

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE  
SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP  
KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL**  
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di  
Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2010-2012)



**SKRIPSI**

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

Disusun oleh :

**ROY HUTAPEA**

**C2C009090**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2013**

## **PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama Penyusun : Roy Hutapea  
Nomor Induk Mahasiswa : C2C009090  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi  
Judul Skripsi : **PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL** (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang *Listing* di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010 – 2012)  
  
Dosen Pembimbing : Andri Pratiwi, S.E., Msi., Akt

Semarang, 25 Juli 2013

Dosen Pembimbing,

(Andri Pratiwi, S.E., Msi., Akt)

NIP 19670814 199802 2001

## PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Roy Hutapea

NomorInduk Mahasiswa : C2C009090

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

JudulSkripsi : **PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL** (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang *Listing* di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2012)

**Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 23 September 2013**

Tim Penguji

1. Andri Prastiwi, S.E., M.Si., Akt. (.....)
2. Dr. Hj. Zulaikha, M.Si., Akt. (.....)
3. Surya Raharja, S.E., M.Si., Akt. (.....)

## **PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Roy Hutapea, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **“Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Kepemilikan Institusional (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Listing di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2012)”** 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, 25 Juli 2013  
Yang membuat pernyataan,

(Roy Hutapea)  
**NIM. C2C009090**

## **ABSTRACT**

*This study aimed to determine the effect of disclosure of Corporate Social Responsibility and dimensions disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) towards institutional ownership of the company. The dimensions of CSR disclosure following indicators Golden Hope Plantation Berhad (GHPB) which consists of four categories: Dimensions with employees, involvement with community, products, and environment. Institutional ownership of the company seen by shares held in a company institution*

*This study used the entire population of companies listed on the Stock Exchange (Indonesia Stock Exchange) in 2010-2012. Based on purposive sampling method obtained 36 samples of firms with data sources such as company annual reports. Analysis of the data using content analysis, prepared by the classical assumption, and then testing the hypothesis using multiple linear regression method.*

*The results showed that only the disclosure of CSR entirely, CSR dimensions and product dimensions employees are positive and significant impact on institutional ownership of the company. While the dimensions of CSR and CSR community involvement with the environmental dimension is not positive and significant impact on institutional ownership. The results are generally in accordance with the results of previous studies regarding the disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) and its relationship with institutional ownership.*

*Keywords: Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR), Institutional Ownership, Ownership Structure, employee relations, engagement with the community, products, and environment.*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *Corporate social Responsibility* serta dimensi – dimensi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kepemilikan insitusal perusahaan. Dimensi – dimensi dari pengungkapan CSR mengikuti indikator *Golden Hope Plantation Berhad* (GHPB) yang terdiri dari empat kategori yaitu Dimensi dengan karyawan, keterlibatan dengan komunitas, produk, dan lingkungan. Kepemilikan insitusal perusahaan dilihat berdasarkan saham yang dimiliki institusi dalam suatu perusahaan.

Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) pada tahun 2010-2012. Berdasarkan metode *purposive sampling* didapatkan sampel 36 perusahaan dengan sumber data berupa laporan tahunan perusahaan. Analisis data menggunakan *content analysis*, diolah dengan uji asumsi klasik, dan kemudian pengujian hipotesis menggunakan metode regresi linear berganda.

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

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

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Ia membuat segala sesuatu indah pada waktunya.”

(Pengkhotbah 3:11a)

**Skripsi ini dipersembahkan untuk:**

- ❖ *Keluargaku yang telah membantu dan memberi dukungan dan doanya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan*
- ❖ *Hasianku yang selalu ada dalam suka maupun duka selama di Semarang*
- ❖ *Teman-teman serta pihak yang telah membantu hingga tersusunnya skripsi ini*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang selalu mencurahkan anugerahnya, yang selalu menuntun penulis sehingga skripsi dengan judul **“PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL** (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang *Listing* di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010 – 2012)” dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

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

1. Bapak Prof. Drs. Mohamad Nasir, M.Si., Akt., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
2. Bapak Prof. Dr. Muchamad Syafruddin, Msi., Akt. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
3. Ibu Andri Prastiwi, S.E., Msi., Akt selaku Dosen Pembimbing atas waktu, perhatian, dan segala bimbingan serta arahnya selama penulisan skripsi ini.
4. Bapak Dr. H. Purbayu Budi Santosa, MS. selaku Dosen Wali yang telah membimbing penulis dari awal hingga akhir studi di Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.



5. Para dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
6. Staf Tata Usaha dan Perpustakaan Fakultas Ekonomi yang telah membantu penulis selama proses studi.
7. Keluarga kecil penulis, orang tua, abang, kakak, dan adik yang selalu memberi semangat dan doa untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seorang wanita terdekat/spesial penulis (Elvira R Situmorang) yang selalu mendoakan dan memotivasi penulis. Terima kasih atas rasa sayang dan perhatian yang kamu berikan. Semoga yang terbaik selalu bersama kita.
9. Teman – teman seperjalanan dan seperjuangan S1 akuntansi 2007 yang sudah banyak mendukung dan berbagi dengan penulis. Masa kuliah tidak akan indah tanpa kalian.
10. Tim wirausaha stela xp, pandapotan, dan es pisang ijo. Terima kasih sudah bersama dalam untung maupun rugi usaha kita
11. PMK FE Undip dan teman – teman sejawat PMK angkatan 2009
12. Buletin OGUNG. Terimakasih atas suka citanya, sukses selalu buat geerasi baru bulletin OGUNG HKBP
13. GMNI FEB UNDIP. Terimakasih atas pengalaman organisasi yang saya dapat serta pengalaman Demonstrasi yang sangat menjengkelkan dalam diriku selama ini
14. HKBP Kertanegara selatan. Terimakasih buat kasih yang ada didalamnya selama saya baru menjalani awal mahasiswa disemarang

15. GKI Gereformed. Trmksh buat pemudanya untuk kasih, serta pengalaman outbound yang sungguh mengesankan.
16. Sahabat – sahabat SEPERJUANGAN (Anak IPS 3 SMA N.1 Laguboti) yang sudah mendukung dan saling berbagi dengan penulis sejak SMA hingga saat ini. Sungguh kalian tak tergantikan buatku.
17. Teman – teman kos di WARUNG IJO, PELEBURAN, IWENISARI 9A tembalang. Terima kasih atas kebersamaannya, dan maaf atas ulah yang saya buat merusak kostan.

Semarang, 9 Juli 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
ABSTRAK.....	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB. I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	8
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	8
1.4 Sistematika Penulisan.....	9
BAB. II. TELAAH PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Teori Legitimasi.....	10

2.1.2 Teori Stakeholder.....	11
2.1.3 Corporate Social Responsibility.....	14
2.1.4 Pengungkapan Corporate Social Responsibility	15
2.1.5 Kepemilikan Institusional.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Kerangka Pemikiran.....	23
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	25
2.4.1 Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Kepemilikan Institusional.....	25
2.4.2 Pengaruh CSR dimensi Karyawan terhadap Kepemilikan Institusional.....	27
2.4.3 Pengaruh CSR dimensi Keterlibatan Komunitas terhadap Kepemilikan Institusional.....	29
2.4.4 Pengaruh CSR dimensi Produk terhadap Kepemilikan Institusional.....	31
2.4.5 Pengaruh CSR dimensi Lingkungan terhadap Kepemilikan Institusional.....	33
BAB. III. METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	36
3.1.1 Variabel Dependen.....	36
3.1.2 Variabel Independen.....	37
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	41
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	43

3.4 Metode Pengumpulan Data.....	43
3.5 Metode Analisis.....	43
3.5.1 Uji Statistik Deskriptif.....	44
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	44
3.5.2.1 Uji Normalitas.....	45
3.5.2.2 Uji Multikolinearitas.....	45
3.5.2.3 Uji Autokorelasi.....	46
3.5.2.4 Uji Heteroskedastisitas.....	47
3.5.3 Persamaan Regresi.....	47
3.5.4 Uji Kelayakan Model Regresi.....	48
3.5.4.1 Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	48
3.5.4.2 Uji Pengaruh Simultan (F Test).....	49
3.5.4.3 Uji Parsial T (T Test).....	49
<b>BAB. IV. HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS.....</b>	<b>51</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	51
4.2 Hasil Analisis Data.....	52
4.2.1 Hasil Statistik Deskriptif.....	52
4.2.2 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	55
4.2.2.1 Hasil Uji Normalitas.....	55
4.2.2.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
4.2.2.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	56
4.2.2.4 Hasil Uji Autokorelasi.....	57
4.2.3 Hasil Pengujian Hipotesis.....	58

4.2.3.1 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	58
4.2.3.2 Hasil Uji F (F Test).....	59
4.2.3.3 Hasil Uji Parsial (T Test).....	59
4.3 Interpretasi Hasil.....	62
4.3.1 Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Kepemilikan Institusional.....	62
4.3.2 Pengaruh CSR dimensi Karyawan terhadap Kepemilikan Institusional.....	63
4.3.3 Pengaruh CSR dimensi Keterlibatan Komunitas terhadap Kepemilikan Institusional.....	64
4.3.4 Pengaruh CSR dimensi Produk terhadap Kepemilikan Institusional.....	65
4.3.5 Pengaruh CSR dimensi Lingkungan terhadap Kepemilikan Institusional.....	66
BAB. V. PENUTUP.....	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Keterbatasan.....	69
5.3 Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	76

**DAFTAR TABEL**

	Halaman
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 4.1 Ringkasan Populasi dan Sampel Penelitian .....	51
Tabel 4.2 Hasil Analisis Deskriptif .....	55
Tabel 4.3 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov .....	55
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	57
Tabel 4.6 Hasil Uji Runs Test .....	58
Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	58
Tabel 4.8 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	59
Tabel 4.9 Hasil Uji t .....	61
Tabel 4.10 Hasil Pengambilan Keputusan .....	62

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	24
Gambar Grafik Histogram .....	80
Gambar Grafik Normal P-Plot .....	81



**DAFTAR LAMPIRAN**

	Halaman
Lampiran A Daftar Perusahaan Sampel .....	76
Lampiran B Kategori Pengungkapan CSR Berdasarkan item GHPB.....	77
Lampiran C Indikator luas Pengungkapan CSR GRI 3.0 .....	78
Lampiran D Hasil Output SPSS Statistik Deskriptif.....	79
Lampiran E Hasil Output SPSS Uji Asumsi Klasik .....	80
Lampiran F Hasil Output SPSS Uji Hipotesis.....	83

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perusahaan dapat memberikan dampak terhadap perekonomian suatu negara. Tersedianya lapangan pekerjaan, menurunnya angka pengangguran, dan meningkatnya Produk Domestik Bruto (PDB) negara merupakan beberapa manfaat yang diperoleh dari adanya perusahaan (Khairiansyah, 2012). Perusahaan dianggap sebagai lembaga yang memberikan keuntungan bagi masyarakat (Widaryanti, 2007). Berdasarkan teori akuntansi tradisional, perusahaan harus dapat memaksimalkan labanya agar dapat memberikan sumbangan yang maksimum kepada masyarakat (Henny dan Murtanto. 2001:22 dalam Widaryanti, 2007). Namun selain memberi dampak positif terhadap ekonomi, perusahaan juga dapat memberikan dampak negatif terhadap lingkungan. Pemanfaatan sumber daya alam yang tidak bijaksana mengakibatkan timbulnya masalah seperti polusi, penyusutan sumber daya alam, limbah, mutu dan keamanan produk yang tidak terjamin, hak dan status karyawan, keselamatan kerja dan lain-lain. Adanya dampak pada lingkungan tersebut mempengaruhi kesadaran masyarakat akan pentingnya melaksanakan tanggung jawab sosial atau yang dikenal dengan CSR (Mahardika, 2011).

Tanggung jawab sosial perusahaan telah menjadi suatu kebutuhan yang dirasakan bersama antara pemerintah, masyarakat, dan dunia usaha berdasarkan

prinsip kemitraan dan kerjasama (Departemen Sosial, 2007) dalam Ardilla, (2011). Perusahaan beroperasi di lingkungan masyarakat, hal tersebut dapat juga menimbulkan tanggung jawab terhadap masyarakat baik secara materil maupun sosial. Secara materil perusahaan memiliki kewajiban untuk lebih memperhatikan kesejahteraan masyarakat serta mengurangi tingkat pengangguran disekitar perusahaan. Secara sosial, perusahaan bertanggung jawab mengontrol aktivitas operasi perusahaan agar tidak memberikan dampak negatif bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya (Anggraini, 2010).

CSR telah muncul sebagai subjek penting dalam kegiatan perusahaan (Vilanova *et al*, 2009 dalam Saleh *et al*, 2010). Khusus di Indonesia sendiri, pelaksanaan CSR di Indonesia dilandasi oleh UU perseroan terbatas No. 40 tahun 2007. Undang-undang tersebut menyatakan bahwa Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Meskipun belum diwajibkan kepada tiap perusahaan secara keseluruhan, tetapi dapat dikatakan bahwa banyak perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sudah menerapkan praktik CSR dalam laporan tahunannya dengan tingkat persentase yang beragam (Sayidatina, 2011).

Beberapa penelitian empiris sebelumnya banyak berfokus pada pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) terhadap struktur kepemilikan. Nurlela dan Islahuddin (2008) yang menguji pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan persentase kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating. Penelitian itu

menemukan bahwa *corporate social responsibility*, persentase kepemilikan, serta interaksi antara *corporate social responsibility* dengan persentase kepemilikan manajemen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Machmud dan Chaerul (2008) yang meneliti tentang pengaruh struktur kepemilikan terhadap luas pengungkapan CSR. Tujuan dari penelitian itu adalah untuk menyelidiki pengaruh kepemilikan asing dan kepemilikan institusional terhadap pengungkapan CSR pada laporan tahunan periode tahun 2006. Hasil penelitian tersebut menemukan bahwa baik kepemilikan asing maupun kepemilikan institusional tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan CSR. Penelitian itu menyimpulkan bahwa kedua struktur kepemilikan tidak terlalu peduli dengan pengungkapan CSR dalam melakukan keputusan investasi

Rustiarini (2009) menguji pengaruh struktur kepemilikan saham terhadap pengungkapan CSR. Penelitian itu bertujuan untuk menguji pengaruh kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan kepemilikan asing terhadap pengungkapan CSR. Penelitian tersebut menggunakan *Corporate Social Responsibility Index (CSRI)* untuk mengukur pengungkapan CSR yang didasarkan pada indikator kebijakan Bapepam. Sampel penelitian itu menggunakan 56 perusahaan manufaktur yang terdaftar pada *Indonesia Stock Exchange (IDX)* pada tahun 2008. Penelitian itu menemukan bahwa kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Permanasari (2010) menguji pengaruh *corporate social responsibility*, kepemilikan manajemen, dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan. Penelitian itu bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepemilikan manajemen, kepemilikan institusional, dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah variabel *corporate social responsibility*. Sedangkan variabel yang tidak mempengaruhi nilai perusahaan adalah kepemilikan manajemen dan kepemilikan institusional.

Saleh *et al* (2010) menguji pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* secara keseluruhan beserta menguji juga keempat dimensi CSR secara terpisah pada pengaruhnya terhadap tingkat kepemilikan institusional. Penelitian itu bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara pengungkapan CSR dengan kepemilikan institusional pada perusahaan – perusahaan *go public* di Malaysia. Penelitian itu menemukan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* secara keseluruhan, dimensi CSR relasi karyawan, dan dimensi CSR produk memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepemilikan institusional. Sedangkan dimensi CSR keterlibatan komunitas sekitar dan dimensi CSR lingkungan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepemilikan institusional. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa investor institusional dalam usahanya memilih portofolio investasi merujuk juga kepada kinerja sosial perusahaan. Bahkan dalam penelitian tersebut juga menyatakan bahwa investor institusional cenderung mencegah atau menghindari investasi pada perusahaan yang memiliki kinerja sosial yang buruk.

Selain itu, masih terjadi ketidakkonsistensian mengenai dampak pengungkapan CSR terhadap meningkatnya kepemilikan institusional pada penelitian Saleh *et al* (2010). Hal ini dikarenakan dalam penelitian Saleh *et al* (2010) menemukan bahwa investor institusional tidak menaruh perhatian serius terhadap semua dimensi CSR. Dalam penelitian tersebut walau ditemukan bahwa secara garis besar pengungkapan CSR menarik perhatian investor institusional di Malaysia namun dimensi CSR dalam praktik kontribusi keterlibatan dengan komunitas dan lingkungan sekitar tidak terlalu diperhatikan oleh investor institusional dalam berinvestasi di suatu perusahaan. Kemudian data sampel penelitian tersebut juga diambil dari data periode 2000 – 2005 yang mana data – data tersebut mungkin tidak terlalu mewakili praktik dan pengungkapan CSR sekarang ini.

Namun demikian, penelitian mengenai dampak pengungkapan CSR terhadap tingkat kepemilikan institusional di Indonesia baru dilakukan oleh Rinaldy (2011). Penelitian itu bertujuan untuk menyelidiki pengaruh pengungkapan CSR pada kepemilikan institusional. Penelitian itu menggunakan data perusahaan yang berupa laporan tahunan (*annual report*) perusahaan *go public* berkategori *high-profile* yang mencakup periode pelaporan pada tahun 2008 dan tahun 2009. Penelitian itu menggunakan 4 variabel independen yaitu CSR dimensi karyawan, CSR dimensi keterlibatan dengan komunitas sekitar, CSR dimensi produk, dan CSR dimensi lingkungan. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepemilikan institusional. Hasil penelitian itu menemukan bahwa variabel CSR dimensi keterlibatan dengan komunitas dan CSR dimensi

lingkungan tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepemilikan institusional, sedangkan CSR dimensi hubungan dengan karyawan dan CSR dimensi produk adalah berpengaruh positif dan signifikan.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh Rinaldy (2011), penelitian ini mempunyai perbedaan terutama dalam aspek–aspek berikut ini:

- 1) Penelitian ini menggunakan 5 variabel independen yaitu Pengungkapan CSR, CSR dimensi karyawan, CSR dimensi keterlibatan dengan komunitas sekitar, CSR dimensi produk, CSR dimensi lingkungan, serta 1 variabel terikat yaitu kepemilikan institusional.
- 2) Penelitian ini menggunakan data pada perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2010 sampai tahun 2012.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Saleh *et al* (2010) di Malaysia serta penelitian Rinaldy (2011) di Indonesia, maka penelitian ini meneliti kembali pengaruh pengungkapan CSR suatu perusahaan dalam kaitannya dengan tingkat kepemilikan institusional pada konteks perusahaan – perusahaan manufaktur di Indonesia yang *listing* di BEI (Bursa Efek Indonesia).

## **1.2 Perumusan Masalah**

Peningkatan nilai perusahaan lewat CSR dianggap mampu untuk menarik pihak investor untuk mau berinvestasi. Khususnya investor institusional seringkali menaruh perhatian khusus pada pengungkapan CSR dalam keputusan investasinya. Perusahaan sendiri selalu berharap banyak investor yang berusaha untuk menanamkan dana di perusahaannya terutama penanaman dana dari pihak

investor yang besar seperti investor institusional. Hal ini dikarenakan investor institusional dianggap mampu memberikan nilai tambah berupa kemampuan mengontrol manajemen dan pemanfaatan aktiva yang efisien bagi perusahaan sehingga kehadirannya dalam suatu perusahaan sangat diharapkan perusahaan itu sendiri (Faizal, 2004).

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

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

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

Sesuai dengan rumusan masalah, adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap kepemilikan institusional, serta untuk mengetahui pengaruh pengungkapan CSR



pada dimensi Karyawan, produk, keterlibatan dengan komunitas sekitar, serta kepedulian dengan lingkungan terhadap kepemilikan institusional.

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

1. Menyediakan informasi mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan kepemilikan institusional yang dapat digunakan untuk penelitian para akademisi dan praktisi di bidang akuntansi pada masa yang akan datang.
2. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat mendorong perusahaan agar dapat menaruh perhatian serius pada praktik dan pengungkapan CSR sehingga pihak investor institusional tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan.
3. Bagi investor, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan pengambilan keputusan investasi pada perusahaan dengan melihat penerapan praktik dan pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan tersebut.

#### **1.4 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari 5 bab. Bab I membahas pendahuluan. Dalam bab ini akan diuraikan tentang latar belakang masalah mendorong dilakukannya penelitian ini. Selain itu, di dalam bab ini juga diuraikan perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan. Bab II membahas tinjauan pustaka. Bab ini berkaitan dengan landasan teoritis yang digunakan dalam penelitian ini. Selain itu juga diuraikan penelitian terdahulu, dan kerangka pikir penelitian, serta hipotesis penelitian.

Bab III membahas metode penelitian, terdiri dari variabel penelitian dan definisi operasional penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis. Bab IV membahas hasil dan pembahasan. Dalam bab ini akan dibahas mengenai hasil penelitian yang telah dianalisis dengan metode penelitian yang telah ditentukan sebelumnya. Bab V membahas penutup yang memuat kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya serta saran kepada pihak-pihak yang berkepentingan terhadap hasil penelitian.

## **BAB II**

### **TELAAH PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)**

Penelitian ini menggunakan teori legitimasi untuk menjelaskan hipotesis – hipotesis yang dikembangkan. Teori legitimasi didasarkan pada pengertian kontrak sosial yang di implikasikan antara institusi sosial dan masyarakat (Ahmad dan Sulaiman, 2004 dalam Gabriella, 2011). Menurut Gray *et al* (1996) dalam Galuh (2010) dasar pemikiran teori ini adalah organisasi atau perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan nilai masyarakat itu sendiri.

Teori legitimasi menjelaskan bahwa praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan harus dilaksanakan sebaik mungkin agar nantinya aktivitas dan kinerja perusahaan mendapat respon yang baik masyarakat. Adapun dengan respon positif tersebut akan dapat melahirkan nilai yang baik perusahaan dimata masyarakat dan otomatis dapat meningkatkan pencapaian laba oleh pihak perusahaan. Tentu hal ini akan menjadi keuntungan bagi perusahaan, karena dengan nilai yang sudah terbangun, akan bisa memberikan ketertarikan pada pihak investor untuk mau berinvestasi di perusahaan.

Ghozali dan Chariri (2007) menjelaskan bahwa guna melegitimasi aktivitas perusahaan dimata masyarakat, perusahaan cenderung menggunakan

kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan. Melalui penggunaan laporan tahunan, perusahaan menggambarkan kesan tanggung jawab sosialnya sehingga pihak investor dapat meninjau kinerja perusahaan dalam hal tanggung jawab terhadap sosial lingkungan.

Menurut Harsanti (2008) dalam (Nugroho, 2011), teori legitimasi menjelaskan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan perusahaan dalam upaya untuk mendapatkan legitimasi dimana perusahaan itu berada. Legitimasi ini pada tahapan berikutnya akan mengamankan perusahaan dari hal-hal yang tidak di inginkan. Lebih jauh lagi, legitimasi itu akan meningkatkan reputasi perusahaan yang pada akhirnya akan berpengaruh pada nilai perusahaan tersebut.

### **2.1.2 Teori *Stakeholder* (*Stakeholder Theory*)**

Selain menggunakan teori legitimasi, penelitian ini juga menggunakan teori *stakeholder* untuk menjelaskan serta untuk mengembangkan hipotesis – hipotesis yang ada dan yang akan diuji. Pertimbangan menggunakan teori *stakeholder* karena teori ini mampu menjelaskan kekuatan hubungan yang dijalin perusahaan dengan *stakeholders*-nya. Kekuatan hubungan antara perusahaan dengan investor institusional sebagai salah satu *stakeholder* perusahaan merupakan tujuan dari adanya penelitian ini. Selain itu, teori ini juga digunakan karena telah digunakan secara luas dalam penelitian – penelitian pengungkapan tanggung jawab sosial sebelumnya (Saleh *et al*, 2010).

Teori *stakeholder* mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholder*. Perusahaan berusaha mencari pembenaran dari para

*stakeholder* dalam menjalankan operasi perusahaannya. Semakin kuat posisi *stakeholder*, semakin besar pula kecenderungan perusahaan mengadaptasi diri terhadap keinginan para *stakeholder*-nya (Rawi, 2008). Perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain. Pada awalnya, pemegang saham dipandang sebagai satu-satunya *stakeholder* perusahaan (Ghozali dan Chariri, 2007). Pandangan ini didasarkan pada argumen yang disampaikan oleh Friedman (1962) dalam Ghozali dan Chariri (2007) yang mengatakan bahwa tujuan utama perusahaan adalah untuk memaksimalkan kemakmuran pemiliknya. Namun demikian, Freeman (1983) dalam (Ghozali dan Chariri, 2007) tidak setuju dengan pandangan ini dan memperluas definisi *stakeholder* dengan memasukkan konstituen yang lebih banyak, termasuk kelompok yang dianggap tidak menguntungkan (*adversarial group*). Misalnya, pihak yang memiliki kepentingan tertentu dan regulator.

Atas dasar argumen di atas, teori *stakeholder* secara eksplisit mempertimbangkan dampak harapan dari kelompok *stakeholder* yang berbeda dalam masyarakat atas kebijakan pengungkapan informasi mengenai aktivitas perusahaan. Pengungkapan informasi mengenai aktivitas perusahaan merupakan suatu alat manajemen untuk mengelola kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh berbagai kelompok *stakeholder* yang kuat seperti karyawan perusahaan, pemegang saham, investor, konsumen, regulator, Lembaga Swadaya Masyarakat, dan sebagainya (Handayani, 2011).

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

Dengan melakukan aktivitas dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, maka perusahaan pun berharap akan mampu untuk terus mempertahankan eksistensinya. Karena semakin kuat kekuatan dan tuntutan *stakeholder* pada perusahaan maka perusahaan akan semakin sering berusaha memenuhi keinginan *stakeholder* yang mana salah satu caranya yaitu dengan aktivitas dan pengungkapan CSR. Berdasarkan pertimbangan lewat uraian di atas, maka penelitian ini menggunakan teori *stakeholder (stakeholder theory)* untuk

menjelaskan dan mengembangkan hipotesis – hipotesis yang ada dan yang akan diuji.

### **2.1.3 Corporate Social Responsibility (CSR)**

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* dalam (Gabriela, 2011), *Corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

Taman Achda (2007) dalam (Ajilaksana, 2011) mengartikan CSR sebagai komitmen perusahaan untuk mempertanggung jawabkan dampak operasinya dalam dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan serta terus menerus menjaga agar dampak tersebut menyumbang manfaat kepada masyarakat dan lingkungan hidupnya. CSR tidak lagi berpijak pada praktek *single bottom line* yang berorientasi pada kinerja keuangan saja, namun dewasa ini CSR juga telah mengacu pada *triple bottom line*, yang artinya selain berorientasi pada kinerja keuangan, perusahaan juga berorientasi pada aktivitas sosial dan lingkungan. Hal ini diyakini dapat menjamin keberlanjutan jalannya perusahaan. Namun praktek tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sosial rata-rata masih dilakukan secara sukarela dan bukan bersifat kewajiban. Praktek secara sukarela tersebut yang dalam konteks bisnis hanya untuk mengidentifikasi dan memuaskan

kebutuhan para stakeholder yang meliputi pengurangan dampak buruk pada lingkungan, keselamatan dan kenyamanan tempat bekerja yang dilihat dari sisi fisik dan psikologi khususnya hak dan kebebasan pekerja.

Dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, perusahaan berfokus pada tiga hal antara lain profit, lingkungan dan masyarakat. Dengan diperolehnya laba, perusahaan dapat memberikan deviden bagi pemegang saham, mengalokasikan laba yang diperoleh guna membiayai pertumbuhan dan pengembangan usaha dimasa depan, serta membayar kewajiban pajak bagi pemerintah. Dengan lebih banyak memberikan perhatian terhadap lingkungan sekitar, perusahaan turut berpartisipasi terhadap usaha pelestarian lingkungan dan pemenuhan kesejahteraan masyarakat. Konsumen akan lebih loyal terhadap produk-produk yang dihasilkan perusahaan yang konsisten menjalankan CSR sehingga memiliki reputasi yang baik (Susanto, 2007:31 dalam Rinaldy, 2011). Dengan menganggap hal-hal tersebut sebagai praktek, ditekankan bahwa meskipun tujuannya untuk meningkatkan kesejahteraan sosial, namun berdasarkan fakta yang ada CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, tujuannya sebenarnya adalah untuk melakukan *diferensiasi* terhadap *competitor* dan untuk meningkatkan *citra* perusahaan yang berdampak pada keuntungan ekonomi yang berhubungan dengan tingkat pengembalian dan laba melalui peningkatan penjualan dari tahun ke tahun.

#### **2.1.4 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Praktik CSR yang dilakukan dapat diketahui oleh para *stakeholdernya*, perusahaan harus melakukan pengungkapan atas praktik CSR-nya. Pengungkapan praktik-praktik CSR yang dilakukan oleh para perusahaan menyebabkan perlunya



memasukkan unsur sosial dalam pertanggungjawaban perusahaan kedalam Akuntansi. Hal ini mendorong lahirnya suatu konsep yang disebut *Social Accounting*, *Socio Economic Accounting* ataupun *Sosial Responsibility Accounting* (Indira dan Dini, 2005 dalam Pratiwi, 2012).

Pengungkapan (*disclose*) berarti penyampaian (*release*) informasi. Luhglatno (2007) mendefinisikan pengungkapan (*disclosure*) sebagai penyajian sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal yang efisien. Menurut (Henny dan Murtanto, 2001: 27) dalam Adolism (2009), alasan-alasan perusahaan mengungkapkan kinerja sosial secara sukarela antara lain:

- a. Pengambilan keputusan internal (*Internal decision making*): manajemen membutuhkan informasi untuk menentukan efektivitas dari informasi sosial tertentu dalam mencapai tujuan sosial perusahaan. Data harus tersedia agar biaya dari pengungkapan tersebut dapat diperbandingkan dengan manfaatnya bagi perusahaan. Walaupun hal ini sulit diidentifikasi dan diukur namun analisis secara sederhana lebih baik daripada tidak sama sekali
- b. Diferensiasi produk (*Product differentiation*): manajer dari perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial memiliki *insentif* untuk membedakan diri dari pesaing yang tidak bertanggung jawab secara sosial kepada masyarakat.
- c. Pencerahan kepentingan diri sendiri (*Enlightened self interest*): perusahaan melakukan pengungkapan untuk menjaga keselarasan sosialnya dengan

para *stockholder*, kreditor, karyawan, pemasok, pelanggan, pemerintah dan masyarakat karena dapat mempengaruhi pendapatan penjualan dan harga saham perusahaan.

### **2.1.5 Kepemilikan Institusional**

Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham oleh pemerintah, institusi keuangan, institusi berbadan hukum, institusi luar negeri, dana perwalian serta intitusi lainnya pada akhir tahun (Shien, *et.al.* 2006) dalam Gabriela (2011). Adanya kepemilikan investor institusional seperti perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi, *blockholder* (keluarga/pribadi) dan kepemilikan institusi lain akan mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal terhadap kinerja manajemen, karena kepemilikan saham mewakili suatu sumber kekuasaan yang dapat digunakan untuk mendukung atau sebaliknya terhadap keberadaan manajemen (Putri dan Nasir, 2006).

Kepemilikan institusional sangat berperan dalam mengawasi perilaku manajer dan memaksa manajer untuk lebih berhati-hati dalam pengambilan keputusan yang akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan jika institusional mampu menjadi alat memonitoring yang efektif sehingga mampu mengubah struktur pengelolaan perusahaan dan mampu meningkatkan kemakmuran pemegang saham dan mampu mensubsitisi biaya keagenan sehingga biaya keagenan menurun maka nilai perusahaan meningkat (Slovin dan Sukskha, 1993; Smith, 1996; Crutchley *et al.*, 1999 dalam Anggarini, 2009).

## 2.2 Penelitian Terdahulu

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

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

terdaftar di *Indonesia Stock Exchange* pada tahun 2006. Penelitiannya menggunakan analisis regresi untuk melakukan pengujian. Hasil penelitian itu menemukan bahwa baik kepemilikan asing maupun kepemilikan institusional tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan CSR. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa kedua struktur kepemilikan tidak terlalu peduli dengan pengungkapan CSR dalam melakukan keputusan investasi.

3. Rustiarini (2009) yang menguji pengaruh struktur kepemilikan saham terhadap pengungkapan CSR. Penelitian tersebut bertujuan untuk menguji pengaruh kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan kepemilikan asing terhadap pengungkapan CSR. Penelitiannya menggunakan *Corporate Social Responsibility Index (CSRI)* untuk mengukur pengungkapan CSR yang didasarkan pada indikator kebijakan Bapepam. Sampel penelitiannya menggunakan 56 perusahaan manufaktur yang terdaftar pada *Indonesia Stock Exchange (IDX)* pada tahun 2008. Penelitian itu menggunakan alat analisis regresi linear berganda. Penelitian tersebut menemukan bahwa kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hal itu mengindikasikan struktur kepemilikan asing dalam penelitiannya memiliki kepedulian terhadap pengungkapan CSR dalam keputusan investasi.
4. Permanasari (2010) yang menguji pengaruh *corporate social responsibility*, kepemilikan manajemen, dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui pengaruh

kepemilikan manajemen, kepemilikan institusional, dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan dalam penelitiannya diproksi dengan nilai Tobin's Q. Pengumpulan data menggunakan metode *purposive sampling* terhadap perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2007 sampai 2008. Sebanyak 68 perusahaan non keuangan digunakan sebagai sampel. Metode analisis dari penelitiannya menggunakan regresi berganda. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah variabel *corporate social responsibility*. Sedangkan variabel yang tidak mempengaruhi nilai perusahaan adalah kepemilikan manajemen dan kepemilikan institusional. Yang mana menemukan bahwa kepemilikan manajemen dan kepemilikan institusional tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan namun menemukan bahwa *corporate social responsibility* memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

5. Saleh, *et al* (2010) yang menguji pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* secara keseluruhan beserta menguji juga keempat dimensi CSR secara terpisah pada pengaruhnya terhadap tingkat kepemilikan institusional. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara pengungkapan CSR dengan kepemilikan institusional pada perusahaan – perusahaan *go public* di Malaysia. Pengujian hipotesis pada penelitian itu menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan menggunakan data laporan tahunan perusahaan sebagai sampel analisis. Yang mana mereka menemukan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* secara

keseluruhan dimensi, dimensi CSR relasi karyawan, dan dimensi CSR produk memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepemilikan institusional. Sedangkan dimensi CSR keterlibatan komunitas sekitar dan dimensi CSR lingkungan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepemilikan institusional.

6. Rinaldy (2011) yang meneliti pengungkapan CSR terhadap tingkat kepemilikan institusional di Indonesia. Penelitian itu bertujuan untuk menyelidiki pengaruh pengungkapan CSR pada kepemilikan institusional. Penelitian itu menggunakan data perusahaan yang berupa laporan tahunan (*annual report*) perusahaan *go public* berkategori *high-profile* yang mencakup periode pelaporan pada tahun 2008 dan tahun 2009. Penelitian itu menggunakan 4 variabel independen yaitu CSR dimensi karyawan, CSR dimensi keterlibatan dengan komunitas sekitar, CSR dimensi produk, dan CSR dimensi lingkungan. Variabel terikat dalam penelitian itu adalah kepemilikan institusional. Sampel dalam Penelitiannya menggunakan 61 perusahaan *high-profile* yang berkepemilikan institusional serta menggunakan analisis regresi berganda dengan program pengolahan SPSS 16. Hasil penelitian itu menemukan bahwa variabel CSR dimensi keterlibatan dengan komunitas dan CSR dimensi lingkungan tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepemilikan institusional, sedangkan CSR dimensi hubungan dengan karyawan dan CSR dimensi produk adalah berpengaruh positif dan signifikan.

Tabel 2.1

## Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Tahun	Peneliti	Variabel yang Digunakan	Hasil Penelitian
1.	2008	Nurlela dan Islahuddin	<i>Corporate social responsibility</i> , nilai perusahaan, dan persentase kepemilikan manajemen	<i>Corporate social responsibility</i> , persentase kepemilikan, serta interaksi antara <i>corporate social responsibility</i> dengan persentase kepemilikan manajemen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
2.	2008	Machmud dan Djakman	Kepemilikan institusi, kepemilikan asing, dan luas pengungkapan CSR	Baik kepemilikan asing maupun kepemilikan institusional tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan CSR.
3.	2009	Rustiarini	Kepemilikan institusi, kepemilikan manajemen, kepemilikan asing, dan pengungkapan CSR.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.</li> <li>2. Kepemilikan asing memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.</li> </ol>
4.	2010	Permanasari	<i>Corporate social responsibility</i> , kepemilikan manajemen, kepemilikan institusional, dan nilai	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kepemilikan manajemen dan kepemilikan institusional tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>2. <i>Corporate social responsibility</i> memiliki pengaruh signifikan</li> </ol>

			perusahaan.	terhadap nilai perusahaan.
5.	2010	Saleh, <i>et al</i>	Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> dan tingkat kepemilikan institusional	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> secara keseluruhan dimensi, dimensi CSR relasi karyawan, dan dimensi CSR produk memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepemilikan institusional.</li> <li>2. Pengungkapan dimensi CSR keterlibatan komunitas sekitar dan dimensi CSR lingkungan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepemilikan institusional</li> </ol>
6.	2011	Rinaldy	CSR dimensi Karyawan, CSR dimensi Hubungan dengan Komunitas, CSR dimensi Produk, CSR Dimensi Lingkungan, dan Tingkat Kepemilikan Institusional	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. CSR dimensi Karyawan dan CSR dimensi Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepemilikan Institusional</li> <li>2. CSR dimensi Hubungan dengan Komunitas dan CSR dimensi Lingkungan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepemilikan Institusional</li> </ol>

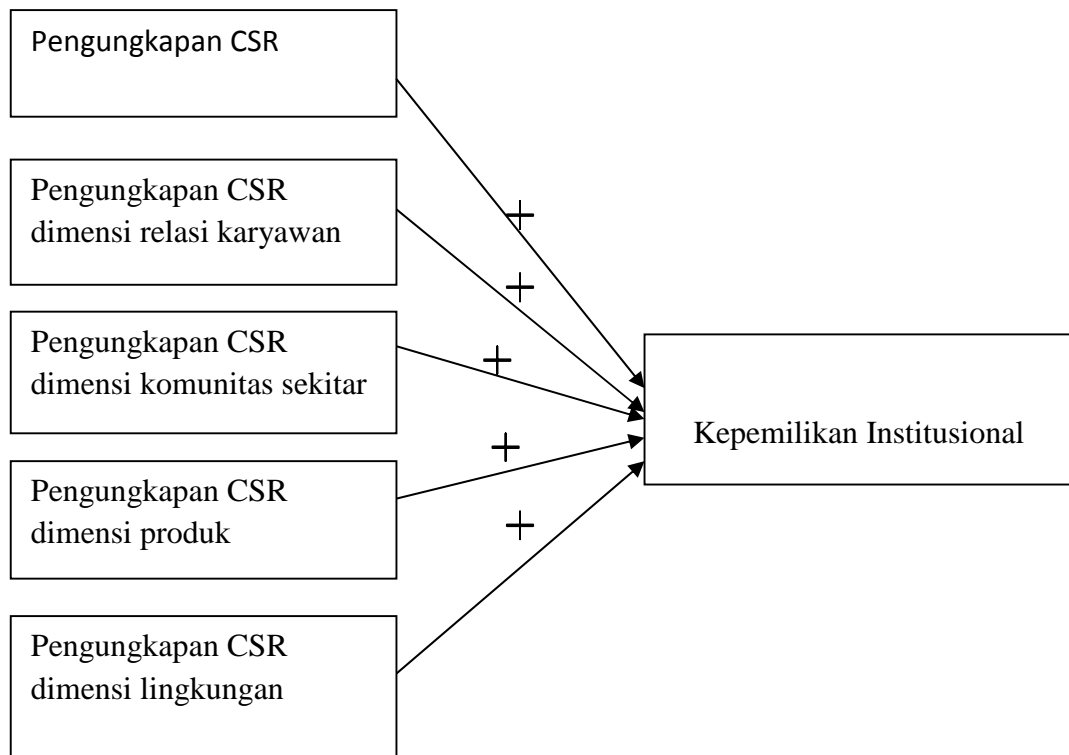
Sumber: Diringkas untuk penelitian ini, 2013

### 2.3 Kerangka Pemikiran

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



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**



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

## **2.4 Pengembangan Hipotesis**

### **2.4.1 Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Kepemilikan Instusional**

Perusahaan yang melakukan praktik CSR, biasanya selain terikat peraturan pemerintah juga punya tujuan lain untuk mendapat perhatian dari investor institusional. Praktik CSR diharapkan agar para investor institusional mau berinvestasi serta secara tidak langsung bisa mengontrol kegiatan dari perusahaan untuk tetap terkendali arah sasarannya dalam menggapai tujuan. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholder* yang mana perusahaan berharap dengan praktik CSR bisa meningkatkan eksistensinya. Dalam menjaga eksistensinya, perusahaan tidak dapat dipisahkan dengan masyarakat sebagai lingkungan eksternalnya. Masyarakat yang merupakan bagian dari *stakeholder* punya hubungan resiprokal (timbang balik). Perusahaan dan masyarakat adalah pasangan hidup yang saling memberi dan membutuhkan. Kontribusi dan harmonisasi keduanya akan menentukan keberhasilan pembangunan bangsa. Dua aspek penting harus diperhatikan agar tercipta kondisi sinergis antara keduanya sehingga keberadaan perusahaan membawa perubahan ke arah perbaikan dan peningkatan taraf hidup masyarakat.

Dari aspek ekonomi, perusahaan harus berorientasi mendapatkan keuntungan dan dari aspek sosial, perusahaan harus memberikan kontribusi secara langsung kepada masyarakat. Perusahaan tidak hanya dihadapkan pada tanggung jawab dalam perolehan keuntungan semata, tetapi juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungannya. Menurut Holmes

(1976) dalam Nerhendra (2009) menyatakan selain menghasilkan keuntungan, perusahaan harus memberi perhatian dalam memecahkan masalah-masalah sosial, lingkungan yang ada disekitar perusahaan.

Kemudian, uraian tersebut juga sesuai dengan teori legitimasi yang mana perusahaan berusaha mengembangkan praktik CSR sebagai tonggak utama untuk menarik perhatian investor institusional agar mau melakukan investasi. Pengungkapan CSR oleh perusahaan akan mendapat respon positif dan melahirkan nilai yang baik dari masyarakat dan otomatis dapat meningkatkan pencapaian laba oleh perusahaan. Melalui penggunaan laporan tahunan, perusahaan akan menggambarkan kesan tanggung jawab sosialnya sehingga akan menjadi daya tarik perusahaan untuk meraih investor istitusional. Investor institusional merupakan bagian dari *stakeholder* perusahaan yang lebih cenderung memilih investasi pada perusahaan yang banyak melakukan praktik CSR serta cenderung mencegah atau menghindari investasi pada perusahaan yang memiliki kinerja sosial yang buruk

Penelitian sebelumnya menemukan bahwa investor memerlukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai alat informasi untuk mereka membuat keputusan investasi (Mahoney dan Roberts, 2007; Epstein dan Freedman, 1994). Cox *et al*, (2004) menemukan bahwa CSR berhubungan positif dengan investasi jangka panjang kelembagaan. Selain dari itu, temuan dari penelitian terbaru oleh Mahoney dan Roberts (dalam Saleh *et al*, 2010) juga melaporkan ada hubungan yang signifikan antara perusahaan yang melakukan

praktek CSR dengan kepemilikan institusional. Oleh sebab berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis dari penelitian ini adalah:

**H1: Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap kepemilikan institusional**

#### **2.4.2 Pengaruh CSR Dimensi Karyawan terhadap Kepemilikan Instusional**

Perusahaan atau organisasi sangat penting untuk memberikan kondisi lingkungan yang membuat karyawan atau anggota nyaman serta puas saat bekerja sehingga dapat menciptakan kelompok kerja yang solid dan memiliki semangat kerja yang tinggi, dimana pada akhirnya akan membentuk sikap perilaku karyawan atau anggota sesuai dengan visi dan misi yang ingin dicapai. Dalam mewujudkan tercapainya tujuan sebuah organisasi perlu didukung oleh semua pihak dalam organisasi, pihak-pihak yang dimaksud adalah para manager atau pimpinan organisasi dan para bawahan atau karyawan. Dengan demikian berarti sebuah organisasi atau perusahaan harus mampu menciptakan suasana sinkron dan kondusif, dimana pimpinan organisasi mampu bekerjasama dengan karyawan serta mengarahkan tujuan organisasi secara efektif sehingga para karyawan merasakan bahwa tujuan tersebut merupakan tujuan mereka atau tujuan bersama.

Sebuah organisasi perlu mengelola karir dan mengembangkannya agar produktivitas karyawan tetap terjaga dan mampu mendorong karyawan untuk selalu melakukan hal yang terbaik dan menghindari frustasi kerja yang berakibat penurunan kinerja perusahaan. Pengelolaan dan pengembangan karir akan

meningkatkan efektivitas dan kreativitas sumber daya manusia yang dapat menumbuhkan komitmen yang kuat dan meningkatkan kinerjanya dalam upaya mendukung perusahaan untuk mencapai tujuannya. Cianni dan Wnuck, (1997) dalam Dewi, (2006) menyatakan bahwa karyawan yang mempunyai kesempatan yang tinggi dalam meningkatkan karirnya akan merangsang motivasinya untuk bekerja lebih baik.

Perusahaan yang baik seringkali dianggap merupakan perusahaan yang mampu menciptakan loyalitas yang tinggi dalam diri karyawannya. Perusahaan yang bertanggung jawab biasanya memang sering melakukan pengembangan hubungan dengan karyawan kearah yang lebih baik serta memberikan perhatian terhadap kesehatan karyawan dalam bentuk asuransi kesehatan. Selain itu, perusahaan yang bertanggung jawab juga seringkali mampu menarik dan mempertahankan karyawan yang berkinerja baik dan berkompotensi tinggi. Loyalitas, Pelatihan dan kompetensi karyawan sangat penting dikarenakan hal tersebut mampu meningkatkan produktivitas, memperbanyak inovasi, meningkatkan efisiensi biaya, dan selanjutnya meningkatkan profitabilitas. Hal ini sesuai dengan teori legitimasi yang mana perusahaan melakukan CSR demi mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat pekerja perusahaan. Hal ini akan menjadi keuntungan bagi perusahaan, karena dengan nilai positif yang sudah terbangun, akan bisa memberikan ketertarikan pada pihak investor institusional untuk mau berinvestasi di perusahaan. Selain dari itu investor institusional merupakan bagian dari *stakeholder* perusahaan yang lebih cenderung memilih investasi pada perusahaan yang banyak melakukan praktik

CSR serta cenderung mencegah atau menghindari investasi pada perusahaan yang memiliki kinerja sosial yang buruk

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

**H2: Pengungkapan CSR pada dimensi karyawan berpengaruh positif terhadap kepemilikan institusional**

#### **2.4.3 Pengaruh Dimensi Keterlibatan Komunitas terhadap Kepemilikan Institusional**

Keterlibatan perusahaan dengan komunitas sekitar cukup penting karena komunitas sekitar juga merupakan produsen atau konsumen potensial perusahaan. Keterlibatan perusahaan dengan komunitas memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan kesempatan yang lebih baik dalam melakukan pembelajaran terkait dengan inovasi bisnis. Kemudian, selain tertarik pada data keuangan, Schwabb dan Thomas (dalam Saleh *et al*, 2010) menyatakan bahwa investor institusional

juga kemungkinan akan melihat keterlibatan dan kontribusi perusahaan terhadap kalangan wanita dan minoritas.

Perusahaan yang bertanggung jawab tidak hanya peduli pada keuntungan yang diraih, tetapi harus punya kepedulian terhadap masyarakat sekitarnya. Tidak tepatnya pengelolaan program CSR dapat mengakibatkan resiko bagi operasional bisnis perusahaan, seperti munculnya gugatan dari masyarakat terhadap legalitas ijin beroperasi, hancurnya citra perusahaan, timbulnya pergolakan sosial, dan penurunan moral serta produktivitas karyawan. Pemberian donasi, derma, program beasiswa, sponsor untuk kegiatan olahraga, mendukung kebanggaan nasional, pembangunan sarana dan prasarana serta kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar lewat pengungkapan CSR merupakan salah satu cara untuk menarik perhatian masyarakat, agar masyarakat menyadari dampak positif yang diperoleh dengan keberadaan perusahaan disekitar mereka. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholder* yang mana perusahaan berharap dengan praktik CSR yang baik terkait dengan komunitas sekitar bisa meningkatkan eksistensinya di dalam kehidupan masyarakat sekitar.

Masyarakat sekitar yang merasakan dampak dari perusahaan melalui praktik CSR akan mendukung keberadaan dari perusahaan yang berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Dengan pedulinya perusahaan terhadap komunitas sekitar maka akan menarik perhatian investor institusional. Karena Investor institusional merupakan bagian dari *stakeholder* perusahaan yang lebih cenderung memilih investasi pada perusahaan yang banyak melakukan praktik CSR serta cenderung mencegah atau menghindari investasi

pada perusahaan yang memiliki kinerja sosial yang buruk.

Selain itu, hal ini juga sesuai dengan teori legitimasi yang mana perusahaan melakukan CSR demi mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat sekitar perusahaan. Terbangunnya nilai positif di mata masyarakat sekitar tentu akan menaikkan nilai perusahaan itu di mata investor institusional. Sehingga lewat informasi mengenai kepedulian terhadap masyarakat sekitar yang disajikan dalam annual report perusahaan, maka akan menjadi daya tarik bagi investor institusional untuk melakukan investasi.

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

**H3: Pengungkapan CSR dimensi keterlibatan perusahaan dengan komunitas sekitar berpengaruh positif terhadap kepemilikan institusional**

#### **2.4.4 Pengaruh Dimensi Produk terhadap Kepemilikan Institusional**

Perusahaan dalam praktik bisnisnya seharusnya berusaha untuk selalu mengembangkan produknya agar sesuai dengan permintaan pasar dan mendapat



keuntungan dari itu. Apalagi perusahaan yang memiliki banyak pesaing harus selalu mengembangkan produknya agar lebih unggul dalam hal kualitas dan laku di pasar dibandingkan dengan produk pesaingnya. Kegiatan perusahaan dalam mengembangkan produknya ini bukan hanya menjadi perhatian manajemen tapi perhatian para investor juga. Hal ini dikarenakan produk perusahaan lah yang menjadi tonggak utama penghasilan bisnis perusahaan. Perusahaan yang bertanggung jawab juga harus memberikan kepeduliannya terhadap keamanan dalam pemakaian produk melalui sosialisasi produk dan tata cara mengkonsumsinya. Selain aman pada konsumen, masyarakat sekarang juga menuntut produsen agar produknya ramah lingkungan dengan dibuktikan sertifikat ISO 14001 (Intan, 2009).

Layanan pelanggan yang cepat dan tepat juga merupakan salah satu kunci untuk menarik konsumen dalam mengkonsumsi produk yang ditawarkan perusahaan. Menurut Kotler (2010), salah satu cara utama suatu perusahaan untuk dapat membedakan dirinya sendiri adalah dengan cara konsisten menyampaikan mutu pelayanan yang lebih tinggi. Setiap perusahaan harus sadar bahwa mutu pelayanan yang luar biasa dapat memberikan keunggulan bersaing yang kuat. Hal ini sesuai dengan teori legitimasi, yang mana perusahaan berusaha mengembangkan produk sebagai tonggak utama penghasilan bisnis perusahaan demi memenuhi harapan shareholders pada penghasilan perusahaan yang memuaskan. Laba yang meningkat tentu akan menjadi daya tarik bagi investor institusional untuk mau berinvestasi pada perusahaan, karena laba yang meningkat

serta produk yang unggul serta aman dikonsumsi konsumen akan memberi jaminan bagi kelangsungan hidup perusahaan.

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

**H4: Pengungkapan CSR dimensi produk berpengaruh positif terhadap kepemilikan institusional**

#### **2.4.5 Pengaruh Dimensi Lingkungan terhadap Kepemilikan Institusional**

Investor institusional seringkali melihat potensi jangka panjang perusahaan lewat aktivitas CSR. Selain mengacu pada dimensi CSR produk, komunitas, dan karyawan, investor institusional juga memberikan perhatian kepada dimensi lingkungan. Menurut Freeman (1984) dalam Warjono, (2009) dewasa ini organisasi sosial telah menjadi salah satu kekuatan kontrol sosial yang dapat mengawasi aktivitas perusahaan. Orientasi organisasi lingkungan secara umum adalah menghindari eksploitasi yang berlebihan terhadap lingkungan hidup demi kepentingan perusahaan (*profit*). Aktivitas organisasi lingkungan dapat memobilisasi gerakan masyarakat dan opini terhadap aktifitas perusahaan, sehingga kepentingan organisasi tersebut jika tidak disikapi dengan bijaksana akan berbenturan dengan kepentingan perusahaan.

Spicer (dalam Saleh *et al*, 2010) berpendapat bahwa rendahnya kebertanggung jawaban sosial perusahaan terhadap lingkungan menimbulkan risiko investasi yang cukup tinggi. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholder* yang mana perusahaan berharap dengan praktik CSR yang baik terkait dengan lingkungan bisa meningkatkan eksistensinya di hadapan para *stakeholders* yang memiliki kepentingan terhadap lingkungan.

Investor institusional merupakan bagian dari *stakeholder* perusahaan yang juga memperhatikan wujud kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dalam hal pengendalian polusi, program perbaikan dan pencegahan, daur ulang limbah, serta prestasi dalam program lingkungan. Pengelolaan lingkungan yang kurang mendapat perhatian akan menimbulkan ancaman terhadap keberadaan perusahaan. Semakin tinggi kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dalam praktik CSR, maka akan semakin besar kemungkinan investor institusional mau berinvestasi di perusahaan itu.

Tanggung jawab manajemen tidak hanya sebatas atas pengelolaan dana kedalam perusahaan, tetapi juga meliputi dampak yang timbul oleh perusahaan terhadap lingkungan sosialnya , artinya kejadian-kejadian atau transaksi yang terjadi antara perusahaan dengan lingkungan sosialnya, merupakan pertanggung jawaban pihak manajemen terhadap lingkungan sosialnya dengan memperhatikan dan mempertimbangkan manfaat sosial (*social benefit*) dan biaya sosialnya (*social cost*). Contoh kasus suatu perusahaan yang melalaikan tanggungjawab sosialnya dengan tidak mencantumkan aktivitas pengelolaan lingkungan sosial dalam laporan tahunannya adalah Kasus PT. Inti Indorayon di Sumatera Utara

yang ditutup karena dianggap bermasalah dengan masyarakat dan lingkungan sekitarnya (Luhglatno, 2007).

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

**H5: Pengungkapan CSR dimensi lingkungan berpengaruh positif terhadap kepemilikan institusional**

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

##### **3.1.1 Variabel Penelitian**

Menurut Sekaran (2003), variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik secara positif ataupun negatif. Variabel independen dalam penelitian ini adalah pengungkapan CSR, pengungkapan CSR dimensi karyawan, CSR dimensi keterlibatan dengan komunitas, CSR dimensi produk, dan CSR dimensi lingkungan. Sedangkan variabel dependen adalah variabel yang menjadi perhatian utama peneliti (Sekaran,2003). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepemilikan institusional.

##### **3.1.2 Variabel Dependen**

###### **1. Kepemilikan Institusional**

Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham perusahaan oleh institusi atau lembaga seperti perusahaan institusi atau lembaga seperti perusahaan asuransi, dana pensiun, atau perusahaan lain (Tarjo, 2008). Skala yang digunakan untuk kepemilikan institusional adalah rasio. Pengukuran kepemilikan institusional yang digunakan dalam penelitian ini konsisten dengan Machmud dan Djakman (2008) yaitu proporsi jumlah kepemilikan saham oleh investor institusi terhadap total jumlah lembar saham yang beredar. Rumus untuk mengukur persentase kepemilikan institusional yaitu :

Kepemilikan Institusional = Jumlah lembar saham kepemilikan institusional /  
Total Jumlah lembar saham yang beredar

### 3.1.3. Variabel Independen

#### 1. Pengungkapan CSR

Pengungkapan CSR merupakan salah satu media yang digunakan untuk menunjukkan kepedulian perusahaan kepada masyarakat sekitar untuk mempertanggung jawabkan dampak operasinya dalam dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan serta terus menerus menjaga agar dampak tersebut menyumbang manfaat kepada masyarakat dan lingkungan hidup perusahaan (Oliver, 1991, Haniffa dan Cooke, 2005, Ani, 2007 dalam Machmud dan Djakman, 2008).

Penelitian ini menggunakan *content analysis* untuk mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pertimbangan menggunakan *content analysis* dalam penelitian ini karena penelitian ini berfokus pada luas atau jumlah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. *Content analysis* merupakan suatu metode kodifikasi teks (atau isi) dari suatu tulisan atau kategori tergantung pada kriteria yang dipilih (Weber, 1988 dalam Gabriela, 2011).

*Checklist* dilakukan dengan melihat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam enam kategori yaitu ekonomi, lingkungan, praktek tenaga kerja dan pekerjaan yang layak, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab produk. Kategori pada *checklist* berdasarkan pada indikator GRI (*Global Reporting Initiatives*). Keenam kategori tersebut terbagi dalam tujuh puluh Sembilan item pengungkapan. Penggunaan GRI (*Global Reporting Initiatives*) sebagai dasar item pengungkapan tanggung jawab sosial karena GRI (*Global*

*Reporting Initiatives*) telah diterima secara global sebagai suatu standar untuk mengungkapkan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan dimana GRI (*Global Reporting Initiatives*) membantu perusahaan untuk memutuskan apa yang akan diungkapkan dan bagaimana mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial perusahaan (Handayani, 2011).

*Checklist* dilakukan untuk setiap item yang diungkapkan oleh perusahaan (Sembiring, 2003). *Checklist* menggunakan pendekatan dikotomi yaitu nilai 1 akan diberikan jika setiap item tanggung jawab sosial perusahaan sesuai dengan indikator GRI (*Global Reporting Initiatives*). Akan tetapi, nilai 0 akan diberikan jika tidak terdapat item tanggung jawab sosial perusahaan yang sesuai dengan indikator GRI (*Global Reporting Initiatives*) (Novita dan Djakman, 2008; Nurkhin, 2009). Total *checklist* dihitung untuk mendapatkan jumlah item yang diungkapkan perusahaan. Indeks pengungkapan masing-masing perusahaan kemudian dihitung dengan membagi jumlah item yang diungkapkan perusahaan dengan jumlah item yang diharapkan diungkapkan perusahaan sesuai dengan indikator GRI (*Global Reporting Initiatives*) yaitu sebanyak tujuh puluh Sembilan item. Perhitungan indeks pengungkapan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan di Indonesia (Sembiring, 2003), adapun rumus perhitungannya adalah:

$$\text{CSDI} = \frac{V}{79}$$

Dimana: CSDI = Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

V = Jumlah item yang diungkapkan perusahaan

## 2. Pengungkapan CSR Dimensi relasi Karyawan

CSR dimensi karyawan didefinisikan sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap kesejahteraan para karyawannya baik secara fisik maupun non fisik. Daftar pengungkapan CSR dimensi karyawan menggunakan daftar item *Golden Hope Plantation Berhad* (GHPB) yang terdiri dari enam komponen yaitu kesehatan, pelatihan, kepuasan, profil karyawan, opsi saham bagi karyawan, dan keamanan. Rumus untuk mengukur pengungkapan CSR dimensi karyawan yaitu:

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

Keterangan:

ERCSR D = Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi karyawan

n = Jumlah item pengungkapan yang dipenuhi

k = Jumlah semua item yang mungkin dipenuhi

k = 6

## 3. Pengungkapan CSR dimensi keterlibatan dengan komunitas

CSR dimensi keterlibatan dengan komunitas merupakan aktivitas perusahaan dalam rangka ikut membangun kesejahteraan sosial dilingkungan perusahaan. Pengungkapan CSR dimensi keterlibatan dengan komunitas menggunakan daftar item *Golden Hope Plantation Berhad* (GHPB) yang terdiri dari enam komponen yaitu donasi, pemberian derma, program beasiswa, sponsor untuk kegiatan olahraga, mendukung kebanggaan nasional, dan proyek publik. Rumus untuk mengukur pengungkapan CSR dimensi keterlibatan dengan komunitas yaitu:



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

Keterangan:

CICSRD = Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan  
dimensi keterlibatan komunitas

n = Jumlah item pengungkapan yang dipenuhi

k = Jumlah semua item yang mungkin dipenuhi

k = 6

#### 4. Pengungkapan CSR dimensi produk

CSR dimensi produk merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap pihak yang mengkonsumsi produk yang dihasilkannya. Pengungkapan CSR dimensi produk menggunakan daftar item *Golden Hope Plantation Berhad* (GHPB) terdiri dari empat komponen yaitu pengembangan produk, keamanan produk, kualitas produk, dan layanan pelanggan. Rumus untuk mengukur pengungkapan CSR dimensi produk yaitu:

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

Keterangan:

PCSRD = Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi  
produk

n = Jumlah item pengungkapan yang dipenuhi

k = Jumlah semua item yang mungkin dipenuhi

k = 4

## 5. Pengungkapan CSR dimensi lingkungan

CSR dimensi lingkungan didefinisikan sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap kelestarian lingkungan alam. Pengungkapan CSR dimensi lingkungan menggunakan daftar item *Golden Hope Plantation Berhad* (GHPB) yang terdiri dari empat komponen yaitu pengendalian polusi, program perbaikan dan pencegahan, bahan daur ulang, dan prestasi dalam program lingkungan. Rumus untuk mengukur pengungkapan CSR dimensi lingkungan yaitu

$$ECSR D = n / k$$

Keterangan:

ECSR D = Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi lingkungan

n = Jumlah item pengungkapan yang dipenuhi

k = Jumlah semua item yang mungkin dipenuhi

k = 4

### 3.2 Populasi dan Penentuan Sampel

Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar (*listing*) di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2010 – tahun 2012. Perusahaan manufaktur dipilih sebagai populasi penelitian karena perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang relatif lebih banyak memiliki dampak pada lingkungan dibandingkan dengan perusahaan jasa atau dagang, dan merupakan jumlah perusahaan dalam satu populasi yang cukup besar (Nelhendra, 2009).

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

1. Perusahaan Manufaktur yang menerbitkan laporan tahunan (*annual report*) yang lengkap selama tahun 2010-2012 secara berturut-turut. Data dari perusahaan-perusahaan yang memenuhi kriteria selama periode pengamatan akan digabungkan dan dijadikan sebagai sampel penelitian (metode *pooling data* atau penggabungan data). Keunggulan pengumpulan data secara *pooling data* adalah kemungkinan diperolehnya jumlah sampel yang lebih besar yang diharapkan dapat meningkatkan *power of test* dari penelitian ini (Kuncoro, 2004 dalam Kaweny, 2007).
2. Perusahaan manufaktur yang melakukan pengungkapan CSR pada periode tahun 2010 dan 2011. Alasan pemilihan sampel berdasarkan pengungkapan CSR adalah agar dapat melihat pengaruh pengungkapan CSR terhadap besar persentase kepemilikan institusional pada periode tahun sesudah melakukan pengungkapan CSR. Artinya dengan pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan pada periode tahun 2010 dan 2011, maka akan dapat dilihat pengaruhnya terhadap besar persentase kepemilikan institusional pada periode tahun 2011 dan 2012.

3. Perusahaan mempunyai kepemilikan instusional pada periode tahun 2011 dan 2012. Alasan pemilihan sampel berdasarkan kepemilikan institusional adalah agar dapat melihat secara spesifik pengaruh pengungkapan CSR terhadap kepemilikan institusional yang ditinjau dari besarnya kepemilikan saham oleh investor institusional di perusahaan. Selain itu, adanya kepemilikan institusional juga digunakan untuk melengkapi pengukuran variabel dalam penelitian ini yaitu persentase kepemilikan institusional.

### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berupa data laporan tahunan (*annual report*) perusahaan manufaktur pada periode pelaporan tahun 2010-tahun 2012. *Annual report* tersebut didapat melalui pojok Bursa Efek Indonesia (BEI) Universitas Diponegoro dan juga melalui *website* [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

Teknik atau metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi. Metode dokumentasi adalah penggunaan data atau informasi subjek, objek, atau dokumen yang sudah ada, Arikunto (2002) dalam (Ratnasari, 2011). Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan penelusuran dan pencatatan informasi yang diperlukan dari data sekunder yaitu *annual report* (laporan tahunan) perusahaan.

### **3.5 Metode Analisis**

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Pengujian regresi berganda dapat dilakukan setelah model dari

penelitian ini memenuhi syarat–syarat lolos dari asumsi klasik. Syarat-syarat tersebut harus terdistribusi secara normal, tidak mengandung multikolinearitas, dan heterokedastitas. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolearitas, uji normalitas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedisitas sebelum melakukan pengujian hipotesis. Selain itu, perlu dilakukan analisis statistik deskriptif untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai suatu data.

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

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data sehingga menjadikan sebuah informasi yang lebih jelas dan mudah untuk dipahami, yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), median, modus, standar deviasi, nilai maksimum, dan nilai minimum (Ghozali, 2007). Statistik deskriptif menyajikan ukuran-ukuran numerik yang sangat penting bagi data sampel. Uji Statistik deskriptif tersebut dilakukan dengan program SPSS 21.

### **3.5.2 Pengujian Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui kelayakan penggunaan model dalam penelitian ini. Pengujian ini juga bertujuan untuk memastikan bahwa di dalam model regresi tidak terdapat multikolinearitas, heterokedastisitas, autokorelasi serta untuk memastikan bahwa data yang dihasilkan berdistribusi normal (Ghozali, 2005). Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, data yang diperoleh dalam penelitian ini diuji terlebih dahulu untuk memenuhi asumsi dasar.

Pengujian yang akan dilakukan pada penelitian ini antara lain : (1) menguji normalitas data dengan membaca grafik histogram, grafik Normal P-Plot dan

melakukan *one sample* Kolmogorov Smirnov, (2) menguji heteroskedastisitas dengan menggunakan Grafik Scatterplot dan Uji Glejser, (3) menguji multikolonieritas dengan melihat *tolerance value* dan *variance inflation factor* (VIF), dan (4) menguji autokorelasi dengan menggunakan Uji Durbin-Watson (statistic-d).

### 3.5.2.1 Uji Normalitas

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

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

### 3.5.2.2 Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi dapat dilihat dari (1)

nilai *tolerance* dan lawannya (2) *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan ukuran setiap variabel independen manakala yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya (Ghozali, 2007).

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

### 3.5.2.3 Uji Autokorelasi

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

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

4. Bila nilai DW terletak antara batas atas ( $du$ ) dan batas bawah ( $dl$ ) atau DW terletak antara  $(4-du)$  dan  $(dl)$ , maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

#### **3.5.2.4 Uji Heteroskedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2007). Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik plot antara variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya yaitu SRESID. Menurut Ghozali (2007), deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang diprediksi, dan sumbu X adalah residual ( $Y$  prediksi –  $Y$  sesungguhnya) yang telah di *studentized*. Dasar analisisnya adalah:

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

#### **3.5.3 Persamaan Regresi Linear Berganda**

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini yaitu pengujian pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, CSR dimensi karyawan, CSR dimensi keterlibatan dengan komunitas, CSR dimensi produk, dan CSR dimensi lingkungan terhadap kepemilikan institusional. Model yang digunakan untuk



menguji pengaruh variabel-variabel secara spesifik terhadap kepemilikan institusional dalam penelitian ini dinyatakan dalam persamaan regresi di bawah ini:

$$Y = +b_1 \text{ CSR} + b_2 \text{ ER} + b_3 \text{ CI} + b_4 \text{ PR} + b_5 \text{ EN} + e$$

Keterangan:

Y = Kepemilikan Instutional

= Konstanta

b<sub>1</sub>- b<sub>5</sub> = Koefisien Regresi

CSR = tanggung jawab sosial perusahaan

ER = Dimensi CSR hubungan dengan karyawan

CI = Dimensi CSR keterlibatan dengan komunitas

PR = Dimensi CSR produk

EN = Dimensi CSR Lingkungan

e = Error Term

#### 3.5.4 Uji Hipotesis

Alat pengujian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisi regresi berganda. Regresi berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh antar variabel independen maupun dependen Metode statistik digunakan dengan tingkat taraf signifikansi = 0,05 artinya derajat kesalahan sebesar 5%. Uji statistik yang dilakukan adalah:

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

Uji koefisien determinasi merupakan uji model. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel

dependen. Dari sini akan diketahui seberapa besar variabel dependen. Dari sini akan diketahui seberapa besar variabel dependen mampu dijelaskan oleh variabel independen, sedangkan sisanya dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar model. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen hampir memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2007).

**b) Uji F (Uji Simultan)**

Uji statistik F merupakan uji model yang menunjukkan apakah model regresi fit untuk diolah lebih lanjut. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 (=5%). Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikansi  $f > 0,05$  maka hipotesis diterima (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara simultan keempat variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi  $f < 0,05$  maka hipotesis ditolak (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara simultan keempat variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

**c) Uji t (Uji Parsial)**

Pengujian ini pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2006). Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ( =5%). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikansi  $t > 0,05$  maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi  $t \leq 0,05$  maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.