

INTISARI

Penelitian ini menguji pengaruh informasi sosial dan lingkungan dan faktor gender terhadap pengambilan keputusan pengguna dengan memfokuskan pada bagaimana investor mengalokasikan dana investasi mereka. Dengan menggunakan desain eksperimen intrasubjek, penelitian ini menguji reaksi investor terhadap dua kondisi kinerja sosial dan lingkungan perusahaan: salah satu perusahaan mengungkapkan kinerja sosial dan lingkungan yang buruk (*sinner company*) dan perusahaan lainnya mengungkapkan bahwa perusahaan tersebut merupakan pemimpin dalam manajemen sosial dan lingkungan (*saint company*). Hasil penelitian mengindikasikan bahwa terdapat reaksi yang signifikan terhadap pelaku kinerja sosial dan lingkungan yang baik (*saint company*) dalam kondisi strategi investasi jangka panjang, namun tidak dalam strategi investasi jangka pendek. Dalam kondisi strategi investasi jangka pendek, investor menginvestasikan dana yang lebih besar pada *sinner company* dibandingkan *saint company*. Selain itu, hasil analisis data statistik berdasarkan faktor gender menemukan bahwa perbedaan keputusan investasi antara kelompok investor pria dan wanita hanya ditemukan dalam kondisi strategi investasi jangka pendek, namun tidak dalam strategi investasi jangka panjang. Dalam kondisi strategi investasi jangka pendek, kelompok investor pria cenderung mengalokasikan dana yang lebih besar pada *sinner company* dibandingkan kelompok investor wanita.

Kata kunci: informasi sosial dan lingkungan, gender, keputusan investasi.

ABSTRACT

This study examines the effect of social and environmental information and gender on users' decision making by focusing on how investors allocate their investment funds. Using within subjects experimental design, this study examines investor's reaction to two states of corporate social and environmental performance: in which the company disclose it is performing badly to the social and environmental (i.e. sinner company) and another in which the company discloses it is a leader in social and environmental management (i.e. saint company). The results indicate that there is significant reaction to the better social and environmental performer (i.e. saint company) under long-term investment strategy, but do not do so under short-term investment strategy. Under the short-term investment strategy, investors invest a larger amount of fund in the sinner company compared to saint company. Moreover, statistical analyses of the data reveal that based on gender alone, the differences occur between men and women in their investment decision only under short-term strategy but not under long-term strategy. Under short-term strategy, men allocate more funds on sinner company compared to women.

Keywords: *social and environmental information, gender, investment decision.*