

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, persoalan mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) sedang mendapat perhatian yang besar dari berbagai pihak. Menurut Mc Williams dan Siegel (2000), CSR didefinisikan sebagai aktivitas yang lebih jauh dari hal-hal sosial, melebihi kepentingan perusahaan, dan memang dilandasi hukum. Perusahaan-perusahaan sekarang ini terus berusaha memenuhi keinginan konsumen, karyawan, pemasok, kelompok-kelompok komunitas, pemerintah, dan pemegang saham, untuk melakukan CSR. Akibatnya, menurut World Investment Report 2002 yang dikeluarkan oleh The United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), terjadi peningkatan investasi yang cukup signifikan untuk aktivitas ini terutama pada negara-negara yang tergabung dalam Organization for Economic Co-operation and Development (OECD).¹

Dalam gagasan CSR, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja, yang mengasumsikan bahwa tujuan utama perusahaan hanyalah memberikan kesejahteraan yang sebesar-besarnya bagi para pemegang saham. Tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom*

¹ OECD adalah sebuah organisasi internasional berdiri tahun 1948 dengan nama awal: OEEC, *Organization for European Economic Co-operation*. Tahun 1961 berganti nama menjadi OECD karena anggotanya merambah sampai ke luar Eropa. OECD beranggotakan 30 negara yang menganut paham demokrasi dan ekonomi pasar, yang menyediakan data-data komparasi, analisis, dan ramalan, sehingga mereka dapat membandingkan pengalaman-pengalaman tentang kebijakan, mencari jawaban-jawaban untuk berbagai permasalahan biasa, mengidentifikasi praktik yang baik, dan mengkoordinasikan kebijakan.

lines.² Di sini, *bottom lines* lainnya selain finansial adalah sosial dan lingkungan, yang menuntut perusahaan untuk memperhatikan para pemangku kepentingan (*stakeholder*) lainnya selain pemegang saham.

Kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (Narver, 1971; McWilliams dan Siegel, 2000). Keberlanjutan perusahaan (*corporate sustainability*) hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan lingkungan hidup. Contoh di Indonesia adalah kasus Inti Indorayon Utama, Sumatera Utara.

Kesadaran tentang pentingnya mempraktikkan CSR ini menjadi tren global seiring dengan semakin maraknya kepedulian masyarakat global terhadap produk-produk yang ramah lingkungan dan diproduksi dengan memperhatikan kaidah-kaidah sosial dan prinsip-prinsip hak asasi manusia (HAM). Sebagai contoh, boikot terhadap produk sepatu Nike oleh warga di negara Eropa dan Amerika Serikat terjadi ketika pabrik pembuat sepatu Nike di Asia dan Afrika diberitakan mempekerjakan anak di bawah umur dengan upah sangat rendah. Akibatnya, harga saham Nike Inc. Turun drastis (Hasibuan-Sedyono, 2006).

Tren global lainnya dalam pelaksanaan CSR di bidang pasar modal adalah penerapan indeks yang memasukkan kategori saham-saham perusahaan yang telah mempraktikkan CSR. Sebagai contoh, New York Stock Exchange (NYSE) memiliki Dow Jones Sustainability Index (DJSI) bagi saham-saham perusahaan yang dikategorikan memiliki nilai *corporate sustainability* dengan salah satu kriterianya adalah praktek CSR. Begitu pula dengan London Stock Exchange yang memiliki Socially Responsible Investment (SRI) Index dan Financial Times Stock Exchange (FTSE) yang memiliki

² <http://www.csrsearch.com>

FTSE4Good sejak 2001. Inisiatif ini mulai diikuti oleh otoritas bursa saham di Asia, seperti di Hanseng Stock Exchange dan Singapore Stock Exchange. Konsekuensi dari adanya indeks-indeks tersebut memacu investor global seperti perusahaan dana pensiun dan asuransi yang hanya akan menanamkan investasinya di perusahaan-perusahaan yang telah masuk dalam indeks tersebut.

Di tingkat internasional, ada beberapa standar yang mendukung praktik CSR di banyak sektor, diantaranya: *AccountAbility's (AA1000) Standard*, yang berdasar pada prinsip "*Triple Bottom Line*" (*Profit, People, Planet*) yang digagas oleh John Elkington; *Global Reporting Initiative (GRI)*, panduan pelaporan perusahaan untuk mendukung pembangunan berkesinambungan yang digagas oleh PBB lewat *Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES)* dan UNEP pada tahun 1997; "*Social Accountability International*" SA8000 ; ISO 14000 "*Environmental Management Standard*" ; dan yang masih diproses oleh *Working Group on Social Responsibility*, ISO 26000 "*Guidance of Social Responsibility*".

Indonesia tidak ketinggalan untuk menekankan penerapan CSR bagi perusahaan. Pada tanggal 20 Juli 2007, disahkan UU penerapan CSR yang dilaksanakan melalui peraturan pemerintah (PP). Ketentuan itu sudah ditetapkan dalam UU Perseroan Terbatas (PT), UU Investasi dan UU Minerba (Mineral dan Batubara).

Pasal 74 Ayat 1 UU PT menyatakan, perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam, wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan atau CSR. Sedangkan dalam pasal 2 berbunyi, tanggung jawab sosial dan lingkungan itu merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memerhatikan kepatutan dan kewajaran. Sementara pasal 3 menggariskan, perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana pasal 1, dikenai sanksi sesuai

ketentuan peraturan perundang-undangan dan di pasal 4 menyatakan bahwa ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.³

Peraturan baru ini ditanggapi dengan cemas oleh dunia usaha Indonesia, karena jika perusahaan dituntut melakukan aktivitas CSR, maka hal tersebut akan menambah biaya operasional, sementara jika tidak dilakukan, akan mendapat sanksi. Tetapi ada juga pihak yang menanggapi dingin-dingin saja, karena menurut mereka, memang sudah seharusnya perusahaan melakukan CSR sebagai kewajiban, tanpa harus dibuatkan peraturan, seperti di luar negeri. Hal ini memperlihatkan bahwa komunitas bisnis Indonesia masih belum yakin bahwa aktivitas CSR akan memberikan dampak positif bagi tujuan utama mereka, yaitu penciptaan kesejahteraan pemegang saham.

Pro dan kontra mengenai penerapan CSR semacam itu memang telah ada sejak dahulu. Perihal yang masih terus menjadi pertanyaan adalah: apakah penciptaan nilai bagi pemegang saham utama konsisten dengan pencapaian tujuan dari *stakeholder* lainnya, seperti: pemegang saham minoritas, *prospective investor*, konsumen, pemasok, kreditor, dan komunitas lainnya (Venanzi dan Fidanza, 2006).

Menurut Milton Friedman, pandangan bahwa perusahaan harus melakukan tanggung jawab sosial merupakan kesalahan konsep fundamental dari sifat dan karakter ekonomi bebas. Dalam ekonomi bebas, hanya ada satu tanggung jawab sosial perusahaan sebagai pelaku bisnis, yaitu: menggunakan sumber daya dan melakukan aktivitas-aktivitas yang dirancang untuk meningkatkan keuntungan perusahaan selama mungkin. Sementara Narver (1971) berpendapat bahwa CSR ada karena tujuan perusahaan adalah profit/keuntungan untuk jangka panjang. Untuk memperoleh keuntungan jangka panjang, harus didasari pada maksimalisasi nilai pasar saat ini atas saham perusahaan. Untuk

³ <http://www.hukumonline.com>

memaksimalkan nilai pasar, investor harus yakin bahwa perusahaan tersebut tidak akan mengalami masalah-masalah dalam jangka panjang, seperti sanksi dari pemerintah misalnya. Perusahaan, dalam melakukan CSR, meskipun mengorbankan sedikit keuntungan jangka pendek, telah melakukan kontribusi terhadap kesejahteraan jangka panjang (Abbott dan Monsen, 1979).

Ketika mengukur tujuan dan hasil, banyak perusahaan selama ini mengidentifikasi maksimalisasi dari kesejahteraan pemegang saham akan berdampak terhadap maksimalisasi nilai ekonomi perusahaan secara keseluruhan dalam jangka panjang. Banyak literatur teori dan empiris di dunia internasional yang menekankan bahwa ada konflik antara penciptaan nilai bagi *shareholder* (pemegang saham) dengan penciptaan nilai bagi *stakeholder* lainnya. Literatur tersebut berpendapat bahwa meningkatkan nilai *shareholder* tidak adil karena tidak semua *stakeholder* mendapatkan keuntungan dari hal tersebut.

Untuk menganggapi hal ini, sejak tahun 1970-an telah banyak studi yang meneliti mengenai hubungan kinerja CSR terhadap kinerja ekonomi perusahaan. Pengukuran kinerja CSR disebut dengan *Corporate Social Performance* (CSP) atau kinerja sosial perusahaan. Menurut Wood (1991), CSP adalah suatu konfigurasi organisasi bisnis yang terdiri atas: prinsip-prinsip tanggung jawab sosial, proses ketanggapan atas hal-hal sosial, serta serangkaian kebijakan, program, dan hasil yang dapat dilihat terkait dengan hubungan sosial perusahaan. Sementara untuk pengukuran kinerja ekonomi, para peneliti sebelumnya menggunakan ukuran profitabilitas secara akuntansi, seperti: *Return on Asset*, *Return on Equity*, *Return on Sales*, maupun berdasarkan kinerja saham.

Hasil berbagai penelitian yang melihat hubungan antara kinerja sosial perusahaan dengan kinerja ekonomi perusahaan belum memiliki kesimpulan yang bulat. Ada peneliti yang menemukan hubungan positif (Bowman dan Haire, 1975; Sturdivant dan Ginter,

1977, Waddock dan Graves, 1991; Wu, 2006), ada yang menemukan hubungan negatif (Vance, 1975), namun ada pula yang tidak menemukan hubungan signifikan antara kedua hal tersebut (Abott and Monsen, 1979; Alexander and Buchholz, 1978; Aupperle et al., 1985).

Hubungan yang positif dapat diartikan bahwa aktivitas sosial perusahaan meningkatkan reputasi perusahaan sebagai “*good citizen*” (Nikolai, Bazley, and Brummet, 1976, dalam Wu, 2006). Reputasi itu akan menguntungkan perusahaan dengan banyak cara, yang terkadang tidak dapat diukur. Sehingga, biaya aktual dari CSR menjadi minimal dengan hasil yang hebat (Waddock dan Graves, 1997). Hubungan yang negatif mengindikasikan bahwa biaya dari menyelenggarakan CSR menempatkan perusahaan pada posisi yang tidak menguntungkan dibanding perusahaan lain yang kurang bertanggung jawab secara sosial (Aupperle et al., 1985; Vance, 1975).

Sebenarnya, indikator-indikator kinerja ekonomi dan keuangan, membutuhkan kriteria baru untuk mendefinisikan sifat dan batasan-batasan dari kepentingan *stakeholder*. Berdasarkan kriteria tersebut, manajer menggunakan berbagai strategi dan menilai kinerja. Pendekatan ini berasal dari ide bahwa *stakeholder*, dengan cara yang sama dengan *shareholder*, juga menginvestasikan modal, menginvestasikan sumber daya, kompetensi, dan pengetahuan di dalam perusahaan, sehingga mereka memiliki hak untuk memperoleh kompensasi wajar dan adil dari investasi mereka tersebut. Strategi perusahaan harus memperhatikan nilai *stakeholder* (Venantzi dan Fidanza, 2006).

Dengan memperluas tujuan perusahaan di luar penciptaan keuntungan bagi para pemilik, perusahaan menjadi suatu organisasi yang berinteraksi dengan sejumlah individu dan kelompok yang dapat berkontribusi terhadap pencapaian tujuan perusahaan, tetapi untuk dapat mencapai hal tersebut (tujuan perusahaan), tetap saja tergantung perusahaan itu sendiri.

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, sebuah perusahaan dikatakan *sustainable* jika perusahaan tersebut tidak hanya mempertimbangkan tujuan keuangan, tetapi juga tujuan sosial dan lingkungan, penciptaan nilai bagi *shareholder*, peningkatan kualitas hidup, dan penggunaan sumber daya yang telah diinvestasikan secara efisien.

Tetapi bukan berarti bahwa penciptaan nilai merupakan solusi bagi semua masalah yang terjadi antara *stakeholder*, namun hal tersebut memperlihatkan bahwa perusahaan yang menciptakan nilai dalam jangka panjang dapat memenuhi kebutuhan semua *stakeholder* dengan lebih baik. Dan hal ini pernah diteliti oleh Berman-Wicks-Koth-Jones di tahun 1999, serta Hillman-Keim di tahun 2001 (Venantzi dan Fidanza, 2006).

Penciptaan nilai dalam jangka panjang dapat diraih dengan konsep *Value-Based Management* (VBM). Dalam konsep VBM, untuk bertahan dalam jangka panjang, maka seluruh strategi perusahaan haruslah berpaku pada peningkatan kesejahteraan pemegang saham, yang merupakan pemilik perusahaan.

Selama berabad-abad, para ekonom berpendapat bahwa jika perusahaan ingin menciptakan kekayaan/kesejahteraan, perusahaan tersebut harus menghasilkan pendapatan melebihi biaya hutangnya serta biaya modal ekuitas. (Hamilton, 1777; Marshall, 1890; dalam Biddle, Bowen, dan Wallace, 1997). Dalam abad ke-20, konsep ini dioperasionalkan dengan pengukuran yang berbeda-beda, termasuk yang disebut pendapatan residu (*residual income*). *Residual income* direkomendasikan sebagai pengukuran internal untuk kinerja unit bisnis, dan sebagai pengukuran kinerja eksternal untuk laporan keuangan. Sekitar akhir tahun 1980, Stern Stewart & Co. memperkenalkan konsep *Economic Value Added* (EVA) yang merupakan penyesuaian dari konsep pendapatan residu. Menurut Stern dan Stewart, EVA mengukur perbedaan tingkat pengembalian antara modal perusahaan dengan biaya modalnya. EVA positif

mengindikasikan bahwa ada penciptaan nilai bagi pemegang saham. EVA negatif mengindikasikan bahwa telah terjadi *value destruction*.

Johnson dan Soenen (2003) pernah meneliti mengenai faktor-faktor yang membedakan antara perusahaan yang sukses secara keuangan dengan yang kurang sukses. Kesuksesan keuangan dalam jangka panjang diukur salah satunya dengan menggunakan pendekatan *Economic Value Added* (EVA). Investor rasional yang berpikir jangka panjang akan tertarik dengan perusahaan yang menguntungkan dalam jangka panjang pula, kinerja saham di atas rata-rata pasar, dan dapat menciptakan nilai bagi pemegang saham. Mereka menemukan bahwa perusahaan besar yang menguntungkan dengan manajemen modal lancar yang efisien dan memiliki keunikan tersendiri sesuai lini bisnisnya, merupakan perusahaan yang paling sukses.

Konsep EVA harus terus diperkenalkan, karena sampai saat ini belum banyak perusahaan di Indonesia yang menggunakan EVA untuk menilai kinerja manajemen. Hal tersebut didasari keyakinan bahwa pendekatan ini sangat baik untuk mengukur kinerja perusahaan. Sebagai mana diketahui, konsep EVA sebenarnya mengukur *economic profit*. Prinsipnya adalah, tidak ada modal yang gratis. Semua modal yang digunakan untuk operasionalisasi perusahaan dihitung biayanya, termasuk setoran dari pemegang saham juga dihitung *opportunity cost*-nya. Dengan menghitung semua biaya modal, akan terlihat kemampuan riil perusahaan dalam menciptakan nilai tambah. Perusahaan yang laba bersihnya tampak bagus, belum tentu memiliki nilai tambah dari kegiatan operasionalnya. Bisa saja ini disebabkan sebagian besar modal kerjanya bersumber dari pemegang saham yang dalam penghitungan kinerja keuangan konvensional dihitung sebagai modal gratis. Sebaliknya, perusahaan yang mencatat EVA bagus, dapat dipastikan bahwa laba bersihnya bagus pula.

Tahun 2006, untuk keenam kalinya Majalah SWA bekerja sama dengan MarkPlus, Inc. dan Magister Akuntansi Universitas Indonesia melakukan pemeringkatan SWA 100 menggunakan metode *Economic Value Added* (EVA), yang dipopulerkan Stern Stewart & Co. Pemeringkatan dilakukan terhadap perusahaan-perusahaan publik yang terdapat di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya, di luar perusahaan sekuritas, asuransi, ataupun perusahaan pembiayaan, dan perbankan.

Dari penjelasan di atas, tampak bahwa maksimalisasi kesejahteraan pemegang saham dan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan dua hal yang sangat menarik perhatian banyak pihak, terutama akademisi, dalam tahun-tahun terakhir ini. Bisnis harus dijalankan dengan memperhatikan dampak operasinya terhadap masyarakat dan bisnis juga harus bertanggung jawab terhadap aksi-aksi mereka. Sekilas tampak bahwa ide mengenai maksimalisasi kesejahteraan pemegang saham dan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan dua hal yang sangat bertentangan, perusahaan tidak mungkin dapat melayani para pemegang saham dan masyarakat dalam waktu yang bersamaan (Arnold dan Davies, 1999:85).

Namun, apakah benar perusahaan-perusahaan yang menempatkan pemegang saham di urutan pertama cenderung mengorbankan stakeholder lainnya? Atau apakah perusahaan-perusahaan yang memperhatikan kepentingan pemegang saham juga memberikan perhatian yang sama bagi penciptaan kesejahteraan *stakeholder* lainnya?

Terkait dengan penjelasan di atas, penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh mengenai hubungan antara kinerja keuangan perusahaan (yang diukur dengan EVA) dengan kinerja aktivitas sosialnya. Apakah perusahaan yang memiliki EVA yang baik (perusahaan yang masuk dalam SWA100) juga memiliki aktivitas tanggung jawab sosial yang baik pula. Perusahaan dengan nilai EVA yang baik, berarti sangat memperhatikan kesejahteraan para pemegang saham, dengan memberikan nilai perusahaan yang lebih baik

dibandingkan perusahaan lainnya. Tetapi yang menjadi pertanyaan penulis adalah, apakah perusahaan yang memperhatikan kesejahteraan pemegang saham juga memperhatikan kesejahteraan *stakeholder* lainnya.

Penulis tertarik untuk melihat hubungan antara EVA perusahaan dengan kinerja sosialnya (CSP). Apakah nilai EVA yang tinggi menyebabkan terjadinya kinerja sosial yang baik pula, ataukah sebaliknya, kinerja sosial yang baik menyebabkan terciptanya EVA yang tinggi. Mengingat penelitian mengenai hubungan antara CSR dengan EVA belum pernah dilakukan sebelumnya.

1.2 Perumusan Masalah

Penelitian ini dilakukan untuk menjawab pertanyaan – pertanyaan sebagai berikut :

1. Apakah perusahaan-perusahaan yang merupakan *value creator* bagi para pemegang saham (dicerminkan dengan nilai EVA yang baik), juga memiliki *Corporate Social Performance* yang baik pula.
2. Apakah *Corporate Social Performance* perusahaan SWA100 berpengaruh secara positif terhadap *Economic Value Added* perusahaan di tahun yang sama?
3. Apakah *Economic Value Added* perusahaan SWA100 berpengaruh secara positif terhadap *Corporate Social Performance* yang dijalankan di tahun yang sama?
4. Dengan memperhatikan kemungkinan adanya *time lag* satu tahun, apakah *Corporate Social Performance* perusahaan SWA100 berpengaruh secara positif terhadap *Economic Value Added* perusahaan di tahun berikutnya?
5. Dengan masih memperhatikan adanya *time lag* satu tahun, apakah *Economic Value Added* perusahaan SWA100 berpengaruh secara positif terhadap *Corporate Social Performance* yang dijalankan di tahun berikutnya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji apakah *Corporate Social Performance* perusahaan berpengaruh terhadap kinerja dan nilai perusahaan secara keseluruhan. Diharapkan semakin baik kinerja sosial yang dijalankan perusahaan, maka kinerja keuangan dan nilai perusahaan juga akan semakin baik dalam jangka panjang.
2. Untuk menguji apakah kinerja keuangan dan nilai perusahaan secara keseluruhan, berpengaruh terhadap *Corporate Social Performance*. Diharapkan, semakin tinggi kinerja keuangan dan nilai suatu perusahaan, maka kinerja sosial perusahaan tersebut juga akan semakin baik.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para akademisi, perusahaan, investor, serta penulis sendiri. Manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi kalangan akademisi, diharapkan penelitian ini turut melengkapi penelitian yang telah ada lebih dulu serta dapat menjadi masukan untuk melakukan penelitian lebih mendalam tentang *Corporate Social Responsibility* di Indonesia dan dunia.
2. Bagi pihak perusahaan, diharapkan dapat semakin menyadari pentingnya pemenuhan tanggung jawab bagi seluruh *stakeholder* supaya perusahaan dapat bertahan dalam jangka panjang dan berkesinambungan.
3. Bagi investor, diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk menilai perusahaan bukan dari keuntungan jangka pendek saja, tetapi nilai tambah yang diciptakan perusahaan dalam jangka panjang.

4. Bagi penulis sendiri, penelitian ini membuat penulis memiliki pengetahuan yang lebih mendalam tentang konsep CSR dan nilai perusahaan, serta memperoleh pengalaman menulis yang tidak akan terlupakan.

1.5 Data dan Metodologi Penelitian

Metode – metode yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Studi Kepustakaan

Penulis membaca literatur mengenai masalah yang berkaitan dengan konsep CSR, aktivitas CSR perusahaan, hubungan kinerja sosial dengan kinerja keuangan perusahaan, konsep *Economic Value Added* dan hubungannya dengan kinerja keuangan perusahaan, serta mempelajari metode statistik yang digunakan dalam pembahasan masalah dan analisa hasil penelitian.

- b. *Content Analysis*

Penulis menggunakan metode *content analysis* (analisis isi) untuk mengukur *Corporate Social Performance*. Dokumen yang digunakan adalah Laporan Tahunan. Analisa dilakukan dengan melakukan *checklist* per tema yang berkaitan dengan CSR.

- c. Studi Statistika

Studi statistika dilakukan untuk menganalisa kinerja keuangan perusahaan (diukur dengan EVA) dengan *Corporate Social Performance*, untuk melihat apakah pengaruh yang terjadi signifikan atau tidak.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Laporan Tahunan perusahaan-perusahaan yang masuk dalam daftar SWA100 serta nilai EVA perusahaan-perusahaan tersebut. Dalam mencari data penulis akan merujuk pada BEJ, situs perusahaan, serta referensi lainnya.

Metode statistik yang digunakan dalam mengolah data adalah metode Logit dan *multiple regression* (regresi berganda), dengan melakukan uji-uji ekonometrika seperti *multicolnearity*, *auto-correlations*, dan heteroskedastisitas untuk memperoleh hasil regresi yang baik. Pengolahan data akan menggunakan *software* SPSS 11.5 dan EViews 4.1 yang selanjutnya *output* pengolahan akan dijadikan dasar analisis penelitian.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam skripsi ini terdiri dari terbagi menjadi 5 bab, yaitu:

Bab I Pendahuluan

Bagian ini menguraikan latar belakang dari penelitian ini, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, deskripsi data dan metodologi penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bagian ini membahas teori – teori yang dijadikan landasan dalam membuat penelitian ini. Teori – teori yang akan dibahas berkaitan dengan konsep CSP, EVA, kinerja keuangan, serta hasil penelitian-penelitian terdahulu.

Bab III Metodologi Penelitian

Bagian ini membahas populasi, sampel, pengumpulan data, metode analisis, pengujian hipótesis, serta model statistik yang digunakan.

Bab IV Analisis Hasil Penelitian

Membahas interpretasi data dan analisis hasil penelitian yang didapat dari perhitungan statistik yang diperoleh dari *software* statistik SPSS 11.5 dan EViews 4.1.

Bab V Kesimpulan dan Saran

Berisi mengenai kesimpulan yang didapat dari penelitian ini, saran – saran yang bisa digunakan dalam penelitian – penelitian sejenis selanjutnya, serta penjelasan mengenai keterbatasan penelitian kali ini.

