

## Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility terhadap institutional ownership pada perusahaan high-profile yang listing di bursa efek Indonesia

Indah Shafirah Pratama<sup>1</sup>, Dwi Risma Deviyanti<sup>2✉</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, Samarinda.

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengungkapan CSR terhadap Institutional ownership. Dengan dimensi pengungkapan CSR berdasar indeks GHPB yakni terdiri dari empat kategori dimensi: Dimensi hubungan karyawan, hubungan masyarakat, produk, dan lingkungan. Penelitian ini menggunakan populasi seluruh perusahaan dengan kategori high-profile yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2019. Berdasarkan metode purposive sampling diperoleh 137 sampel perusahaan dengan sumber data laporan tahunan perusahaan. Alat analisis yang digunakan untuk olah data penelitian ini ialah program SPSS versi 24 dengan model analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya pengungkapan CSR dimensi hubungan karyawan yang berpengaruh positif signifikan terhadap Institutional ownership. Pengungkapan CSR dimensi hubungan masyarakat berpengaruh negatif signifikan terhadap Institutional ownership. Sedangkan CSR dimensi produk dan lingkungan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Institutional ownership.

**Kata kunci:** Pengungkapan CSR; hubungan karyawan; hubungan masyarakat; produk, lingkungan; institutional ownership

### *The effect of corporate social responsibility disclosure on institutional ownership in high-profile companies listed in the Indonesia stock exchange*

### Abstract

*This study aims to examine the effect of CSR disclosure on Institutional ownership. With dimensions of CSR disclosure based on the GHPB index, which consists of four dimensions categories: Dimensions of employee relations, public relations, products, and the environment. This study uses a population of all companies with high-profile categories listed on the Indonesia Stock Exchange in 2010-2019. Based on the purposive sampling method, 137 samples of companies were obtained using the company's annual report data source. The analytical tool used for this research is the SPSS version 24 program with multiple linear regression analysis model. The results showed that only CSR disclosure on employee relations dimensions had a significant positive effect on Institutional ownership. Disclosure of CSR dimensions of public relations has a significant negative effect on Institutional ownership. Meanwhile, product and environmental dimensions of CSR have a positive but not significant effect on Institutional ownership.*

**Key words:** *CSR disclosure; employee relation; community involvement; product; environment; Institutional ownership*

## PENDAHULUAN

Topik mengenai CSR sudah menjadi pembahasan yang cukup sering diperbincangkan di beberapa kesempatan. CSR dianggap sebagai satu langkah untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang diakibatkan oleh kehadiran perusahaan. Perusahaan yang dahulu hanya berorientasi pada keuntungan semata (profit-oriented) saat ini berlomba-lomba untuk menerapkan CSR yang sesuai dengan harapan para stakeholder, sehingga tidak hanya mementingkan kepentingan perusahaan semata tetapi juga mementingkan kesejahteraan masyarakat dan juga lingkungan.

Di Indonesia sendiri, kewajiban untuk melakukan tanggung jawab baik kepada lingkungan ataupun sosial sudah tertuang di dalam undang-undang. Perihal ini jelas diatur dalam UU Nomor 40 Tahun 2007 pasal 66 serta pasal 74 tentang Perseroan Terbatas. Regulasi pemerintah menimpa corporate social responsibility juga tertuang dalam Undang-Undang Nomor. 25 tahun 2007 pasal 15

(b) serta pasal 16 (d) tentang Penanaman Modal (UU PM). Serta yang terkini pemerintah menghasilkan Peraturan Pemerintah (PP) No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan ataupun sering diketahui golongan usaha sebagai Corporate Social Responsibility (CSR). Peraturan Pemerintah Nomor. 47/ 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial serta Lingkungan Perseroan Terbatas ini mengharuskan segala perusahaan yang melaksanakan aktivitas usaha dibidang ataupun yang memiliki keterkaitan dengan sumber energi alam agar dapat mengindahkan program CSR, serta mewajibkan perusahaan agar menambahkan aktivitas program CSR mereka dalam rencana kerja tahunan perusahaan.

Adapun salah satu dari beragam cara yang dapat dilakukan dalam pengukuran indeks pengungkapan CSR yakni yang akan dipakai di dalam penelitian ini yaitu pengungkapan CSR berdasarkan indikator Golden Hope Plantation Behard (GHPB) dengan total 20 item pengungkapan yang tergolong dalam 4 dimensi yaitu hubungan karyawan, hubungan masyarakat, produk, dan lingkungan. Penggunaan indikator GHPB sendiri dikarenakan dimensi-dimensi tersebut termasuk atau yang paling berkaitan dalam kepentingan *stakeholder*.

Penelitian ini menggunakan perusahaan yang berkategori high-profile. Menurut Hackston & J. Milne, (1996) perusahaan dikelompokkan atau terbagi menjadi 2 yakni high-profile industry dan low-profile industry. Contoh perusahaan high-profile meliputi, perusahaan pertambangan, produk makanan dan minuman, komunikasi, agribisnis, industri kimia serta transportasi. Perusahaan yang sensitivitasnya tinggi atas lingkungan, tingkat risiko politik yang tinggi, atau level persaingan yang kuat merupakan perusahaan yang termasuk dalam kategori high-profile (Utomo, 2000 dalam Purwanto, 2011). Selain daripada itu, perusahaan dengan kategori high-profile biasanya ialah perusahaan yang mendapat perhatian lebih dari masyarakat dikarenakan kegiatan operasional perusahaan yang memiliki kemungkinan dan potensi berhubungan dengan kepentingan masyarakat luas. Pada perusahaan dengan kategori high-profile diyakini perlu untuk melakukan pengungkapan kegiatan CSR-nya lebih baik dibandingkan perusahaan low-profile (Purwanto, 2011). Kelalaian dalam melakukan pengamanan produksi dapat berdampak fatal terhadap masyarakat. Pengungkapan CSR dapat dijadikan sebagai alat komunikasi untuk memperbaiki legitimasi yang dimiliki industri high-profile yang dianggap memberikan dampak sosial yang besar kepada lingkungannya. Dengan adanya pengungkapan CSR, perusahaan dapat menunjukkan bahwa mereka telah memberikan kompensasi kepada masyarakat atas dampak sosial yang telah terjadi.

Studi mengenai CSR memang sudah cukup sering dilakukan. Namun demikian, penelitian mengenai pengaruh dari pengungkapan CSR terhadap institutional ownership masih sedikit dilakukan di Indonesia. Penelitian ini dianggap penting karena masih banyak perusahaan yang belum sadar akan pentingnya CSR dan pengaruhnya terhadap Institutional Ownership. Perusahaan belum menyadari jika dengan melakukan CSR maka perusahaan bisa menaikkan reputasi serta branding, dan perihal itu penting untuk menjadi perhatian dalam industry service. Hal ini mampu untuk menurunkan tingkat resiko investasi serta mampu meningkatkan sustainability jangka panjang perusahaan, karena resiko investasi yang kecil sehingga menjadikannya sebagai daya tarik bagi investor.

Penelitian Rakhman & Laksito (2017) menunjukkan pengungkapan CSR (CSRSD) yang mempunyai arah pengaruh positif signifikan terhadap persentase jumlah kepemilikan saham (IO). Maka dapat diartikan yakni kegiatan CSR yang telah dilakukan dan kemudian diungkapkan oleh perusahaan akan menjadi pertimbangan keputusan investasi yang diambil oleh investor Institutional.

Namun pada variabel CSRD dimensi hubungan karyawan, hubungan masyarakat, serta dimensi produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah kepemilikan Institutional. Sebaliknya untuk variabel CSRD dimensi lingkungan menunjuk hasil adanya pengaruh positif juga signifikan terhadap kepemilikan Institutional.

Berbanding terbalik, penelitian dari Ricardo & Haryanto (2017) menunjukkan hasil yakni, pengungkapan CSR dimensi hubungan karyawan dan produk memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepemilikan Institutional. Sementara pengungkapan CSR dimensi keterlibatan masyarakat dan lingkungan tidak terdapat pengaruh yang positif juga signifikan terhadap kepemilikan institutional.

Dari hasil penelitian dan berdasar pada latar belakang yang telah dipaparkan diatas terlihat bahwa terdapat ketidakpastian pada tiap - tiap dimensi pengungkapan CSR yang dapat mempengaruhi institutional ownership perusahaan. Fenomena ini menjadi hal yang menarik untuk dapat diteliti secara mendalam. Sehingga penelitian selanjutnya yang akan saya lakukan berjudul Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Institutional Ownership Pada Perusahaan High-Profile Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010 – 2019.

### **Tinjauan Pustaka**

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

Teori legitimasi dikemukakan pertama kali oleh Dowling & Pfeffer (1975), ia menyatakan bahwa legitimasi dapat dikatakan sebagai manfaat atau sumber potensial bagi perusahaan agar mampu untuk dapat survive dan bertahan hidup. Teori legitimasi berakar pada gagasan perjanjian sosial antar korporasi dan masyarakat. Kelangsungan hidup dan pertumbuhan suatu perusahaan bergantung pada kemampuannya untuk menyampaikan tujuan yang diinginkan untuk mendistribusikan manfaat baik dalam bidang ekonomi, sosial, atau politik kepada masyarakat dimana ia memperoleh kekuatannya (Shocker & Sethi, 1973).

Teori legitimasi dinyatakan dengan memberikan gambaran bahwa terdapat perbedaan antar nilai-nilai menurut perusahaan dengan yang ada dalam masyarakat, oleh karenanya perusahaan akan dapat berada dalam posisi terancam apabila terdapat perbedaan tersebut atau dikenal sebagai legitimacy gap. Teori ini didasarkan pada pemikiran bahwa apabila masyarakat telah menyadari bahwa perusahaan beroperasi selaras dengan masyarakat itu sendiri maka kehadiran dari perusahaan tersebut akan dapat terus berlanjut. Ketidakpekaan terhadap kemungkinan dampak yang bisa terjadi atas aktivitas perusahaan, dinyatakan dapat menimbulkan adanya legitimasi gap (Lindawati & Puspita, 2015).

Keberadaan legitimacy gap juga bukan menjadi hal yang dengan mudahnya dapat dinilai. Hal penting yang perlu dilakukan perusahaan adalah usahanya dalam mengawasi nilai-nilai perusahaan agar sejalan dengan lingkungan sekitarnya sehingga dapat mengidentifikasi peluang munculnya legitimacy gap. Sebagai strategi legitimacy perusahaan dapat pula menyesuaikan nilai sosialnya maupun persepsi terhadap perusahaan. Sehingga perlu kiranya perusahaan menyadari aktivitas yang berada dalam kendalinya, menemui public atau masyarakat yang memiliki power, serta mengungkapkan informasi atas aktivitas CSR yang dilaksanakan perusahaan kepada publik sehingga dapat memberikan legitimacy kepada perusahaan dan juga mampu untuk menghindari terjadinya legitimacy gap dan (Neu, et al., 1998 dalam Ghazali dan Chariri, 2007). Hal semacam menjadi hal yang diperhatikan oleh investor institutional sebagai investor yang cenderung berinvestasi dalam waktu jangka panjang. Oleh karenanya investor institutional sangat jeli untuk melihat bagaimana suatu perusahaan mengupayakan legitimasinya.

#### **Teori Stakeholder (Stakeholder theory)**

Berdasarkan Teori stakeholder yang diungkapkan oleh Freeman (1994), di asumsikan bahwa kinerja perusahaan ditentukan oleh para pihak terkait yang memiliki kepentingan. Hal ini membuat perusahaan perlu lebih tegas saat akan melakukan pengambilan keputusan dan memberikan informasi serta diungkapkan dengan jelas dan bermanfaat bagi stakeholder. Gray et al., (2001) menyatakan pendapatnya yakni sustainability suatu perusahaan bergantung pada support yang diberikan stakeholder dan tentunya hal ini perlu untuk dapat diusahakan oleh perusahaan. Semakin kuat dukungan yang diberikan stakeholder, dapat meningkatkan usaha perusahaan agar mampu beradaptasi. Pengungkapan CSR dianggap mampu menjadi dialog penghubung antar perusahaan dan stakeholder-nya.

Pada dasarnya pemanfaatan sumber daya ekonomi oleh perusahaan juga mampu untuk dipengaruhi dan dikendalikan oleh stakeholder. Berdasar pada hal tersebut, kapasitas yang dimiliki atas sumber tersebut mampu menjadi penentu kekuatan stakeholder. Kekuatan yang dimaksud dalam hal ini yakni dapat berupa capability dalam penentuan penggunaan sumber ekonomi yang terbatas (modal dan tenaga kerja), akses media yang berpengaruh, kemampuan atas kontrol perusahaan, atau kemampuan dalam mempengaruhi konsumsi barang dan jasa (Deegan et al., 2000). Atas dasar bahwa sumber ekonomi yang penting bagi perusahaan dapat dikendalikan oleh stakeholder, maka perusahaan dapat meresponnya dengan cara memuaskan keinginan dan harapan stakeholder (Ullman, 1985 dalam Ghazali & Chariri, (2014). Berdasarkan argumen yang dipaparkan di atas, teori stakeholder secara eksplisit mempertimbangkan dampak harapan dari kelompok stakeholder atas kebijakan pengungkapan informasi aktivitas perusahaan merupakan suatu alat bagi manajemen untuk mengelola kebutuhan informasi yang diperlukan oleh berbagai stakeholder yang kuat seperti pemegang saham, karyawan perusahaan, investor konsumen, regulator, dan sebagainya. Berdasarkan dari uraian pernyataan yang telah dipaparkan diatas, penelitian ini kemudian akan menggunakan teori stakeholder (stakeholder theory) untuk menjelaskan dan mengembangkan hipotesis-hipotesis yang ada dan yang akan diuji.

### **Pengaruh Pengungkapan CSR Dimensi Hubungan Karyawan terhadap Institutional Ownership**

Adanya perhatian yang ditunjukkan dan hubungan relasi baik antar perusahaan dengan karyawannya tentu akan memberi pengaruh yakni meningkatnya loyalitas para karyawan sehingga kinerja yang diberikan lebih optimal. Menurut McGuire et al, (1998) dalam Ricardo & Haryanto (2017) loyalitas karyawan akan memberikan impact yang positif terhadap perusahaan dikarenakan karyawan akan lebih produktif, kreatif dalam berinovasi dan juga menurunkan biaya produksi sehingga mampu meningkatkan profit perusahaan. Baiknya hubungan dan relasi yang perusahaan miliki dengan karyawan mampu menghasilkan profitabilitas bagi perusahaan dan tentu dapat menarik minat investor khususnya investor institusi dalam menginvestasikan dananya kepada perusahaan.

Studi empiris terdahulu oleh Saleh et al., (2010) Hutapea & Prastiwi (2013) Ricardo & Haryanto (2017) menunjukkan hasil bahwa pengungkapan CSR dimensi hubungan karyawan dan produk memberikan pengaruh dengan arah pola positif signifikan terhadap institutional ownership, Namun demikian, Mahoney and Roberts (2007) dalam Saleh et al., (2010) menemukan adanya efek parsial signifikan negatif terhadap hubungan karyawan dan institutional ownership. Berdasarkan pemaparan di atas, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah.

H1: Pengungkapan CSR dimensi hubungan karyawan berpengaruh positif signifikan terhadap Institutional ownership.

### **Pengaruh Pengungkapan CSR Dimensi Hubungan Masyarakat terhadap Institutional Ownership**

Hubungan yang dibangun oleh perusahaan juga di nilai penting dalam menciptakan citra positif perusahaan khususnya dengan masyarakat sekitar. Selain itu diketahui bahwa masyarakat termasuk dari bagian stakeholder yang perlu diperhitungkan perusahaan. Mengingat bahwa konsumen potensial suatu perusahaan biasanya merupakan masyarakat sekitar. Program atas aktifitas CSR yang dikelola dengan tidak tepat dapat memunculkan resiko bagi aktifitas bisnis perusahaan. Misalnya seperti memburuknya citra perusahaan, gugatan terhadap legalitas izin atas kegiatan operasional yang dilakukan, hingga penurunan tingkat produktifitas para karyawan.

Program CSR menjadikannya satu dari banyaknya hal yang mampu disadari masyarakat bahwa adanya dampak baik dan positif yang akan diperoleh dengan berdirinya perusahaan tersebut disekitar mereka. Misalnya seperti pemberian donasi, program beasiswa, sponsorship untuk beberapa kegiatan, mengadakan program pelatihan, pembangunan fasilitas umum serta membuka kesempatan dan peluang yang seluas-luasnya untuk masyarakat agar dapat memiliki pekerjaan. Hal yang serupa dengan apa yang disampaikan dalam teori stakeholder yakni kehidupan kebermasyarakatan peningkatan eksistensi yang akan mampu mempengaruhi keputusan investor institutional dapat implementasikan dengan sebaik mungkin menjalankan aktivitas kegiatan CSR kepada masyarakat sekitar.

Dalam studi terdahulu oleh Saleh et al., (2010) ditemukan hasil negatif signifikan dari pengungkapan CSR dimensi hubungan masyarakat terhadap intitutional ownership yang juga sejalan dengan penelitian oleh Marietza & Alfredo, (2017). Sementara itu penelitian Cox et al., (2004) dalam

Saleh et al., (2010) memberikan hasil bahwa terdapat hubungan parsial dengan pola hubungan positif signifikan antara pengungkapan CSR dimensi hubungan masyarakat dengan investor jangka panjang. Berdasarkan pemaparan di atas, maka hipotesis penelitian ini dinyatakan sebagai berikut:  
H2 : Pengungkapan CSR dimensi hubungan masyarakat berpengaruh positif signifikan terhadap Institutional ownership.

### **Pengaruh Pengungkapan CSR Dimensi Produk terhadap Institutional Ownership**

Perusahaan saat menjalankan operasional bisnisnya dituntut agar selalu berinovasi untuk meningkatkan serta mengembangkan produknya agar sesuai dengan permintaan pasar dan mendapat keuntungan. Dengan memberikan concern lebih terhadap setiap kualitas produknya diharapkan dapat menarik para investor individu maupun investor institutional dalam menanamkan modalnya atau melakukan investasi pada perusahaan tersebut. Selain itu untuk dapat mampu meningkatkan daya jual produk kepada konsumen agar mengkonsumsi hasil produksi perusahaan adalah layanan pelanggan atau customer service yang responsif dan tanggap. Disampaikan oleh Kotler (2010) dalam Hutapea & Prastiwi (2013), dengan konsistensi yang ditunjukkan perusahaan pada penyampaian mutu pelayanannya dengan standard yang tinggi bisa menjadi strategi utama agar memiliki ciri khasnya dan memiliki pembeda dirinya sendiri. Hal ini dapat dikatakan sesuai dan sejalan dengan teori stakeholder bahwa perlunya perusahaan memperhatikan para stakeholder-nya termasuk para konsumen, tak terfokus hanya pada kepentingan dan keuntungan pribadi.

Studi empiris oleh Saleh et al., (2010) Hutapea & Prastiwi (2013) menunjukkan hasil positif signifikan pada pengaruh pengungkapan CSR dimensi produk terhadap kepemilikan Institutional. Namun hasil sebaliknya ditunjukkan dari penelitian oleh Marietza & Alfredo, (2017) yang menyatakan variabel pengungkapan CSR produk berpengaruh negatif signifikan terhadap kepemilikan Institutional, dengan alasan tidak terdapat dampak langsung dari pengungkapan aktivitas CSR yang dilakukan dengan produk perusahaan. Berdasarkan pemaparan tersebut di atas, maka hipotesis penelitian ini adalah:

H3: Pengungkapan CSR dimensi produk berpengaruh positif signifikan terhadap Institutional ownership

### **Pengaruh Pengungkapan CSR Dimensi Lingkungan terhadap Institutional Ownership**

Bagi perusahaan lingkungan perlu untuk mendapatkan perhatian yang lebih dalam pengungkapan CSR terutama bagi perusahaan dengan kegiatan operasi yang memanfaatkan dan berkaitan langsung dengan sumber daya alam. Perusahaan tanpa adanya program CSR terkait lingkungan yang dilakukan sebagai satu dari banyaknya hal yang menjadi perhatiannya akan berdampak pada sulitnya mendapat investor dengan jumlah investasi yang besar dan jangka waktu lama. Seperti yang diketahui bahwa investor institutional biasanya akan berinvestasi longterm period dengan jumlah yang besar (Kennon 2010 dalam Cahyati, 2014). Oleh karenanya maka wujud kepedulian perusahaan dalam program CSR terhadap lingkungan menjadi perhatian khusus bagi calon investor institutional. Tingginya tingkat kepedulian serta perhatian terhadap lingkungan dalam program CSR dilaksanakan dan diungkapkan perusahaan, maka juga semakin meningkatkan potensi investor institutional dalam menginvestasikan dananya.

Dilihat dari dimensi lingkungan, teori legitimasi menyatakan apabila perusahaan menunjukkan perhatian lebih atas lingkungan sekitarnya masyarakat pun tentu akan melihat citra yang positif dari perusahaan tersebut. Tidak terlepas dari yang disampaikan dalam teori stakeholder bahwa perlunya perusahaan memperhatikan para stakeholder-nya termasuk lingkungan dimasyarakat, dan tidak mementingkan kepentingan dan keuntungan pribadi.

Studi empiris oleh Hanggarwati & Mutmainah (2013) menyatakan, CSR dimensi lingkungan tidak secara signifikan memengaruhi institutional ownership namun memiliki pola hubungan positif atau berpengaruh. Hasil tersebut mendukung penelitian yang terlebih dahulu telah dilakukan Saleh et al., (2010) dan juga Cahyati, (2014) yang menyatakan hasil negatif signifikan pada variabel pengungkapan CSR dimensi lingkungan terhadap pengaruhnya pada kepemilikan institutional. Adapun penelitian dari Cox et al., (2004) Marietza & Alfredo, (2017) yang memberikan hasil yakni pengungkapan CSR dimensi lingkungan saling berhubungan positif dan juga dinyatakan signifikan pengaruhnya terhadap kepemilikan institutional. Berdasarkan pemaparan tersebut di atas, maka hipotesis penelitian ini:

H4: Pengungkapan CSR dimensi lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap Institutional ownership.

## **METODE**

### **Variabel Penelitian**

Variabel terikat pada penelitian ini adalah institutional ownership. Sedangkan variabel bebas diwakili pengungkapan CSR yang dibagi menjadi 4 dimensi pengungkapan yakni hubungan karyawan, produk, hubungan masyarakat, dan lingkungan. Penilaian skor pengungkapan CSR tersebut ditentukan berdasarkan pada indeks GHPB (Golden Hope Plntation Berhad). Content Analysis digunakan pada penelitian untuk melihat pengungkapan CSR yang terdapat serta disampaikan oleh perusahaan dalam annual reportnya. Adapun pertimbangan menggunakan content analysis dilakukan karena penelitian memiliki fokus pada jumlah atau luasnya perusahaan atas pengungkapan CSR-nya (Rinaldy, 2011). Setelahnya kemudian dilakukan checklist terhadap 4 dimensi pengungkapan CSR menggunakan indikator GHPB dengan jumlah 20 item pengungkapan, meliputi hubungan karyawan (6 item), hubungan masyarakat (6 item), product (4 item), dan lingkungan (4 item). Penggunaan indikator GHPB ini diadopsi dari penelitian sebelumnya oleh Saleh et al., (2010) terkait CSR dan kepemilikan institutional. Checklist daftar pengungkapan CSR kemudian diukur dengan pendekatan dikotomi dengan menggunakan variabel dummy yaitu:

Skor 0: Apabila perusahaan tidak mengungkapkan item pengungkapan CSR berdasarkan indikator GHPB.

Skor 1: Apabila perusahaan mengungkapkan item pengungkapan CSR berdasarkan indikator GHPB.

### **Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi dalam penelitian ini merupakan perusahaan berkategori high-Profile yang terdaftar (listed) di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2010-2019. Perusahaan high-profile merupakan perusahaan dengan tingkat sensitivitas tinggi terhadap lingkungan serta memiliki tingkat daya saing yang kuat, atau perusahaan yang mendapat sorotan lebih dari masyarakat atas kegiatan operasi perusahaan berpotensi memiliki keterkaitan dengan kepentingan masyarakat luas. Oleh karenanya perusahaan high-profile dianggap perlu mengungkapkan kegiatan CSR-nya lebih baik agar menarik minat investor institutional. Menurut Utomo (2000) dalam Purwanto (2011) perusahaan high-profile antara lain meliputi, perusahaan pertambangan, agribisnis, industri dasar dan kimia, otomotif, produk makanan dan minuman, komunikasi, transportasi serta layanan publik. Berdasarkan pada data bahwa terdapat sejumlah perusahaan berkategori high-profile tercatat di BEI selama tahun 2010-2019 yakni sebanyak 137 perusahaan yang kemudian menjadi populasi penelitian.

Dengan teknik penentuan sampel menggunakan metode purposive sampling, yakni penentuan sampel berdasarkan kriteria khusus agar mendapatkan representative sampel sesuai dengan kriteria yang ditentukan.

### **Metode Analisis**

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan model regresi linear berganda. Untuk menguji pengaruh variabel-variabel secara spesifik terhadap institutional ownership model yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan dalam persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1 \text{ CSRK} + b_2 \text{ CSRM} + b_3 \text{ CSRP} + b_4 \text{ CSRL} + e$$

Y = Institutional Ownership

$\alpha$  = Konstanta

b1- b4 = Koefisien Regresi

CSRK = Pengungkapan CSR dimensi hubungan dengan karyawan CSRM = Pengungkapan CSR dimensi hubungan masyarakat

CSRP = Pengungkapan CSR dimensi produk

CSRL = Pengungkapan CSR dimensi Lingkungan e = Error Term

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Regresi Linear Berganda

Model regresi linear berganda bertujuan memprediksi hasil hubungan fungsional dari lebih satu variabel independen terhadap satu variabel dependen. Model analisis regresi berganda berguna menguji pengaruh variabel CSRK, CSRM, CSRP, dan CSRL secara spesifik terhadap Institutional ownership. Hasil model analisis regresi berganda setelah outlier data dilihat ditabel berikut:

**Tabel 1.**  
 Analisis Regresi Berganda  
 Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.037	.058		.641	.523
	CSRK	.196	.049	.269	4,020	.000
	CSRM	-.232	.021	-.884	-10,912	.000
	CSRP	.035	.061	.064	.582	.562
	CSRL	.036	.030	.113	1,193	.236

Berdasarkan pada data diatas diperoleh model regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,037 + 0,196 \text{ CSRK} - 0,232 \text{ CSRM} + 0,035 \text{ CSRP} + 0,036 \text{ CSRL} + \epsilon$$

Atas persamaan regresi berganda tersebut maka dapat diinterpretasikan yakni sebagai berikut: Nilai konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 0,037 menunjukkan bahwasannya jika CSRK, CSRM, CSRP, dan CSRL bernilai 0 (nol) maka IO akan memiliki nilai sebesar 0,037 atau tetap tidak mengalami perubahan; Koefisien regresi CSRK dengan nilai sebesar 0,196 menunjukkan bahwasannya jika CSRK mengalami peningkatan 1 point maka IO akan mengalami kenaikan sebesar 0,196; Koefisien regresi CSRM dengan nilai sebesar -0,232 menunjukkan bahwasannya jika CSRM mengalami peningkatan 1 point maka IO akan mengalami penurunan sebesar 0,232; Koefisien regresi CSRP dengan nilai sebesar 0,035 menunjukkan bahwasannya jika CSRP mengalami peningkatan 1 point maka IO akan mengalami kenaikan sebesar 0,035; dan Koefisien regresi CSRL dengan nilai sebesar 0,036 menunjukkan bahwasannya jika CSRL mengalami peningkatan 1 point maka IO akan mengalami kenaikan sebesar 0,036.

### Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Pengujian hipotesis bertujuan mengetahui besarnya pengaruh signifikansi variabel CSRK, CSRM, CSRP dan CSRL secara parsial terhadap Institutional ownership (IO). Uji hipotesis dilakukan untuk melihat kebenaran dari prediksi hipotesis yang sebelumnya telah diajukan oleh penulis dalam penelitian ini yang mana dilakukan dengan melihat nilai  $\beta$  dan tingkat signifikansinya yakni 0,05. Hasil uji hipotesis setelah outlier data dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 2.**  
 Uji t  
 Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.037	.058		.641	.523
	CSRK	.196	.049	.269	4,020	.000
	CSRM	-.232	.021	-.884	-10,912	.000
	CSRP	.035	.061	.064	.582	.562
	CSRL	.036	.030	.113	1,193	.236

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat disimpulkan masing-masing hasil uji hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

Hasil analisis diperoleh nilai koefisien regresi untuk variabel X1 CSRK sebesar 0,196 yang berarti memberikan pengaruh positif dengan tingkat signifikansi 0,000 dimana kurang dari tingkat alpha 0,05. Hal ini menjelaskan bahwa CSRK memberikan pengaruh positif signifikan terhadap IO. Maka dapat disimpulkan H1 yang menyatakan pengungkapan CSR dimensi hubungan karyawan berpengaruh

positif signifikan terhadap Institutional ownership diterima;

Hasil analisis diperoleh nilai koefisien regresi untuk variabel X2 CSRM sebesar  $-0,232$  yang berarti memberikan pengaruh negative dengan tingkat signifikansi  $0,000$  dimana kurang dari tingkat alpha  $0,05$ . Hal ini menjelaskan bahwa CSRM memberikan pengaruh negative signifikan terhadap IO. Maka dapat disimpulkan H2 yang menyatakan pengungkapan CSR dimensi hubungan masyarakat berpengaruh positif signifikan terhadap Institutional ownership ditolak;

Hasil analisis diperoleh nilai koefisien regresi untuk variabel X3 CSRP sebesar  $0,035$  yang berarti memberikan pengaruh positif dengan tingkat signifikansi  $0,562$  dimana lebih dari tingkat alpha  $0,05$ . Hal ini menjelaskan bahwa CSRP memberikan pengaruh positif tidak signifikan terhadap IO. Maka dapat disimpulkan H3 yang menyatakan pengungkapan CSR dimensi produk berpengaruh positif signifikan terhadap Institutional ownership ditolak; dan

Hasil analisis diperoleh nilai koefisien regresi untuk variabel X4 CSRL sebesar  $0,036$  yang berarti memberikan pengaruh positif dengan tingkat signifikansi  $0,236$  dimana lebih dari tingkat alpha  $0,05$ . Hal ini menjelaskan bahwa CSRP memberikan pengaruh positif tidak signifikan terhadap IO. Maka dapat disimpulkan H4 yang menyatakan pengungkapan CSR dimensi lingkungan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Institutional ownership ditolak.

### **Pengaruh Pengungkapan CSR Dimensi Hubungan Karyawan terhadap Institutional Ownership**

Berdasarkan pada uji hipotesis yang telah dilakukan pada hipotesis pertama dalam penelitian ini memberikan hasil bahwa pengungkapan CSR dimensi hubungan karyawan secara positif signifikan memengaruhi Institutional ownership pada perusahaan, yang ditunjukkan dengan nilai koefisiensi yakni  $0,0196$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Sehingga hipotesis pertama pengungkapan CSR dimensi hubungan karyawan berpengaruh positif signifikan terhadap institutional ownership diterima.

Hasil ini sejalan dengan apa yang dihasilkan pada penelitian sebelumnya oleh (Ricardo & Haryanto, 2017) yang menerangkan bahwa pengungkapan CSR pada dimensi hubungan karyawan berhubungan positif dan memiliki pengaruh yang signifikan dengan institutional ownership. Hasil ini juga konsisten dengan hasil dari penelitian (Saleh et al., 2010) dan (Hanggarwati & Mutmainah, 2013) yang menjelaskan bahwasannya hubungan yang diberikan dari dimensi hubungan karyawan dan Institutional ownership yakni positif dan signifikan. Saleh et al., (2010) mengungkapkan bahwa hubungan positif antara dimensi hubungan karyawan dan institutional ownership dapat terjadi karena dimensi hubungan karyawan memiliki keterkaitan langsung dengan kinerja yang dihasilkan maupun kelangsungan usaha suatu perusahaan. Terciptanya loyalitas dari karyawan atas kegiatan CSR oleh perusahaan lebih kurangnya tentu akan memberikan dampak baik dan positif yakni terjalannya hubungan baik antar perusahaan dengan setiap karyawannya, kerja sama serta tim yang solid tentunya akan menarik dan menjadi nilai tambah untuk membangun keyakinan bagi para investor institusi agar menanamkan modalnya pada perusahaan, hal ini tentu akan memberi keuntungan terhadap perusahaan.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan teori legitimasi yang disampaikan oleh Dowling & Pfeffer (1975), bahwasannya legitimasi dapat dikatakan sebagai manfaat atau sumber potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup. Salah satunya dengan memberikan kesejahteraan bagi para karyawan yang mana dampaknya pun akan kembali ke perusahaan itu sendiri. Serta sesuai dengan stakeholder theory yang diterangkan oleh Ghozali & Chariri (2014) bahwa dukungan para stakeholder yang diberikan kepada perusahaan akan sangat berdampak dan mempengaruhi keberadaan perusahaan tersebut.

### **Pengaruh Pengungkapan CSR Dimensi Hubungan Masyarakat terhadap Institutional Ownership**

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan pada hipotesis kedua bahwa pengungkapan CSR dimensi hubungan masyarakat memberikan hasil negatif signifikan terhadap institutional ownership. Ditunjukkan dengan nilai koefisiensi yakni  $-0,232$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Sehingga hipotesis kedua pengungkapan CSR dimensi hubungan masyarakat berpengaruh positif signifikan terhadap institutional ownership ditolak. Dibuktikan dengan data sampel uji perusahaan PT Indo Acidatama Tbk tahun 2011 yang memberikan angka  $0,000$  untuk CSR dimensi hubungan masyarakat dengan jumlah kepemilikan saham institutional sebesar  $0,2094$ . Kemudian di tahun 2012 terdapat peningkatan pengungkapan CSR dimensi hubungan masyarakat menjadi  $0,5000$  namun terdapat pergerakan menurun pada kepemilikan saham Institutional menjadi  $0,1361$ . Artinya dengan



meningkatnya jumlah CSR dimensi hubungan masyarakat yang diungkapkan malah menurunkan jumlah investor Institusi, hal ini dimungkinkan adanya ketidakpuasan dari investor atas aktivitas atau pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan yang telah dilakukan oleh Hutapea & Prastiwi (2013), yang juga memberikan hasil yang sama untuk variabel pengungkapan CSR dimensi hubungan masyarakat terhadap pengaruhnya pada institutional ownership yakni negatif signifikan. Hasil tersebut disebabkan karena aktivitas CSR dalam hal hubungan masyarakat kurang menjadi faktor pertimbangan oleh para calon investor Institusi sebelum melakukan keputusan investasinya karena tidak terdapat dampak langsung terhadap profitabilitas perusahaan. Investor institutional tidak terlalu memperhatikan terhadap pengungkapan CSR pada hubungan masyarakat karena adanya pemikiran bahwa hubungan dan relasi yang dimiliki perusahaan dengan masyarakatnya tidak terlalu berpengaruh atas peningkatan nilai portofolio investor institusi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa teori legitimasi yang menjelaskan pentingnya suatu perusahaan memiliki legitimasi atau nilai yang baik di mata masyarakat sekitar perusahaan sehingga memberikan citra yang bagus dimata para investor tidak memberikan pengaruh positif terhadap minat investasi oleh investor Institusi. Sementara itu hasil penelitian ini juga tidak sejalan dengan apa yang telah dinyatakan oleh Gray et al., (2001) bahwa dukungan yang kuat dari para stakeholder akan terdapat pengaruhnya terhadap keberlangsungan perusahaan tersebut. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat pengecualian atas hal ini bahwasanya aktivitas CSR untuk hubungan dengan masyarakat sekitar tidak memberikan pengaruh pada keputusan investasi para investor Institutional.

#### **Pengaruh Pengungkapan CSR Dimensi Produk terhadap Institutional Ownership**

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan pada hipotesis ketiga dalam penelitian ini memberikan hasil pengungkapan CSR dimensi produk secara positif memengaruhi institutional ownership pada suatu perusahaan namun tidak signifikan, yang ditunjukkan dengan nilai koefisiensi yakni 0,035 dengan nilai signifikansi 0,562 > 0,05. Sehingga hipotesis ketiga pengungkapan CSR dimensi produk berpengaruh positif signifikan terhadap institutional ownership ditolak.

Hasil penelitian ini menguatkan hasil penelitian terdahulu oleh Cahyati, (2014) bahwa pada dimensi produk pengungkapan CSR ini memberikan pengaruh yang positif terhadap minat investasi oleh para investor institutional. Hal ini disebabkan karena produk merupakan cover utama saat menilai dan melihat suatu perusahaan. Perhatian yang lebih terhadap hasil produk yang diproduksi oleh suatu perusahaan merupakan kunci atas keberhasilan dari perusahaan tersebut. Produk berkualitas tinggi tentu akan meningkatkan penjualan suatu perusahaan dan berpengaruh terhadap profit perusahaan. Walaupun hal ini bisa dikatakan tidak menjadi penentu dan bukan merupakan faktor yang signifikan menjadi suatu tolak ukur ataupun acuan investor Institusi dalam melakukan keputusan investasinya. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa legitimasi yang baik atau citra suatu perusahaan tentu akan memberikan manfaat tersendiri bagi perusahaan tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah dikemukakan oleh Dowling & Pfeffer, (1975) terkait pernyataannya mengenai teori legitimasi. Adapun hasil ini memperkuat teori stakeholder yang dipaparkan oleh Ghazali & Chariri (2014) bahwa perlunya perusahaan memperhatikan para stakeholdernya termasuk para konsumen, yakni termasuk juga memberikan kualitas yang baik dan bermutu sehingga mampu menghadapi persaingan pasar.

#### **Pengaruh Pengungkapan CSR Dimensi Lingkungan terhadap Institutional Ownership**

Berdasarkan uji hipotesis yang dilakukan pada hipotesis keempat dalam penelitian ini memberikan hasil bahwa pengungkapan CSR dimensi lingkungan secara positif memengaruhi institutional ownership pada suatu perusahaan namun arah yang ditunjukkan tidak signifikan, yang ditunjukkan dengan nilai koefisiensi yakni 0,036 dengan nilai signifikansi 0,236 > 0,05. Sehingga hipotesis keempat pengungkapan CSR dimensi lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap Institutional ownership ditolak.

Penelitian ini memberi hasil yang selaras dengan penelitian yang dilakukan Hanggarwati & Mutmainah, (2013) yang memaparkan hasil bahwa pengungkapan CSR dimensi lingkungan tidak memengaruhi institutional ownership secara signifikan namun memiliki pola hubungan positif. Sementara itu berlawanan dengan hasil yang dipaparkan oleh Cox et al., (2004) yang menemukan bahwa pengungkapan CSR dimensi lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepemilikan institutional.

Hasil uji ini disebabkan terdapatnya dampak atau efek social langsung yang mampu ditimbulkan oleh aktivitas CSR perusahaan pada lingkungan pada meningkatnya efisiensi maupun efektivitas dalam perolehan profit perusahaan. Hal ini kemudian mampu membuat investor institutional berpikir bahwa aktivitas CSR perusahaan pada lingkungan tidak terlalu meningkatkan portofolio mereka sehingga investor institutional tidak terlalu concern terhadap pengungkapan CSR lingkungan sebelum melakukan keputusan investasinya.

Sejalan dengan yang disampaikan oleh Dowling & Pfeffer (1975) tentang pernyataannya mengenai teori legitimasi, hasil penelitian ini juga menjelaskan bahwa legitimasi yang dibangun oleh perusahaan dalam melakukan aktivitas CSR lebih kurang akan menambah citra baik dari perusahaan itu sendiri dan memberikan dampak positif. Serta terdapatnya perhatian kepada para stakeholdernya dalam hal ini menaruh concern lebih terhadap lingkungan dimana perusahaan itu berada akan memberikan jaminan tersendiri bagi kelangsungan perusahaan tersebut yang tentu menarik perhatian para investor khususnya investor Institusi yang biasanya akan berinvestasi dalam waktu jangka panjang.

## **SIMPULAN**

Variabel pengungkapan CSR dimensi hubungan karyawan memberi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap institutional ownership. Hasil dari penelitian ini menerangkan yang mana banyaknya pengungkapan CSR dimensi hubungan karyawan yang dilaksanakan dan kemudian diungkapkan perusahaan akan meningkatkan nilai dari perusahaan dihadapan para stakeholder. Investor Institutional yang juga merupakan bagian dari stakeholder lebih tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang memberikan tanggung jawab sosial terhadap hubungannya dengan para karyawan. Karena loyalitas, produktivitas dan juga inovasi dari para karyawan yang akan memengaruhi jalannya kegiatan operasional suatu perusahaan. Kegiatan operasional perusahaan yang maksimal dan berjalan dengan baik tentu akan bisa menghasilkan profit yang tinggi dan menjadi daya tarik bagi investor Institutional.

Variabel pengungkapan CSR dimensi hubungan masyarakat berpengaruh negatif signifikan terhadap Institutional ownership. Hasil negatif signifikan ini cenderung menunjukkan adanya penurunan investasi oleh investor institutional pada perusahaan yang mengungkapkan aktivitas CSR dimensi hubungan masyarakat. Dimungkinkan terjadi ketidakpuasan yang didapat investor atas pengungkapan aktivitas CSR dimensi hubungan masyarakat yang dilakukan perusahaan sehingga hal ini menurunkan minat investor institusi dalam melakukan investasinya pada perusahaan.

Variabel pengungkapan CSR dimensi produk dan pengungkapan CSR dimensi lingkungan memberikan hasil positif namun tidak signifikan terhadap institutional ownership. Artinya pengungkapan CSR dimensi produk dan lingkungan berpengaruh terhadap meningkatnya jumlah investor dengan kepemilikan saham institutional hanya saja peningkatannya tidak signifikan atau bukan merupakan faktor utama yang dapat meningkatkan daya tarik investor institusi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Cahyati, A. D. (2014). Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Kepemilikan Institusional. *Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dian Nuswanto*, 5.
- Cox, P., Brammer, S., & Milington, A. (2004). An Empirical Examination of Institutional Investor Preferences for Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 52(1), 27–43.
- Deegan, C., Rankin, M., & Voght, P. (2000). Feature article Firms ' disclosure reactions to major social incidents : Australian evidence. *Accounting Forum*, 24(1), 101–130.
- Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). Organizational Legitimacy: Social Values and Organizational Behavior. *The Pacific Sociological Review*, 18(1), 122–136.
- Freeman, R. E. (1994). The Politics of Stakeholder Theory: Some Future Directions. *Business Ethics Quarterly*, 4(4), 410–421.
- Ghozali, I., & Chariri, A. (2014). pendekatan teori akuntansi. *Research Policy*.

- Gray, R., Javad, M., Power, D. M., & Sinclair, C. D. (2001). Social and environmental disclosure and corporate characteristics: A research note and extension. *Journal of Business Finance and Accounting*, 28(3–4), 327–356. <https://doi.org/10.1111/1468-5957.00376>
- Hackston, D., & J. Milne, M. (1996). Some Determinants of Social and Environmental Disclosures in New Zealand Companies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 9(1), 77–108. <https://doi.org/10.1108/09513579610109987>
- Hanggarwati, K. (2013). Analisis Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Institutional Ownership (Studi Empiris pada Perusahaan High Profile yang Listing di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2011). Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hanggarwati, K., & Mutmainah, S. (2013). Analisis Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Institutional Ownership. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 2(2), 1–9.
- Hutapea, R., & Prastiwi, A. (2013). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Kepemilikan Institusional. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 2(4), 1–12.
- Lindawati, A. S. L., & Puspita, M. E. (2015). Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder dan Legitimacy Gap dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 157–174. <https://doi.org/10.18202/jamal.2015.04.6013>
- Marietza, F., & Alfredo, D. Y. (2017). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Kepemilikan Institusional. *Jurnal Akuntansi*, 7(2), 71–86.
- Purwanto, A. (2011). Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi & Auditing*, 8(1), 12–29.
- Rakhman, I., & Laksito, H. (2017). Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Kepemilikan Institusional. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 6(1), 1–14.
- Ricardo, R. A., & Haryanto. (2017). Analisis Hubungan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan dan kepemilikan Institusional. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 6(1), 1–12.
- Rinaldy, Y. (2011). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Kepemilikan Institusional pada Perusahaan Berkategori High-Profile yang Listing Di Bursa Efek Indonesia. Universitas Diponegoro Semarang.
- Saleh, M., Hoq, M. Z., Zubayer, M., & Mahmud, K. T. (2010). The Effect of CSR Disclosure on Institutional Ownership. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences (PJCSS)*, 4(1), 22–39.
- Shocker, A. D., & Sethi, S. P. (1973). An Approach to Incorporating Societal Preferences in Developing Corporate Action Strategies. *California Management Review*, 15(4), 97–105. <https://doi.org/10.2307/41164466>