

JURNAL

AKUNTANSI & KEUANGAN

Volume 8, No. 1, Maret 2017

ISSN: 2087-2054

Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Hutang Pada Perusahaan Jasa Yang Listing Di BEI Tahun 2013-2015

Dedi Putra & Lilik Ramadhani

Penerapan CSR Pada Presepsi Mahasiswa Sebagai Pendukung CSR (*CSR Support*) Di Seluruh PTS Di Bandar Lampung

Muprihan Thaib, Ronny Nazar & Dedi Putra

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Auditor Switching* Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2015

Aminah & Alfiani Werdhaningtyas

Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aktiva, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal Perusahaan Pada Perusahaan *Real Estate And Property* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015

Angrita Denziana & Eilien Delicia Yunggo

Analisis Pengaruh Rasio Profitabilitas, Debt To Equity Ratio (DER) Dan Price To Book Value (PBV) Terhadap Harga Saham Perusahaan Pertambangan Di Indonesia

Khairudin & Wandita

Pengaruh *Intellectual Capital* Dan *Corporate Governance* Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Di Indonesia

Tia Rizna Pratiwi

JURNAL

AKUNTANSI & KEUANGAN

Volume 8, No. 1, Maret 2017

ISSN: 2087-2054

Dewan Pembina

Dr. Ir. M. Yusuf S. Barusman, M.B.A
Dr. Andala Rama Putra Barusman, S.E., M.A.Ec.

Penanggung Jawab

Dra. Rosmiaty Tarmizi, M.M.Akt. C.A

Pimpinan Redaksi

Dr. Angrita Denziana, S.E., M.M, Ak. C.A

Sekretaris Redaksi

Riswan, S.E., M.S.Ak
Haninun, S.E., M.S.Ak

Penyuting Ahli

Tina Miniawati, S.E., M.B.A. (Universitas Trisakti)
Dr. Khomsiyah, S.E., M.M. (Universitas Trisakti)
Dr. Lindrianasari, S.E., M.Si.Akt., C.A. (Universitas Lampung)
Sujoko Efferin, Mcom (Hons), MA(Econ), Ph.D. (Universitas Surabaya)

Penerbit

Universitas Bandar Lampung
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Akuntansi SENARAI-
Jurnal Akuntansi & Keuangan Terbit 2 kali setahun pada bulan Maret &
September

Artikel yang dimuat berupa hasil riset Empiris dan telaah teoritis konseptual yang kritis dalam kajian bidang akuntansi, auditing, perpajakan, dan keuangan.

Alamat Redaksi

Gedung G- Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bandar Lampung
Kampus A Jalan Z.A Pagar Alam No. 26 Labuan Ratu Bandar Lampung 35142
Telp: (0721) 701979, Fax: (0721) 701467, Email: *Prodi.akuntansi@ubl.ac.id*

JURNAL

AKUNTANSI & KEUANGAN

Volume 8, No. 1, Maret 2017

ISSN: 2087-2054

Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Hutang Pada Perusahaan Jasa Yang Listing Di BEI Tahun 2013-2015

Dedi Putra & Lilik Ramadhani

Penerapan CSR Pada Presepsi Mahasiswa Sebagai Pendukung CSR (*CSR Support*) Di Seluruh PTS Di Bandar Lampung

Muprihan Thaib, Ronny Nazar & Dedi Putra

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Auditor Switching* Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2015

Aminah, Alfiani Werdhaningtyas & Rosmiati Tarmizi

Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aktiva, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal Perusahaan Pada Perusahaan *Real Estate And Property* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015

Angrita Denziana & Eilien Delicia Yunggo

Analisis Pengaruh Rasio Profitabilitas, Debt To Equity Ratio (DER) Dan Price To Book Value (PBV) Terhadap Harga Saham Perusahaan Pertambangan Di Indonesia

Khairudin & Wandita

Pengaruh *Intellectual Capital* Dan *Corporate Governance* Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Di Indonesia

Tia Rizna Pratiwi

JURNAL

AKUNTANSI & KEUANGAN

Volume 8, No. 1, Maret 2017

ISSN: 2087-2054

Daftar Isi

	Halaman
Analisa Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Hutang Pada Perusahaan Jasa Yang Listing Di BEI Tahun 2013-2015 Dedi Putra & Lilik Ramadhani	1-17
Penerapan CSR Pada Presepsi Mahasiswa Sebagai Pendukung CSR (<i>CSR Support</i>) Efek Indonesia Periode 2012-2014 Muprihan Thaib, Ronny Nazar & Dedi Putra	18-35
Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Auditor Switching</i> Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia 2010-2015 Aminah, Alfiani Werdhaningtyas & Rosmiati Tarmizi	36-50
Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aktiva, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal Perusahaan Pada Perusahaan <i>Real Estate And Property</i> Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015 Angrita Denziana & Eilien Delicia Yunggo	51-67
Analisis Pengaruh Rasio Profitabilitas, Debt To Equity Ratio (DER) Dan Dan Price To Book Value (PBV) Terhadap Harga Saham Perusahaan Perusahaan Di Indonesia Khairudin & Wandita	68-84
Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> Dan <i>Corporate Governance</i> Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Di Indonesia Tia Rizna Pratiwi	85-97

JURNAL

AKUNTANSI & KEUANGAN

Volume 8, No. 1, Maret 2017

ISSN: 2087-2054

Informasi Kebijakan dan Selingkung Berkala

I. Kebijakan editorial

JURNAL Akuntansi & Keuangan adalah sebuah berkala yang dipublikasikan oleh Universitas Bandar Lampung, yang bertujuan untuk menjadi wadah kreatifitas para akademisi, profesional, peneliti, dan mahasiswa di bidang Akuntansi dan Keuangan termasuk juga bidang Auditing, Sistem Informasi Akuntansi, Tata kelola Perusahaan, Perpajakan, Akuntansi Internasional, Akuntansi Managemen, Akuntansi Keperilakuan, Pasar Modal dan lain sebagainya. Topik yang semakin meluas di bidang kajian riset Akuntansi diakomodir publikasinya di dalam berkala ini.

Paper yang akan dipublikasikan di dalam berkala **JURNAL** Akuntansi & Keuangan harus ditulis di dalam bahasa Indonesia yang baik dan sesuai dengan EYD. Semua instrumen yang digunakan untuk memperoleh data penelitian harus dimasukkan di dalam lampiran paper penelitian, paling tidak, penulis bersedia memberikan klarifikasi atas instrumen yang digunakan saat ada permintaan dari peneliti lainnya.

Sekretariat Editor Berkala

Gedung F - Fakultas Ekonomi Universitas Bandar Lampung

Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi

Kampus A Jalan Z.A. Pagar Alam No. 26 Labuhan Ratu Bandar Lampung 35142

Telp.: (0721) 701979, Fax.: (0721) 701467, Email:

II. Petunjuk penulisan

Artikel yang dikirim ke **JURNAL** Akuntansi & Keuangan harus mengikuti petunjuk seperti berikut:

1. Naskah merupakan naskah asli yang belum pernah diterbitkan atau sedang dilakukan penilaian pada berkala lain. Naskah ditulis dalam bahasa Indonesia dengan jarak 1 spasi, sepanjang 20-30 halaman kertas A4 dengan tipe huruf Times New Roman.. Naskah dikirim atau diserahkan ke sekretariat **JURNAL** Akuntansi & Keuangan rangkap satu disertai disket berikut dengan biodata penulis dan alamat lengkap (kantor dan rumah) pada lembaran yang terpisah dari halaman pertama artikel.
2. Judul naskah dapat ditulis dengan menggambarkan isi pokok tulisan, dan atau ditulis secara ringkas, jelas, dan menarik.
3. Nama Penulis disertai catatan kaki tentang profesi dan lembaga tempat penulis bekerja dalam naskah yang telah diterima untuk diterbitkan.
4. Abstrak ketik satu spasi, tidak lebih dari 250 kata dalam bahasa Inggris. Abstrak memuat tujuan penelitian, isu, permasalahan, sampel dan metode penelitian, serta hasil dan simpulan (jika memungkinkan).

5. Pendahuluan berisikan uraian tentang latar belakang masalah, ruang lingkup penelitian, dan telaah pustaka yang terkait dengan permasalahan yang dikaji, serta rumusan hipotesis (jika ada). Uraian pendahuluan maksimum 10% total halaman.
6. Untuk penelitian kuantitatif,
 - a. Telaah Literatur dan Pengembangan Hipotesis memuat paling tidak satu buah teori yang menjadi dasar pemikiran penelitian. Hipotesis dikembangkan menggunakan asumsi dasar teori dan hasil penelitian sebelumnya. Telah literatur maksimum 40 % total halaman.
 - b. Metodologi Penelitian meliputi uraian yang rinci tentang bahan yang digunakan, metoda yang dipilih, teknik, dan cakupan penelitian. Uraian bahan dan metoda maksimum 20 % total halaman.
7. Untuk penelitian kualitatif menyesuaikan dengan metodologi kualitatif.
8. Hasil dan Pembahasan merupakan uraian obyektif dari-hasil penelitian dan pembahasan dilakukan untuk memperkaya makna hasil penelitian. Uraian hasil dan pembahasan minimum 25 % total halaman.
9. Simpulan yang merupakan rumusan dari hasil-hasil penelitian. Harus ada sajian dalam satu kalimat inti yang menjadi simpulan utama. Simpulan maksimum 10% dari keseluruhan lembar artikel.
10. Referensi (Daftar Pustaka) ditulis berurutan berdasarkan alphabetical, disusun menggunakan suku kata terakhir dari nama penulisnya, atau institusi jika dikeluarkan oleh organisasi.
 - a. Buku: nama penulis, tahun penerbitan, judul lengkap buku, penyunting (jika ada), nama penerbit, dan kota penerbitan.
 - b. Artikel dalam buku: nama penulis, tahun penerbitan, judul artikel/tulisan, judul buku, nama penyunting, kota penerbitan, nama penerbit, dan halaman.
 - c. Terbitan berkala: nama penulis, tahun penerbitan, judul tulisan, judul terbitan (bila disingkat, sebaiknya menggunakan singkatan yang baku), volume, nomor, dan halaman.
 - d. Artikel dalam internet: nama penulis, judul, dan situsnya.
 - e. Tabel diberi nomor dan judul dilengkapi dengan sumber data yang ditulis dibawah badan tabel, diikuti tempat dan waktu pengambilan data.
 - f. Ilustrasi dapat berupa gambar, grafik, diagram, peta, dan foto diberi nomor dan judul.
11. Setiap referensi yang digunakan di dalam naskah artikel menggunakan petunjuk yang dirujuk pada The Indonesian Journal of Accounting Research, sebagai berikut:
 - A. Kutipan dalam tubuh naskah paper harus disesuaikan dengan contoh berikut:
 - I. Satu sumber kutipan dengan satu penulis (Brownell, 1981).
 - II. Satu sumber kutipan dengan dua penulis (Frucot dan Shearon, 1991).
 - III. Satu sumber kutipan dengan lebih dari satu penulis (Hotstede et al., 1990).
 - IV. Dua sumber kutipan dengan penulis yang berbeda (Dunk, 1990; Mia, 1988).
 - V. Dua sumber kutipan dengan satu penulis (Brownell, 1981, 1983).
 - VI. Dua sumber kutipan dengan satu penulis diterbitkan pada tahun yang sama (Brownell, 1982a, 1982b).
 - VII. Sumber kutipan dari lembaga harus dinyatakan dengan menggunakan akronim institusi (FASB, 1994)
 - B. Setiap artikel harus menulis referensi menggunakan panduan berikut:
 - I. Referensi harus tercantum dalam urutan abjad dari nama belakang penulis atau nama lembaga.

II. Referensi harus dinyatakan dengan urutan sebagai berikut: penulis (s) nama, tahun publikasi, judul kertas atau buku teks, nama jurnal atau penerbit dan nomor halaman. Contoh:

- a) Amerika Akuntansi Association, Komite Konsep dan Standar Laporan Keuangan Eksternal. 1977. Pernyataan tentang Teori Akuntansi dan Teori Penerimaan. Sarasota, FL: AAA.
- b) Demski, J. S., dan D. E. M. Sappington. 1989. Struktur hirarkis dan akuntansi pertanggungjawaban, *Jurnal Akuntansi Penelitian* 27 (Spring): 40-58.
- c) Dye, R. B., dan R. Magee. 1989. Biaya Kontijensi untuk perusahaan audit. Kertas kerja, Northwestern University, Evansto, IL.
- d) Indriantoro, N. 1993. Pengaruh Penganggaran Partisipatif Terhadap Prestasi Kerja dan Kepuasan Kerja dengan Locus of Control dan Dimensi Budaya sebagai Moderating Variabel. Ph.D. Disertasi. University of Kentucky, Lexington.
- e) Naim, A. 1997. Analisis Penggunaan Akuntansi Biaya Produk Dalam Keputusan Harga oligopolistik. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia* 12 (3): 43-50.
- f) Porcano, T. M. 1984a. Keadilan distributif dan Kebijakan Pajak. *Akuntansi Ulasan* 59 (4): 619-636.
- g) ----- . 1984b. Pengaruh Persepsi Kebijakan Pajak Niat Investasi Perusahaan. *The Journal of American Association Perpajakan* 6 (Fall): 7-19.
- h) Pyndyk, R. S. dan D. L. Rubinfeld. 1987. Model ekonometrik & Forecasts Ekonomi, 3rd ed. NY: McGraw-Hill Publishing, Inc.

12. Author(s) harus melampirkan CV, alamat email, alamat korespondensi dan pernyataan yang menyatakan pasal tersebut tidak sedang disampaikan kepada atau diterbitkan oleh jurnal lain dalam email tersebut dan /atau pos.

**PENERAPAN CSR PADA PRESEPSI MAHASISWA SEBAGAI PENDUKUNG CSR
(CSR SUPPORT) DI SELURUH PTS DI BANDAR LAMPUNG**

MUPRIHAN THAIB, S.SOS,M.M.
RONNY NAZAR, SE.,M.M.
DEDI PUTRA,SE,M.S.AK
(IBI DARMAJAYA, Lampung)
E-Mail : muprihant@ darmajaya.ac.id
E-Mail: ronnynazar@gmail.com
E-mail : dedi_kmh@yahoo.com

ABSTRAK

CSR is a social activities been held by the as a form of the responsibility of the company for the society, and environment. CSR refer to all ties what happened between a company with all stakeholders. Students as a community educated, have an important role to play in a community social even them in gave a more objective and intact about how an entity run correctly and without intersects with social norms.

Student predicted as a CSR support in giving hope to confidence in a person in support of whether or not certain a CSR in an entity. Alignment between hope students as a supporter of csr with the activities of CSR who was executed by the company would affect CSR company activities. Dimensions law, economic and ethical be hopeless area for a supporter of csr that the company being able to support development of the dimensions so that it becomes independent variable while support csr become the dependent variable for in this research. A method of this research use the model equation structural (structural equation unified / SEM) by using path analysis with smart software pls 2.0 .M3 .

Keywords: CSR support students

1. Latar Belakang

Corporate Social Responsibility (CSR) sering dianggap inti dari etika bisnis, yang berarti bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal (artinya kepada pemegang saham atau shareholder) tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (stakeholder) yang jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal. CSR merupakan suatu kegiatan-kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat luas dan lingkungan. Lebih lanjut CSR diartikan sebagai komitmen perusahaan untuk beroperasi secara legal dan etis yang berkontribusi pada peningkatan kualitas kehidupan karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas dalam kerangka mewujudkan sustainable development. CSR merujuk pada

semua hubungan yang terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholder*, termasuk didalamnya adalah pelanggan atau *customers*, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, supplier bahkan juga kompetitor. Ada dua pemetaan stakeholder, yaitu *wide sense stakeholder* dan *narrow sense stakeholder* (Freeman, 1983).

Mahasiswa sebagai sebuah komunitas terdidik, mempunyai peran yang penting dalam sebuah komunitas sosial. Mereka mempunyai pandangan yang objektif tentang bagaimana seharusnya sebuah entitas dijalankan. Terlebih mahasiswa yang mendalami bidang ekonomi dan bisnis. Dengan apa yang mereka dapatkan dalam materi perkuliahan, pemahaman tentang *Good Corporate Governance*, membantu mereka dalam memberikan opini yang objektif dan utuh tentang bagaimana sebuah entitas dijalankan dengan benar dan tanpa persimpangan dengan norma-norma sosial. Disitulah peran mahasiswa sebagai *wide-sense stakeholders*. Dalam gagasan *wide-sense of stakeholder* (Freeman, 1983) disebutkan :“*any identifiable group or individual who can affect the achievement of an organization’s objectives or who is affected by achievement or an organization’s objective*”.

Mahasiswa juga dapat dikategorikan sebagai *potential decision-maker*, yang dalam hal ini lulusan dari fakultas ekonomi dan bisnis, bekerja di banyak entitas bisnis, dan pada akhirnya menjadi seorang *decision maker*. Dalam perspektif *learning and growth* dalam *balanced score card*, seorang mahasiswa sebagai bakal calon pengambil keputusan, mempunyai pemahaman bagaimana entitas dijalankan dengan sebagaimana mestinya, dan proses itu mereka dapatkan ketika masih duduk di bangku kuliah. Dilihat dari perspektif *Customer*, mahasiswa merupakan *Actual Consumer* dalam kesehariannya. Mereka mengkonsumsi produk-produk entitas bisnis di sekelilingnya. Mereka memakai pulsa telepon genggam, mie instan, komputer, pakaian, buku, produk-produk *consumer* lainnya dalam keseharian mereka.

Ketika pemahaman tentang proses *Good Corporate Governance* baik oleh setiap mahasiswa yang akan menjadi manajer dalam fakultas ekonomi dan bisnis maka akan memungkinkan menjalankan Program CSR yang baik pula. Dengan banyaknya interaksi mahasiswa dengan entitas bisnis dalam kesehariannya, maka wajar mahasiswa dikategorikan sebagai *wide-sense of stakeholders*. Harapan mereka terhadap bagaimana sebuah proses kelangsungan perusahaan, terutama proses *corporate social responsibility* dijalankan, menjadi penting untuk diperhatikan.

CSR support merupakan harapan terhadap CSR yang merupakan kepercayaan terhadap proses *corporate social responsibility* yang dijalankan sehingga mempengaruhi keputusan seseorang untuk mendukung atau tidak mendukung kegiatan CSR. Keselarasan antara ekspektasi mereka terhadap CSR dan kegiatan CSR perusahaan akan mempengaruhi dukungan mereka terhadap kegiatan CSR.

Podnar dan Golob (2007) menunjukkan bahwa objek penelitian mengharapkan perusahaan untuk bertanggung jawab sesuai hukum dan menjalankan tanggung jawab *ethical-philanthropic*. Tanggung jawab *ethical-philanthropic* menjadi alasan utama bagi objek penelitian untuk mendukung kegiatan CSR perusahaan. Temuan lain adalah harapan terhadap *economic*

dimension of CSR tidak begitu penting bagi objek penelitian. Sejalan dengan fokus utama dalam proses *good governance* perusahaan. Proses *good governance* perusahaan merupakan kebutuhan sebagai *widesense stakeholder*, masyarakat pada umumnya, serta mahasiswa pada khususnya, walaupun tidak meneliti aspek *potential decision maker*, dimana hanya meneliti objek masyarakat awam saja. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yg dapat mengetahui penerapan penyaluran *Corporate Social Responsibility (CSR)* perusahaan publik kepada *stakeholders* terhadap persepsi mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis dalam hal mendukung CSR (*CSR Support*) perusahaan di seluruh PTS di Bandar Lampung. Dipilihnya mahasiswa sebagai objek penelitian karena mahasiswa mempunyai aspek *potential decision maker* dikemudian hari. Mahasiswa juga cenderung kritis terhadap permasalahan sosial dalam suatu perusahaan bahkan Negara.

II. Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis

2.1. Definisi dan Konsep *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Konsep CSR merupakan konsep yang sulit diartikan. Hal inilah yang membuat definisi CSR Sangatlah luas dan bervariasi. Pengertian CSR menurut Lord Holme dan Richard Watt, dalam Nor Hadi (2011) “CSR adalah komitmen berkelanjutan dari perusahaan yang berjalan secara etis dan memiliki kontribusi terhadap pembangunan untuk meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarga mereka, dan juga komunitas lokal serta masyarakat luas”

Pengertian lain dari konsep CSR yang berkaitan dengan ekonomi dengan menggunakan pendekatan definisi *shareholder model* yang dikemukakan oleh Friedman (1970), yang menyatakan bahwa :

“The Responsibility of a corporation is to conduct the bussines in accordance with (ownwers or shareholders) desires, which generally will be to make as much money as possible while conforming to thebasic rules of society, both those embodied in law and those embodied in ethical custom ”

Pada lingkungan bisnis masa sekarang, CSR masih bersifat normativ, karena belum ada hukum yang secara resmi memberlakukan CSR sebagai sebuah kewajiban semua perusahaan. Selain itu, konsep yang bervariasi membuat beberapa penginterpretasian akan definisi CSR yang berbeda-beda akan tetapi CSR mencakup pertanggungjawaban sebagai dampak pada aktivitas mereka pada lingkungan, pelanggan, pekerja, komunitas, *stakeholders*, dan pemakai lainnya.

2.2. Dimensi Dalam Konsep *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Menyadari akan tanggung jawab perusahaan terhadap kedua *stakeholders* tersebut, pemenuhan tanggung jawab terhadap *inside stakeholder* bisa saja lebih mudah ketimbang pihak lainnya. Hal

tersebut dikarenakan mereka (pimpinan, manajer, dan karyawan) berada di dalam perusahaan dan terlibat langsung dengan aktivitas bisnis perusahaan. Namun bagi *outside stakeholders*, perusahaan harus mengerahkan tenaga ekstra untuk memastikan bahwa mereka sudah memenuhi tanggung jawabnya sebagai *Good Corporate Governance*, tentang apakah perusahaan telah menunaikan kewajibannya kepada pemerintah, misalnya sebagai wajib pajak, pemenuhan pelaporan berkala seperti Laporan Keuangan dan Laporan Tahunan, dan sebagainya, sebagai salah satu kewajiban pemenuhan pelaporan sebagai perusahaan terbuka. Selain itu terhadap masyarakat lokal, apakah pada tempat beroperasinya perusahaan, telah membangun kesejahteraan dan membuka lapangan kerja bagi masyarakat sekitar. Dan yang terakhir, adalah tentang bagaimana perusahaan dapat menjangkau masyarakat luas dan memberikan kontribusi sebagai proses berkelanjutan (*on going process*).

Terdapat tiga jenis tanggung jawab perusahaan yang berbeda-beda kepada *stakeholder* yang harus dijalankan secara seimbang (Post et. al, 2002) yaitu:

a. *Economic*

Perusahaan korporasi dibentuk dengan tujuan untuk menghasilkan laba secara optimal. Berkaitan dengan hal tersebut, para pengelola perusahaan korporasi memiliki tanggung jawab ekonomi diantaranya kepada para pemegang saham dalam bentuk pengelolaan perusahaan yang menghasilkan laba. Laba tersebut sebagian diantaranya akan dibagikan kepada para pemegang saham dalam bentuk deviden dan sebagian laba lainnya (laba ditahan) yang akan meningkatkan nilai dari suatu perusahaan. Selain tanggung jawab kepada pemegang saham, perusahaan juga memiliki tanggung jawab kepada para kreditor untuk membayar pokok pinjaman dan bunga pinjaman yang jatuh tempo.

b. *Legal*

Perusahaan dalam menjalankan operasinya harus mematuhi berbagai peraturan perundang-undangan yang berlaku. Hukum dan peraturan dibuat agar perusahaan berjalan sesuai dengan harapan yang dimiliki masyarakat. Selain itu, juga membantu menciptakan “arena permainan bisnis” yang relatif adil.

c. *Etika Sosial*

Seperti yang dirumuskan oleh Kotler dan Lee (2005) “*corporate social responsibility is a commitment to improve community well being through discretionary business practices and contribution of corporate resources*”. Dalam rumusan tersebut berarti CSR merupakan komitmen perusahaan secara sukarela untuk turut meningkatkan kesejahteraan komunitas.

Menanggapi hal tersebut, perusahaan harus pula memikirkan tentang bagaimana melaksanakan tanggung jawabnya kepada masyarakat luas. Salah satu diantara banyak cara untuk memenuhi tanggung jawab tersebut adalah dengan melakukan tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility*.

2.3. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Penelitian Terdahulu	Hasil
1	Podnar, K. and Golob, U. (2007), “ <i>CSR expectations: the focus of corporate marketing</i> ” <i>Corporate Communications: An International Journal</i> Vol. 12 No. 4, 2007 pp. 326-340	Penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana harapan tujuan CSR terkait dengan dukungan untuk CSR. Mirip dengan penelitian lain yang menemukan bahwa konsumen yang lebih muda cenderung lebih sadar sosial (De Pelsmacker et al., 2005) hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen dari sampel umumnya memiliki harapan yang tinggi untuk CSR. Paling Temuan menarik untuk pemasaran perusahaan adalah bahwa individu, di atas semua, mengharapkan perusahaan untuk bertanggung jawab secara hukum dan mematuhi harapan etika-filantropis. Dimensi ekonomi tampaknya kurang penting yang mengimplikasikan bahwa perbedaan budaya antara para pemangku kepentingan dari berbagai negara ada (Katz et al, 2001;. Maignan, 2001).
2	Maignan, I. (2001), “ <i>Consumers’ perceptions of corporate social responsibilities: a cross-cultural comparison</i> ”, <i>Journal of Business Ethics</i> , Vol. 30 No. 1, pp. 57-72	Berdasarkan survei konsumen yang dilakukan di Perancis, Jerman, dan Amerika Serikat, studi ini menyelidiki kesiapan konsumen untuk mendukung organisasi yang bertanggung jawab secara sosial dan memeriksa evaluasi mereka dari tanggung jawab ekonomi, hukum, etika, dan filantropis perusahaan. Konsumen Perancis dan Jerman tampak lebih bersedia untuk secara aktif mendukung bisnis yang bertanggung jawab daripada rekan-rekan mereka di AS. Sementara konsumen AS menghargai tanggung jawab ekonomi yang sangat korporasi, konsumen Perancis dan Jerman yang paling khawatir tentang bisnis sesuai dengan standar hukum dan etika. Temuan ini memberikan petunjuk yang berguna untuk

		manajemen yang efisien dari inisiatif tanggung jawab sosial lintas batas dan untuk pertanyaan akademis lebih lanjut.
3	Freeman, R. Edward. (1983) “ <i>Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance</i> ” <i>California Management Review</i> (pre-1986); Spring 1983; 25, 000003; ABI/INFORM Global pg. 88	Tujuan penelitian ini adalah untuk menunjukkan bagaimana konsep stakeholders dalam suatu organisasi dapat digunakan untuk memahami tugas-tugas dewan direksi. penulis berpendapat bahwa pendekatan voluntaristik pertanyaan tata kelola perusahaan yang berfokus pada perilaku direktur yang efektif adalah lebih baik untuk perubahan struktural melalui legislation.

2.4. Hipotesis Penelitian

Mahasiswa yang merupakan *wide sense stakeholder* merupakan bagian bagi masyarakat. Mahasiswa masih cenderung idealis dan mementingkan kepentingan bersama. Hal ini dapat dilihat dengan seringnya demo-demo dilakukan untuk mengkritisi kebijakan pemerintah yang kurang berpihak kepada masyarakat seperti kenaikan BBM dan bahan pokok. Ekspektasi ekonomi mahasiswa menjadi penting sehingga dapat diketahui pengaruh terhadap dukungannya terhadap CSR perusahaan. Dapat dirumuskan hipotesis :

H₁ : Presepsi mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis terhadap dimensi ekonomi CSR perusahaan akan berpengaruh negatif terhadap dukungan (*Support*) CSR mereka pada sebuah perusahaan.

Ekspektasi terhadap dimensi legal dari CSR dapat diartikan sebagai harapan masyarakat agar sebuah perusahaan menaati peraturan perundang-undangan dalam proses keberlangsungan hidup entitas tersebut. Dalam pemetaan teori stakeholder, mahasiswa sebagai *wide-sense of stakeholder* merupakan bagian dari masyarakat yang memperhatikan batasan-batasan hukum yang harus di patuhi oleh perusahaan. Perlu diketahui ekspektasi mahasiswa tentang dimensi legal dari CSR perusahaan. Hasil dari penelitian Podnar dan Golob (2007) menunjukkan bahwa ekspektasi legal masyarakat di Slovenia menunjukkan pengaruh positif terhadap CSR support. Karena ideology negara Eropa yang communitarian cenderung sama dengan masyarakat kita yang menjunjung tinggi nilai kebersamaan maka dapat disimpulkan hipotesis :

H₂ : Presepsi mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis terhadap dimensi hukum CSR perusahaan berpengaruh positif terhadap dukungan CSR mereka pada sebuah perusahaan.

Ekspektasi dimensi etika CSR dari masyarakat terhadap sebuah perusahaan muncul karena adanya rasa kepedulian antara seorang individu terhadap individu lainnya dalam sekumpula masyarakat (Maignan, 2001). Hal ini didasari atas nilai kebersamaan yang tinggi dan *ideology communitarian* yang cenderung mementingkan kepentingan bersama. Penelitian Maignan (2001) dilakukan di negara Jerman dan Perancis yang masyarakatnya mempunyai latar belakang *communitarian*. Masyarakat Indonesia juga memiliki rasa kebersamaan yang tinggi. Nilai-nilai budaya orang timur yang masih melekat dalam masyarakat Indonesia menjadikan masyarakat

kita masih menjunjung tinggi garis-garis tegas norma dan nilai-nilai yang harus ditaati. Begitu juga mahasiswa yang merupakan bagian dari masyarakat Indonesia, maka dapat disimpulkan hipotesis :

H₃ : Semakin tinggi persepsi dimensi etika CSR mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis maka akan berpengaruh positif terhadap dukungan CSR mereka pada perusahaan

Costemer cenderung untuk menggabungkan harapan dan kekhawatiran mereka dalam perilaku mereka terhadap perusahaan (Klein et al, 2002;.. Maignan et al, 2005). Harapan pelanggan tentang tindakan CSR mempengaruhi cara pelanggan akan bersikap terhadap perusahaan (Creyer dan Ross, 1997; Nebenzahl et al, 2001.). Creyer dan Ross (1997) menemukan bahwa sejauh mana konsumen akan pahala atau menghukum perilaku perusahaan merupakan fungsi dari harapan CSR dan pentingnya dirasakan perilaku etis dari perusahaan. Selain itu, respon individu tergantung pada kesesuaian antara harapan dan tindakan perusahaan (Dawkins dan Lewis, 2003; Hallahan, 2001). Telah dilaporkan bahwa orientasi CSR meningkatkan kepuasan karyawan, motivasi, dan komitmen (Aguilera et al, 2004;.. Kohli dan Jaworski, 1990) serta komitmen dari pelanggan dan kesediaan mereka untuk membayar (De Pelsmacker et al, 2005.). Banyak pelanggan bersedia untuk menekan perusahaan untuk berperilaku lebih bertanggung jawab dalam bentuk seperti boikot pelanggan. Berbeda dengan boikot, pelanggan juga dapat mengekspresikan keprihatinan tanggung jawab sosial mereka dengan cara yang positif seperti membeli etika atau perilaku pembelian etis (De Pelsmacker et al., 2005). Harapan tentang CSR berfungsi sebagai titik acuan untuk niat pelanggan (Creyer dan Ross, 1997). Karena itu, kami mengusulkan hipotesis berikut:

H₄ : Persepsi Mahasiswa mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis mengenai (a) dimensi hukum, (b) dimensi etika, dan (c) dimensi ekonomi akan secara positif berkaitan dengan dukungan pelanggan dari tanggung jawab sosial perilaku perusahaan

III. Metode Penelitian

3.1. Populasi Penelitian

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa ekonomi dan bisnis pada perguruan tinggi swasta di Kota Bandar Lampung.

3.2. Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dianggap dapat mewakili keseluruhan karakteristik dari populasi pengamatan. Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *proportionate random sampling*, yaitu pengambilan sampel dilakukan dengan acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam anggota populasi berdasarkan proporsi jumlah di masing-masing kelompok populasi (Sugiyono, 2008).

3.3. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.3.1. Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian penelitian ini terdiri dari variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen adalah variabel yang menjadi perhatian utama peneliti. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah CSR support. Sedangkan variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik secara positif ataupun negatif. Variabel independen dalam penelitian ini adalah dimensi Ekonomi, dimensi Hukum dan dimensi Etika.

3.3.2. Definisi Operasional Variabel

a. CSR Support

CSR support merupakan bentuk dukungan mahasiswa yang mempunyai keselarasan antara harapannya dengan kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Variabel CSR support diukur dengan menggunakan 4 item yang mengacu pada penelitian Podnar dan Golob (2007).

Setiap item pertanyaan berisi tentang dukungan terhadap CSR yang dilakukan perusahaan. Pengukuran CSR support diukur dalam 5 pertanyaan, yaitu :

1. Memilih produk yang memiliki tanggung jawab sosial
2. Bersedia membayar lebih dalam mendukung kegiatan CSR
3. Berpartisipasi aktif dalam lembaga yang melindungi konsumen
4. Bersedia memboikot perusahaan yang mempekerjakan anak di bawah umur

Skala ukur menggunakan skala Likert 1 sampai 7 digunakan untuk menunjukkan respon dari CSR support (1 menyatakan sangat tidak setuju sampai 7 menyatakan sangat setuju). Semakin tinggi nilai skala menunjukkan semakin tinggi CSR support.

b. Harapan Dimensi Ekonomi

Harapan ekonomi adalah harapan mahasiswa terhadap dimensi ekonomi dari CSR. Variabel harapan ekonomi diukur dengan menggunakan 6 item yang mengacu pada penelitian Podnar dan Golob (2007). Setiap item pertanyaan berisi tentang harapan pada dimensi ekonomi pada penerapan CSR yang dilakukan perusahaan. Pengukuran harapan ekonomi diukur dalam 5 pertanyaan, yaitu :

1. Menitikberatkan pada keuntungan semata
2. Menetapkan profitabilitas sebagai satu-satunya ukuran efektivitas kegiatan bisnis
3. Selalu meningkatkan kinerja ekonomi
4. Bekerja untuk kepentingan pemegang saham
5. Melaksanakan bisnis hanya untuk kepentingan bisnis
6. Terikat dengan usaha mencapai profitabilitas

Skala ukur menggunakan skala Likert 1 sampai 7 digunakan untuk menunjukkan respon dari harapan dimensi ekonomi (1 menyatakan sangat tidak setuju sampai 7 menyatakan sangat

setuju). Semakin tinggi nilai skala menunjukkan semakin tinggi harapan dalam dimensi ekonomi.

c. Harapan Dimensi Hukum

Harapan dimensi hukum adalah harapan mahasiswa terhadap dimensi hukum dari CSR. Variabel *legal expectation* diukur dengan menggunakan 5 item yang mengacu pada penelitian Podnar dan Golob (2007). Setiap item pertanyaan berisi tentang harapan pada dimensi hukum pada penerapan CSR yang dilakukan perusahaan. Pengukuran harapan dimensi hukum diukur dalam 5 pertanyaan, yaitu :

1. Menjalan bisnis sejalan dengan prinsip hukum dan perundang-undangan
2. Mematuhi hukum dan peraturan
3. Tidak selalu mematuhi hukum dapat menyesuaikan kebutuhan perusahaan
4. Aktif mengetahui peraturan terbaru
5. Melakukan keputusan bisnis yang sesuai dengan peraturan hukum tertulis

Skala ukur menggunakan skala Likert 1 sampai 7 digunakan untuk menunjukkan respon dari harapan dimensi hukum (1 menyatakan sangat tidak setuju sampai 7 menyatakan sangat setuju). semakin tinggi nilai skala menunjukkan semakin tinggi harapan dimensi hukum.

d. Harapan Dimensi Etika

Harapan dimensi etika adalah harapan mahasiswa terhadap dimensi etika dari CSR. Variabel harapan dimensi etika diukur dengan menggunakan 11 item yang mengacu pada penelitian Podnar dan Golob (2007). Setiap item pertanyaan berisi tentang harapan pada dimensi etika pada penerapan CSR yang dilakukan perusahaan. Pengukuran harapan dimensi etika diukur dalam 11 pertanyaan, yaitu :

1. Aktif mengurangi pengangguran
2. Menawarkan pekerjaan kepada kelompok yang belum mapan
3. Tidak mempunyai muatan politik dalam memecahkan masalah sosial
4. Memperbanyak kegiatan sosial
5. Mempunyai peran penting dalam meningkatkan kualitas hidup orang banyak
6. Mempertimbangkan standar modal dalam akun labanya
7. Melaksanakan etika bisnis
8. Mendahulukan masyarakat, kehidupan sosial dan alam ketimbang profit
9. Mempertimbang standar etika bisnis
10. Memahami etika bisnis dan mematuhi
11. Keputusan memenuhi seluruh etika bisnis kemudian memikirkan pertumbuhan *profit*

Skala ukur menggunakan skala Likert 1 sampai 7 digunakan untuk menunjukkan respon dari harapan dimensi etika (1 menyatakan sangat tidak setuju sampai 7 menyatakan sangat setuju). semakin tinggi nilai skala menunjukkan semakin tinggi harapan dimensi etika.

3.4. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diambil melalui proses penyebaran kuesioner. Sumber data merupakan sumber data internal yang diambil dalam lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis di seluruh Perguruan Tinggi Swasta di Bandar Lampung.

3.5. Metode Pengumpulan Data

Metode ini dilakukan dengan mendatangi responden, memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di seluruh serta menanyakan kesediaannya untuk mengisi kuesioner. Daftar pertanyaan yang digunakan adalah pertanyaan terstruktur dan responden tinggal memberi tanda (\surd) pada jawaban yang dipilih, kemudian responden langsung mengembalikan daftar pertanyaan setelah diisi.

3.6. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif. Menurut Ghazali (2006) analisis kuantitatif merupakan suatu analisis data yang diperlukan terhadap data yang diperoleh dari hasil jawaban responden yang diberikan, kemudian dilakukan analisa berdasarkan metode statistik dan data tersebut diklasifikasikan ke dalam kategori tertentu dengan menggunakan tabel . Adapun alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini :

3.6.1. Uji Validitas

3.6.1.1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kusioner. Suatu kusioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kusioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kusioner tersebut. Pengujian validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan validitas konstruk (*Construct Validity*). Validitas konstruk menunjukkan seberapa baik hasil yang diperoleh dari penggunaan suatu pengunkuran sesuai teori-teori yang digunakan untuk mendefinisikan suatu konstruk (Hartono, 2008). Korelasi yang kuat antara konstruk dan item-item pertanyaanya dan hubungan yang lemah dengan variabel lainnya merupakan salah satu untuk menguji validitas konstruk (*construct validity*) yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *convergent validity* dan *discriminant validity*.

3.6.1.2 Uji Validitas Konvergen

Validitas konvergen berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Validitas konvergen terjadi jika skor yang diperoleh dari dua instrument yang berbeda yang mengukur konstruk yang sama mempunyai korelasi tinggi (Hartono,2008). Uji Validitas konvergen dalam PLS dengan indikator reflektif di nilai berdasarkan *loading* faktor indikator-indikator yang mengukur konstruk tersebut.

Validitas konvergen (*convergent validity*) dari model pengukuran dengan reflektif indikator ditentukan berdasarkan korelasi antara item *score/component score* yang diestimasi dengan software PLS. Uji validitas konstruk secara umum dapat diukur dengan parameter skor *loading* di model penelitian (*Rule of thumb* > 0.7) dan menggunakan parameter AVE, *Communality*, R^2 dan *Redundancy*. Skor AVE harus > 0.5 , *Communality* > 0.5 dan *Redundancy* mendekati 1. Jika skor *loading* < 0.5 , indikator ini dapat dihapus dari konstruksinya karena indikator tersebut tidak termuat (*load*) kekonstruk yang mewakilinya. Jika skor *loading* antara 0.5 – indikator 0.7, sebaiknya peneliti tidak menghapus indikator yang memiliki skor *loading* tersebut sepanjang skor AVE dan *communality* indikator tersebut > 0.5 (Hartono, 2011).

3.6.1.3. Uji Diskriminan

Uji diskriminan adalah dengan membandingkan akar dari *Average Variance Extracted* (AVE) untuk setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Model mempunyai validitas diskriminan yang cukup jika akar *Average Variance Extracted* (AVE) untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model (Chin, Gopal & Salinsbury, 1997 dalam Hartono, 2011).

3.6.3. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil. Untuk menguji reliabilitas data konstruk dapat dilihat dari nilai *composite reliability*. *Composite reliability* mengukur nilai sesungguhnya reliabilitas suatu konstruk (Chin, 1995 dalam Hartono, 2011). *Composite reliability* dinilai lebih baik dalam mengestimasi konsistensi internal suatu konstruk (Salisbury, Chin & Newster, 2002 dalam Hartono, 2011). *Rule of Thumb* nilai alpha atau *composite reliability* harus lebih besar dari 0.7 meskipun 0.6 masih dapat diterima (Hair et al., 2006 dalam Hartono, 2011). Pengujian ulang reliabilitas untuk menyakinkan bahwa instrument reliabel jika digunakan pada sampel di Indonesia.

3.7. Uji Hipotesis

Analisis data dalam penelitian ini dengan model persamaan structural (*Structural Equation Modeling* atau disingkat SEM) dengan *Path Analysis*. Penggunaan model persamaan structural/SEM dalam penelitian ini karena model penelitian yang diusulkan bersifat simultan. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan bantuan software statistik smart PLS versi 2.0. M3.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Pengumpulan Data

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa perguruan tinggi swasta. Prasyarat menjadi responden adalah mahasiswa perguruan tinggi swasta yang pernah menggunakan produk dengan mengutamakan CSR. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner secara individual. Hasil pengumpulan data melalui kuesioner yang berhasil dikembalikan dan memenuhi syarat adalah sebagai berikut Jumlah kuesioner yang disebarkan ke mahasiswa perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung sebanyak 200 (100%), dengan cara mendatangi secara langsung ke tempat responden. Dari 200 kuesioner yang disebarkan tersebut, 146 kuesioner (73%) diantaranya telah di isi oleh responden dan dikembalikan kepada peneliti. Sedangkan sisanya sebanyak 54

kuesioner (27%) tidak dikembalikan kepada peneliti. Kuesioner yang pengisiannya tidak lengkap ataupun responden yang belum pernah menggunakan produk CSR sebanyak 59 (29%) sehingga kuesioner yang memenuhi syarat untuk dianalisis sebanyak 97 (48%).

4.2. Deskripsi Responden

Jumlah responden yang dipakai untuk pengolahan data dalam penelitian ini sebanyak 97 orang. Deskripsi responden yang menjadi target penelitian diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin. Dari Tabel 4.3. diatas dapat dilihat bahwa responden yang menjadi responden mayoritas adalah laki-laki sebanyak 57 responden (59%).

a. Analisis Data

Dalam penelitian ini teknis analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan menggunakan alat bantu analisis data *Partial Least Square* (PLS). PLS adalah analisis persamaan *struktural* (SEM) berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model *struktural* (Hartono, 2011). Dalam analisis data penelitian ini ada beberapa langkah-langkah yang harus dilalui yaitu pengujian *outer model* dan pengujian *inner model*.

b. Pengujian Outer Model

Model pengukuran atau *outer model* dengan indikator refleksi di evaluasi dengan *convergen validity*.

c. Validitas Konvergen (*Convergen Validity*)

Pada pengujian dalam penelitian ini tidak terdapat indikator yang memiliki *convergen validity* yang rendah, sehingga diperoleh indikator sebagai berikut : Konstruk Dimensi Ekonomi indikator DIEK1 (0,712), DIEK2 (0,815), DIEK3 (0,777), DIEK4 (0,915), DIEK5 (0,842) dan DIEK6 (0,915) sedangkan konstruk Dimensi Hukum indikator DIHU1 (0,702), DIHU2 (0,850), DIHU3 (0,731), DIHU4 (0,821) dan DIHU5 (0,942) sedangkan untuk dimensi Etika hasil dari berbagai indikator sebagai berikut : DIET1 (0,891), DIET2 (0,772), DIET3 (0,857), DIET4 (0,884), DIET5 (0,708), DIET6 (0,742), DIET7 (0,897), DIET8 (0,758), DIET9 (0,805), DIET10 (0,754), DIE11 (0,960). Hasil *convergen validity* untuk variabel Y yaitu CSR sebagai berikut : CSR1 (0,732), CSR2 (0,852), CSR3(0,972) dan CSR4 (0,888). Hasil uji *convergen validity* disajikan Hasil pengujian *convergent validity* menunjukkan tidak satupun item pada masing-masing variabel yang mempunyai skor AVE kurang dari 0,5. Berdasarkan hasil nilai *loading average variance extrated* (AVE) dapat disimpulkan bahwa validitas *konvergen* terpenuhi.

d. Reliabilitas

Reliabilitas blok indikator yang mengukur suatu konstruk dapat di evaluasi dengan menggunakan output yang dihasilkan oleh PLS dari tabel *composite reliability*.

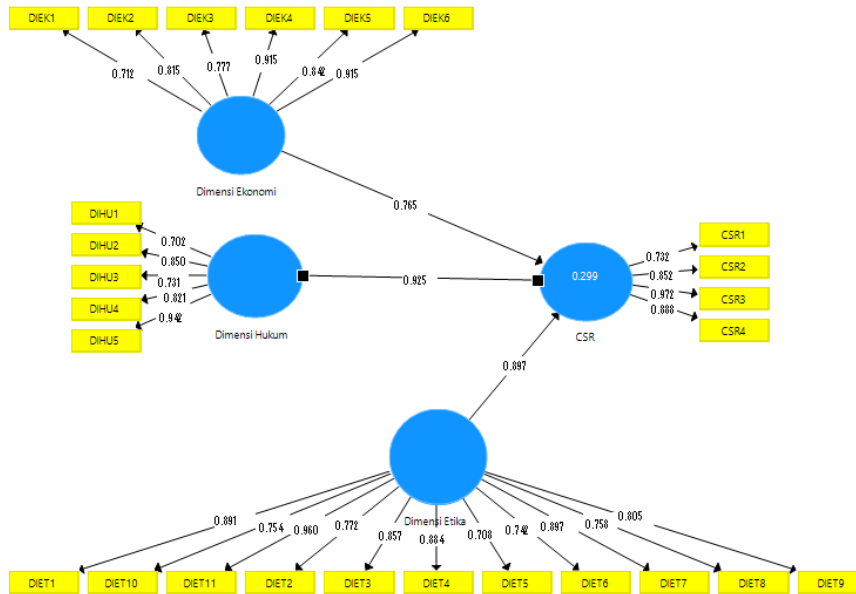
Penelitian ini menggunakan *composite reliability* sebagai metode uji realibilitas karena lebih baik dalam mengestimasi konsistensi internal suatu konstruk (Harton, 2011). *Rule of thumbs* nilai alpha atau *composite reliability* harus lebih besar dari 0,7 meskipun nilai 0,6 masih dapat diterima pada studi yang sifatnya eksplorasi (Hair *et al*, 2008 dalam hartono, 2011).

Hasil Analisis menunjukkan bahwa composite reliability pada semua konstruk telah mempunyai nilai yang memuaskan yaitu nilai masing-masing variabel diatas nilai minimum 0,7. Berdasarkan nilai tersebut menunjukkan konsistensi dan stabilitas instrumen yang digunakan sangat tinggi. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa reliabilitas instrumen terpenuhi.

e. Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

Pengujian inner model atau model struktural dilakukan untuk mengetahui hubungan antara konstruk, seperti yang telah dihipotesiskan dalam penelitian ini. Dari hasil pengolahan data dengan PLS, diperoleh hasil sebagai berikut :

Gambar 4.1.
Model Hasil Penelitian



Sumber : Output Smart PLS, 2016

Model *struktural* dalam PLS dievaluasi dengan menggunakan R^2 untuk konstruk dependen. Nilai koefisien path atau *t-values* tiap path untuk uji antar konstruk dalam model *struktural* (Jogiyanto, 2011).

Penelitian terhadap *inner model* dapat dilakukan dengan melihat hubungan antara konstruk laten dengan memperhatikan hasil estimasi koefisien parameter path dan tingkat signifikannya. Untuk menguji hipotesis yang diajukan, dapat dilihat besarnya nilai *t-statistik*. Apabila nilai *t-statistik* > *t-tabel*, maka hipotesis akan diterima. Hasil estimasi *t-statistik* dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.6
Total Effect

	Original Sampel (O)	Sampel Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistic	P Value
DIET >>CSR	0,262	0,278	0,259	3,013	0,031
DIHU >>CSR	0,251	0,084	0,923	4,092	0,005
DIEK >>CSR	0,325	0,099	0,314	6,036	0,001

Sumber : Output PLS, 2016

Berdasarkan tabel 4.6. dapat dilakukan pengujian terhadap hipotesis penelitian. Hasil dapat dibaca dengan melakukan uji statistik yaitu dengan membandingkan antara hasil t-hitung dengan t tabel. Dalam hal ini t-tabel ditentukan signifikan pada 0,05 ($t\text{-hitung} > t\text{-tabel} = 1,64$).

4.3. Hasil Pengujian dan Pembahasan

4.3.1. Pengaruh Dimensi Ekonomi terhadap CSR Support

Dari hasil pengujian dengan uji t diketahui bahwa pengaruh dimensi ekonomi terhadap CSR support diperoleh signifikan sebesar 0,001 dengan arah hubungan positif. Hasil ini dapat membuktikan bahwa *economic expectation* berpengaruh positif terhadap CSR support.

Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh podnar dan golob (2007) yang menyatakan bahwa *economic expectation* berpengaruh negatif terhadap CSR support. Namun penelitian uang Maignan (2001) justru menyatakan bahwa *economic expectation* berpengaruh positif terhadap CSR support pada penelitian di Amerika Serikat dimana masyarakat mempunyai pola pikir terbuka sehingga bisa membedakan garis yang jelas antara kepentingan ekonomi perusahaan dengan kepentingan sosial.

Pengaruh positif ini memungkinkan karena mahasiswa yang menjadi objek penelitian merupakan mahasiswa fakultas ekonomi yang sejak awal perkuliahan mempelajari bagaimana caranya menciptakan profit yang optimum dan efisien. Hampir seluruh mata kuliah yang dipelajari berujung pada penggunaan sumber daya yang benar untuk menciptakan outcome berupa sumber daya ekonomi. Kondisi ini yang memungkinkan menjadi alasan mahasiswa mempunyai ekspektasi terhadap dimensi ekonomi dari CSR dalam mendukung CSR support perusahaan.

4.3.2. Pengaruh Dimensi Hukum terhadap CSR Support

Dari hasil pengujian dengan uji t diketahui bahwa pengaruh dimensi hukum terhadap CSR support diperoleh signifikan sebesar 0,005 dengan arah hubungan positif. Bahwa ini dapat membuktikan bahwa *legal expectation* berpengaruh positif terhadap CSR support. Hasil penelitian ini juga berhasil mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh podnar dan golob(2007). Yang menyatakan bahwa *legal expectation* pengaruh terhadap CSR support.

Hasil ini juga mendukung hasil penelitian maignan (2001) yang menyatakan bahwa semakin perusahaan menjalankan peraturan dan perundang-undang, maka perusahaan itu semakin dapat dipercaya. Dengan kepercayaan dan legitimasi dari masyarakat, maka CSR support juga akan meningkat.

4.3.3. Pengaruh Dimensi Etika terhadap CSR Support

Dari hasil pengujian dengan uji t diketahui bahwa pengaruh dimensi etika terhadap CSR support diperoleh signifikan sebesar 0,031 dengan arah hubungan positif. Hasil ini dapat membuktikan bahwa *ethical expectation* berpengaruh positif terhadap CSR support. Hasil penelitian ini juga

berhasil mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Podnar dan Golob (2007), yang menyatakan bahwa *ethical expectation* berpengaruh terhadap CSR support.

Dalam teori legitimasi, perusahaan diharuskan menselaraskan kegiatan perusahaan dengan etika dan nilai-nilai dari masyarakat. Namun ketika nilai-nilai etika sudah dijalankan oleh perusahaan, maka dukungan masyarakat terhadap seluruh aktivitas perusahaan juga akan meningkat, termasuk kegiatan CSR.

4.3.4. Presepsi mahasiswa terhadap peran CSR support perusahaan dilihat dari dimensi Ekonomi, etika dan hukum.

Secara kuantitatif dan melihat hasil uji t dari seluruh variabel maka dapat disimpulkan bahwa : Costumer cenderung untuk menggabungkan harapan dan kekhawatiran mereka dalam perilaku mereka terhadap perusahaan (Klein et al, 2002;.. Maignan et al, 2005). Harapan pelanggan tentang tindakan CSR mempengaruhi cara pelanggan akan bersikap terhadap perusahaan (Creyer dan Ross, 1997; Nebenzahl et al, 2001.). Creyer dan Ross (1997) menemukan bahwa sejauh mana konsumen akan memahala atau menghukum perilaku perusahaan merupakan fungsi dari harapan CSR dan pentingnya dirasakan perilaku etis dari perusahaan. Selain itu, respon individu tergantung pada kesesuaian antara harapan dan tindakan perusahaan (Dawkins dan Lewis, 2003; Hallahan, 2001). Telah dilaporkan bahwa orientasi CSR meningkatkan kepuasan karyawan, motivasi, dan komitmen (Aguilera et al, 2004;.. Kohli dan Jaworski, 1990) serta komitmen dari pelanggan dan kesediaan mereka untuk membayar (De Pelsmacker et al, 2005.). Banyak pelanggan bersedia untuk menekan perusahaan untuk berperilaku lebih bertanggung jawab dalam bentuk seperti boikot pelanggan. Berbeda dengan boikot, pelanggan juga dapat mengekspresikan keprihatinan tanggung jawab sosial mereka dengan cara yang positif seperti membeli etika atau perilaku pembelian etis (De Pelsmacker et al., 2005). Harapan tentang CSR berfungsi sebagai titik acuan untuk niat pelanggan (Creyer dan Ross, 1997).

5. Kesimpulan, Impikasi dan Saran

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan regresi linier berganda sebagaimana dijelaskan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa :

1. Pengujian hipotesis 1 dapat diketahui *economic expectation* berpengaruh positif terhadap CSR support. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *economic expectation* mahasiswa akan semakin tinggi CSR support.
2. Pengujian hipotesis 2 dapat diketahui bahwa *economic expectation* berpengaruh positif terhadap support. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *legal expectation* mahasiswa akan semakin tinggi CSR support.

3. Pengujian hipotesis 3 dapat diketahui bahwa ethical expectation berpengaruh positif terhadap CSR support. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi ethical expectation mahasiswa akan semakin tinggi CSR support.
4. Pengujian hipotesis 4 dapat diketahui secara kualitatif bahwa semua dimensi CSR berpengaruh terhadap CSR support di semua stakeholder.

5.2. Keterbatasan

Penelitian ini mempunyai keterbatasan yang mungkin dapat mempengaruhi hasil data sehingga perlu penambahan ukuran sampel sehingga dapat bersifat generalisasi.

5.3. Saran Penelitian Selanjutnya.

Untuk penelitian mendatang sangat direkomendasikan melakukan eksplorasi yang berkaitan dengan motif-motif tindakan dalam CSR. Perlu dilakukan kajian-kajian dan juga penelitian empiris tentang sumber dana CSR dialokasikan dari pos mana.

DAFTAR PUSTAKA

- Aguilera, R.V., Rupp, D.E., Williams, C.A. and Ganapathi, J. (2004), "Putting the S back in corporate social responsibility: a multi-level theory of social change in organizations", Working Paper 04-0107, CIBER, Chicago, IL.
- Carroll, A.B. 1979, "A three-dimensional conceptual model of corporate performance", *Academy of Management Review*, Vol. 4 No. 4, pp. 497-505.
- Creyer, E.H. and Ross, W.T. 1997, "The influence of firm behavior on purchase intention: do consumers really care about business ethics?", *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 14 No. 6, pp. 421-32.
- Dawkins, J. and Lewis, S. (2003), "CSR in stakeholder expectations: and their implication for company strategy", *Journal of Business Ethics*, Vol. 44 Nos 2/3, pp. 185-93.
- De Pelsmacker, P., Driesen, L. and Rayp, G. (2005), "Do consumers care about ethics? Willingness to pay for fair-trade coffee", *Journal of Consumer Affairs*, Vol. 39 No. 2, pp. 363-85.
- Freeman, R. Edward. 1983 "Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance" *California Management Review (pre-1986)*; Spring 1983; 25, 000003; ABI/INFORM Global pg. 88
- Friedman, L.P. (1970), "Societal adaptation: a new challenge for marketing", *Journal of Marketing*, Vol. 35 No. 3, pp. 54-60.
- [Ghozali, Imam., 2006. *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP](#)
- Hallahan, K. (2001), "The dynamics of issues activation and response: an issues processes model", *Journal of Public Relations Research*, Vol. 13 No. 1, pp. 27-59.
- Hartono, J.M. 2008. *Pedoman Survei Kuesioner : Mengembangkan Kuesioner Mengatasi Bias dan Meningkatkan Respon*. Yogyakarta :Andi Offset.
- Hartono, J.M. 2011. "Konsep dan Aplikasi Struktural Equation Modelling Berbasis Varian Dalam Penelitian Bisnis", UPP STIM YKPN, Yogyakarta.
- Klein, J.G., Smith, N.C. and John, A. (2002), "Why we boycott: consumer motivations for boycott participation and marketer responses", Working Paper, No. 03-702, London Business School, London.
- Kohli, A.K., & Jaworski, B.J. (1990). "Market Orientation: The Construct, Research Proposition, and Managerial Implication". *Journal of Marketing*. p.1-18.
- Kolter, Philip dan Lee, Nancy. 2005. *Corporate Social Responsibility : Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. Wiley.
- Maignan, I. 2001, "Consumers' perceptions of corporate social responsibilities: a cross-cultural comparison", *Journal of Business Ethics*, Vol. 30 No. 1, pp. 57-72.
- Nebenzahl, I.D., Jaffe, E.D. and Kavak, B. (2001), "Consumers' punishment and rewarding process via purchasing behaviour", *Teaching Business Ethics*, Vol. 5 No. 3, pp. 283-305.
- Nor, Hadi. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Podnar, K. and Golob, U. 2007, "CSR expectations: the focus of corporate marketing" *Corporate Communications: An International Journal* Vol. 12 No. 4, 2007 pp. 326-340
- Post , et, al. 2002. *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D.* Bandung. ALFABETA.