asumsi yang melekat pada maksimalisasi keuntungan berarti bahwa semua tindakan manajerial diasumsikan fokus terhadap mengejar laba, apakah profitabilitas tercapai atau tidak. Sehingga mengakibatkan kebijakan yang berorientasi kepada *stakeholder* sering diabaikan.

2.1.2 Upper Echelon Theory

Hambrick dan Mason, 1984 (dikutip dari Manner, 2010) mengusulkan kerangka kerja teoritis yang dipengaruhi karya-karya sebelumnya yang berasal dari berbagai disiplin ilmu yang mempelajari karakteristik Direktur Utama perusahaan, yaitu oleh Cyert dan March serta Dearbon dan Simon. Hasilnya adalah *Upper Echelon Theory*, yang menyatakan bahwa “hasil organisasi maupun

strategi organisasi yang efektifitas dipandang sebagai refleksi atau cerminan dari nilai-nilai dan dasar kognitif dari pelaku yang kuat dalam organisasi”. Hambrick dan Mason berpendapat bahwa bias kognitif dalam pengambilan keputusan dan nilai-nilai pribadi bertindak sebagai layar atau filter ketika menganalisis dan menafsirkan situasi yang kompleks dengan cara mempengaruhi pilihan strategis Direktur Utama dan hasil perusahaan. Lebih lanjut diusulkan oleh Hambrick dan Mason bahwa karakteristik Direktur Utama seperti usia, pengalaman fungsional, dan pendidikan sering dapat digunakan sebagai indikator filter kognitif dan dasar nilai Direktur Utama. Hambrick dan Mason berharap teori ini akan meningkatkan seleksi dan pengembangan Direktur Utama (Manner, 2010).

Dalam sebuah *editorial review* dari 23 tahun penelitian pada *Upper Echelon Theory*, Mason, 2007 (dikutip dari Manner, 2010) mencatat bahwa banyak karakteristik yang ditemukan yang berkaitan dengan keputusan strategis dan hasil kinerja perusahaan. Sedangkan Carpenter *et al*, 2004 (dikutip dari Manner, 2010) menyimpulkan bahwa validitas model *Upper Echelon Theory* sudah diterapkan dalam berbagai setting bisnis untuk pertanyaan strategi yang berbeda dan matrik kinerja.

Gagasan bahwa karakteristik manajemen senior atau eselon atas (*Upper Echelon*) terhadap organisasi dapat mempengaruhi keputusan yang dibuat dan praktek yang diadopsi oleh organisasi, kembali kepada Teori *Upper Echelon* awal yang diungkapkan oleh Hambrick dan Mason, 1984 (dikutip dari Nishii *et al*, 2007). Hambrick dan Mason berpendapat bahwa karakteristik Direktur Utama mempengaruhi keputusan yang mereka buat dan setiap tindakan yang diadopsi

oleh perusahaan yang mereka pimpin. Menurut Hambrick dan Mason hal tersebut terjadi karena karakteristik Direktur Utama terkait dengan dasar berbagai kognitif, nilai, dan persepsi yang mempengaruhi pengambilan keputusan.

2.1.3 Corporate Social Performance (CSP)

Corporate Social Performance (CSP) dan konsep lain seperti tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR), tanggap sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsiveness* dan *Corporate Citizen* (CC), telah hadir dalam pembahasan manajemen selama sekitar 45 tahun (Wood, 2010). *Corporate Social Performance* menunjukkan bagaimana kinerja perusahaan pada tanggung jawab sosialnya dan bagaimana perusahaan dapat mengoptimalkan setiap peluang yang berhubungan dengan bisnis mereka dan pada hubungan sosial (Caroll,1999). Tidak hanya pada cara-cara perusahaan melaksanakan tanggung jawab terhadap *stakeholder* mereka.

Menurut Wood (2010), CSP adalah kumpulan kategori deskriptif kegiatan usaha, dengan fokus pada dampak dan hasil bagi masyarakat, *stakeholder* dan perusahaan itu sendiri. Tipe hasil yang relevan ditentukan oleh hubungan perusahaan, baik umum dan khusus, seperti yang didefinisikan oleh prinsip-prinsip struktural tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Produksi, pemantauan, evaluasi, kompensasi dan perbaikan dari hasil-hasil yang ditentukan oleh proses tanggap sosial perusahaan mencakup proses yang berhubungan dengan perusahaan itu sendiri terhadap informasi, *stakeholder* dan isu-isu lain. Semua

elemen ini dapat diukur dan dievaluasi dampak serta hasilnya, proses dan petunjuk khusus yang ditawarkan oleh prinsip-prinsip struktural.

Igalens dan Gond, 2005 (dikutip dari Permatasiwi, 2010) merangkum definisi dan dimensi CSP, seperti yang terdapat dalam tabel 2.1.

Tabel 2.1

Definisi dan Dimensi CSP

Penulis	Definisi CSP	Dimensi CSP
Carroll (1979)	Artikulasi dan interaksi antara (a) berbagai kategori yang berbeda dari tanggung jawab sosial; (b) isu-isu spesifik yang berkaitan dengan tanggung jawab tersebut; (c) filsafat jawaban.	Definisi tingkat tanggung jawab perusahaan : ekonomi, hukum, etika, <i>discretionary</i> . Sifat tanggap filsafat : responsif, deensif, akomodatif, proaktif. Isu sosial yang terlibat, seperti : konsumerisme, keamanan produk, keselamatan di tempat kerja, dan saham.
Wartick dan Cochran (1985)	Yang mendasari interaksi antara prinsip-prinsip tanggung jawab sosial, proses tanggung jawab sosial dan kebijakan yang dikembangkan untuk mengatasi isu-isu sosial.	Tingkat tanggung jawab sosial perusahaan : ekonomi, hukum, etika, <i>discretionary</i> . Sikap tanggung jawab sosial perusahaan : responsif, defensif, akomodatif, proaktif. Pendekatan manajemen pada isu-isu sosial : identifikasi, analisis, tanggapan.
Wood (1991)	Konfigurasi prinsip-prinsip tanggung jawab sosial, proses tanggung jawab sosial dan kebijakan, program, dan hasil yang dapat diamati sebagai hubungan dengan kinerja sosial.	Prinsip-prinsip tingkat tanggung jawab sosial perusahaan : institusional, organisasi dan individu. Proses tanggung jawab sosial perusahaan meliputi : penilaian lingkungan dan analisis, manajemen <i>stakeholder</i> , isu manajemen. Hasil dari penggabungan perilaku perusahaan : dampak sosial, program dan kebijakan

		sosial perusahaan.
Clarkson (1995)	Kemampuan untuk mengelola dan mematuhi berbagai <i>stakeholder</i> perusahaan.	Model ini mendefinisikan masalah-masalah spesifik untuk masing-masing kategori <i>stakeholder</i> utama : karyawan, <i>shareholder</i> , konsumen, <i>supplier</i> , negara dan pesaing.

Sumber : Igalens dan Gond, 2005 (dikutip dari Permatasiwi, 2010)

CSP mengukur sejauh mana perusahaan memenuhi tujuan kinerja dan kewajiban terhadap *stakeholder*. Ada dua aspek, yang pertama kinerja sosial adalah penelitian yang komprehensif yang tidak terbatas pada salah satu masalah sosial seperti hubungan masyarakat, keragaman karyawan, keamanan produk atau kinerja saham. Kedua, mengkaji kinerja sosial dari berbagai perspektif, termasuk investor, karyawan, konsumen, pemasok, masyarakat dan lingkungan. Inti dari CSP adalah pengakuan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab ganda untuk berbagai *stakeholder* dalam jangka panjang (Dunn & Sainty, 2009).

Igalens dan Gond juga merangkum jenis pendekatan pengukuran CSP, seperti yang terdapat dalam tabel 2.2.

Tabel 2.2

Jenis Pendekatan Pengukuran CSP

Jenis Pendekatan Pengukuran	<i>Sustainability</i> dalam hal konsep kinerja sosial	Karakteristik / masalah	Cara Produksi
Isi laporan tahunan	Pengukuran yang lebih simbolis daripada substantif (wacana) dan tidak mengandung referensi untuk berbagai dimensi	Pengukuran subjektif yang dapat dengan mudah dimanipulasi	Oleh perusahaan
Indikator polusi	Mengukur hanya salah satu dari bentuk dimensi	Pengukuran yang objektif tetapi tidak	Oleh suatu entitas yang

	(aspek lingkungan)	berlaku untuk semua perusahaan	berada diluar perusahaan
Berdasarkan kuesioner survei	Tergantung pada pengukuran apa yang telah diusulkan. Dapat menjadi sangat baik sesuai dengan konsep tetapi persepsi pelaku tetap menjadi prioritas dalam pengukuran serupa.	Persepsi pengukuran yang dapat dimanipulasi tergantung pada bagaimana ia diatur	Oleh seorang peneliti yang menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan info langsung dari perusahaan
Indikator reputasi perusahaan	Tumpang tindih dengan reputasi perusahaan memungkinkan pengukuran CSP keseluruhan namun masih relatif ambigu	Efek Halo persepsi pengukuran	Oleh suatu entitas yang berada diluar perusahaan
Data yang dihasilkan oleh “organisasi pengukuran”	Pengukuran multidimensi, dengan perluasan dari model teoritis yang cocok tergantung pada cara operasional dan tolak ukur yang digunakan lembaga-lembaga	Tergantung pada efek Halo cara operasional lembaga	Oleh suatu entitas yang berada diluar perusahaan

Sumber : Igalens dan Gond, 2005 (dikutip dari Permatasiwi, 2010)

CSP mendorong Direktur Utama untuk mengambil prespektif jangka panjang terhadap bisnis dan masyarakat. Perusahaan cenderung untuk tidak terlibat dalam kegiatan tanggung jawab sosial yang dalam rangka meningkatkan kinerja jangka pendek mereka. Perusahaan cenderung melakukan kegiatan yang akan meningkatkan reputasi sosial perusahaan (Godfrey, 2005). Pengeluaran tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan dalam satu periode, manfaatnya tidak terjadi sampai periode mendatang. Tanpa prespektif jangka panjang efek dari CSP tidak dapat dengan mudah untuk diamati (Marom, 2006).

Penelitian ini mengacu pada CSP yang diukur dengan menggunakan aspek-aspek penelitian tanggung jawab sosial dunia usaha yang dikeluarkan oleh

Departemen Sosial (Depsos) pada tahun 2007. Adapun aspek-aspek penilaian tanggung jawab sosial dunia usaha menurut Depsos pada tahun 2007 yaitu : visi, misi atau kebijakan, lingkungan, ekonomi (pemberdayaan ekonomi rakyat pada lingkungannya), sosial (kesejahteraan sosial, pendidikan, kesehatan dan budaya), integrasi program, energi, dampak pada komunitas, dampak pada kesejahteraan karyawan, struktur organisasi tanggung jawab sosial dalam perusahaan, dan hubungan dengan pihak luar (termasuk *comunities' satisfaction & perception*, pemerintah dan *stakeholder*).

2.2 Penelitian Terdahulu

Para peneliti telah mempelajari berbagai variabel untuk diteliti pengaruhnya terhadap kinerja sosial perusahaan (CSP). Kinerja sosial perusahaan (CSP), laporan kinerja sosial dan lingkungan perusahaan terdiri dari berbagai perspektif, termasuk hal-hal seperti keterlibatan masyarakat, hubungan karyawan, keamanan produk, filantropi dan dampak perusahaan terhadap lingkungan. Informasi tersebut penting bagi berbagai kelompok *stakeholder*, dan bagi investor serta kreditor untuk menilai kinerja perusahaan secara keseluruhan dan hubungannya dengan masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan beroperasi.

Penelitian yang dilakukan oleh McGuire *et al*, 1988 (dikutip dari Permatasiwi, 2010), meneliti pengaruh antara *stock market, return, ROA, total asset, pertumbuhan laba operasi, pertumbuhan asset, pertumbuhan penjualan, beta, sd. return saham* terhadap kinerja sosial perusahaan (CSP). Dalam penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa CSP mempunyai hubungan positif terhadap ROA,

pertumbuhan asset dan penjualan. Hubungan negatif signifikan terjadi antara CSP dan risiko yang diukur melalui *beta* dan *sd. return*. Penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara CSP dan *stock market return*.

Waddock dan Grave (1997) melakukan penelitian untuk mengetahui hubungan antara ROA, ROE dan *return on sales* dengan variabel dependen yaitu kinerja sosial (CSP). Hasil dari penelitian yang dilakukan Waddock dan Grave ini menunjukkan hasil dimana CSP mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap ROA dan ROS (*return on sales*). Namun penelitian ini menunjukkan tidak terdapat hubungan yang signifikan antara CSP dan ROE.

Penelitian lain menunjukkan hubungan yang kuat antara Dewan yang independen dan CSP oleh Ibrahim dan Angelidis, 1995; Johnson dan Greening, 1999; Wang dan Dewhirst, 1992 (dikutip dari Dunn & Sainty, 2009). Dewan Direksi yang independen cenderung lebih sadar terhadap sosial dan tanggap pada kebutuhan berbagai *stakeholder*, namun, pengaruh kepemilikan saham oleh Dewan Direksi terhadap kinerja sosial tidak jelas. Dalam penelitian lain, ada hubungan positif antara kepemilikan investor dan CSP oleh Cox *et al*, 2004; Neubaum dan Zahra, 2006 (dikutip dari Dunn & Sainty, 2009).

Para peneliti yang mempelajari hubungan antara CSP dan CFP mendapatkan hasil yang beragam. Roman *et al*, 1999 (dikutip dari Dunn & Sainty, 2009), mereview 51 studi empiris yang berisi 46 artikel pendidikan. Mereka menemukan 32 studi menunjukkan hubungan positif antara CSP dan CFP, 5 studi mempunyai hubungan negatif dan 14 mengindikasikan tidak ada hubungan atau tidak

disimpulkan. Hal ini tidak dijelaskan mengapa terjadi demikian. Ini mungkin karena model CSP-CFP meliputi cara pengukuran yang rendah.

Ruf *et al* (2001) meneliti hubungan antara pertumbuhan penjualan, ROE, dan ROS dengan kinerja sosial perusahaan (CSP). Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa Δ CSP memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Δ ROS pada jangka panjang dan pertumbuhan penjualan pada jangka pendek. Namun pada penelitian ini tidak ditemukan pengaruh yang signifikan terhadap Δ ROE.

Selain menghubungkan antara variabel-variabel ekonomi dengan *Corporate Social Performance* (CSP), terdapat penelitian lain yang menghubungkan variabel yang berbeda seperti insentif Direktur Utama dengan CSP. Seperti penelitian yang dilakukan oleh McGuire *et al* (2003) yang bertujuan menganalisis pengaruh variabel dependen yaitu : bonus, kepemilikan modal oleh Direktur Utama, kompensasi insentif jangka panjang, dan gaji terhadap CSP. Dalam penelitian tersebut diperoleh hasil dimana terdapat hubungan yang signifikan antara bonus dan kepemilikan modal oleh Direktur Utama terhadap CSP. Hubungan positif signifikan terjadi pada kompensasi jangka panjang dan gaji terhadap CSP yang kuat. Sedangkan kompensasi jangka pendek berhubungan negatif dengan CSP yang lemah.

Husted dan Saalar (dalam Moneva, 2007), juga melakukan penelitian mengenai kinerja sosial (CSP). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa CSP akan mendorong kinerja keuangan jika perusahaan, mengambil pendekatan strategis untuk CSR.

Fauzi *et al* (2007), meneliti hubungan antara *Corporate Financial Performance* (CFP) dengan CSP pada perusahaan di Indonesia, dengan variabel *moderating* yaitu ukuran perusahaan dan tipe industri. Dalam penelitian tersebut hipotesis yang akan diteliti adalah (1) Hubungan antara CSP dan CFP di Indonesia adalah positif, (2) Ukuran perusahaan mempengaruhi hubungan antara CSP dan CFP di Indonesia, dan (3) Tipe industri mempengaruhi hubungan antara CSP dan CFP di Indonesia. Adapun hasil dari penelitian tersebut adalah tidak ada hubungan signifikan pada ketiga hipotesis tersebut. Hipotesis (1) tidak mendukung untuk menemukan hubungan yang signifikan antara CSP dan CFP. Dengan cara yang sama, hipotesis (2) dan (3) juga tidak mendukung untuk menemukan hubungan yang signifikan antara pengaruh ukuran perusahaan atau tipe industri pada hubungan antara CSP dan CFP.

Penelitian lain yang masih dilakukan oleh Fauzi *et al* (2007b), meneliti hubungan antara kepemilikan institusional atau *institutional ownership* (IO) dan CSP dengan menggunakan variabel kontrol yaitu ROA, ROE, ukuran perusahaan dan industri perusahaan (manufaktur atau non-manufaktur). Penelitian ini gagal untuk menemukan hubungan yang signifikan antara IO dan CSP untuk perusahaan Indonesia. Selanjutnya, hasil ini akan memberikan usul bahwa sebagian banyak investor institusional tidak memasukkan CSP sebagai bagian dari keputusan investasi mereka. Ukuran perusahaan sebagai indikator kinerja keuangan berhubungan positif dan signifikan pada CSP.

Dalam penelitian Fauzi *et al* (2008) yang lain, membandingkan kinerja sosial dan lingkungan antara perusahaan Indonesia dengan perusahaan

Multinasional yang melakukan kegiatan operasinya di Indonesia. Berdasarkan penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa hubungan dari variabel sosial, kinerja pada perusahaan Indonesia dengan Multinasional adalah sama. Sementara itu, hubungan dari perspektif lingkungan, kinerja perusahaan Multinasional lebih baik dari perusahaan Indonesia. Pada perusahaan Indonesia antara kinerja keuangan dengan kinerja sosial tidak berhubungan, sedangkan pada perusahaan Multinasional hubungan kinerja sosial dengan kinerja keuangan perusahaan sebagian didukung oleh perspektif sosial dan sepenuhnya didukung oleh perspektif lingkungan.

Slater & Dixon-Fowler (2008), mencoba meneliti hubungan antara pengalaman tugas internasional Direktur Utama dan CSP dengan variabel kontrol yaitu jenis industri perusahaan, ukuran perusahaan, kinerja perusahaan, intensitas riset dan pengembangan (R&D) perusahaan, internasionalisasi perusahaan, dan umur serta masa jabatan Direktur Utama. Hasil penelitian tersebut adalah terdapat hubungan yang positif antara pengalaman tugas internasional Direktur Utama dengan CSP yang kuat, dan sebaliknya terdapat hubungan negatif antara pengalaman tugas internasional Direktur Utama dengan CSP yang lemah. Latar belakang fungsional Direktur Utama yang berorientasi *output* berhubungan positif dengan CSP.

Dunn & Sainty (2009), meneliti hubungan antara karakteristik Dewan Direksi (*Board of Director/BOD*), CSP dan CFP. Karakteristik BOD dinyatakan dengan orientasi pemilik saham (*shareholder orientation*) dan independensi BOD (*Board independence*). Sedangkan CFP dinyatakan dengan *leverage*, yaitu rasio

hutang perusahaan pada total aset perusahaan. Dan variabel kontrol yang digunakan yaitu EPS (*Eaening per Share*), ROE, dan ukuran perusahaan. Dalam penelitian Dunn & Sainty, ditemukan bahwa orientasi pemilik saham secara statistik tidak berhubungan dengan CSP, dan independensi BOD berhubungan positif dan secara statistik signifikan dengan CSP, begitu pula dengan *leverage* yang memiliki hubungan positif dan signifikan secara statistik terhadap CSP.

Penelitian yang dilakukan oleh Wulan (2009), meneliti pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan terhadap kinerja keuangan, risiko dan kinerja pasar. Hasil dari penelitian tersebut adalah bahwa tanggung jawab sosial perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan yang diukur dengan *Return on Equity* (ROE). Sedangkan total risiko perusahaan yang diukur dengan standar deviasi saham tidak dipengaruhi oleh tanggung jawab sosial perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan juga tidak mempunyai pengaruh terhadap *abnormal return* pada pasar modal yang diukur dengan menggunakan model *Capital Asset Pricing Model* (CAMP).

Permatasiwi (2010), meneliti hubungan antara kinerja sosial dan kinerja keuangan perusahaan pada perusahaan manufaktur, dan membandingkan kinerja sosial perusahaan manufaktur dan jasa. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat perbedaan CSP yang signifikan antara perusahaan manufaktur dan perusahaan jasa. Pengujian yang dilakukan untuk mencari hubungan antara CSP dengan CFP, menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara perusahaan manufaktur dan perusahaan jasa, dan ditemukan hasil bahwa tidak terdapat hubungan antara CSP dengan CFP baik pada perusahaan manufaktur maupun

perusahaan jasa. Kemudian hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara CFP dengan CSP baik pada perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa. Selain itu hanya sebagian dari model, ukuran perusahaan (SIZE) yang berpengaruh positif terhadap CSP maupun CFP.

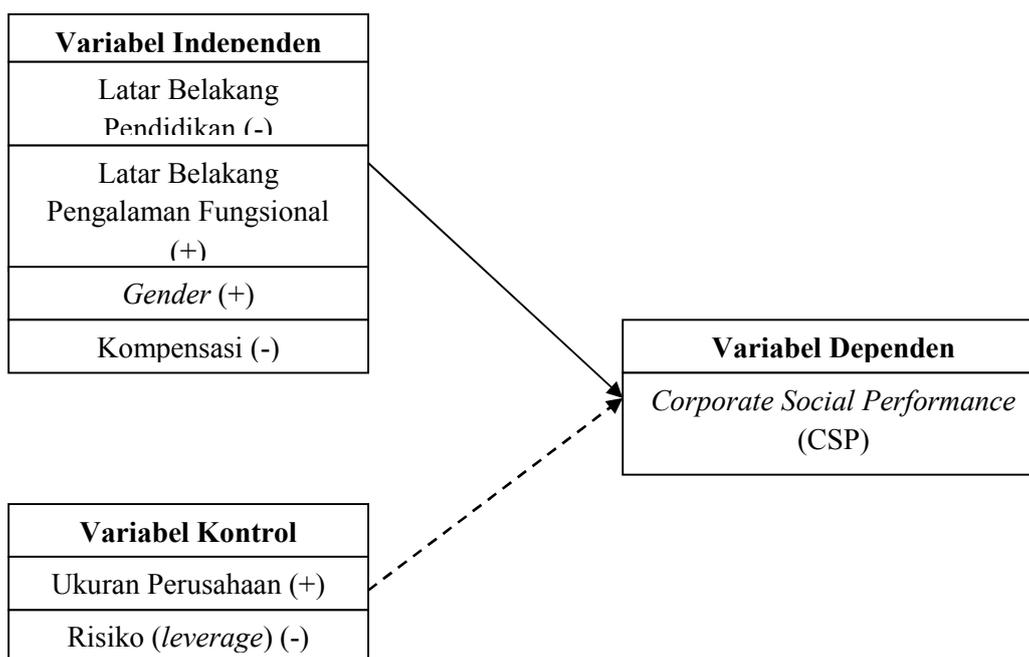
Post *et al* (2011) meneliti komposisi BOD dan hubungannya dengan *Environmental Corporate Social Responsibility (ECSR)*. Komposisi BOD tersebut terdiri dari *gender*, proporsi BOD yang berpendidikan Eropa Barat, BOD yang lebih muda, dan proporsi BOD dengan gelar yang lebih tinggi. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa jumlah perempuan dalam BOD tidak signifikan secara statistik dari pengungkapan ECSR, BOD dengan Direktur Utama termuda memiliki nilai yang lebih tinggi pada pengungkapan ECSR, BOD dengan proporsi direksi yang berpendidikan di Eropa Barat memiliki nilai tinggi pada pengungkapan ECSR, dan begitu juga dengan proporsi direksi dengan gelar yang lebih tinggi memiliki nilai pengungkapan ECSR yang tinggi.

2.3 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini mencoba untuk memberikan gambaran mengenai pengaruh karakteristik Direktur Utama pada *Corporate Social Performance (CSP)* pada perusahaan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia. Untuk mengetahui kinerja sosial perusahaan, digunakan aspek-aspek penilaian tanggung jawab sosial dunia usaha yang dikeluarkan oleh Departemen Sosial RI pada tahun 2007. Sedangkan karakteristik Direktur Utama diprosikan dari latar belakang pendidikan, latar belakang pengalaman fungsional, *gender*, dan kompensasi Direktur Utama.

Sedangkan variabel kontrol yang digunakan adalah karakteristik perusahaan, yang terdiri ukuran perusahaan dan risiko (*leverage*). Maka dapat digambarkan dalam kerangka pemikiran penelitian sebagai berikut :

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran Penelitian



Latar belakang pendidikan Direktur Utama akan mempengaruhi berbagai keputusan yang akan diambil, karena Direktur Utama akan menyelaraskan antara kebijakan dengan ilmu yang pernah diperoleh. Pendidikan pada bidang ekonomi banyak menekankan pada pencapaian secara finansial, sehingga mengabaikan kinerja sosial yang harus dilakukan perusahaan (Arce, 2004). Maka perusahaan yang dipimpin oleh Direktur Utama yang memiliki latar belakang pendidikan pada bidang ekonomi akan mempunyai nilai CSP yang rendah, karena kinerja sosial yang dilakukan hanya sedikit.

Pengalaman bekerja pada suatu fungsi dalam perusahaan juga dapat mempengaruhi kebijakan tanggung jawab sosial. Direktur Utama yang memiliki pengalaman fungsional yang berorientasi *output* banyak bersinggungan dengan berbagai *stakeholder*. Hal ini akan menjadikan Direktur Utama lebih meningkatkan kinerja sosial perusahaan (Slater dan Dixon-Fowler, 2008). Maka perusahaan dengan Direktur Utama yang memiliki pengalaman fungsional *outputoriented*, akan mempunyai kinerja sosial yang tinggi.

Ketika perbedaan *gender* dihadapkan pada sikap terhadap lingkungan, kalangan *ecofeminists* berpendapat bahwa wanita umumnya lebih peduli tentang masalah lingkungan dibandingkan pria, sebagian dikarenakan peran mereka dalam merawat dan bereproduksi (Post *et al*, 2011). Wanita juga merasa wajib untuk menjaga lingkungan demi kelangsungan generasi mereka. Maka, jika Direktur Utama adalah seorang wanita, perusahaan akan memiliki kinerja sosial yang tinggi.

Kompensasi dapat mempengaruhi kinerja sosial yang dilakukan perusahaan. Tingkat kompensasi yang semakin tinggi akan membuat Direktur Utama semakin enggan untuk melakukan tindakan tanggung jawab sosial, karena ingin mengejar keuntungan finansial dalam jangka pendek. Sedangkan kinerja sosial yang dilakukan perusahaan, akan terlihat manfaatnya setelah beberapa periode, sehingga hasilnya tidak dapat dinilai periode dilakukannya tanggung jawab sosial. Maka semakin tinggi kompensasi yang diberikan, kinerja sosial perusahaan akan semakin rendah.

Perusahaan besar dituntut untuk lebih bertanggung jawab kepada *stakeholder* dan mendapat perhatian yang lebih besar sehingga setiap kebijakan yang dilakukan mendapat sorotan publik. Maka semakin besar ukuran perusahaan, kinerja sosial akan semakin tinggi. Sedangkan tingkat *leverage* yang tinggi akan mempengaruhi kinerja perusahaan dalam tanggung jawabnya terhadap debitor, mengenai bagaimana perusahaan menggunakan utang tersebut. Dengan tingkat *leverage* yang tinggi, menunjukkan perusahaan memiliki modal sendiri yang rendah. Maka semakin tinggi nilai *leverage*, kinerja sosial perusahaan akan semakin rendah, karena kekayaan sendiri yang dimiliki untuk melakukan tanggung jawab sosial terbatas.

2.4 Hipotesis

Pada bagian hipotesis ini akan dijelaskan hipotesis-hipotesis yang akan dikembangkan dalam penelitian. Adapun hipotesis-hipotesis tersebut adalah :

2.4.1 Latar Belakang Pendidikan

Hambrick dan Manson (dikutip dari Manner, 2010) berpendapat bahwa jumlah dan jenis pendidikan berisi “informasi yang kaya dan komplek” tentang individu. Pendapat bahwa pendidikan itu sendiri adalah bentuk nilai-nilai dan keyakinan perilaku didukung oleh Frank *et al*, 1993 (dikutip dari Manner, 2010). Peneliti lain seperti Boone *et al*, Frank dan Schultz, Jonnes *et al*, Kahneman *et al*, Marwell dan Ames serta Selten dan Ockenfels (dikutip dari Manner, 2010), menemukan siswa ekonomi kurang mampu bekerja sama dibanding dengan siswa dari bidang lain. Kemungkinan bahwa pendidikan ekonomi memberikan

penekanan yang kurang pada CSP. Arce, 2004 (dikutip dari Manner, 2010) menemukan bahwa diskusi tentang etika dan tanggung jawab sosial terlihat mencolok dengan tidak adanya tanggung jawab sosial dari buku teks ekonomi manajerial meskipun masalah tersebut penting dalam pengambilan keputusan manajerial. Meskipun bukti eksperimental yang dibahas diatas berkaitan dengan bidang ekonomi, tampaknya mungkin bahwa bidang lain seperti sastra maupun ilmu sosial lain akan cenderung kurang untuk memfokuskan pada keuntungan dan kepentingan pribadi dan/atau memilih keyakinan yang lebih optimis sebagai sifat kooperatif dari orang lain.

H.1 Latar belakang pendidikan Direktur Utama dalam bidang ekonomi akan berpengaruh negatif terhadap CSP

2.4.2 Latar Belakang Pengalaman Fungsional

Latar belakang pengalaman fungsional adalah karakteristik Direktur Utama yang umum dipelajari dalam penelitian *Upper Echelon* karena pengaruhnya terhadap pilihan strategis dan berkaitan dengan berbagai *outcome* / hasil perusahaan (Slater dan Dixon-Fowler, 2008; Manner, 2010). Latar belakang pengalaman fungsional Direktur Utama telah ditunjukkan untuk langsung mempengaruhi orientasi tujuan, kerangka waktu, cara mendefinisikan masalah, pengelolaan informasi dan pilihan strategis. Hambrick dan Mason pertama kali mengidentifikasi latar belakang pengalaman fungsional yang lebih berorientasi internal seperti produksi, proses R&D, akuntansi dan keuangan sebagai latar belakang *throughput* atau “*output* relatif / antara”, dan latar belakang yang

berorientasi eksternal seperti pemasaran, penjualan, *merchandizing*, produk R&D, dan *entrepreneuership* sebagai latar belakang *output* (Slater dan Dixon-Fowler, 2008). Penelitian yang dilakukan Simerly dan Thomas & Simerly (dikutip dari Slater dan Dixon-Fowler, 2008), menunjukkan hasil Direktur Utama dengan latar belakang *outputoriented* akan lebih mampu mengenali tuntutan para *stakeholder*. Direktur Utama dengan latar belakang yang lebih berorientasi internal akan lebih berorientasi tugas dan tidak sensitif terhadap kebutuhan para *stakeholder*. Hubungan antara latar belakang pengalaman fungsional dan CSP telah diteliti dalam studi sebelumnya oleh Thomas & Simerly, yang memberikan dukungan untuk argumen bahwa latar belakang pengalaman fungsional yang berorientasi output akan berpengaruh positif pada CSP.

H.2 Latar belakang pengalaman fungsional Direktur Utama yang berorientasi output akan berpengaruh positif terhadap CSP

2.4.3 Gender

Wanita dan pria terlihat berbeda dalam pandangan mereka mengenai nilai-nilai, ketika tanggung jawab sosial menjadi kewajiban perusahaan mereka. Penelitian yang dilakukan oleh Chodorow, 1974 dan Gillian, 1982 (dikutip dari Post *et al*, 2011), menemukan bahwa perbedaan *gender* dalam penalaran moral berakar dalam sosialisasi *gender* awal. Sebuah meta-analisis dari perbedaan *gender* dalam orientasi moral yang dilakukan oleh Jeffee&Hyde, 2000 (dikutip dari Post *et al*, 2011), yang mengandalkan 160 sampel independen, menunjukkan bahwa wanita sepertinya lebih mungkin untuk menggunakan alasan perhatian (mempertahankan hubungan, menganggapi kbutuhan orang lain, dan perasaan

tanggung jawab untuk tidak menyakiti), tetapi pria dan wanita sama-sama menggunakan prinsip yang sama dalam keadilan dan kesetaraan. Banyak studi, diantaranya dilakukan oleh Albaum&Peterson, 2006; Burton&Hegarty, 1999; Forte, 2004; Smith *et al*, 2001 (dikuti dari Post *et al*, 2011), yang memberikan dukungan bahwa wanita lebih mungkin untuk mengidentifikasi situasi yang membutuhkan penilaian dan berperilaku etis dibanding pria. Misalnya, penelitian oleh Khazanchi, 1995 (dikutip dari Post *et al*, 2011), menemukan bahwa wanita tampaknya lebih mungkin untuk mengenali tindakan yang tidak etis yang dijelaskan dalam skenario sistem informasi, dibandingkan pria. Demikian pula penelitian yang dilakukan oleh Malinowski&Berger, 1996 (dikutip dari Post *et al*, 2011), menemukan bahwa wanita lebih bersedia berperilaku etis ketika dihadapkan pada dilema moral dalam pemasaran.

Menurut Hayes, 2001 (dikutip dari Post *et al*, 2011), ketika perbedaan *gender* dihadapkan pada sikap terhadap lingkungan, kalangan *ecofeminists* berpendapat bahwa wanita umumnya lebih peduli tentang masalah lingkungan dibandingkan pria, sebagian dikarenakan peran mereka dalam merawat dan bereproduksi. Bord&O'Connor (1997), mengatakan bahwa perhatian wanita terhadap isu-isu lingkungan lebih kuat daripada pria dikarenakan mereka merasakan dampak lingkungan secara langsung mengancam kesehatan keluarga dan masyarakat.

Carpenter *et al* (2004) menunjukkan bahwa *gender* adalah suatu karakteristik yang perlu difokuskan dalam penelitian *Upper Echelon*. Seperti banyak hasil penelitian yang telah ditemukan, yang menyatakan bahwa wanita

umumnya lebih peduli terhadap masalah lingkungan (terutama masalah-masalah yang membawa resiko bagi keluarga dan masyarakat) dibanding pria. Selanjutnya penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki CEO wanita akan berhubungan positif dengan tingkat CSP.

H.3 Keberadaan Direktur Utama wanita dalam perusahaan akan berpengaruh positif terhadap CSP

2.4.4 Kompensasi

Menjadikan kompensasi sebagai hipotesis adalah sulit karena adanya fakta bahwa tidak seperti karakteristik yang lain, tingkat dan komposisi kompensasi Direktur Utama berisi isu-isu motivasi yang secara langsung dapat mempengaruhi keputusan Direktur Utama dalam menentukan keputusan mengenai perencanaan dan pelaksanaan CSP (Manner, 2010). Tingkat gaji yang tinggi dapat membangun suatu *human capital* perusahaan pada Direktur Utama, dengan demikian akan mengikat Direktur Utama pada perusahaan terutama pada *shareholder*. Oleh karena itu, Direktur Utama mungkin kurang bersedia mengambil resiko terkait reputasi perusahaan dan akan terus melakukan pekerjaan yang menguntungkan mereka dengan tindakan yang kurang bertanggung jawab. Secara empiris, Breman (dikutip dari McGuire *et al*, 2003) menemukan hubungan negatif antara gaji dan tanggung jawab sosial. Breman berpendapat bahwa tingkat kompensasi Direktur Utama yang tinggi akan mengalihkan perhatian dari berbagai *stakeholder* yang lebih luas. Temuan tersebut sesuai dengan argumen Haward dan Hambrick bahwa gaji yang tinggi mendorong keangkuhan manajerial.

Hubungan antara kinerja sosial dan insentif jangka panjang berkisar pada masalah apakah tindakan bertanggung jawab sosial membangun potensi jangka panjang perusahaan. Pada dasarnya, sangat kecil kemungkinan bahwa Direktur Utama akan mengambil sikap proaktif mengenai kinerja sosial dengan harapan kompensasi insentif yang lebih besar. Tekanan kinerja tersirat oleh insentif jangka panjang dapat mendorong Direktur Utama untuk fokus pada pencapaian tujuan keuangan yang merugikan kepentingan *stakeholder* lain. Opsi saham (komponen utama dari insentif jangka panjang) telah semakin dikritik untuk memanipulasi laba dan mendorong strategi lain yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja pasar tanpa membangun nilai pemegang saham secara signifikan.

H.4 Level kompensasi akan berpengaruh negatif dengan CSP

BAB III

METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai metode penelitian yang digunakan, terdiri dari variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis data.

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Pada bagian ini dibahas mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian serta menjelaskan bagaimana variabel-variabel tersebut diukur.

3.1.1 Variabel Dependen

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Performance (CSP)* yang dilakukan perusahaan. Dimana CSP adalah konfigurasi organisasi bisnis yang terdiri tanggung jawab sosial; proses tanggapan sosial; kebijakan, program, serta hasil observasi yang berhubungan dengan hubungan sosial perusahaan. Hasil kinerja tanggung jawab sosial (*outcome CSP*) merupakan hasil hubungan tanggung jawab sosial dan tanggapan atas tanggung jawab sosial. *Outcomes CSP* terdiri dari dampak sosial, program sosial, dan kebijakan sosial (Wood, 2010).

Penilaian terhadap tanggung jawab sosial dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis isi (*content analysis*). Dalam teknik *content analysis*, penelitian tanggung jawab sosial (CSP) didasarkan pada pengungkapan dalam media publikasi perusahaan terutama dalam *annual report*. Penggunaan analisis ini

mempunyai dua keuntungan, yaitu : 1) setelah variabel penting ditentukan sebagai proses yang subjektif, kemudian pelaksanaan prosedur dilakukan sebagai proses yang objektif; 2) karena teknik ini lebih bersifat mekanis maka memungkinkan untuk mengukur sampel dalam jumlah besar (Wulan, 2009).

CSP dicari dengan menghitung indeks CSP-nya. Item-item yang dinilai berdasarkan item-item yang terdapat dalam aspek penilaian tanggung jawab sosial dunia usaha yang dikeluarkan oleh Departemen Sosial RI pada tahun 2007, sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Permatasiwi (2010). Menggunakan item-item yang dikeluarkan oleh Depsos RI dengan alasan karena lebih sesuai dengan kondisi yang ada di Indonesia, dibanding dengan menggunakan indeks pengungkapan yang dikeluarkan oleh KLD ataupun GRI. Adapun aspek-aspek yang harus dipenuhi adalah :

1. Visi, misi atau kebijakan sebanyak 1 item.

Perusahaan memiliki visi dan misi yang berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan.

2. Lingkungan sebanyak 12 item.

Kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dapat dilakukan melalui :

- 1) Penerimaan penghargaan di bidang lingkungan.
- 2) Pengendalian polusi udara.
- 3) Pengendalian polusi air.
- 4) Pengendalian polusi suara.
- 5) Penggunaan daur ulang (*recycling*).
- 6) Pengolahan limbah.

- 7) Pengendalian atau pencegahan kerusakan lingkungan, contoh reklamasi dan penghijauan.
 - 8) Mendukung program lingkungan yang dilakukan oleh pemerintah.
 - 9) Membangun fasilitas yang ramah lingkungan.
 - 10) Program evaluasi kualitas lingkungan.
 - 11) Pelatihan dan pendidikan lingkungan untuk karyawan dan masyarakat.
 - 12) Efisiensi produksi.
3. Ekonomi (pemberdayaan ekonomi rakyat pada lingkungannya), sebanyak 11 item.

Kepedulian terhadap ekonomi dapat dilakukan melalui :

- 1) Penerimaan penghargaan dibidang ekonomi.
- 2) Alokasi *budget* kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan.
- 3) Proporsi masyarakat penerima manfaat ekonomi.
- 4) Jangkauan penerima manfaat ekonomi.
- 5) Perubahan tingkat kesejahteraan masyarakat (individu dan masyarakat).
- 6) Pertumbuhan institusi ekonomi masyarakat (Usaha Kecil dan Menengah).
- 7) Pelatihan kewirausahaan.
- 8) Keswadayaan masyarakat dalam bidang ekonomi.
- 9) Partisipasi masyarakat dalam program.
- 10) Mendukung program ekonomi yang dilakukan oleh pemerintah.
- 11) Keterkaitan output usaha kecil menengah terhadap perusahaan.

4. Sosial (kesejahteraan sosial, pendidikan, kesehatan dan budaya) sebanyak 9 item.

Kepedulian perusahaan terhadap sosial dapat dilakukan melalui :

- 1) Penerimaan penghargaan dibidang sosial.
 - 2) Alokasi *budget* kegiatan tanggung jawab sosial (%) di bidang sosial.
 - 3) Proporsi masyarakat penerima manfaat sosial.
 - 4) Jangkauan penerima manfaat.
 - 5) Keswadayaan dalam bidang sosial.
 - 6) Partisipasi masyarakat dalam program.
 - 7) Mendukung program sosial yang dilakukan oleh pemerintah.
 - 8) Perubahan tingkat sosial (kesejahteraan sosial, pendidikan, dan kesehatan masyarakat).
 - 9) Pengembangan adat dan budaya setempat.
5. Integrasi program sebanyak 2 item.

Integrasi program dapat dilakukan melalui :

- 1) Sinkronisasi antar program.
 - 2) Sinkronisasi antar *stakeholder*.
6. Energi sebanyak 2 item.

Kepedulian terhadap energi dapat dilakukan melalui :

- 1) Efisiensi penggunaan energi.
 - 2) Pemanfaatan energi alternatif.
7. Dampak pada komunitas sebanyak 10 item.

Dampak perusahaan pada komunitas dapat dilihat melalui :

- 1) *Awareness* dan kepuasan masyarakat terhadap program.
 - 2) Keswadayaan.
 - 3) Jumlah penerima manfaat.
 - 4) Tingkat kesejahteraan.
 - 5) Bantuan kesejahteraan sosial.
 - 6) Bantuan kesehatan.
 - 7) Bantuan pendidikan.
 - 8) Keterlibatan masyarakat lokal.
 - 9) Penerimaan mahasiswa magang.
 - 10) Partisipasi dalam program.
8. Dampak pada kesejahteraan karyawan sebanyak 9 item.
- Perusahaan memiliki dampak terhadap karyawan dilihat melalui :
- 1) Pelatihan karyawan.
 - 2) Pengembangan karier.
 - 3) Kepuasan karyawan.
 - 4) Partisipasi karyawan terhadap program.
 - 5) Adanya kenyataan tentang etika kerja.
 - 6) Tingkat kesejahteraan karyawan (asuransi kesehatan, pensiun, fasilitas : *housing*).
 - 7) Lingkungan kerja yang aman dan sehat.
 - 8) Rasa memiliki perusahaan.
 - 9) Tingkat *turn-off* karyawan.

9. Struktur organisasi tanggung jawab sosial dalam perusahaan sebanyak 5 item.

Struktur organisasi perusahaan dapat dilihat melalui :

- 1) Adanya yayasan yang independen.
 - 2) Jabatan pengelola tanggung jawab sosial perusahaan.
 - 3) Jumlah karyawan yang melaksanakan program pemberdayaan masyarakat.
 - 4) Jumlah tim pendamping.
 - 5) Adanya tim monitoring.
10. Hubungan dengan pihak luar (*external relationship* termasuk *communities' satisfaction & perception*, pemerintah dan pemangku kepentingan/*stakeholder*) sebanyak 5 item.

Hubungan dengan pihak luar dapat dilihat melalui :

- 1) Keterlibatan Perguruan Tinggi dalam program.
- 2) Keterlibatan Pemerintah dalam program.
- 3) Keterlibatan *Supplier* atau mitra dalam program.
- 4) Keterlibatan Lembaga Sosial Non Pemerintah.
- 5) Keterlibatan pihak lain, misalnya konsumen dan pelanggan.

Setiap perusahaan yang memenuhi tiap-tiap item tersebut diberi skor masing-masing 1 (satu) pada setiap item. Selanjutnya kinerja sosial perusahaan akan dihitung dengan membandingkan berapa banyak item yang diungkapkan dengan total item pengungkapan (total item dalam aspek-aspek penilaian sebanyak 66 item). Perusahaan dengan skor tinggi berarti mempunyai kinerja

sosial yang tinggi. Untuk menghitung CSP dapat dicari dengan rumus sebagai berikut :

$$CSP = \frac{\text{Total item yang diungkapkan}}{\text{Total item pengungkapan}}$$

3.1.2 Variabel Independen

Variabel independen dalam penilaian ini adalah karakteristik Direktur Utama yang diuraikan menjadi beberapa karakteristik, yaitu : latar belakang pendidikan, latar belakang pengalaman fungsional, *gender*, dan kompensasi.

3.1.2.1 Latar Belakang Pendidikan

Bidang pendidikan adalah pendidikan yang pernah ditempuh oleh Direktur Utama. Pada bidang apa Direktur Utama menyelesaikan pendidikannya. Hal ini akan berpengaruh terhadap pola pikir dan acuan bagi Direktur Utama dalam menentukan kebijakan yang akan diambil.

Untuk mengetahui latar belakang pendidikan Direktur Utama dapat dicari pada profil Dewan Direksi yang ada dalam *annual report* perusahaan. Latar belakang pendidikan yang difokuskan dalam penelitian adalah bidang ekonomi, sastra dan bidang sosial lain, serta teknik. Bidang Ekonomi, yang terdiri dari Akuntansi, Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis dikodekan dengan angka 1 (satu), bidang Sastra, yang terdiri dari Bahasa, Perpustakaan, Sejarah, Filsafat, Agama, dan Seni; bidang Ilmu Sosial lain, yang terdiri dari Antropologi, Komunikasi, Kriminologi, Geografi, Ilmu Politik, Psikologi dan Sosiologi; dan Teknik serta Ilmu Murni dikodekan dengan angka 0 (nol)

3.1.2.2 Latar Belakang Pengalaman Fungsional

Latar belakang pengalaman fungsional Direktur Utama adalah bidang yang pernah digeluti Direktur Utama selama masa karirnya. Menurut Hambrik dan Mason, latar belakang pengalaman Direktur Utama sering dikategorikan menjadi *output*, yang terdiri dari pemasaran, penjualan, produk R&D; dan *throughput*, yang terdiri dari produksi, proses teknis dan keuangan (Slater&Dixon-Fowler, 2008). Maka variabel pengalaman fungsional Direktur Utama dikategorikan dengan kode 1 (satu) jika Direktur Utama memiliki pengalaman fungsional yang lebih *outputoriented*, dan *throughputoriented* dengan kode 0.

3.1.2.3 Gender

Gender dilihat dari keberadaan wanita dalam *Board of Director* sebagai Direktur Utama. Jika Direktur Utama dalam perusahaan adalah wanita, maka diberi nilai 1, dan jika pria maka diberi nilai 0.

3.1.2.4 Kompensasi

Kompensasi adalah imbalan yang diberikan kepada Direksi yang mencerminkan jabatan dan kinerja yang telah dicapai oleh Direksi. Kompensasi dibagi menjadi *short-term compensation* yang direpresentasikan dengan gaji serta *short-term bonus*, dan *long-term compensation* yang direpresentasikan dengan sejumlah opsi saham serta *long-term incentive* lain. Dalam penelitian ini kompensasi yang akan diukur adalah kompensasi jangka pendek (*short-term*) yang diprosikan dengan rata-rata kompensasi jangka pendek yang diterima anggota dewan direksi.

$$\text{Compensation (Comp)} = \ln \frac{\text{kompensasi Direksi}}{\text{jumlah direksi}}$$

3.1.3 Variabel Kontrol

Variabel kontrol merupakan variabel yang dikendalikan atau dapat dibuat konstan sehingga pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen tidak dipengaruhi oleh faktor luar yang tidak diamati dalam penelitian ini. Variabel kontrol dalam penelitian ini adalah karakteristik perusahaan, yang diwakili oleh :

3.1.3.1 *Size*

Size adalah total aset yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan memiliki hubungan dengan kinerja sosial perusahaan. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar cenderung berperilaku lebih bertanggung jawab sosial dibanding dengan perusahaan yang lebih kecil (Permatasiwi, 2010).

Untuk menghitung ukuran perusahaan dapat dicari dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{SIZE} = \ln \text{Total Asset}$$

3.1.3.2 *Financial Risk (LEV)*

Risk atau *financial risk* dapat dilihat dari *leverage*. *Leverage* sendiri menunjukkan proporsi atas penggunaan utang untuk melakukan pembiayaan pada investasi perusahaan.

Untuk menghitung *financial risk* dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Leverage (LEV)} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang *go public* dan *listed* di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2010 dan telah menerbitkan *annual report*. Bapepam mengklarifikasikan sektor industri menjadi sektor industri riil dan jasa. Menggunakan populasi perusahaan yang terdaftar di BEI karena perusahaan-perusahaan tersebut diwajibkan mengeluarkan laporan tahunan dan laporan keuangan sebagai pertanggungjawaban kepada pihak eksternal perusahaan utamanya kepada *stakeholder*.

Metode pengumpulan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel yang dilakukan secara tidak acak yang informasinya diperoleh dengan menggunakan kriteria tertentu. Tujuan penggunaan kriteria dalam pemilihan sampel adalah untuk mempersempit area penelitian, sehingga data yang benar-benar dapat terpakai yang akan ditelaah. Adapun kriteria yang digunakan dalam menentukan sample adalah :

1. Perusahaan tercatat sebagai anggota di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2010.
2. *Annual Report* tahun 2010 yang ter-*publish*.
3. *Annual Report* mengandung informasi mengenai kinerja sosial yang dilakukan perusahaan dan karakteristik Direktur Utama, yang terdiri dari latar belakang pendidikan, latar belakang pengalaman fungsional, dan kompensasi.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data dokumenter yang diperoleh dari website Bursa Efek Indonesia (BEI) yang menyediakan laporan tahunan atau *annual report* perusahaan yang *listed*. Sedangkan sumber data yang digunakan adalah data sekunder yaitu sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari :

1. Situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI), www.idx.com
2. Pojok BEI Fakultas Ekonomika dan Bisnis Undip.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berupa dokumentasi dan kutipan langsung. Metode yang digunakan untuk mengukur kinerja sosial dalam *annual report* yaitu dengan metode *content analysis*.

Metode *content analysis* adalah teknik penelitian untuk menghasilkan kesimpulan terhadap data yang dapat diulangi dan valid. Dilakukan dengan cara melihat kandungan isi dari *annual report* yang kemudian disesuaikan dengan aspek-aspek penilaian tanggung jawab sosial dunia usaha yang dikeluarkan oleh Departemen Sosial (Depsos) RI. *Annual report* ditelaah dengan memberikan tanda *checklist* (✓) berdasarkan aspek yang dinilai. Setiap item yang diungkapkan dalam *annual report* diberi nilai 1 (satu) dan item yang tidak diungkapkan diberi nilai 0 (nol). Kemudian item-item yang diungkapkan dijumlah dan dibagi

dengan total item pengungkapan yang ada maka akan diperoleh indeks kinerja sosial perusahaan.

3.5 Metode Analisis

Pada bagian metode analisis akan dibahas mengenai analisis-analisis yang akan dilakukan untuk menguji penelitian.

3.5.1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan variabel-variabel dalam penelitian. Statistik deskriptif yang digunakan adalah nilai rata-rata (mean), maksimum, dan minimum serta deviasi standar untuk menggambarkan variabel kinerja sosial perusahaan (CSP), latar belakang pendidikan Direktur Utama, latar belakang pengalaman fungsional Direktur Utama, *gender*, dan kompensasi.

3.5.2. Uji Asumsi Klasik

3.5.2.1. Uji Multikolonieritas

Tujuan dari uji multikolonieritas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen, karena dalam suatu model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat hubungan antar sesama variabel independennya (Ghozali, 2006). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam suatu model regresi dapat dicermati dari hal-hal berikut ini :

- a. Jika nilai *tolerance*-nya kurang dari 0.10 maka dapat dikatakan dikatakan tidak terjadi multikolinearitas dan sebaliknya jika nilai *tolerance* lebih dari 0.10 maka terjadi multikolonieritas.
- b. Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10, maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas, dan sebaliknya jika nilai VIF diatas 10 maka terjadi multikolonieritas.
- c. Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen terdapat korelasi $< 95\%$ maka mengindikasikan bahwa tidak terjadi multikolonieritas.

3.5.2.2. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah di dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari suatu residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Apabila *variance* dari suatu residual satu pengamatan kepengamatan yang lainnya tetap, maka disebut homokedastisitas, sedangkan jika *variance*-nya berbeda maka disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas (Ghozali, 2006). Analisis untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas diantaranya adalah dengan grafik *scatterplot* dan uji statistik yaitu uji glejser. Jika hasil uji glejser menunjukkan tidak ada satupun variabel independen yang memiliki nilai signifikansi $< 5\%$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika menggunakan uji *scatterplot*, maka dasar analisis yaitu :

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka terjadi heterokedastisitas

3.5.2.3. Uji Normalitas Data

Sebelum melakukan uji statistik, langkah awal yang harus dilakukan adalah *screening* terhadap data yang akan diolah. Salah satu asumsi penggunaan statistik parametrik adalah asumsi *multivariate normality*, yaitu merupakan asumsi bahwa setiap variabel dan semua kombinasi linear dari variabel berdistribusi normal. Jika asumsi tersebut dipenuhi, maka nilai residual dari analisis juga berdistribusi normal dan independen. Asumsi *multivariate normality* tidak dapat diuji langsung seketika karena tidaklah praktis menguji jumlah tak terhingga dari kombinasi linear variabel-variabel untuk normalitasnya (Ghozali, 2006).

Untuk mendeteksi suatu residual berdistribusi secara normal atau tidak, maka dilakukan pengujian dengan analisis grafik dan uji statistik. Analisis grafik dilakukan dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik normal plot atau dengan melihat histogram dari residualnya. Model regresi dinyatakan memenuhi normalitas apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal. Kelemahan analisis grafik adalah memberikan hasil yang kurang akurat karena hanya secara visual saja terlihat normal namun secara

statistik dapat terjadi hal yang sebaliknya, khususnya untuk sampel yang jumlahnya kecil.

Pengujian lainya dapat dilakukan dengan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov*. Alat pengujian ini digunakan untuk memberikan angka-angka yang lebih detail agar dapat menguatkan apakah terjadi normalitas atau tidak dari data-data yang digunakan. Normalitas dapat terjadi apabila hasil dari uji *Kolmogorov-Smirnov Test* lebih dari 5% atau 0.05. Nilai signifikansi dari residual yang terdistribusi secara normal jika nilai *Asymp. Sig (1-tailed)* dalam uji *One-Sample kolmogorov-Smirnov Test* lebih dari 5%, hal ini dapat disimpulkan bahwa dalam ANOVA terdapat variabel *residual* atau pengganggu yang terdistribusi secara normal.

3.5.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi adalah suatu model dimana variabel dependen tergantung pada dua atau lebih variabel independen. Dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen (Ghozali, 2006). Model analisis regresi ini digunakan untuk mengukur dampak variabel independen yaitu karakteristik Direktur Utama pada *Corporate Social Performance (CSP)*.

Dalam penelitian ini model pengujian hipotesis regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

$$\text{CSP} = \alpha + \beta_1 \text{Edu} + \beta_2 \text{Exp} + \beta_3 \text{Gender} + \beta_4 \text{Comp} + \beta_5 \text{Sz} + \beta_6 \text{Lev} + \varepsilon$$

Keterangan :

α = konstanta

β_{1-4} = koefisien dari variabel independen

β_{5-6} = koefisien dari variabel kontrol

Edu = *educational field of study* (latar belakang pendidikan Direktur Utama)

Exp = *functional work experience* (latar belakang pengalaman fungsional Direktur Utama)

Gender = Direktur Utama dalam BOD adalah wanita

Comp = *Compensation* (kompensasi Direksi)

Sz = *firm size* (ukuran perusahaan)

Lev = *leverage* (resiko keuangan)

ε = *error term*

3.5.4. Uji Hipotesis

3.5.4.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2006), koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yang telah disesuaikan adalah antara nol sampai dengan satu. Nilai R^2 yang kecil atau di bawah 0.5 berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai R^2 yang mendekati satu berarti kemampuan variabel-variabel independen memberikan memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk

memprediksi variasi variabel dependen. Apabila terdapat nilai R^2 negatif maka dianggap bernilai 0 (nol). Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam suatu analisis regresi dan menguji tingkat keeratan hubungan antara variabel-variabel independen dengan variabel dependen.

Kelemahan yang mendasar dari penggunaan determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan dalam model. Setiap adanya tambahan satu variabel independen, maka R^2 akan meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Sehingga dalam mengevaluasi model regresi terbaik, digunakan nilai R^2 yang nilainya dapat naik dan turun (Ghozali, 2006).

3.5.4.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2006). Penentuan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut :

- a. Jika probabilitas > 0.05 , maka semua variabel independen secara bersama-sama tidak mempengaruhi variabel dependen.
- b. Jika probabilitas < 0.05 , maka semua variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen.

3.5.4.3 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Menurut Ghozali (2006), uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individu dalam menerangkan

variabel dependen. Uji t dilakukan dengan melihat besarnya nilai probabilitas signifikansi. Dasar pengambilan keputusan yang digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai probabilitas signifikansi > 0.05 , maka hipotesis ditolak, yang berarti bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai probabilitas signifikansi < 0.05 , maka hipotesis tidak dapat ditolak, yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.