

BAB III

PENGEMBANGAN HIPOTESA DAN METODOLOGI PENELITIAN

III.1 Sampel dan Data

III.1.1 Sampel

Populasi penelitian adalah semua perusahaan publik yang terdapat di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya. Sementara sampel penelitian kali ini adalah perusahaan publik yang masuk dalam peringkat SWA100 tahun 2006. Sehingga, dapat dikatakan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*.

Di tahun 2006, untuk keenam kalinya Majalah SWA bekerja sama dengan MarkPlus, Inc. dan Magister Akuntansi Universitas Indonesia melakukan pemeringkatan SWA100 menggunakan metode *Economic Value Added* (EVA), yang dipopulerkan Stern Stewart & Co. Pemeringkatan SWA100 tahun 2006 dilakukan terhadap perusahaan-perusahaan publik yang terdapat di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya, dengan kriteria sebagai berikut:

- Perusahaan di luar perusahaan sekuritas, asuransi, ataupun perusahaan pembiayaan, dan perbankan.
- Pemeringkatan dilakukan berdasarkan laporan keuangan teraudit 2005 dengan pendapat *unqualified opinion* (perusahaan yang memperoleh *unqualified opinion*, tapi terdapat keraguan signifikan atas *going-concern*, tidak diikutsertakan dalam pemeringkatan)

Berdasarkan syarat tersebut, dari perusahaan publik yang telah menyerahkan laporan keuangan 2005 (teraudit), hanya 219 perusahaan yang diikutsertakan dalam pemeringkatan. Kemudian 219 perusahaan tersebut dibagi lagi dalam dua kelompok: kelompok dengan aset di atas Rp 1 triliun dan kelompok dengan aset di bawah 1 triliun. Dari dua kelompok itu, masing-masing diambil 50 *value creator* terbaik yang masuk dalam SWA100.

III.1.2 Data

Untuk penelitian kali ini, data yang dibutuhkan dari perusahaan sampel terdiri dari dua jenis, yaitu data nominal EVA dan data *Corporate Social Performance*. Data nominal EVA dapat langsung diperoleh dari majalah SWA 25/XXII/30 November – 10 Desember 2006. Perhitungan EVA perusahaan sampel dilakukan oleh MarkPlus, Inc berdasarkan laporan keuangan teraudit tahun 2005. Sementara data *Corporate Social Performance* diperoleh dari Laporan Tahunan (*Annual Report*) perusahaan sampel tahun 2004, 2005, dan 2006. Berdasarkan keterangan di atas, dapat disimpulkan bahwa tipe data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data *cross sectional*.

Tabel III-1

Data Perusahaan SWA 100 Per Industri

Industri Perusahaan	Jumlah Perusahaan
Pertanian	4
Pertambangan	4
Industri Dasar dan Kimia	14
Aneka Industri	10
Industri Barang Konsumsi	16
Properti dan Real Estat	15
Infrastruktur Utilitas dan Transportasi	8
Perdagangan Jasa dan Investasi	29
Total	100

Sumber : data diolah

III.2 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan, penulis melakukan hal-hal berikut:

- Mencari daftar perusahaan publik yang masuk dalam SWA100 2006 melalui perpustakaan Fakultas Ekonomi UI.
- Penelitian lapangan ke Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan Badan Pemeriksa Pasar Modal (BAPEPAM), *browsing* di situs BEJ (www.jsx.co.id) dan situs perusahaan yang bersangkutan untuk mencari Laporan Tahunan yang dibutuhkan.
- Penelitian kepustakaan. Selain data Laporan Tahunan, studi kepustakaan juga dibutuhkan sebagai data tambahan yang digunakan untuk melengkapi dan menunjang analisa. Dalam hal ini penulis memperoleh data penunjangnya dari buku-buku ilmiah, jurnal, internet, dan sumber lain yang berhubungan dengan masalah yang sedang dianalisa.

III.3 Metode Analisis

Seperti yang telah dijelaskan pada Bab II, bahwa ada beberapa cara dalam mengukur *Corporate Social Performance*, salah satunya adalah dengan *content analysis* (analisa isi). Sehingga, metode analisa yang akan digunakan untuk menilai *Corporate Social Performance* dalam penelitian ini adalah *content analysis* (analisa isi).

Definisi *content analysis* antara lain:

- *Content analysis is a method of codifying the text (or content) of a piece of writing to various group (or categories) depending upon selected criteria* (Krippendorf, 1980, dalam Raman, 2006).
- *Content analysis* merupakan teknik pengumpulan data yang terdiri dari mengkodekan informasi kualitatif dalam bentuk anekdot dan literature, kedalam

kategori-kategori untuk memperoleh skala kuantitatif dari berbagai tingkatan kompleksitas (Abbott dan Monsen, 1979).

Tujuan dari *content analysis* adalah untuk membaca isi / cerita dari data yang tersedia, kemudian mengambil sarinya dengan mengidentifikasi pengungkapan apa saja yang telah dilakukan yang mencerminkan indikasi pentingnya sebuah isu bagi sebuah perusahaan, serta untuk menurunkan sebuah indikasi dari pesan, motivasi, dan perhatian dari pihak yang menkomunikasikan / yang membuat data tersebut ke pihak lain (Gray et al., 1995).

Content analysis merupakan metode yang dominan digunakan untuk menilai pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan keuangan (Zeghal and Ahmed, 1990; Gray et al., 1995; Hackston dan Milne, 1996). Teknik *content analysis* ini telah digunakan secara luas dalam studi mengenai CSR, seperti dalam penelitian Abbott dan Monsen (1979); Abdeen (1991); Belal (2001); Bowman dan Haire (1975); Branco dan Rodrigues (2006); Gao, Heravi, Xiao (2005); Gray et al. (1995); Hackston dan Milne (1996); Raman (2006); Zeghal dan Ahmed (1990).

Dalam metode *content analysis* ini, penulis melakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Memilih dokumen yang tepat untuk dianalisis.

Untuk penelitian ini, dokumen yang akan digunakan adalah Laporan Tahunan. Secara umum, Laporan Tahunan merupakan dokumen yang tepat untuk mempelajari pengungkapan sosial, karena Laporan Tahunan merupakan alat yang penting dalam proses komunikasi kepada berbagai *stakeholder*. Selain itu, Laporan Tahunan juga dinilai memiliki kredibilitas tinggi. Sehingga, penelitian-penelitian mengenai

pengungkapan sosial perusahaan yang ada selama ini sering menggunakan Laporan Tahunan sebagai sumber kunci informasi (Deegan dan Rankin, 1997; Unerman, 2000).

2. Memilih metode pengukuran isi.

Unit pengukuran yang berbeda telah banyak digunakan dalam penelitian, yaitu: tema (Branco dan Rodrigues, 2006), jumlah kata (Zeghal dan Ahmed, 1990), jumlah kalimat (Hackston dan Milne, 1996), serta jumlah halaman (Gray et al., 1995). Masing-masing unit pengukuran memiliki kelebihan dan kelemahan. Untuk penelitian kali ini, penulis menggunakan unit pengukuran berdasarkan tema, dengan cara *checklist* / melihat ada atau tidaknya tema tanggung jawab sosial berdasarkan kategori yang ditentukan. Menurut Branco dan Rodrigues (2006), bentuk ini adalah yang paling sederhana dari metode *content analysis*. Kekurangan utama bentuk analisa ini adalah tidak dapat menilai intensitas informasi yang diungkapkan perusahaan (Branco dan Rodrigues, 2006). Namun, jumlah topik-topik yang berbeda yang diungkapkan telah dianggap sebagai ukuran yang masuk akal untuk menunjukkan kesediaan manajemen perusahaan menyediakan informasi tanggung jawab sosial secara umum (Bewley dan Li, 2000, p.206; dalam Branco dan Rodrigues, 2006).

3. Identifikasi tema atau kategori untuk klasifikasi isi.

Dalam Bab Landasan Teori, telah disimpulkan bahwa penelitian-penelitian sebelumnya mengenai pengungkapan sosial perusahaan mengidentifikasi empat kategori besar informasi yang biasa diungkapkan, yaitu: keterlibatan dengan komunitas, manajemen sumber daya manusia, perlindungan lingkungan, energi, serta peningkatan produk dan jasa. Untuk itu, penulis memberikan kodifikasi tema dalam Laporan Tahunan berdasarkan indikator penelitian Gao, Heravi, dan Xiao (2005). Gao et al. membagi kategori tema dalam penelitian mereka berdasarkan tema yang banyak dipakai dalam literatur-literatur sebelumnya. Namun, karena kategori penelitian Gao et al. tidak

memiliki tema mengenai produk, maka penulis mengkombinasikan dengan tema produk dari penelitian Hackston dan Milne (1996).

Sehingga, pada akhirnya terpilihlah tujuh kategori tema utama, yaitu: *Environment, Energy, Health and Safety, Human Resource, Products, Community Involvement, Fair Business Practices*. Masing-masing kategori utama ini memiliki beberapa sub kategori lagi. **(Dapat dilihat pada Lampiran 2).**

4. Menghitung jumlah pengungkapan berdasarkan kategori yang ditentukan.

Semua bagian dari Laporan Tahunan diperiksa dengan seksama untuk melihat ada atau tidaknya pengungkapan sosial. Lalu, semua pengungkapan sosial dari masing-masing perusahaan dijumlah untuk memperoleh *score Corporate Social Performance (score CSP)*. Setelah mendapatkan informasi ini, penulis akan menghubungkannya dengan nilai EVA perusahaan.

III.4 Hipotesa Penelitian

Seperti yang telah dijelaskan pada Bab I dan Bab II bahwa konsep *Value-Based Management* melalui *Economic Value Added* yang sangat mengutamakan kesejahteraan pemegang saham sering dianggap bertentangan dengan aktivitas kinerja sosial perusahaan yang lebih mengutamakan kepentingan seluruh *stakeholder*. Namun, ada juga bukti-bukti empiris yang menemukan bahwa sebenarnya dua konsep ini tidaklah bertentangan, melainkan saling mendukung (Arnold dan Davies, 1999:86). Banyak bukti di lapangan yang menemukan bahwa perusahaan yang memiliki EVA tinggi juga memiliki kinerja sosial yang baik (Young and O'Byrne, 1999:16).

Sehingga, Hipotesa 1 yang ingin diuji dalam penelitian ini adalah:

H1: Leaders dalam EVA juga merupakan leaders dalam CSP.

Selain itu, dalam bab sebelumnya juga telah dijelaskan bahwa pertautan antara CSP dengan kinerja perusahaan (terutama kinerja keuangan) masih belum jelas (Ullmann, 1985). Hasil dari penelitian empiris mengindikasikan hubungan yang masih belum jelas, seperti yang ada pada penelitian Alexander dan Buchholz (1982), Aupperle et al. (1985), Ullmann (1985), dan lainnya.

Lebih jauh lagi, walaupun sebagian besar penelitian menghasilkan kesimpulan bahwa terdapat hubungan positif (Margolis dan Walsh, 2003; Orlitzky, 2003), tetapi masih belum jelas hubungan kausalitasnya, apakah perusahaan yang sukses secara finansial memiliki sumber daya yang lebih banyak untuk melakukan CSP sehingga memiliki tingkat CSP yang tinggi, ataukah kinerja CSP yang baik menghasilkan kinerja keuangan yang lebih baik (McGuire et al., 1988; Ullmann, 1985; Waddock dan Graves, 1997).

Penelitian mengenai arah kausalitas ini pernah dilakukan, salah satunya oleh Waddock dan Graves di tahun 1997. Mereka mendasarkan penelitian mereka pada dua teori, yaitu *good management* dan *slack resources*.

A. Teori *Good Management*

Teori manajemen yang baik (*good management*) menyatakan bahwa ada korelasi yang tinggi antara praktek manajemen yang baik dan CSP karena perhatian yang besar terhadap CSP secara langsung maupun tidak langsung akan meningkatkan hubungan perusahaan dengan kelompok *stakeholder* kunci (Freeman, 1984, dalam Waddock dan Graves, 1997), yang nantinya akan berdampak pada terciptanya kinerja keseluruhan yang lebih baik. Contohnya: Hubungan yang baik dengan karyawan (termasuk wanita dan kaum minoritas) diharapkan akan dapat meningkatkan moral, produktivitas, dan kepuasan karyawan. Hubungan yang baik dengan komunitas dapat membuat pemerintah lokal

memberikan insentif pajak ataupun mengurangi regulasi, yang membuat perusahaan dapat mengurangi biaya sekaligus meningkatkan *bottom line*.

Lebih jauh lagi, persepsi yang positif dari konsumen terhadap *nature* dan kualitas produk, kesadaran lingkungan, dan hubungan perusahaan dengan pemerintah dan komunitas, telah menjadi dasar kompetisi. Persepsi positif terhadap perusahaan oleh *stakeholder* dapat meningkatkan penjualan ataupun mengurangi biaya manajemen *stakeholder*. Teori ini juga didukung oleh berbagai penelitian yang menempatkan CSP sebagai variabel independent dan kinerja keuangan perusahaan sebagai variabel dependen.

(Lampiran 1)

Berbagai penelitian mengenai hubungan CSP dan kinerja perusahaan juga memiliki perbedaan dalam hal waktu dirasakannya efek CSP terhadap kinerja perusahaan. Ada yang mengukur efek tersebut dalam tahun yang sama (seperti Cochran dan Wood, 1984), ada juga yang menganggap bahwa untuk dapat dirasakan, efeknya memiliki *time lag* setidaknya satu tahun, seperti penelitian Waddock dan Graves (1997). Sehingga dalam penelitian ini akan digunakan *time lag* satu tahun.

Dari kerangka pemikiran tersebut, hipotesa yang akan diuji adalah:

H2: *Corporate Social Performance* mempengaruhi *Economic Value Added* secara positif di tahun yang sama.

H3: Dengan memperhatikan *time lag*, *Corporate Social Performance* mempengaruhi *Economic Value Added* secara positif di tahun berikutnya.

B. Teori *Slack Resources*

Teori *slack resource* menyatakan bahwa kinerja keuangan yang lebih baik terjadi karena adanya ketersediaan *slack resources* (bisa berupa sumber daya keuangan ataupun

yang lain), yang memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk berinvestasi dalam aktivitas-aktivitas tanggung jawab sosial, seperti hubungan dengan komunitas, hubungan dengan karyawan, dan juga lingkungan. Jika *slack resource* tersedia, maka kinerja sosial yang lebih baik akan terjadi akibat alokasi *slack resource* tersebut kedalam aktivitas sosial.

Sehingga, dapat dikatakan, kinerja keuangan yang baik merupakan prediktor CSP yang lebih baik. Teori ini didukung oleh beberapa penelitian yang menempatkan kinerja keuangan perusahaan sebagai variabel dependen dan CSP sebagai variabel independen. (**Lampiran 1**). Beberapa bukti empiris, seperti penelitian McGuire et al. (1988), Seifert, Morris, dan Bartkus (2004), mendukung teori *slack resource* ini.

Dari kerangka pemikiran tersebut, hipotesa yang akan diuji adalah:

H4: EVA mempengaruhi *Corporate Social Performance* secara positif di tahun yang sama.

H5: Dengan memperhatikan *time lag*, EVA mempengaruhi *Corporate Social Performance* secara positif di tahun berikutnya.

III.5 Variabel dan Operasionalisasi Variabel

III.5.1 Variabel *Corporate Social Performance*

Variabel *Corporate Social Performance* (CSP) diperoleh dari penjumlahan pengungkapan tanggung jawab sosial pada Laporan Tahunan 2004, 2005, dan 2006 perusahaan sampel, berdasarkan tema-tema sosial seperti yang telah dijelaskan pada sub bab III.3, dengan menggunakan metode *content analysis*.

Jika ada pengungkapan tema sosial, diberi nilai 1, jika tidak ada diberi nilai 0. Kemudian, seluruh angka 1 dijumlah untuk memperoleh nilai CSP dari tiap perusahaan sampel. Nilai inilah yang nantinya akan dimasukkan dalam model statistik untuk di regresi.

III.5.2 Variabel *Economic Value Added*

Pada umumnya, penelitian terdahulu menggunakan *Return on Asset*, *Return on Equity*, *Return on Sales (accounting based)* ataupun harga saham (*market-based*) dalam mengukur efek kinerja sosial perusahaan terhadap kinerja perusahaan. Namun, belum pernah ada penelitian empiris yang membandingkan variabel *Corporate Social Performance* dengan variabel EVA, yang merupakan variabel penciptaan nilai bagi pemegang saham.

Corporate Social Performance dapat menciptakan keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang. EVA juga merupakan ukuran kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Hal inilah yang mendasari penulis memilih EVA sebagai variabel yang menghubungkan kinerja perusahaan dengan kinerja sosial.

Perhitungan EVA oleh MarkPlus, Inc. dilakukan dengan cara:

$$EVA = \text{Net Operating Profit after Tax (NOPAT)} - \text{capital charges.}$$

Penjelasan:

- NOPAT merupakan hasil penjumlahan dari: laba usaha, penghasilan bunga, beban pajak penghasilan, *tax shield* atas beban bunga, bagian laba (rugi) anak perusahaan, laba/rugi kurs, dan laba/rugi lainnya, diluar faktor non operasional dan pos luar biasa.

- $\text{Capital charges} = \text{WACC} \times \text{IC}$

- $\text{WACC} = \text{Pd} \times \text{Cd} (1 - T) + \text{Pe} \times \text{Ce}$

$\text{Pd} = \text{proportion of debt}$

$\text{Cd} = \text{cost of debt}$

$T = \text{tax, } 30\%$

$\text{Pe} = \text{proportion of equity}$

$\text{Ce} = \text{cost of equity, didapat dengan metode CAPM (Capital Asset Pricing Model)}$

Rumusnya:

$$C_e = R_f + (R_p) \beta$$

di mana:

C_e : tingkat pengembalian yang diinginkan investor (*opportunity of equity*)

R_f : tingkat bunga investasi yang diperoleh tanpa resiko (*risk free*), *average SBI* tiga bulanan, yaitu: 9,09%

R_p : *risk premium (rm-rf) = 6%*

β : beta, ukuran resiko saham perusahaan, diperoleh dari Bloomberg.

- *Invested Capital* meliputi: hutang jangka pendek, hutang jangka panjang, obligasi, kewajiban pajak tangguhan, kewajiban jangka panjang lainnya, hak minoritas atas laba bersih perusahaan dan ekuitas.

Adapun penyesuaian yang dilakukan meliputi: biaya riset dan pengembangan, biaya iklan dan promosi, amortisasi dan depresiasi.

Variabel EVA yang digunakan merupakan variabel *dummy*, dimana 1 jika EVA bernilai positif, dan 0 jika EVA bernilai negatif. Hal ini dilakukan karena untuk menstandarkan variabel-variabel yang ada dalam model, maka harus dilakukan transformasi logaritma natural pada variabel EVA. Namun hal ini tidak memungkinkan untuk dilakukan karena variabel EVA ada yang memiliki nilai negatif, dan bilangan negatif tidak bisa ditransformasi dengan logaritma natural.

III.5.3 Variabel Kontrol

Variabel – variabel kontrol juga dimasukkan dalam penelitian kali ini untuk memastikan bahwa hubungan yang ditemukan antara variabel independen dengan variabel dependen bukan dihasilkan oleh variabel-variabel terkait lainnya (Hillman dan Keim, 2001).

Menurut Waddock dan Graves (1997) serta Ullmann (1985), hal-hal yang sering dimasukkan menjadi variabel kontrol yang mempengaruhi kinerja keuangan dan sosial perusahaan adalah ukuran perusahaan (*size*), resiko, dan industri. Sementara beberapa penelitian, seperti penelitian McWilliams dan Siegel (2000) memasukkan biaya riset dan pengembangan, serta biaya iklan dan promosi sebagai tambahan variabel kontrol selain yang telah disebutkan sebelumnya.

- Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan variabel kontrol yang masuk akal, sebab perusahaan kecil pasti tidak akan dapat melakukan aktivitas tanggung jawab sosial sebanyak yang dilakukan perusahaan besar (Waddock dan Graves, 1997). Sedangkan menurut Stanwick dan Stanwick (1998), perusahaan yang lebih besar akan menerima perhatian yang lebih besar pula dari masyarakat umum, yang pada akhirnya dapat mendorong perusahaan untuk melakukan kinerja sosial yang tinggi pula.

- Industri Perusahaan

Amato dan Amato (2007) berpendapat bahwa industri perusahaan sangat mempengaruhi tingkat aktivitas tanggung jawab sosial yang dilakukan. Perusahaan yang ada dalam industri yang kompetitif tidak sanggup melakukan kegiatan sosial kecuali jika semua perusahaan dalam industri tersebut memang memilih untuk melakukan aktivitas sosial. Sementara perusahaan yang berada dalam industri yang monopoli tidak memiliki insentif untuk melakukan tanggung jawab sosial. Justru perusahaan yang berada dalam industri tengah-tengah dan memiliki rival, memiliki insentif paling besar untuk melakukan tanggung jawab sosial. Perusahaan yang berada dalam industri yang banyak rival akan memandang kontribusi amal sebagai mekanisme untuk membedakan posisi pasarnya, memperoleh *strategic advantage* di atas perusahaan lainnya dalam industri tersebut.

- Resiko Perusahaan

Menurut Waddock dan Graves (1997), tingkat resiko perusahaan akan mempengaruhi kinerja keuangan serta kesediaan perusahaan untuk melakukan aktivitas tanggung jawab sosial. Sementara itu McWilliams dan Siegel (2000) berargumen bahwa tingkat pengeluaran untuk riset dan pengembangan serta intensitas iklan, akan mempengaruhi kinerja keuangan dan kinerja social perusahaan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, penelitian ini akan menggunakan ukuran perusahaan, industri, resiko, biaya riset dan pengembangan, serta biaya iklan dan promosi sebagai variabel kontrol.

Namun, karena dalam perhitungan EVA yang dilakukan MarkPlus, Inc. telah memperhitungkan unsur resiko (diukur dengan beta), serta telah melakukan penyesuaian terhadap biaya riset dan pengembangan serta biaya iklan dan promosi, maka **variabel kontrol yang akan digunakan dalam penelitian ini menjadi hanya: ukuran perusahaan (*size*) dan industri.**

- Ukuran Perusahaan (*size*).

Ukuran perusahaan dimasukkan dalam persamaan model sebagai variabel *dummy*, 1 untuk perusahaan dengan aset lebih dari Rp 1 triliun, dan 0 untuk perusahaan dengan aset di bawah Rp 1 triliun. Pengelompokan ini telah dilakukan oleh Majalah SWA, sehingga penulis mengikuti dasar pengelompokan ini (**Lampiran 3**).

- Industri Perusahaan.

Industri perusahaan dimasukkan dalam persamaan model sebagai variabel *dummy*, 1 untuk industri *high profile*, dan 0 untuk industri *low profile*. Menurut Anggraini (2006), perusahaan yang termasuk dalam industri yang *high-profile* akan memberikan informasi sosial lebih banyak dibandingkan perusahaan yang *low-profile*. Roberts (1992) dalam Hackston & Milne (1996) mendefinisikan industri yang *high-profile* adalah industri yang

memiliki visibilitas konsumen, risiko politis yang tinggi, atau menghadapi persaingan yang tinggi. Preston (1977) dalam Hackston & Milne (1996) mengatakan bahwa perusahaan yang memiliki aktivitas ekonomi yang memodifikasi lingkungan, seperti industri ekstraktif, lebih mungkin mengungkapkan informasi mengenai dampak lingkungan dibandingkan industri yang lain. Cowen, et al. (1987) dalam Hackston & Milne (1996) mengatakan bahwa perusahaan yang berorientasi pada konsumen diperkirakan akan memberikan informasi mengenai pertanggungjawaban sosial karena hal ini akan meningkatkan *image* perusahaan dan mempengaruhi penjualan.

Klasifikasi tipe industri oleh banyak peneliti sifatnya sangat subyektif dan berbeda-beda. Roberts (1992) dalam Hackston & Milne (1996) mengelompokkan perusahaan otomotif, penerbangan dan minyak sebagai industri yang *high-profile*. Sedangkan Diekers & Perston (1977) dalam Hackston & Milne (1996) mengatakan bahwa industri ekstraktif merupakan industri yang *high-profile*. Patten (1991) dalam Hackston & Milne (1996) mengelompokkan industri pertambangan, kimia dan kehutanan sebagai industri yang *high-profile*.

Atas dasar pengelompokan di atas, penelitian ini kemudian mengelompokkan industri pertanian, pertambangan, industri dasar dan kimia, aneka industri, barang konsumsi, infrastruktur, utilitas, dan transportasi sebagai industri *high profile*. Sementara industri properti dan real estate serta perdagangan, jasa dan investasi dikeompokkan menjadi industri *low profile* (Lampiran 3).

III.6 Metode Analisis dan Pengolahan Data

- *Independent-Samples T-Test* dan *Spearman Rank Correlation*.

Dalam menganalisa Hipotesa 1, yaitu apakah *leaders* dalam EVA juga merupakan *leaders* dalam kinerja sosial, digunakan dua buah metode analisa, yaitu *Independent-*

Samples T-Test dan uji *Spearman Rank Correlation*. Kedua analisa tersebut dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS 11.5. Metode analisa *Independent-Samples T-Test* digunakan untuk melihat apakah ada perbedaan antara nilai rata-rata EVA dengan CSP perusahaan sampel. Sementara *Spearman Rank Correlation* digunakan untuk melihat apakah ada korelasi antara peringkat EVA dengan peringkat CSP perusahaan sampel.

- *Multiple Regression*.

Untuk menganalisa pengaruh nilai EVA perusahaan terhadap CSP (Hipotesa 4 dan Hipotesa 5) digunakan metode *Ordinary-Least Squares* (OLS) dengan model *multiple regression*. Data–data yang diperoleh akan diolah dengan menggunakan *software* E-Views 4.1. Pembuatan model regresi pun melewati beberapa uji ekonometrika (asumsi klasik), yaitu uji *multicolenarity*, *auto correlations*, dan heteroskedastis. Diharapkan tidak adanya pelanggaran asumsi setelah dilakukannya pengujian–pengujian tersebut. Bila terdapat pelanggaran maka akan dilakukan berbagai *treatment* agar menghasilkan estimator yang *best linear unbiased estimator* (BLUE). Suatu estimator dapat dikatakan BLUE bila:

1. Linear, bearti nilai parameter merupakan suatu fungsi linear dari variabel dependen pada model regresi.
2. *Unbiased*, berarti *expected value*, $E(\beta_i)$, sama dengan nilai sebenarnya, β_i .
3. Estimator memiliki nilai varians terkecil dan tidak bias.

- *Logit*.

Sementara itu, untuk menganalisa pengaruh CSP terhadap nilai EVA perusahaan sampel (Hipotesa 2 dan Hipotesa 3), digunakan metode statistik *Maximum Likelihood – Binary Logit*. Regresi *Binary Logistic* pada dasarnya sama saja dengan metode regresi linear, namun perbedaannya terdapat pada variabel dependen. Dalam metode *Binary Logit*, variabel dependen merupakan dikotomi (Leech, Barrett, dan Morgan, 2005, p.109). Karena dalam menganalisa pengaruh CSP terhadap EVA model menggunakan varibel *dummy*

EVA sebagai variabel dependen, maka digunakan metode *Binary Logit*. Untuk metode *Binary Logit* ini, data akan diolah dengan menggunakan *software* SPSS 11.5.

III.7 Spesifikasi Model Statistik

Penelitian kali ini menggunakan beberapa model statistik, yaitu:

- Untuk menguji Hipotesa 2, digunakan model:

$$DEVA_{i(t)} = \alpha + \beta_1 CSP_{i(t)} + \beta_2 DSIZE_i + \beta_3 DIND_i + \varepsilon_i \quad (1)$$

- Untuk menguji Hipotesa 3, digunakan model:

$$DEVA_{i(t)} = \alpha + \beta_1 CSP_{i(t-1)} + \beta_2 DSIZE_i + \beta_3 DIND_i + \varepsilon_i \quad (2)$$

Keterangan:

$DEVA_{i(t)}$ = Variabel *dummy Adjusted* EVA tahun t (2005) masing-masing perusahaan berdasarkan perhitungan MarkPlus, Inc. yang terdapat dalam Majalah SWA 25/XXII/30 November – 10 Desember 2006. *Dummy* 1 jika EVA bernilai positif, 0 jika EVA bernilai negatif.

$CSP_{i(t)}$ = *Corporate Social Performance* tahun t (2005), merupakan jumlah pengungkapan tanggung jawab sosial per tema pada Laporan Tahunan masing-masing perusahaan.

$CSP_{i(t-1)}$ = *Corporate Social Performance* tahun t-1 (2004), merupakan jumlah pengungkapan tanggung jawab sosial per tema pada Laporan Tahunan masing-masing perusahaan.

$DSIZE_i$ = variabel *dummy*, 1 jika total aset > Rp 1 triliun, 0 jika total aset < Rp 1 triliun.

$DIND_i$ = variabel *dummy*, 1 jika industri *high profile*, 0 jika industri *low profile*.

α = konstanta

β_i = slope / koefisien regresi untuk variabel-variabel independen.

ε_i = variabel acak, yang seharusnya memiliki nilai 0.

- Untuk menguji Hipotesa 4 digunakan model:

$$CSP_{i(t)} = \alpha + \beta_1 DEVA_{i(t)} + \beta_2 DSIZE_i + \beta_3 DIND_i + \varepsilon_i \quad (3)$$

- Untuk menguji Hipotesa 5 digunakan model:

$$CSP_{i(t+1)} = \alpha + \beta_1 DEVA_{i(t)} + \beta_2 DSIZE_i + \beta_3 DIND_i + \varepsilon_i \quad (4)$$

Keterangan:

$CSP_{i(t)}$ = *Corporate Social Performance* tahun t (2005), merupakan jumlah pengungkapan tanggung jawab sosial per tema pada Laporan Tahunan masing-masing perusahaan.

$CSP_{i(t+1)}$ = *Corporate Social Performance* tahun t+1 (2006), merupakan jumlah pengungkapan tanggung jawab sosial per tema pada Laporan Tahunan masing-masing perusahaan.

$DEVA_{i(t)}$ = Variabel *dummy Adjusted EVA* tahun t (2005) masing-masing perusahaan berdasarkan perhitungan MarkPlus, Inc. yang terdapat dalam Majalah SWA 25/XXII/30 November – 10 Desember 2006. *Dummy* 1 jika EVA bernilai positif, 0 jika EVA bernilai negatif.

$DSIZE_i$ = variabel *dummy*, 1 jika total aset > Rp 1 triliun, 0 jika total aset < Rp 1 triliun.

$DIND_i$ = variabel *dummy*, 1 jika industri *high profile*, 0 jika industri *low profile*.

α = konstanta

β_i = slope / koefisien regresi untuk variabel-variabel independen.

ε_i = variabel acak, yang seharusnya memiliki nilai 0.