

## Pengaruh Idealisme, Relativisme dan Materialisme terhadap Pandangan akan Peran Etika dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (TJSP)

Rayneke Varadina Manoe<sup>1</sup>

### Intisari

Seiring dengan perkembangan zaman, wacana mengenai peran etika dan tanggung jawab sosial perusahaan semakin marak diperbincangkan oleh para pelaku bisnis, organisasi maupun bidang penelitian dan pendidikan. Etika dan tanggung jawab sosial perusahaan (TJSP) ini diterapkan sehari-hari oleh para karyawan atau sumber daya manusia (SDM) perusahaan. Dengan demikian, penting untuk mengetahui pandangan dari calon-calon SDM, termasuk di dalamnya para mahasiswa. Mengingat bahwa para mahasiswa tersebut adalah calon manajer ataupun calon-calon pemimpin perusahaan di masa yang akan datang dan dipandang sebagai kaum terpelajar, maka pandangan mereka terhadap peran etika dan TJSP memiliki peran penting sebelum nantinya terlibat langsung dalam pelaksanaan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh dari idealisme, relativisme, dan materialisme terhadap pandangan akan peran etika dan TJSP.

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada para mahasiswa bisnis (Akuntansi dan Manajemen) di Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Selanjutnya dengan kombinasi teknik *convenience sampling* dan *purposive sampling*, kriteria sampel yang ditentukan adalah mahasiswa yang telah mengambil matakuliah etika bisnis. Adapun variabel independen sebagai variabel prediksi dalam penelitian ini adalah idealisme, relativisme, dan materialisme, kemudian pandangan terhadap peran etika dan TJSP adalah variabel dependennya. Regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis model pengaruh yang terbentuk dan *independent sample T-test* digunakan untuk melihat kemungkinan munculnya perbedaan persepsi.

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa idealisme memiliki pengaruh positif terhadap pandangan akan peran etika dan TJSP, kemudian relativisme dan materialisme sama-sama memiliki pengaruh negatif terhadap pandangan akan peran etika dan TJSP.

**Kata-kata kunci:** Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (TJSP), Pandangan terhadap peran Etika dan TJSP, Idealisme, Relativisme, Materialisme.

### Pendahuluan

Seiring dengan perkembangan zaman, wacana mengenai peran etika dan tanggung jawab sosial perusahaan semakin marak diperbincangkan oleh para pelaku bisnis, organisasi maupun bidang penelitian dan pendidikan. Kini tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibilities* atau CSR) telah menjelma menjadi konsep yang penting untuk dikaji dan dipertimbangkan dalam berbagai strategi bisnis. Penyebutan istilah CSR dalam pembahasan selanjutnya untuk penelitian ini akan menggunakan istilah tanggung jawab sosial perusahaan (TJSP). Welford (2005) mengemukakan bahwa TJSP terus menerus menjadi konsep bisnis yang penting dalam

---

<sup>1</sup> Program Pasca Sarjana, Program Studi Magister Manajemen, Universitas Atma Jaya Yogyakarta

menghadapi globalisasi dan banyak ditemukan pada perusahaan-perusahaan besar di berbagai negara. Untuk itulah TJSP dapat dipertimbangkan sebagai bentuk investasi strategis sebab TJSP turut berperan dalam membangun dan menjaga reputasi perusahaan (McWilliams et al., 2006). Urip (2010) mengungkapkan beberapa alasan di balik penetapan TJSP sebagai strategi bisnis diantaranya selain berfokus untuk menghadapi berbagai tantangan eksternal, perusahaan juga harus mempertimbangkan kebutuhan-kebutuhan internal, yang secara keseluruhan dilakukan untuk dapat terus bertahan dalam dunia bisnis.

Sehubungan dengan itu, pentingnya peran etika dan TJSP juga menegaskan bahwa bisnis pada masa kini bukan lagi sekedar meningkatkan keuntungan perusahaan atau organisasi dalam hal keuangan semata, namun bisnis juga perlu memperhatikan sosial dan lingkungan lewat tindakan nyata. Selain dukungan kekuatan keuangan, sangat diperlukan sebuah lingkungan untuk menjalankan suatu bisnis, kemudian prosesnya secara keseluruhan pasti akan melibatkan masyarakat luas atau komunitas tertentu. Elkington (1998) telah memperkenalkan salah satu konsep TJSP populer yang dikenal dengan *Triple Bottom Line* atau 3P (*Profit, People, and Planet*). Konsep tersebut mendukung dan memperkuat kekuatan organisasi untuk dapat berkelanjutan (*sustainable*) dalam ranah bisnis. Sementara itu, mengingat bahwa TJSP bersifat kasat mata (*intangible*), maka manfaat yang dihasilkan juga bersifat kasat mata (Asy'ari, 2009). Meskipun untuk memperoleh manfaat dari penerapan etika dan TJSP membutuhkan waktu atau tidak dapat diperoleh dalam sekejap, namun hal tersebut bukanlah sebuah kendala. Adapun perusahaan-perusahaan yang telah menerapkan TJSP diantaranya Unilever Indonesia, Astra International, Intel Corporation (Urip, 2010), kemudian The Body Shop dan Johnson & Johnson (Kotler dan Lee, 2005).

Berbicara mengenai etika dan TJSP dalam praktik bisnis, penerapannya dijalankan oleh para karyawan atau sumber daya manusia (SDM) perusahaan. Dengan demikian, penting untuk mengetahui pandangan dari calon-calon SDM, termasuk di dalamnya para mahasiswa, yang akan bergabung dan menjadi aset perusahaan. Mengingat bahwa para mahasiswa tersebut adalah calon manajer ataupun calon-calon pemimpin perusahaan di masa yang akan datang, maka pandangan mereka terhadap peran etika dan TJSP memiliki peran penting sebelum nantinya terlibat langsung dalam pelaksanaan. Selain itu, para mahasiswa juga dipandang sebagai kaum terpelajar, sehingga pandangan mereka terhadap peran etika dan TJSP merupakan gambaran pandangan dari generasi terpelajar, kandidat SDM di masa yang akan datang.

Singhapakdi et al. (1996) telah mengemukakan bahwa pelaku bisnis seharusnya memandang peran etika dan tanggung jawab sosial terlebih dahulu sebagai hal penting, sebelum mulai bersikap etis dan merefleksikannya dalam tanggung jawab sosial. Dengan demikian, upaya meraih kesuksesan dalam menjalankan TJSP, kurang lebih bergantung pada sikap mereka yang akan menjalankannya. Karena sikap dipengaruhi oleh pandangan, maka pandangan tiap individu memiliki andil dalam berperilaku bisnis yang etis serta bertanggung jawab sosial.

Pandangan atau persepsi seorang individu terbentuk oleh adanya pengaruh yang berasal dari eksternal maupun internal. Faktor eksternal misalnya faktor pendidikan, budaya, lingkungan sosial, maupun agama. Kemudian faktor internal atau yang berasal dari karakteristik personal individu misalnya faktor usia, jenis kelamin, maupun sifat individu. Adapun faktor ideologi etika dan materialisme dapat digolongkan ke dalam faktor sifat dari individu. Faktor ideologi etika merujuk pada pandangan secara personal terhadap nilai-nilai moral dalam proses menilai etis atau tidaknya seorang individu dan dapat diklasifikasikan ke dalam dua skala yaitu idealisme dan relativisme (Forsyth, 1980),

lalu faktor materialisme lebih mengarah pada pemenuhan atas kebutuhan serta keinginan yang kuat akan hal-hal yang bersifat materi (Richins dan Dawson, 1992).

Baik faktor idealisme, relativisme maupun materialisme, ketiganya mungkin dapat berpengaruh pada pandangan seorang individu terhadap peran etika dan TJSP. Hal tersebut dapat dipahami dengan menyadari bahwa salah satu alasan utama bagi individu yang bekerja adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup sehingga faktor materi merupakan bagian dari hal mendasar yang mendukung kesejahteraan hidup. Namun, seorang individu yang berorientasi pada materi cenderung lebih mengutamakan untuk mengejar keuntungan tanpa perlu menambah beban pikiran dengan memperdulikan etika ataupun tanggung jawab sosial. Disamping itu, tipe idealisme cenderung berprinsip tegas menjunjung tinggi nilai-nilai moral, karena secara umum keputusan yang diambilnya mempertimbangkan nilai-nilai moral. Untuk itu, individu yang termasuk tipe idealisme biasanya akan memilih untuk terlibat dan mendukung aktivitas yang berhubungan dengan etika dan TJSP. Salah satu contoh tipe idealisme adalah tipe individu yang memegang teguh pendirian untuk tidak bekerja di perusahaan rokok. Sedangkan tipe relativisme, secara umum tidak begitu memperdulikan nilai-nilai moral karena keputusan yang diambilnya berdasar pada tiap situasi dan kondisi, sehingga fleksibel dalam merubah keputusannya. Individu yang termasuk tipe relativisme akan terlebih dahulu menilai setiap situasi berdasarkan pemikirannya secara personal sebelum memutuskan untuk bertindak etis maupun bertanggung jawab sosial.

Penelitian tentang hubungan antara ideologi etika (idealisme maupun relativisme) dan pandangan terhadap peran etika dan TJSP pernah dilakukan oleh Singhapakdi et al. (1996). Dalam penelitian tersebut, Singhapakdi mengembangkan suatu instrumen yang dikenal dengan PRESOR (*the perceived role of ethics and social responsibility*) yang terdiri dari tiga dimensi, masing-masing tanggung jawab sosial dan profitabilitas, keuntungan jangka panjang, serta keuntungan jangka pendek. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa idealisme memiliki korelasi positif terhadap salah satu skala PRESOR, individu yang memiliki nilai tinggi pada paham idealistis cenderung memandang etika dan tanggung jawab sosial sebagai poin penting dalam menentukan pendapatan jangka panjang organisasi. Kemudian relativisme memiliki korelasi negatif terhadap seluruh skala PRESOR, sehingga mendukung dugaan bahwa individu yang relativistik akan memandang etika dan tanggung jawab sosial sebagai hal yang tidak begitu penting dalam kesuksesan organisasi. Lalu sikap bertanggung jawab sosial memiliki korelasi positif terhadap seluruh skala PRESOR, sehingga mendukung dugaan bahwa individu dengan sikap bertanggung jawab sosial akan memandang tanggung jawab sosial sebagai poin penting.

Penelitian ini merupakan perluasan dari penelitian Singhapakdi et al. (1996), dengan menggunakan idealisme dan relativisme, serta mengganti sikap bertanggung jawab sosial dengan materialisme, sebagai variabel independen yang diduga memiliki pengaruh terhadap pandangan akan peran etika dan TJSP. Penelitian ini dilakukan di Indonesia dan penulis mengangkat mengenai pandangan terhadap peran etika dan TJSP dari mahasiswa bisnis (Akuntansi dan Manajemen) Universitas Atma Jaya Yogyakarta, karena mengacu pada visi misi UAJY dalam mewujudkan komunitas yang memiliki tiga nilai utama yakni unggul atau selalu menjadi yang terbaik, inklusif atau menghargai dan menerima semua perbedaan, dan humanis dalam artian menekankan nilai-nilai etika. Selain itu, belum ada penelitian yang sama dengan tema yang penulis angkat ini. Untuk itulah penelitian dengan tema pengaruh idealisme, relativisme dan materialisme terhadap pandangan akan peran etika dan tanggung jawab sosial ini dilakukan.

## Tinjauan Pustaka dan Hipotesis

### Defenisi dan Konsep Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (TJSP)

Tanggung jawab sosial merupakan suatu kewajiban bisnis yang dalam berbagai tindakannya mengandung sasaran serta nilai-nilai sosialitas (Megginson et al., 2004, hlm. 420). Sementara Votaw (1972) didalam Virtanen (2013, hlm. 3) mengungkapkan bahwa

*“the term (social responsibility) is a brilliant one;*

*it means something, but not always the same thing, to everybody”*

Kutipan mengenai istilah TJSP oleh Votaw ini dapat diterjemahkan bahwa istilah tanggung jawab sosial adalah suatu istilah yang brilian, istilah ini memiliki suatu makna, akan tetapi tidak selalu bermakna sama bagi semua orang. Untuk itu, ungkapan tersebut mengingatkan bahwa makna dari tanggung jawab sosial itu sendiri dapat memiliki arti yang berbeda bagi tiap orang.

*The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* mendefinisikan tanggung jawab sosial perusahaan (TJSP) sebagai suatu kontribusi dalam pembangunan berkelanjutan dengan mengupayakan peningkatan kualitas hidup, bersama para karyawan dan keluarga mereka, masyarakat lokal, serta para pemangku kepentingan (Mello, 2011).

Oleh karena beragamnya pemahaman tentang tanggung jawab sosial, Dahlsrud (2006) dalam penelitiannya menganalisis 37 definisi dari TJSP, dan memaparkan penemuannya bahwa definisi-definisi tersebut secara umum terhubung pada lima dimensi yang terkait dengan TJSP yakni dimensi lingkungan, dimensi sosial, dimensi ekonomi, dimensi para pemangku kepentingan (*stakeholder*), dan dimensi sukarela (*voluntariness*). Sementara Krumwiede et al. (2012) dalam penelitiannya menegaskan bahwa yang menjadikan pemahaman akan TJSP cenderung berbeda bagi suatu negara maupun perusahaan, tak lain ialah pengaruh dari sosial, lingkungan, politik dan budaya.

Meskipun beragam, namun inti dari definisi TJSP itu sendiri mengandung makna wujud tanggung jawab dari organisasi kepada para *stakeholder* maupun lingkungan atas dasar etika di dalam berbisnis. Tentu saja dengan mengingat bahwa terdapat perbedaan pemahaman mengenai TJSP di tiap perusahaan maupun negara yang disebabkan oleh berbagai faktor.

Konsep TJSP populer yang digagas oleh Elkington (1998) memperkenalkan *Triple Bottom Line* atau dikenal juga dengan 3P (*Profit, People, and Planet*). *Triple Bottom Line* menegaskan bahwa prestasi suatu perusahaan tidak hanya dilihat ataupun dinilai melalui ukuran kekuatan keuangannya (*profit*) saja, tetapi dinilai juga oleh tindakannya atas masyarakat sosial (*people*) dan mengambil bagian dalam pelestarian lingkungan (*planet*) secara menyeluruh (Kolodinsky et al., 2010; Tandon et al., 2011). Prastowo (2011) juga menyetujui konsep 3P ini. Hal yang memperkuat alasannya menyetujui ialah apabila suatu perusahaan hanya berkonsentrasi mengejar keuntungan semata tanpa memperdulikan keadaan sekitarnya, yang mungkin saja sedang mengalami kerusakan lingkungan dan ada masyarakat yang terabaikan, maka hal ini bisa saja menjadi penghalang bagi kelangsungan bisnis perusahaan. Prastowo juga mengutip ungkapan David C Korten “*greed is not a virtue, sharing is not a sin*”, dengan mempercayai bahwa ungkapan tersebut menegaskan mengenai keserakahan bukanlah suatu tindakan yang bijak, sebaliknya tindakan berbagi bukanlah perbuatan dosa. Oleh sebab itu, tidak ada salahnya untuk berbagi sebagai bentuk usaha mewujudkan nyatakan keseimbangan dalam penerapan konsep 3P di dalam berbisnis.

Perihal strategi bisnis juga didukung oleh McManus (2008) yang mengungkapkan bahwa TJSP dan strategi bisnis dapat dikombinasikan atau dengan kata lain mengikuti *trend* “*mash up*”. *Trend* “*mash up*” ini muncul dalam dunia musik, yang mana konsep intinya ialah menggabungkan berbagai jenis instrumen musik serta lagu yang kemudian

hasilnya bahkan dapat melampaui musik atau lagu aslinya karena memberikan irama yang baru. Ungkapan ini begitu menarik, untuk dapat dikaji lebih lanjut oleh para pelaku bisnis dan dipergunakan untuk menghasilkan instrumen-instrumen baru sebagai hasil dari melakukan mash up atas TJSP dan strategi bisnis kedepannya. Mengingat bahwa, kini dalam strategi bisnis membicarakan tentang TJSP dan TJSP dalam perkembangannya telah menjadi semakin erat dengan strategi bisnis.

#### Evolusi dari TJSP

Istilah TJSP mulai populer pada tahun 1953 saat Bowen mengungkapkan definisi serta konsep mengenai tanggung jawab sosial lewat bukunya *Social Responsibilities of the Businessman* dan sejak saat itu perdebatan demi perdebatan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan dimulai (Dan, 2010). Di dalam bukunya, Bowen menegaskan bahwa tanggung jawab sosial atau kewajiban perusahaan haruslah berlandaskan pada keselarasan antara tujuan (*objectives*) dan nilai-nilai (*values*) dari masyarakat (Solihin, 2009).

Seiring dengan pesatnya perkembangan dunia bisnis, peran etika dan TJSP juga semakin diminati oleh para pelaku bisnis. Era globalisasi bisa dikatakan sebagai salah satu pemicunya, karena menjadikan dunia bisnis semakin dinamis begitu pula dengan permintaan masyarakat luas yang semakin kompleks. Fuentes-Garcia et al. (2008) mengungkapkan pendapat lain tentang globalisasi, dengan menyatakan bahwa globalisasi juga berarti bahwa media akan menerbitkan lebih banyak lagi informasi, baik itu informasi tentang aktivitas perusahaan maupun bentuk pelanggaran apapun. Ini merupakan salah satu peran dari globalisasi yang menjadikan dinamisnya penyebaran informasi.

Sementara itu, perkembangan penerapan tanggung jawab sosial di Indonesia, akhir-akhir ini perusahaan berbondong-bondong menerapkan TJSP, baik itu dalam bentuk amal (*charity*) ataupun pemberdayaan (*empowerment*). Lambat laun, TJSP telah menjelma menjadi trend di kalangan perusahaan, dan hal ini dapat dilihat lewat gencarnya publikasi yang berhubungan dengan implementasi TJSP di media cetak maupun elektronik (Prastowo, 2011).

Pelaksanaan TJSP di Indonesia telah diatur oleh Undang-Undang, diantaranya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 yang mengatur Perseroan Terbatas yang menjalankan kegiatan usaha di bidang sumber daya alam dengan mewajibkan untuk melaksanakan TJSP (Solihin, 2009). Selanjutnya dalam Pasal 15 huruf b Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (Fajar, 2013), menyebutkan bahwa:

“Yang dimaksud dengan tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang dan sesuai dengan lingkungan, nilai norma dan budaya masyarakat setempat”.

Hal tersebut menunjukkan bahwa pelaksanaan TJSP di Indonesia sudah bersifat wajib (*mandatory*), sehingga para pengusaha wajib memperhatikan hukum yang berlaku di Indonesia.

#### Sustainability dan TJSP

Velasquez (2012, hlm. 287) mengartikan *sustainability* sebagai kemampuan untuk mempertahankan dalam artian melanjutkan atau memelihara sesuatu ke masa yang akan datang. Dengan demikian, keberlanjutan mengacu pada kapasitas dari sesuatu, baik itu

benda, kegiatan, kualitas, sistem maupun berbagai hal lainnya yang harus terus berfungsi dimasa depan. Heizer dan Render (2014) mengutarakan bahwa bagi orang awam, saat mendengar istilah *sustainability* maka hal pertama yang terpikirkan adalah hal-hal yang berkaitan dengan *going green* atau *green product* dalam arti produk-produk yang dapat didaur ulang, ataupun *saving rainforest* yang mana fenomena penebangan hutan secara liar bahkan masalah penggundulan hutan begitu marak. Hal tersebut benar adanya, namun baru termasuk sebagian kecil dari konteks *sustainability*, karena *sustainability* yang sebenarnya tidak hanya terbatas pada pemikiran mengenai dampak atas lingkungan, tetapi memikirkan juga tentang karyawan, komunitas, pelanggan, pemasok, distributor serta reputasi perusahaan.

Konsep keberlanjutan kini lebih sering disebut bergantung pada “tiga pilar” yang saling berkaitan dan berketergantungan satu dengan yang lain yakni kegiatan ekonomi, kegiatan sosial, dan kegiatan lingkungan (Velasquez, 2012). Dengan kata lain, karena ketiga pilar tersebut saling bergantung satu dengan yang lainnya maka keberlanjutan dari satu pilar hanya dapat terwujud apabila pilar yang lainnya juga mengalami keberlanjutan. Hal ini tidak jauh berbeda dari konsep TJSP yang yang tak lain adalah triple bottom line (*profit, people, planet*). Untuk dapat mewujudkan keuntungan (*profit/economic*) maka penggerakannya adalah orang-orang yang menjalankan serta terlibat dalam proses bisnis tersebut (*people/social*), kemudian berdampak pada lingkungan sekitar maupun lingkungan kerja (*planet/environmental*). Dengan demikian, interaksi sosial serta lingkup ekonomi berperan menentukan kondisi lingkungan, begitupun sebaliknya, kondisi lingkungan yang baik akan mendukung kelancaran aktivitas bisnis yang dikelola oleh para pengusaha dalam tujuan utama berbisnis yang adalah meningkatkan keuntungan.

Memandang melalui lensa *sustainability*, penelitian Sharma dan Mehta (2012) menemukan bahwa organisasi perlu menerapkan TJSP, dan hal ini bukan hanya sekedar bagian dari upaya membangun citra perusahaan saja, tetapi TJSP memang perlu diterapkan karena mampu menjadi sumber keunggulan kompetitif untuk menjamin keberlanjutan pengembangan bisnis organisasi. Terkait keuntungan kompetitif dari TJSP, Turban dan Greening (1996) menggunakan teori identitas sosial (konsep individu tentang dirinya dalam kategori sosial yang dipengaruhi oleh organisasi tempat individu tersebut bekerja) dan signaling theory (organisasi menyediakan informasi tentang kondisi kerja kepada pelamar) dalam penelitiannya dan menemukan bahwa corporate social performance (sama dengan tanggung jawab sosial perusahaan) memiliki hubungan positif dengan reputasi perusahaan dan hal ini juga merupakan daya tarik perusahaan sebagai pemberi pekerjaan (sebagai keunggulan kompetitif dalam menarik pelamar kerja).

Gond et al. (2011) telah menyatakan bahwa perusahaan terus berupaya mencari cara untuk memperkuat posisinya baik di area TJSP maupun ketahanan (*sustainability*), hal tersebut disebabkan oleh kondisi global dan lingkungan yang tidak menentu. Karena bisnis berhadapan dengan berbagai peluang dan juga berbagai resiko atas ketidakpastian yang dapat muncul sewaktu-waktu, dan keuntungan dapat dikatakan sebagai hasil dari kemampuan mengatasi resiko bisnis (Fajar, 2013). Untuk itulah, TJSP dapat dipergunakan sebagai salah satu bentuk strategi dalam menghadapi resiko bisnis dan juga strategi dalam mewujudkan keberlanjutan bisnis.

### Implementasi Program

TJSP diimplementasikan secara berbeda oleh tiap perusahaan dan hal ini disebabkan juga oleh adanya perbedaan pemahaman akan TJSP. Solihin (2009) memaparkan beberapa contoh arah penerapan TJSP, diantaranya program TJSP yang arahnya sebagai strategi yang berhubungan dengan rantai pemasok dan program TJSP yang arahnya pada

legitimasi, kedua hal ini berbeda dengan TJSP yang arahnya pada masyarakat sekitar yang dapat terkena dampak operasional perusahaan. TJSP yang diterapkan sebagai strategi pada hubungan perusahaan dengan pemasok (*supplier*) seperti yang diterapkan oleh PT Unilever dalam membina para petani kedelai hitam, hasil panennya dibeli kembali oleh perusahaan dan digunakan sebagai bahan baku pembuatan kecap Bango, atau yang diterapkan oleh PT HM Sampoerna dalam membina petani tembakau untuk menghasilkan tembakau sesuai standar perusahaan, hasil panen juga dibeli untuk kebutuhan bahan baku rokok yang diproduksi oleh Sampoerna. Sementara program TJSP yang arahnya pada legitimasi, seperti yang dilakukan oleh PT Telkom lewat Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL), ditujukan untuk meningkatkan legitimasi pengusaha kecil dan menengah (*small medium enterprise*) dengan memperoleh fasilitas kredit dari PT Telkom.

Prastowo (2011) memaparkan bahwa Perguruan Tinggi atau kampus memiliki peran dalam pemberdayaan masyarakat karena Perguruan Tinggi memiliki kewajiban pengabdian kepada masyarakat. Sebagaimana diketahui Tri Dharma Perguruan Tinggi adalah pendidikan dan pengajaran, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN), kampus-kampus dapat menempatkan mahasiswa di dalam masyarakat dan bersama-sama merancang program kerja dengan pola pemberdayaan (*empowerment*) yang bersifat bottom up, sehingga KKN tematik hadir dan memberdayakan masyarakat sesuai dengan tema-tema tertentu yang dibutuhkan masyarakat. Semuanya itu dijalankan dalam upaya peningkatan kualitas SDM, baik itu bagi para mahasiswa maupun masyarakat yang terlibat dalam program KKN tersebut.

Setelah melihat pemaparan mengenai contoh-contoh terkait implementasi TJSP, dapat dipahami bahwa program-program TJSP dalam pelaksanaannya akan melibatkan beberapa pihak, diantaranya perusahaan, pemerintah, perguruan tinggi, lembaga swadaya masyarakat (LSM), tokoh-tokoh masyarakat, maupun calon-calon penerima manfaat dari program TJSP tersebut. Untuk itu, diperlukan beberapa kondisi yang dapat menunjang implementasi program TJSP, supaya program yang diharapkan tersebut, nantinya dapat terlaksana dengan baik. Kondisi yang dimaksud adalah (Solihin, 2009):

- 1) Kondisi pertama, implementasi TJSP perlu mendapat persetujuan dan dukungan dari pihak-pihak yang terlibat. Dengan maksud supaya pelaksanaan program TJSP didukung sepenuhnya dengan sumber daya yang dimiliki perusahaan, maka program TJSP harus memperoleh persetujuan dan dukungan dari pihak manajemen puncak perusahaan. Sumber daya yang dibicarakan disini, meliputi sumber daya finansial dalam bentuk penyediaan anggaran untuk pelaksanaan TJSP, maupun sumber daya manusia (SDM) yakni para karyawan perusahaan yang didelegasikan perusahaan untuk melaksanakan program TJSP.
- 2) Kondisi kedua, menetapkan pola hubungan (*relationship*) secara jelas di antara pihak-pihak yang terlibat. Dengan melakukan hal ini, maka kualitas koordinasi di dalam pelaksanaan program TJSP dapat semakin ditingkatkan. Perlu untuk diingat bahwa tanpa adanya pola hubungan yang jelas di antara berbagai pihak yang terlibat dalam pelaksanaan TJSP, maka pelaksanaan program TJSP tersebut kemungkinan besar tidak akan berjalan secara optimal serta semakin kecil kemungkinan program TJSP tersebut untuk dapat terus berlanjut (*sustainable*).
- 3) Kondisi ketiga, melakukan pengelolaan program yang baik. Pengelolaan program yang baik hanya dapat terwujud bila terdapat kejelasan tujuan program serta kesepakatan mengenai strategi yang akan digunakan, kemudian diperlukan juga kejelasan mengenai durasi waktu pelaksanaan program serta perlu untuk menentukan siapa yang nantinya bertanggung jawab dalam memelihara kontinuitas pelaksanaan kegiatan bila program sudah berakhir. Tentu saja untuk

dapat mencapai tujuan program dari masing-masing pihak yang terlibat dalam pelaksanaan TJSP, maka semuanya itu tidak lepas dari dukungan pihak-pihak itu sendiri, dalam program yang akan dijalankan.

Implementasi tanggung jawab sosial menurut Scarborough dan Zimmerer (2009) dapat ditujukan kepada lima tipe pemegang kepentingan (stakeholder) yakni lingkungan, karyawan, pelanggan, investor, dan komunitas. Implementasi yang dimaksud adalah:

a) Tanggung jawab bisnis kepada lingkungan

Pemilik bisnis dapat berfokus menerapkan tanggung jawab sosial pada lingkungan dengan mengacu pada 3R (reduce, reuse, recycle). Reduce yang berarti mengurangi segala bentuk materi yang dapat menghasilkan sampah berlebih, kemudian reuse dapat berarti menggunakan kembali apapun yang masih dapat digunakan dan dimanfaatkan dari sampah tersebut, lalu recycle yang berarti mendaur ulang atau mengolah kembali sampah tersebut menjadi produk baru atau sesuatu yang baru dan bermanfaat.

b) Tanggung jawab bisnis kepada karyawan

Mengingat bahwa karyawan (SDM perusahaan) adalah jantung atau pusat penggerak yang meningkatkan produktivitas, maka wujud tanggung jawab perusahaan pada karyawannya adalah dengan membuat kebijakan-kebijakan maupun prosedur yang dapat melindungi hak (termasuk privacy) dan kewajiban karyawan serta menunjang kesejahteraan karyawan. Kebijakan dan prosedur tersebut dapat meliputi beberapa permasalahan di lingkungan kerja, diantaranya keragaman budaya ditempat kerja, kesehatan dan keselamatan kerja, pelecehan seksual dan lain sebagainya.

c) Tanggung jawab bisnis kepada pelanggan

Membentuk pelanggan setia merupakan hal yang tidak mudah karena permintaan masyarakat begitu beragam dan dinamis perubahannya. Maka dari itu kunci utama adalah membangun hubungan dengan pelanggan, yang pada dasarnya setiap pelanggan memiliki hak untuk mendapatkan produk dan layanan yang terjamin keamanannya atau tidak berbahaya (safety). Kemudian pelanggan berhak untuk mendapatkan informasi mengenai produk maupun layanan, lalu berhak untuk didengarkan baik itu pertanyaan bahkan keluhan atas produk dan layanan yang akan dibeli. Pelanggan juga berhak mendapatkan informasi yang memberikan edukasi untuk dapat menggunakan produk dan jasa dengan baik. Terakhir, pelanggan berhak untuk memilih diantara sekian banyak produk dan jasa yang bersaing dipasaran.

d) Tanggung jawab bisnis kepada investor

Perusahaan bertanggung jawab untuk menyediakan pengembalian atas investasi yang sudah dilakukan oleh para investor. Hal tersebut dilakukan dengan mempersiapkan laporan kinerja keuangan perusahaan yang akurat dan tepat waktu kepada para investor.

e) Tanggung jawab bisnis kepada komunitas

Semakin perusahaan memperhatikan kebutuhan untuk melakukan yang baik maka hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan turut mengambil bagian bertanggung jawab secara sosial. Karena perusahaan juga adalah bagian dari komunitas dalam suatu negara, untuk itu perusahaan juga perlu mewujudkan tanggung jawab terhadap komunitas yang berhubungan dengan operasionalnya.

#### Pandangan terhadap peran Etika dan TJSP

Katz dan Green (2009) mendefinisikan etika sebagai suatu sistem nilai yang digunakan orang secara personal dalam menentukan apakah suatu tindakan benar atau salah, demikian halnya dalam pembuatan keputusan yang berhubungan dengan sesuatu yang buruk atau baik. Etika lebih mengarah pada sistem nilai yang dimiliki oleh seseorang secara personal yang dipergunakan dalam membuat keputusan. Namun, perlu

untuk diingat kembali bahwa etika memang merupakan salah satu bagian dari bisnis yang bertanggung jawab sosial, tetapi munculnya tanggung jawab sosial dalam dunia bisnis ini dikarenakan permintaan yang timbul dari etika itu sendiri (Velasquez, 2012).

Sementara etika lebih fokus pada perilaku dan pengambilan keputusan, tanggung jawab sosial perusahaan lebih terfokus pada interaksi dan pengaruh dari operasional organisasi dengan masyarakat luas dan dunia (Mello, 2011). Penelitian tesis Dan (2010) menyimpulkan bahwa persepsi karyawan tentang TJSP berpengaruh pada hasil pekerjaannya, dengan mengingat bahwa bagaimanapun juga, karyawan memiliki peran penting dalam organisasinya dan persepsi mereka tentang TJSP akan mempengaruhi hasil kerjanya serta hasil kerja yang berikutnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa persepsi seseorang akan tercermin dalam sikap dan perilaku, secara sadar ataupun tidak, hal tersebut akan mempengaruhi hasil kerja.

Disamping itu, McManus (2008) mengungkapkan bahwa TJSP merupakan salah satu dari lingkup pengetahuan dan ide, seperti strategi bisnis, TJSP juga berbicara mengenai kekuatan, mengenai alokasi dari sumber daya, baik itu sumber daya yang langka maupun yang berlimpah, kemudian mengenai nilai-nilai, mengenai organisasi dan hubungan antar organisasi, yang mana hampir semuanya itu menyangkut manusia sebagai individu. Sementara itu sebagai seorang individu, para pemimpin harus terus memandu perusahaannya sambil tetap berfokus menemukan cara untuk menjadikan TJSP benar-benar bagian dari organisasi, dengan merangkul strategi bisnis dan TJSP dalam suatu kombinasi kemudian terus berkembang dan berinovasi dalam parameter-parameter baru lainnya. Sebab, TJSP dalam perkembangannya telah menjadi trend yang sangat penting dan hal ini telah ditanggapi dengan sangat serius oleh perusahaan-perusahaan yang terkelola dengan baik. Penelitian tersebut memperjelas tentang kesamaan TJSP dan strategi bisnis, yang dalam penerapannya membutuhkan peran pemimpin sebagai individu yang bertanggung jawab memandu perusahaan serta terus memodifikasi strategi bisnis dan TJSP dalam kombinasi-kombinasi yang bermanfaat (membawa perubahan).

Berbicara mengenai para pemimpin, Pedersen (2010) telah melakukan penelitian atas 1.000 manajer dalam lingkup delapan perusahaan Internasional yang besar. Penelitian tersebut dilakukan dalam rangka mengeksplorasi pandangan manajer akan tanggung jawab bisnis terhadap masyarakat dalam penerapan unit bisnis sehari-hari. Penelitian terhadap responden yang dijalankan dalam kurun waktu antara tahun 2005 dan 2007 ini kemudian menyimpulkan bahwa model tanggung jawab sosial yang dijalankan oleh para praktisi bisnis (manajer) dalam beberapa hal ternyata berbeda dari model utama TJSP yang ada pada literatur TJSP dan sastra etika bisnis. Analisis dalam penelitian menunjukkan bahwa para manajer masih memiliki persepsi yang relatif sempit mengenai tanggung jawab sosial, yang intinya hanya melingkupi tanggung jawab atas para pekerja dan menghasilkan produk maupun jasa yang diinginkan pelanggan melalui cara yang ramah lingkungan. Penelitian ini juga menemukan bahwa meskipun para manajer mengekspresikan berbagai perbedaan level ambisi saat membicarakan tanggung jawab bisnis terhadap masyarakat, namun para manajer tidak percaya bahwa tanggung jawab mereka terhadap masyarakat dapat menangani persoalan sosial seperti pengucilan sosial ataupun mengurangi angka kemiskinan.

Pandangan terhadap peran etika dan tanggung jawab sosial, baik itu persepsi para karyawan maupun persepsi para manajer, pada intinya berbicara mengenai masing-masing individu, seperti yang dibahas sebelumnya mengenai penelitian Dan (2010), McManus (2008), maupun Pedersen (2010). Individu tersebut adalah para praktisi bisnis, SDM dari sebuah organisasi. Terlepas dari apapun kedudukan yang diembannya dalam organisasi, pandangannya akan tercermin dalam bersikap dan berperilaku.

Mengingat adanya perbedaan dalam memandang peran etika dan tanggung jawab sosial pada tiap individu, beberapa penelitian telah mengungkapkan bahwa TJSP dalam bisnis digerakkan oleh karakteristik sifat pribadi, baik keyakinan pribadi maupun nilai-nilai yang dipegang oleh para pelaku bisnisnya, termasuk para pemilik perusahaan dan para manajer (Jenkins, 2004; Perrini et al., 2007; Vyakarnam et al., 1997). Ini menegaskan bahwa dalam menjalankan etika dan TJSP, perilaku dari para pelaku bisnis akan dipengaruhi oleh nilai-nilai yang dipegang oleh tiap individunya. Nilai personal merujuk pada sikap yang muncul dari apa yang dipercaya penting dalam hidup ini dan apa yang dipercaya sebagai yang terbaik untuk menjalani hidup (Katz dan Green, 2009). Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa nilai-nilai pribadi tersebut, terkadang bisa saja terbentur dengan aturan-aturan maupun tuntutan yang berlaku dalam organisasi.

Oleh karena luasnya konteks mengenai pandangan terhadap etika dan TJSP, maka penelitian ini akan memandang tiga dimensi PRESOR dari Singhapakdi et al. (1996) yakni tanggung jawab sosial dan profitabilitas, keuntungan jangka panjang, serta keuntungan jangka pendek sebagai suatu kesatuan dari peran etika dan tanggung jawab sosial perusahaan (TJSP).

#### Idealisme dan Pandangan terhadap Peran Etika dan TJSP

Idealisme merupakan salah satu dari dua dimensi ideologi etika Forsyth (1980), yang secara umum tipe idealisme cenderung memilih untuk tidak berperilaku merugikan karena selalu mengutamakan tindakan yang benar, serta memandang bahwa tindakan yang merugikan orang lain selalu dapat dihindarkan dan menghindari apapun yang dapat berpengaruh negatif pada orang lain (Forsyth, 1992). Individu dengan tipe idealisme tinggi akan cenderung mempertahankan prinsip pada perbuatan yang bermoral, bahkan dalam kondisi yang mendesak sekalipun (Henle et al., 2005). Elias (2002) menyatakan bahwa individu yang idealis (idealisme tinggi) memandang bahwa tindakan yang merugikan ataupun merusak orang lain adalah hal yang tidak dapat dibenarkan dan tindakan moral haruslah memiliki konsekuensi positif. Hal tersebut menunjukkan bahwa individu yang idealistis tidak hanya memikirkan diri sendiri tetapi memikirkan juga tentang orang lain.

Penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa bahwa seorang individu yang idealis memiliki hubungan positif terhadap TJSP, beberapa diantaranya ialah penelitian Etheredge (1999), Kolodinsky et al. (2010), Park (2005), dan Singhapakdi et al. (1996). Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa individu yang idealis akan cenderung memandang dan menyambut baik apabila harus berurusan dengan etika dan TJSP. Berdasarkan hal tersebut, dapat dirumuskan hipotesisnya yakni:

**H<sub>1</sub>: idealisme memiliki pengaruh positif terhadap pandangan akan peran etika dan TJSP.**

#### Relativisme dan Pandangan terhadap Peran Etika dan TJSP

Relativisme merupakan merupakan salah satu dari dua dimensi ideologi etika Forsyth (1980), yang mengungkapkan bahwa individu yang relativis akan cenderung menolak nilai-nilai yang mengarah pada perilaku etis, dan meragukan prinsip moral karena memandang bahwa evaluasi moral terhadap perilaku seseorang sepenuhnya bergantung pada perspektif individu dari tiap situasi yang berlangsung (Henle et al., 2005). Hal tersebut menunjukkan bahwa individu dengan tipe relativisme tinggi akan cenderung

memiliki sifat yang tidak begitu memperdulikan prinsip moral secara umum, tetapi individu dengan tipe ini lebih fleksibel dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan moral karena keputusannya dibuat berdasarkan situasi dan kondisi. Elias (2002) mengutarakan bahwa individu yang relativistik (relativisme tinggi) percaya bahwa moralitas dari suatu tindakan bergantung pada keadaan tertentu dan bukan secara mutlak pada moral itu sendiri.

Penelitian-penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa relativisme memiliki hubungan negatif dengan TJSP, beberapa diantaranya ialah penelitian Etheredge (1999), Kolodinsky et al. (2010), Singhapakdi et al. (1996), Park (2005), serta Sparks dan Hunt (1998). Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa individu yang relativis akan cenderung menolak apabila harus berurusan dengan etika dan TJSP. Berdasarkan hal tersebut, dapat dirumuskan hipotesisnya yakni:

**H<sub>2</sub>: relativisme memiliki pengaruh negatif terhadap pandangan akan peran etika dan TJSP.**

#### Materialisme dan Pandangan terhadap Peran Etika dan TJSP

Materialisme merupakan topik yang menarik untuk dibahas karena faktor materi berhubungan erat dengan kesejahteraan hidup sehingga materi akan selalu menjadi hal pokok yang di cari oleh tiap individu. Meskipun faktor materi turut mendukung kesejahteraan hidup, namun jika individu berorientasi penuh pada materi maka dapat menimbulkan ketidakpuasan, karena selalu menginginkan yang lebih lagi dari apa yang sudah diraih (Richins dan Dawson, 1992).

Individu yang materialistiknya kuat, akan lebih berorientasi pada pekerjaan dan menimbulkan hubungan yang negatif dengan kesejahteraan dan kebahagiaan (Kasser dan Ahuvia, 2002), dan juga memiliki hubungan negatif dengan kehidupan keluarga (Ryan dan Dziurawiec, 2001), serta cenderung memiliki emosi negatif dan minimnya pergaulan (Kashdan dan Breen, 2007). Kesibukan mengejar materi dapat menjadikan seseorang sulit meluangkan waktu untuk berinteraksi dengan orang-orang terdekat dan lebih mengutamakan untuk membangun hubungan dengan para mitra bisnis.

Sementara itu, Kolodinsky et al. (2010) menyarankan bahwa individu yang sangat materialistis akan lebih fokus pada perolehan kepemilikan harta yang berwujud serta berkurang interaksinya dengan sesama maupun hubungannya dengan sosial, lalu jika dibandingkan dengan yang tidak begitu materialistis (less materialistic) maka individu yang sangat materialistis akan cenderung kurang menyambut positif kegiatan TJSP. Hal serupa juga didukung oleh Tandon et al. (2011) yang menyatakan bahwa individu yang sangat materialistis (high materialistic) akan memiliki kecenderungan untuk menunjukkan nilai-nilai serta sikap yang bertolak belakang dengan kepekaan terhadap sosial maupun terhadap dampak sosial dan dengan demikian individu tersebut akan memiliki sikap negatif terhadap TJSP. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa individu yang materialistis akan cenderung menolak apabila harus berurusan dengan etika dan TJSP, dan hal ini berbanding terbalik dengan individu yang non materialistis (less materialistic). Berdasarkan hal tersebut, dapat dirumuskan hipotesisnya yakni:

**H<sub>3</sub>: materialisme memiliki pengaruh negatif terhadap pandangan akan peran etika dan TJSP.**

## Metode Penelitian

Metode untuk pengujian instrumen dilakukan dengan uji validitas maupun reliabilitas, kemudian penyajian data dengan persentase, statistik deskriptif dan *independent sample t-test*, dan metode pengujian hipotesis menggunakan regresi linier berganda. Dalam melakukan analisis data, penulis memanfaatkan program SPSS 19 untuk berbagai keperluan pengolahan data. Bentuk penelitian ini adalah perluasan atau eksplorasi. Di dalamnya dilakukan pengujian hipotesis dengan peninjauan atau survei melalui kuesioner. Penelitian ini juga termasuk dalam penelitian *cross sectional* yang dilakukan satu kali pada satu waktu, berdasarkan pada rentang waktu penelitian.

## Sampel

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* berupa kombinasi dari teknik *purposive sampling* dan *convenience sampling*. Model *non probability sampling* adalah suatu teknik yang setiap anggota populasinya tidak mengetahui bahwa terpilih sebagai subyek sampel atau probabilitas penentuannya tidak diketahui. Teknik *purposive sampling* ini memberikan keleluasaan bagi para peneliti di dalam menentukan kriteria yang diinginkannya dan teknik *convenience sampling* memberikan kemudahan bagi peneliti dalam mengumpulkan informasi dari responden yang mudah ditemui dan dengan senang hati mau meluangkan waktu untuk memberikan tanggapan (Sekaran dan Bougie, 2009). Kriteria sampel yang ditentukan untuk penelitian ini adalah mahasiswa bisnis yang sudah pernah mengambil mata kuliah etika bisnis. Hal tersebut ditentukan karena penelitian ini juga berhubungan dengan etika bisnis dan penulis menginginkan agar responden yang dituju sudah mengetahui secara garis besar tentang etika bisnis dan tidak lagi awam mengenai etika bisnis maupun tanggung jawab sosial.

Mengacu pada Ferber (1977) yang menyatakan bahwa peneliti harus dapat memberikan alasan atas keterkaitan dari penggunaan sampelnya dan sampel mahasiswa dapat dianggap sesuai apabila memenuhi kriteria yakni apabila latar belakang bidang studinya memiliki hubungan dengan penelitian yang dilakukan, kemudian apabila subyek (inti dari permasalahan) yang diteliti memiliki keterkaitan dengan responden yang memberikan jawaban. Untuk itu sampel mahasiswa dalam penelitian ini sudah memenuhi syarat tersebut.

Untuk mengetahui jumlah sampel yang seharusnya dipenuhi dalam penelitian yang memakai analisis regresi, maka akan dilakukan *rules of thumbs* dari Tabachnick dan Fidell (1996),  $n \geq 50 + 8(m)$  dengan 'm' adalah jumlah dari variabel independen. Berdasarkan rumusan tersebut perhitungannya adalah  $50 + 8(3)$ , maka jumlah sampel yang harus dipenuhi dalam penelitian ini adalah 74 atau jumlah yang lebih besar dari ini.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 130, dengan demikian jumlah sampel ini sudah memenuhi persyaratan minimum sampel berdasarkan *rules of thumbs* tersebut.

## Variabel dan Pengukurannya

Variabel dependen atau variabel Y yang digunakan dalam penelitian ini adalah pandangan terhadap peran etika dan TJSP. Sementara variabel independen atau dapat disebut variabel prediksi dalam penelitian ini ada tiga, yakni: idealisme (X1), relativisme (X2), dan materialisme (X3).

Pengukuran atas semua item dari variabel dependen maupun independen dilakukan dengan menggunakan skala Likert lima poin. Adapun tingkat kesetujuan pada skala Likert lima poin ini, masing-masing poinnya mewakili Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS).

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada para responden. Disain kuesioner (instrumen) dalam penelitian ini terdiri dari 4 bagian:

- 1) Bagian pertama (I), memuat pertanyaan mengenai profil responden. Profil responden atau data pribadi dari responden ini ditempatkan pada bagian awal karena para peneliti ingin agar para responden dapat berbagi mengenai informasi pribadinya dan dengan demikian secara psikologis mungkin dapat membuat responden tersebut merasa memiliki komitmen untuk merespon (Sekaran dan Bougie, 2009, hlm. 204). Data profil responden yang dimaksud ialah data jenis kelamin, usia, strata pendidikan, program studi, pengalaman kerja, dan nominal pengeluaran.
- 2) Bagian kedua (II), memuat 10 pernyataan yang berhubungan dengan idealisme dan 10 pernyataan relativisme, yang diadaptasi dari penelitian Forsyth (1980).
- 3) Bagian ketiga (III), memuat 18 pernyataan yang berhubungan dengan materialisme, yang diadaptasi dari penelitian Richins dan Dawson (1992).
- 4) Bagian keempat (IV), memuat 16 pernyataan yang berhubungan dengan pandangan terhadap peran etika dan tanggung jawab sosial perusahaan (TJSP), yang diadaptasi dari penelitian Singhapakdi et al. (1996).

## Hasil Penelitian

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tanggapan responden pada setiap item pernyataan yang digunakan. Totalnya ada 54 item pernyataan yang digunakan sebagai ukuran atas keempat variabel dan pengujian ini berfungsi untuk melihat pola pengaruh yang terbentuk antara variabel tersebut. Variabel yang digunakan adalah variabel Idealisme, Relativisme, Materialisme dan Pandangan terhadap peran etika dan TJSP.

Setelah melewati uji validitas, selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas data yang dilakukan pada 130 responden. Nilai-nilai untuk pengujian reliabilitas berasal dari skor-skor item kuesioner sebanyak 47 item yang telah valid (hasil uji validitasnya). Item yang tidak valid tidak dilibatkan dalam pengujian reliabilitas, sehingga diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Idealisme	0.688	Reliabel
Relativisme	0.720	Reliabel
Materialisme	0.788	Reliabel
Pandangan Terhadap Peran Etika dan TJSP	0.813	Reliabel

Sumber: Data pengolahan hasil SPSS, 2014

Nilai hasil uji reliabilitas dikatakan baik (tinggi) jika memiliki nilai lebih besar dari 0.8 kemudian nilai uji reliabilitas dikatakan diterima jika memiliki nilai 0.6 – 0.79 sedangkan dikatakan buruk jika memiliki nilai  $< 0,6$  (Sekaran dan Bougie, 2009). Oleh karena semua nilai Cronbach Alpha (nilai uji reliabilitas) pada kuesioner penelitian ini lebih besar dari batas reliabilitas sebesar 0,600 maka dapat disimpulkan bahwa semua item dalam kuesioner telah reliabel. Dengan demikian semua item pernyataan pada kuesioner telah valid dan reliabel, sehingga dapat dilakukan analisis selanjutnya.

#### Regresi Linier Berganda

Setelah menguji instrumen dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas maka dilanjutkan dengan pengujian hipotesis dengan menggunakan regresi linier berganda. Hasil perhitungan analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel Pengujian Hipotesis**

Hipotesis	Variabel Independen	Beta	Sig.	Keterangan
H1	Idealisme	0.303	0.000	Terbukti Signifikan
H2	Relativisme	-0.180	0.030	Terbukti Signifikan
H3	Materialisme	-0.202	0.015	Terbukti Signifikan
Fhitung = 8.062		Adjusted R Square = 0.141		

Signifikan pada taraf 95 % ( $P < 0,05$ ),  $\alpha = 5\%$  (0.05)

Sumber: Data pengolahan hasil SPSS, 2014

Berdasarkan tabel tersebut diperoleh informasi sebagai berikut:

- Nilai Adjusted R Square yang diperoleh dari hasil estimasi persamaan model regresi dalam penelitian ini sebesar 0.141. Hal ini berarti besarnya variasi variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel independen sebesar 14.1%, sedangkan sisanya merupakan faktor lain di luar penelitian. Dengan kata lain, Adjusted R Square menunjukkan bahwa masih ada berbagai faktor lain diluar ketiga variabel independen yang dapat mempengaruhi pandangan terhadap peran etika dan TJSP (variabel dependen).
- F hitung atau nilai statistik uji F pada model regresi linier berganda tersebut sebesar 8.062 lebih besar dari nilai pada F table yakni 2.68, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model tersebut layak untuk digunakan dalam analisis. Karena terdapat pengaruh antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.
- Uji T untuk variabel Idealisme menghasilkan signifikansi (p value) pada H1 sebesar 0.000, nilai tersebut lebih kecil dari pada nilai  $\alpha$  yang digunakan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Idealisme signifikan berpengaruh positif terhadap Pandangan akan Peran Etika dan TJSP secara terpisah (partial). Pengaruh positif terlihat dari koefisien regresi (beta) yang positif.
- Uji T untuk variabel Relativisme menghasilkan signifikansi (p value) pada H2 sebesar 0.030, nilai tersebut lebih kecil dari pada nilai  $\alpha$  yang digunakan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Relativisme signifikan berpengaruh

negatif terhadap Pandangan akan Peran Etika dan TJSP secara terpisah (partial). Pengaruh negatif terlihat dari koefisien regresi (beta) yang negatif.

- e) Uji T untuk variabel Materialisme menghasilkan signifikansi (p value) pada H3 sebesar 0.015, nilai tersebut lebih kecil dari pada nilai  $\alpha$  yang digunakan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Materialisme signifikan berpengaruh negatif terhadap Pandangan akan Peran Etika dan TJSP secara terpisah (partial). Pengaruh negatif terlihat dari koefisien regresi (beta) yang negatif.

Mengacu pada tanggapan responden atas setiap item pernyataan, maka dapat dirangkum data dari tiap variabel ke dalam tabel statistik deskriptif berikut ini:

**Tabel Statistik Deskriptif tiap Variabel**

	N	Mean	Std. Deviation
Pandangan terhadap peran etika dan TJSP	130	3.8632	0.42950
Idealisme	130	3.9193	0.42212
Relativisme	130	3.3715	0.49903
Materialisme	130	2.7027	0.48132

Sumber: Data pengolahan hasil SPSS, 2014

Seperti yang ditampilkan pada tabel tersebut, dapat diketahui bahwa nilai standar deviasi dari setiap variabel lebih kecil dari nilai mean, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penyimpangan pada data penelitian dari 130 responden ini tidak terlalu tinggi.

**Tabel Nilai Mean untuk tiap Variabel berdasarkan Jenis kelamin, Program Studi, Strata Pendidikan dan Pengalaman Kerja (*Independent Sample t-test*)**

No	Variabel	Laki-Laki		Perempuan		Sig.	Akuntansi		Manajemen		Sig.
		Mean	SD	Mean	SD		Mean	SD	Mean	SD	
1	Pandangan terhadap peran Etika dan TJSP	3,79	0,48	3,90	0,40	0,16	3,90	0,40	3,84	0,45	0,44
2	Idealisme	3,94	0,46	3,91	0,40	0,61	3,82	0,45	3,98	0,40	0,05
3	Relativisme	3,44	0,49	3,33	0,50	0,21	3,34	0,43	3,39	0,54	0,59
4	Materialisme	2,61	0,50	2,75	0,47	0,11	2,61	0,50	2,76	0,46	0,08

  

	S1	SD	S2	SD	Sig.	Sudah Bekerja		Belum Bekerja		Sig.	
						Mean	SD	Mean	SD		
1	Pandangan terhadap peran Etika dan TJSP	3,85	0,43	3,88	0,44	0,67	3,88	0,41	3,85	0,45	0,70
2	Idealisme	3,85	0,42	3,99	0,42	0,07	3,95	0,46	3,90	0,39	0,53
3	Relativisme	3,37	0,42	3,37	0,58	0,98	3,37	0,50	3,37	0,50	0,98
4	Materialisme	2,68	0,49	2,72	0,48	0,66	2,67	0,48	2,73	0,49	0,52

Sumber: Data pengolahan hasil SPSS, 2014

Seperti yang ditampilkan pada tabel tersebut, dapat diketahui bahwa nilai mean dan standar deviasi dari masing-masing variabel terlihat beragam. Sementara itu, untuk melihat adanya perbedaan persepsi pada masing-masing variabel digunakan *Independent Sample t-test* dan hasilnya menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan persepsi untuk masing-masing variabel, baik berdasarkan Jenis Kelamin (Laki-laki dan Perempuan),

Program Studi (Akuntansi dan Manajemen) Strata Pendidikan (S1 dan S2), dan Pengalaman Kerja (Sudah dan Belum Bekerja).

### **Pembahasan**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan menjawab permasalahan tentang bagaimana pengaruh dari faktor idealisme, relativisme dan materialisme terhadap pandangan akan peran etika dan TJSP, yang dilakukan dengan pembuktian atas hipotesis yang telah dirumuskan, seperti apa bentuk pengaruh yang muncul dan hipotesis tersebut terbukti atau tidak.

Baik faktor idealisme, relativisme dan materialisme ketiganya menunjukkan model pengaruh yang sesuai dengan hipotesis penelitian ini. Idealisme terbukti signifikan memiliki pengaruh positif terhadap pandangan akan peran etika dan TJSP, lalu relativisme terbukti signifikan memiliki pengaruh negatif terhadap pandangan akan peran etika dan TJSP, dan materialisme terbukti signifikan memiliki pengaruh negatif terhadap pandangan akan peran etika dan TJSP. Dengan kata lain, hasil uji hipotesis yang menggunakan regresi linier berganda membuktikan bahwa hipotesis H1, H2 dan H3 diterima.

Melihat kembali hasil penelitian Singhapakdi et al. (1996) yang membuktikan bahwa idealisme memiliki korelasi positif terhadap salah satu skala dari pandangan akan peran etika dan TJSP, kemudian terbukti bahwa relativisme memiliki korelasi negatif terhadap seluruh skala dari pandangan akan peran etika dan TJSP. Maka dari itu, apabila dikaitkan dengan hasil penelitian acuan sebelumnya yakni penelitian Singhapakdi tersebut, penelitian ini menemukan hasil yang senada yakni variabel idealisme berpengaruh positif terhadap pandangan akan peran etika dan TJSP, kemudian variabel relativisme berpengaruh negatif terhadap pandangan akan peran etika dan TJSP.

Penelitian ini menunjukkan reaksi/tanggapan para mahasiswa terhadap etika dan TJSP. Melihat kuatnya pengaruh pandangan, hal ini dapat menolong mahasiswa dalam memikirkan dan membuat keputusan arah karirnya. Terlebih saat menyelesaikan studi dan bagi yang menyandang status freshgraduate cenderung lebih mengejar materi (gaji). Untuk itulah pemahaman akan pentingnya etika dan TJSP dapat membantu para mahasiswa dalam membuat keputusan untuk bergabung dengan profil perusahaan yang seperti apa. Akan lebih baik jika perusahaan yang dituju memiliki program TJSP karena TJSP mendukung keberlanjutan organisasi dalam ranah bisnis yang digelutinya.

Dalam dunia bisnis, penggerak aktivitas TJSP dalam suatu organisasi/perusahaan adalah SDM dan di balik sikap maupun perilaku seseorang (SDM) terdapat pandangan/persepsi yang berperan aktif. Mengacu pada Singhapakdi et al. (1996) yang mengungkapkan bahwa pelaku bisnis seharusnya terlebih dahulu memandang peran etika dan tanggung jawab sosial sebagai hal yang penting, sebelum berperilaku etis dan merefleksikannya lebih lagi dalam tanggung jawab sosial. Oleh karena itu, penelitian ini mengeksplorasi faktor yang dapat mempengaruhi pandangan seseorang.

Pandangan dari mahasiswa terhadap peran etika dan TJSP ini dapat dikatakan sebagai perwakilan dari generasi terpelajar yang adalah kandidat sumber daya manusia (SDM) di masa yang akan datang. Dengan mengetahui bahwa individu dengan tipe idealisme menjunjung kepatuhan terhadap nilai-nilai moral, lalu tipe relativisme menolak nilai-nilai moral namun terkadang tidak sepenuhnya menolak karena tipe ini selalu memperhitungkan tiap kondisi dan tipe materialisme memiliki ambisi yang kuat untuk memperoleh dan memiliki hal-hal materiil, maka untuk memperlakukan dan menempatkan orang-orang dengan tipe ini dalam organisasi tidaklah sulit. Setiap orang memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing, begitu pula dengan tipe-tipe

tersebut. Untuk hal-hal tertentu atau proyek-proyek tertentu, manajerial dapat menempatkan kandidat tertentu dengan karakter seperti apa (tipe), termasuk pada program TJSP sehingga kendala dalam menjalankan TJSP semakin diminimalisir.

Mengingat bahwa pandangan dapat mempengaruhi sikap para SDM dan juga hasil kerja mereka, maka organisasi dalam hal ini secara khusus manajerial dapat menyusun langkah-langkah strategis untuk meningkatkan pemahaman para SDM-nya terhadap peran etika dan TJSP. Akan lebih baik apabila para pemimpin organisasi dan para karyawannya memiliki pandangan atau persepsi yang sama terhadap pandangan akan peran etika dan CSR, dengan demikian lebih besar peluang kesuksesan untuk menjalankan dan mencapai tujuan organisasi lewat program TJSP.

Hasil penelitian ini juga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi manajerial dalam pembuatan keputusan terkait kandidat SDM yang akan didelegasikan untuk terlibat dalam program-program TJSP perusahaan. Seperti ungkapan populer bagi para manajer SDM dalam menemukan dan menempatkan kandidat di posisi yang tepat dalam perusahaan yakni *right man in the right place* or *right man in the right position*, begitu juga dengan menempatkan karyawan dalam program TJSP. Dengan mengetahui peran dari karakter-karakter pribadi yang dapat mempengaruhi pandangan seseorang, maka hal ini dapat menjadi salah satu bahan pertimbangan bagi manajerial untuk penentuan langkah strategis yang akan diambil, termasuk memberikan pelatihan-pelatihan. Meskipun karakter pribadi yang sudah terbentuk sulit untuk diubah namun bukan berarti tidak dapat diubah dan itu bukanlah suatu hal yang mudah untuk dilakukan. Perubahan total untuk karakter sangatlah sulit untuk diwujudkan, namun perusahaan dapat mengadakan pelatihan yang mengarah pada pembentukan karakter yang diharapkan dan diperlukan oleh perusahaan.

## Kesimpulan

Penelitian ini telah menguji model konseptual yang digunakan yakni berkaitan dengan bentuk atau model pengaruh yang dibawa oleh faktor idealisme, relativisme dan materialisme terhadap pandangan akan peran etika dan tanggung jawab sosial perusahaan (TJSP). Pengumpulan data telah dilakukan dengan survei melalui kuesioner dan 130 responden telah dilibatkan untuk penelitian ini. Responden yang dimaksud ialah mahasiswa Universitas Atma Jaya Fakultas Bisnis/Ekonomi Program Studi Akuntansi dan Manajemen yang telah mengikuti matakuliah etika bisnis.

Adapun kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hasil analisis menunjukkan bahwa idealisme memiliki pengaruh positif terhadap pandangan akan peran etika dan TJSP, dengan demikian hasil ini terbukti mendukung dugaan pada Hipotesis 1 (H1). Individu dengan tipe idealisme menyambut secara positif segala bentuk gagasan dan aktivitas yang berhubungan dengan etika dan TJSP. Sebab tipikal idealisme menjunjung kepatuhan akan nilai-nilai moral.

Hasil analisis menunjukkan bahwa relativisme memiliki pengaruh negatif terhadap pandangan akan peran etika dan TJSP, dengan demikian hasil ini terbukti mendukung dugaan pada Hipotesis 2 (H2). Individu dengan tipe relativisme menyambut secara negatif atas gagasan dan aktivitas yang berhubungan dengan etika dan TJSP. Sebab tipikal relativisme membuat penilaian moral berdasarkan pada tiap situasi dan kondisi.

Hasil analisis menunjukkan bahwa materialisme memiliki pengaruh negatif terhadap pandangan akan peran etika dan TJSP, dengan demikian hasil ini terbukti mendukung dugaan pada Hipotesis 3 (H3). Individu dengan tipe materialisme menyambut secara negatif atas gagasan dan aktivitas yang berhubungan dengan etika dan TJSP. Sebab bagi tipe materialisme, mengejar materi sudah seperti naluri utama yang tidak tergantikan.

### Batasan Penelitian

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak keterbatasan dalam penelitian ini, ruang lingkup penelitian yang lebih fokus pada pengaruh yang dapat ditimbulkan oleh faktor idealisme, relativisme dan materialisme (variabel independen) terhadap pandangan akan peran etika dan TJSP (variabel dependen), namun masih ada berbagai faktor lain diluar variabel independen yang juga dapat mempengaruhi pandangan seseorang. Pandangan terhadap peran etika dan TJSP disini juga lebih terfokus pada pandangan secara umum dari para mahasiswa bisnis, khususnya yang telah mengikuti kelas etika bisnis, sehingga masih menutup kemungkinan untuk melihat tanggapan dari mahasiswa non bisnis yang mana mereka juga adalah calon-calon SDM.

### Implikasi Manajerial

Implikasi manajerial dari penelitian ini ditujukan untuk Universitas sebagai organisasi yang menghasilkan sarjana (SDM yang berkualitas). Hasil penelitian ini secara khusus menunjukkan sejauh mana visi misi dari UAJY terwujud dalam sikap keseharian mahasiswanya. Meskipun penelitian ini dilakukan pada mahasiswa UAJY, namun model penelitian ini dapat diterapkan pada universitas negeri maupun universitas swasta lainnya. Hasil penelitian ini merupakan representasi dari pandangan mahasiswa UAJY yang secara keseluruhan mewakili karakteristik idealisme karena nilai mean (lihat Tabel Statistik Deskriptif tiap Variabel) menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju atas tiap item variabel Idealisme (meannya 3.9193). Sementara terhadap tiap item dari variabel relativisme, sebagian besar responden memberikan tanggapan netral atau dapat diartikan juga bahwa para responden tersebut tidak mendukung namun juga tidak menolak karakteristik sifat relativisme ini (meannya 3.3715). Demikian juga terhadap tiap item dari variabel variabel materialisme, nilai mean menunjukkan bahwa sebagian besar responden menjawab netral (meannya 2.7027). Hal tersebut jelas karena sebagian besar responden yang ada telah mewakili karakteristik dari variabel prediksi atau variabel independen yakni idealisme. Dengan kata lain, tanggapan yang masih netral menunjukkan bahwa sikap mahasiswa masih belum sepenuhnya tegas dalam menentukan keberpihakannya (memposisikan dirinya).

Berdasarkan nilai mean, dapat diartikan juga bahwa para responden memandang peran etika dan TJSP sebagai hal penting, dilihat dari sebagian besar responden menjawab setuju (meannya 3.8632) atas tiap item variabel dependen (Pandangan terhadap Peran Etika dan TJSP). Untuk itu universitas diharapkan mampu mempertahankan karakteristik yang mendukung etika dan TJSP (idealisme). Kemudian untuk tanggapan yang masih netral (relativisme dan materialisme) dapat ditingkatkan dengan merancang matakuliah etika bisnis maupun materi-materi perkuliahan yang berhubungan dengan konsep etika dan TJSP dalam dunia bisnis yang mampu menumbuhkan dan memperdalam pemahaman mahasiswanya serta menggalang program-program sosial untuk melibatkan mahasiswa dalam mengembangkan kapasitasnya dan berperan secara aktif.

Untuk perusahaan-perusahaan yang menjalankan program TJSP dianjurkan untuk mendelegasikan karyawan yang idealistis (dilihat dari hasil penelitian ini berdasarkan nilai mean tiap variabel), karena tipe idealisme mendukung penuh penerapan nilai-nilai etika. Kemudian untuk karakteristik relativisme juga dapat didelegasikan dalam program

TJSP, namun perlu diberikan pendalaman pemahaman mengenai sasaran (goal) dari penerapan TJSP tersebut, karena tipe relativisme cenderung skeptis terhadap nilai-nilai moral yang bersifat umum (universal) dan memperhitungkan setiap tindakan berdasarkan situasi dan kondisi, sehingga harus diberikan ruang khusus untuk memahami manfaat peran etika dan TJSP bagi perusahaan serta menentukan prioritas kontribusinya bagi perusahaan. Sementara karakteristik materialisme dapat ditempatkan pada program lain dan bukan program TJSP, karena karakteristik ini akan lebih berkembang apabila ditempatkan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan. Termasuk didalamnya mahasiswa, yang dipandang sebagai pengambil keputusan di masa yang akan datang, sebagai calon pemimpin ataupun calon SDM saat bergabung dengan perusahaan kedepannya.

#### Saran

Untuk penelitian lebih lanjut, peneliti menyarankan agar menyertakan faktor-faktor lainnya yang dapat mempengaruhi pandangan seseorang terhadap peran etika dan TJSP. Seperti faktor budaya dan lain sebagainya. Kemudian dari segi sampel yang digunakan, penelitian kedepannya dapat memperluas kriteria sampel dengan menyertakan sampel selain mahasiswa bisnis dan membandingkan pandangan mereka (mahasiswa bisnis dan non bisnis). Dengan demikian, mahasiswa yang telah mengikuti mata kuliah etika bisnis maupun yang belum dapat diteliti dan kemudian dilihat juga perbedaan yang muncul dari pandangan mereka secara umum terhadap peran etika dan TJSP. Mengingat bahwa dunia bisnis tidak hanya dijalankan oleh orang-orang dengan latar belakang bisnis saja, tetapi juga mereka yang memiliki kualifikasi dan kompetensi.

Penelitian ini merupakan representasi pandangan mahasiswa dari sebuah universitas swasta yang berafiliasi pada agama tertentu yakni agama Katolik, sehingga kedepannya dapat dikembangkan atau diperluas lagi untuk melihat pandangan mahasiswa dari universitas-universitas negeri. Selain itu, populasi dapat diperluas untuk mewakili satu kota tertentu dengan mengambil sampel dari beberapa universitas dan melihat pandangan para mahasiswa tersebut sebagai kandidat SDM atau kandidat pemimpin di masa yang akan datang.

#### Referensi

- Asy'ari, H. (2009), *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Modal Sosial pada PT Newmont*, Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Diponegoro Semarang. Diunduh dari <http://eprints.undip.ac.id/17529/>, 18 November 2013.
- Dahlsrud, A. (2006), "How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management (in press)*, John Wiley & Sons Ltd and ERP Environment, DOI: 10.1002/csr.
- Dan, Z. (2010), *The Impact of Employees' Perception of Corporate social Responsibility on Job Attitudes and Behaviours: A Study in China*, Master of Science in Management, Singapore Management University. Diunduh dari [http://ink.library.smu.edu.sg/etd\\_coll/72/](http://ink.library.smu.edu.sg/etd_coll/72/), 18 November 2013.
- Elias, R.Z. (2002), "Determinants of Earnings Management Ethics Among Accountants", *Journal of Business Ethics*, Vol. 40, No. 1, 33-45.

- Elkington, J. (1998), "Partnerships from Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st-Century Business", *Environmental Quality Management*, John Wiley & Sons, Inc., CCC 1088-1913/98/0801037-15, 37-51.
- Etheredge, J.M. (1999), "The Perceived Role of Ethics and Social Responsibility: An Alternative Scale Structure", *Journal of Business Ethics*, Vol. 18, No. 1, 51-64.
- Fajar, M.ND. (2013), *Tanggung jawab sosial Perusahaan di Indonesia: Studi tentang Penerapan Ketentuan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Multinasional, Swasta, Nasional, dan badan Usaha Milik Negara*, Cetakan Kedua, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ferber, R. (1977), "Research by Convenience", *Journal of Consumer Research*, Vol. 4, 57-58.
- Forsyth, D. R. (1992), "Judging the Morality of Business Practices: The Influence of Personal Moral Philosophies", *Journal of Business Ethics*, Vol. 11, No. 5-6, 461-470.
- Forsyth, D.R. (1980), "A Taxonomy of Ethical Ideologies", *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 39, No. 1, 175-184.
- Fuentes-Garcia, F. J., Nunez-Tabales, J. M., & Varoz-Herradon, R. (2007). "Applicability of corporate social responsibility to human resources management: Perspective from Spain". *Journal of Business Ethics*, Vol. 82, No. 1, 27-44.
- Gond, J.-P., Igalens, J., Swaen, V., & El Akremi, A. (2011), "The Human Resources Contribution to Responsible Leadership: An Exploration of the CSR-HR Interface", *Journal of Business Ethics*, Vol. 98, 115-132.
- Heizer, J., & Render, B. (2014), *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*, Eleventh Edition, England: Pearson Education Limited.
- Henle, C.A., Giacalone, R.A., & Jurkiewicz, C.L. (2005), "The Role of Ethical Ideology in Workplace Deviance", *Journal of Business Ethics*, Vol. 56, No. 3, 219-230.
- Jenkins, H. (2004), "A Critique of Conventional CSR Theory: An SME Perspective", *Journal of General Management*, Vol. 29, No. 4, 35-57.
- Kashdan, T.B., & Breen, W.E. (2007), "Materialism and Diminished Well-Being: Experiential Avoidance as A Mediating Mechanism", *Journal of Social and Clinical Psychology*, Vol. 26, No. 5, 521-539.
- Katz, J.A., & Green, R.P. (2009), *Entrepreneurial Small Business*, Second Edition, New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Kasser, T., & Ahuvia, A.C. (2002), "Materialistic Values and Well Being in Business Students: An Empirical Reply to Sagiv and Schwartz (2000)", *European Journal of Social Psychology*, Vol. 32, No. 1, 137-146.
- Kolodinsky, R.W., Madden, T.M., Zisk, D.S., & Henkel, E.T. (2010), "Attitudes About Corporate Social Responsibility: Business Student Predictors", *Journal of Business Ethics*, Vol. 91, No. 2, 167-181.
- Kotler, P., & Lee, N. (2005), *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Krumwiede, D., Hackert, A.M., Tokle, J., & Vokurka, R.J. (2012), "The Practice of Corporate Social Responsibility in Different Countries: A Study of Firms in Canada, Hungary, Italy, Lebanon, Taiwan and the United States", *International Journal of Management*, Vol. 29, No. 1, 389-402.

- McManus, T. (2008), "The business strategy/corporate social responsibility 'mash-up'", *Journal of Management Development*, Vol. 27, No. 10, 1066-1085.
- McWilliams, A., Siegel, D.S., & Wright, P.M. (2006), "Corporate Social Responsibility: Strategic Implications", *Journal of Management Studies*, Vol. 43, No. 1, 0022-2380.
- Meggison, W.L., Byrd M.J., & Emeritus, L.C.M. (2004), *Small Business Management: An Entrepreneur's Guidebook*, Third Edition, Irwin McGraw-Hill.
- Mello, J.A. (2011), *Strategic Management of Human Resources*, Third Edition, South Western, Cengage Learning.
- Park, H. (2005), "The Role of Idealism and Relativism as Dispositional Characteristics in the Socially Responsible Decision Making Process", *Journal of Business Ethics*, Vol. 56, No. 1, 81-98.
- Pedersen, E.R. (2010), "Modelling CSR: How Managers Understand the Responsibilities of Business Towards Society", *Journal of Business Ethics*, Vol. 91, 155-166.
- Perrini, F., Russo, A., & Tencati, A. (2007), "CSR Strategies of SMEs and Large Firms. Evidence from Italy", *Journal of Business Ethics*, Vol. 74, No. 3, 285-300.
- Prastowo, J., & Huda, M. (2011), *Corporate Social Responsibility: Kunci Meraih Kemuliaan Bisnis*, Cetakan Pertama, Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru.
- Richins, M.L., & Dawson, S. (1992), "A Consumer Values Orientation For Materialism and Its Measurement: Scale Development and Validation". *The Journal of Consumer Research*, Vol. 19, No. 3, 303-316.
- Ryan, L., & Dziurawiec, S. (2001), "Materialism and Its Relationship to Life Satisfaction", *Social Indicators Research*, Vol. 55, No. 2, 185-197.
- Scarborough, N.M., & Zimmerer, T.W. (2009), *Effective Small Business Management: An Entrepreneurial Approach*, Ninth Edition, New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2009), *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*, Fifth Edition, John Wiley & Sons Ltd.
- Sharma, S.K., & Mehta, S. (2012), "Where Do We Go From Here? Viewing Corporate Social Responsibility through a Sustainability Lens", *The Journal Contemporary Management Research*, Vol. 6, No. 2, 69-76.
- Singhapakdi, A., Vitell S.J., Rallapalli K.C., & Kraft K.L. (1996), "The Perceived Role of Ethics and Social Responsibility: A Scale Development". *Journal of Business Ethics*, Vol. 15, No. 11, 1131-1140.
- Solihin, I. (2009), *Corporate Social Responsibility: from Charity to Sustainability*, Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Sparks, J.R., & Hunt, S.D. (1998), "Marketing Researcher Ethical Sensitivity: Conceptualization, Measurement and Exploratory Investigation", *Journal of Marketing*, Vol. 62, No. 2, 92-109.
- Tabachnick, B.G., & Fidell, L.S. (1996), *Using Multivariate Statistics*, Third Edition, New York: Harper Collins College Publishers.
- Tandon, A.K., Mishra, S.K., & Singh E. (2011), "What Discriminates the Perspective Manager's Attitude Towards Corporate Social Responsibility? An Insight from Psychological Variables", *The IUP Journal of Corporate Governance*, Vol. 10, No.3, 52-70.

- Turban, D.B., & Greening, D.W. (1996), "Corporate Social Performance and Organizational Attractiveness to Prospective Employees", *Academy of Management Journal*, Vol. 40, No. 3, 658-672.
- Urip, Sri. (2010), *CSR Strategies: Corporate Social Responsibility for A Competitive Edge in Emerging Markets*, John Wiley & Sons (Asia) Pte. Ltd.
- Velasquez, M.G. (2012), *Business Ethics: Concepts and Cases*, Seventh Edition, United States of America: Pearson Education, Inc.
- Virtanen, A.A. (2013), Managerial Perceptions on Corporate Social Responsibility: a Transatlantic Comparison Between Forest Products Companies in Europe and North America, Master of Science in Agriculture and Forestry, University of Helsinki.
- Vyakarnam, S., Baily, A., Myers, A., & Burnett, D. (1997), "Towards an Understanding of Ethical Behaviour in Small Firms", *Journal of Business Ethics*, Vol. 16, No. 15, 1625-1636.
- Welford, R. (2005). "Corporate Social Responsibility in Europe, North American and Asia: 2004 Survey Results". *Journal of Corporate Citizenship*, Vol.17, 33-52.