

**ANALISIS *GRANGER CAUSALITY* TERHADAP
KINERJA SOSIAL DAN KINERJA KEUANGAN
PERUSAHAAN**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

AYU SEPTI ANGGRAENI
NIM C2C607032

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG

2011

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Ayu Septi Anggraeni
Nomor Induk mahasiswa : C2C607032
Fakultas / Jurusan : Ekonomi / Akuntansi
Judul Skripsi : **ANALISIS *GRANGER CAUSALITY*
TERHADAP KINERJA SOSIAL
DAN KINERJA KEUANGAN
PERUSAHAAN**
Dosen Pembimbing : Dr. Endang Kiswara, SE., MSi., Akt.

Semarang, 7 Juni 2011
Dosen Pembimbing

(Dr. Endang Kiswara, SE., MSi., Akt.)
NIP. 196902141994122001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa : Ayu Septi Anggraeni
Nomor Induk Mahasiswa : C2C607032
Fakultas/Jurusan : Ekonomi / Akuntansi

Judul Skripsi : **ANALISIS *GRANGER CAUSALITY*
TERHADAP KINERJA SOSIAL
DAN KINERJA KEUANGAN
PERUSAHAAN**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 14 Juni 2011

Tim Penguji

1. Dr. Endang Kiswara, SE., MSi., Akt. (.....)
2. Herry Laksito, SE., M.Adv., Acc., Akt. (.....)
3. Drs. P. Basuki Hadiprajitno, MBA., MSAcc., Akt. (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Ayu Septi Anggraeni, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : Analisis *Granger Causality* terhadap Kinerja Sosial dan Kinerja Keuangan Perusahaan, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi saya yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 7 Juni 2011
Yang membuat pernyataan,

(Ayu Septi Anggraeni)
NIM. C2C607032

ABSTRACT

This study aims to analyze the causal relationship between corporate social performance and financial performance, which refers to study by Makni, Francoeur, dan Bellavance (2008). In addition, this study also aims to analyze are there any significant social performance differences between domestic companies and multinational companies operating in Indonesia, which refers to study by Fauzi (2008). This study only tests the differences of CSP between domestic companies and multinational companies simultaneously, contrary with study by Fauzi (2008) which also tested the differences of CSP partially .

This study used quantitative method to financial statement of manufacturer industry that listed in Bursa Efek Indonesia period 2008-2009. Total samples in this study are 34 companies which contains of 17 domestic companies and 17 multinational companies, that selected with purposive sampling method. The examinations of hypothesis method using the difference t-test and double linear regression.

Result of this study in line with the result of study by Fauzi (2008) that indicate there is no significant differences CSP (Corporate Social Performance) between domestic companies and multinational companies operating in Indonesia, it means that the result of this study supports the social impact hypothesis by Preston and O'Bannon (1997). In addition, this study indicate that CSP causes all of the proxy of financial performance (ROA, ROE, and EPS). Although this study found any significant relationship between CSP to financial performance ROE. The result of this study is different with the study by Makni, Francoeur, and Bellavance (2008) that supported trade-off hypothesis, and in the part the negative synergy hypothesis.

Keywords : multinational, corporate social performance, corporate financial performance, causality

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antara kinerja sosial dan kinerja keuangan perusahaan, yang mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Makni, Francoeur, dan Bellavance (2008). Selain itu penelitian ini menguji apakah terdapat perbedaan kinerja sosial yang signifikan antara perusahaan domestik dan perusahaan multinasional yang beroperasi di Indonesia, yang mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Fauzi (2008). Penelitian ini hanya menguji perbedaan CSP perusahaan domestik dan perusahaan multinasional dengan simultan, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Fauzi (2008) yang juga menguji perbedaan CSP secara parsial.

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif terhadap laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia selama periode 2008-2009. Total sampel penelitian adalah 34 perusahaan terdiri dari 17 perusahaan domestik dan 17 perusahaan multinasional yang ditentukan melalui metode *purposive sampling*. Metode pengujian hipotesis menggunakan uji beda t-test dan regresi linear berganda.

Hasil penelitian sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fauzi (2008) yaitu menunjukkan tidak ada perbedaan CSP (Corporate Social Performance) yang signifikan antara perusahaan domestik dengan perusahaan multinasional yang beroperasi di Indonesia. Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja sosial mempengaruhi semua proksi kinerja keuangan perusahaan (ROA, ROE, EPS), atau dengan kata lain penelitian ini mendukung *social impact hypothesis* oleh Preston dan O'Bannon (1997). Meskipun ditemukan adanya hubungan yang signifikan kausalitas kinerja sosial terhadap proksi ROE kinerja keuangan. Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Makni, Francoeur, dan Bellavance (2008) yaitu mendukung *trade-off hypothesis*, dan sebagian *negative synergy hypothesis*.

Kata Kunci : multinasional, kinerja sosial perusahaan, kinerja keuangan perusahaan, kausalitas

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirabbil'alamin. Segala Puji Syukur kepada Allah SWT, atas segala Rahmat dan Hidayah-Nya yang melimpah, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS GRANGER CAUSALITY TERHADAP KINERJA SOSIAL DAN KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN”**. Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi prasyarat untuk menyelesaikan studi sarjana S-1 Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Diponegoro Semarang.

Skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Drs. H. Mohamad Nasir, MSi., Akt., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
2. Dr. Endang Kiswara, SE., MSi., Akt. selaku Dosen Pembimbing yang telah sangat sabar membimbing, memberikan saran dan dukungan dalam penulisan skripsi ini dan menjadi motivator dan inspirator bagi saya.
3. Dr. H. Abdul Rahman SE, MSi., Akt. selaku Dosen Wali.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
5. Mama dan Papa terkasih dan tersayang, tak akan pernah cukup ucapan terima kasih mampu untuk penulis ucapkan. Perjuangan hidup kalian adalah anugrah dan hadiah terindah bagi saya.
6. Alm. Ria Apriliani dan Ramadhana Hendrianto Putro. Terima kasih untuk pelajaran hidup yang telah diberikan kepada kakak, termasuk bagaimana menjadi kakak yang “luar biasa”.
7. Dian Ari Permatasiwi, kakak yang luar biasa sabar menghadapi adiknya yang “brutal” ini. Terima kasih sudah menjadi “penerang” dalam setiap langkah saya.

8. Para “Ayam Goreng” : Tia, Sawitri, Della, Rida, Bunda Anyta, Jeni, Nina, dan Mak Zizah. Sahabat yang tak akan pernah terganti keistimewaannya. Terima kasih untuk semua cerita, suka dan duka yang kalian bagi selama lebih dari 3 tahun ini. Kalian adalah cerita hidup saya.
9. Para “Siput” : Tito, Ageng, Dhema, Trigu, Dwi, Simok. Banyak pelajaran hidup yang saya dapat bersama kalian, termasuk bagaimana mengatasi manusia-manusia super lamban seperti kalian.
10. Seluruh teman-teman Akuntansi angkatan 2007 kelas A dan B. Terima kasih untuk persahabatan, kekeluargaan, kebersamaan, dan kekompakan selama di bangku kuliah. Jangan pernah putus silaturahmi kita.
11. Rallya Luthfita dan Prawita Mandhega Rani. *Devil and Angel* kamar depan Pleburan Raya No. 24. Terima kasih telah menjadi “penyeimbang” hidup saya.
12. Chrissena Eka Santari. Seseorang yang selalu menjaga mata saya tetap terjaga sampai subuh dan menjadi *mood booster* disetiap pagi. Terima kasih atas waktu, semangat, motivasi, dan obrolan gila selama ini.
13. Intan Garini. Terima kasih sudah menjadi adik kost yang baik dan super sabar dalam menghadapi kakak kost yang sering galau akibat deadline skripsi.
14. Semua pihak yang telah sangat membantu namun tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih untuk sekecil apapun doa yang kalian berikan.

Wassalamu’alaikum Wr. Wb

Semarang, 7 Juni 2011

Ayu Septi Anggraeni

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Dan Manfaat.....	4
1.4 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TELAAH PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Teori Stakeholder.....	7
2.1.2 Teori Legitimacy.....	10
2.1.3 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (<i>Corporate Social Responsibility-CSR</i>).....	12
2.1.4 Kinerja Sosial Perusahaan (<i>Corporate Social Performance-CSP</i>)	14
2.1.5 Kinerja Keuangan Perusahaan (<i>Corporate Financial Performance-CFP</i>)	19
2.1.6 Faktor-Faktor Lain yang Mempengaruhi Kinerja Sosial dan Kinerja Keuangan.....	20
2.1.7 Perusahaan Multinasional.....	22

	2.2	Penelitian-Penelitian Terdahulu	24
	2.3	Kerangka Pemikiran	29
	2.4	Hipotesis	30
BAB III		METODE PENELITIAN.....	32
	3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	32
	3.1.1	Kinerja Sosial Perusahaan (<i>Corporate Social Performance-CSP</i>)	32
	3.1.2	Kinerja Keuangan Perusahaan (<i>Corporate Financial Performance-CFP</i>)	33
	3.1.3	Variabel Kontrol	34
	3.2	Populasi dan Sampel.....	36
	3.3	Jenis dan Sumber Data.....	36
	3.4	Metode Pengumpulan Data.....	37
	3.5	Metode Analisis.....	38
	3.5.1	Uji Statistik Deskriptif.....	38
	3.5.2	Uji Asumsi Klasik	38
	3.5.3	Uji Hipotesis	41
	3.5.4	Persamaan Regresi Linear Berganda.....	41
	3.5.5	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistikt)	42
	3.5.6	Koefisien Determinasi	43
	3.5.7	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	43
BAB IV		ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	45
	4.1	Deskripsi Objek Penelitian	45
	4.1.1	Analisis Deskriptif	45
	4.2	Analisis Data	49
	4.2.1	Hipotesis 1	49

	4.2.1.1 Pengujian Asumsi Klasik	49
	4.2.1.1 Uji Beda t-test.....	50
	4.2.2 Hipotesis 2	50
	4.2.2.1 Model Kinerja Keuangan ROA	50
	4.2.2.2 Model Kinerja Keuangan ROE	59
	4.2.2.3 Model Kinerja Keuangan EPS	67
	4.3 Pembahasan.....	75
	4.3.1 Hipotesis 1	75
	4.3.2 Hipotesis 2	76
BAB V	PENUTUP.....	82
	5.1 Kesimpulan	82
	5.2 Keterbatasan.....	82
	5.3 Saran	83
	DAFTAR PUSTAKA	84
	LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	87

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Definsi dan Dimensi CSP	16
Tabel 2.2	Jenis Pendekatan CSP	17
Tabel 2.3	Ringkasan Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1	Variabel, Dimensi, Indikator, dan Skala Pengukuran	34
Tabel 4.1	Statistik Deskriptif	46
Tabel 4.2	Uji Normalitas	49
Tabel 4.3	Uji Beda t-test	50
Tabel 4.4	Uji Normalitas Model Kausalitas terhadap CSP dan ROA	51
Tabel 4.5	Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4.6	Uji Autokorelasi	54
Tabel 4.7	Hasil Uji Regresi	55
Tabel 4.8	Koefisien Determinasi	57
Tabel 4.9	Uji Statistik F model CSP terhadap ROA	58
Tabel 4.10	Uji Statistik F model ROA terhadap CSP	58
Tabel 4.11	Uji Normalitas Model Kausalitas terhadap CSP dan ROE	59
Tabel 4.12	Uji Multikolinearitas	60
Tabel 4.13	Uji Autokorelasi	62
Tabel 4.14	Hasil Uji Regresi	63
Tabel 4.15	Koefisien Determinasi	65
Tabel 4.16	Uji Statistik F model CSP terhadap ROE.....	66
Tabel 4.17	Uji Statistik F model ROE terhadap CSP.....	66
Tabel 4.18	Uji Normalitas Model Kausalitas terhadap CSP dan EPS	67
Tabel 4.19	Uji Multikolinearitas	68
Tabel 4.20	Uji Autokorelasi	70
Tabel 4.21	Hasil Uji Regresi	71
Tabel 4.22	Koefisien Determinasi	73
Tabel 4.23	Uji Statistik F model CSP terhadap EPS.....	74
Tabel 4.24	Uji Statistik F model EPS terhadap CSP.....	74
Tabel 4.25	Ringkasan Model Kausalitas	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	29
Gambar 4.1	Grafik Statistik Pengungkapan CSR 2008-2009	47
Gambar 4.2	Uji Heteroskedasitas	53
Gambar 4.3	Uji Heteroskedasitas	61
Gambar 4.4	Uji Heteroskedasitas	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Daftar Perusahaan Sampel.....	87
Lampiran B Indikator Pengungkapan CSR Berdasarkan GRI	89
Lampiran C Data Observasi Kinerja Keuangan Perusahaan Sampel	95
Lampiran D Data Observasi Pengungkapan CSR Perusahaan Sampel	98
Lampiran E Hasil Pengolahan Data dengan SPSS	103

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Fenomena mengenai isu pemanasan global semakin marak baik di Indonesia maupun di seluruh dunia. Kerusakan alam maupun lingkungan merupakan salah satu pendorong adanya pemanasan global. Kerusakan alam atau lingkungan dapat disebabkan salah satunya oleh perbuatan manusia itu sendiri. Kurangnya kesadaran manusia untuk menjaga dan melestarikan lingkungan membuat pemanasan global ini menjadi semakin cepat terjadi. Oleh karena itu, dibutuhkan kesadaran dan perhatian yang cukup tinggi terhadap lingkungan untuk menjaga dan melestarikannya.

Wacana mengenai tanggung jawab sosial di Indonesia semakin berkembang. Menurut Ulfah (2008) sejak tahun 80-an, di Indonesia sendiri telah dibahas mengenai pertanggungjawaban sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) dan akuntansi sosial (*Accounting Social*). Hal ini didukung dengan ketentuan yang ada di Indonesia yaitu UU No.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pada pasal 66 ayat 2, pasal 74 dan UU No.25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal pada pasal 15 bagian b, pasal 16 bagian d dan e, dan pasal 17. Ketentuan tersebut menegaskan mengenai kewajiban perusahaan melakukan tanggung jawab sosial serta melaporkannya.

Menurut Simerly dan Li (1999), berdasarkan interaksi dengan budaya, adat atau hukum negara tempat mereka beroperasi, perusahaan internasional dapat

diklasifikasikan ke dalam dua kategori: perusahaan multidomestik dan perusahaan multinasional (Fauzi, 2008). Perusahaan memperluas cakupannya di luar negara asal mereka, langkah pertamanya adalah mengekspor produk dari markas mereka. Mereka dapat diklasifikasikan menjadi perusahaan internasional ketika terdapat kebutuhan yang relatif untuk berinteraksi dengan budaya, adat, atau hukum negara yang akan mereka ekspor. Adler (dalam Simerly dan Li, 1999) mengklasifikasikan perusahaan seperti multi-domestik. Ketika perusahaan memindahkan fasilitas produksi di luar perbatasan mereka, mereka dapat diklasifikasikan sebagai perusahaan multinasional (MNC). Kemudian mereka akan melakukan interaksi dengan perusahaan nasional (Fauzi,2008).

MNC memiliki kekuatan pada teknologi *know-how* dan nama merek, kekuatan pasar dihasilkan dari lingkup dan skala ekonomi, peluang investasi yang lebih luas, pengeceran yang kompetitif, biaya faktor yang lebih rendah, dan sistematis yang lebih rendah, atau risiko beta (Grant, 1987). Hal ini beralasan untuk mengekspektasikan MNC memiliki tingkat profitabilitas yang lebih tinggi dari perusahaan nasional. Selain itu, karena pengalaman beroperasi di lingkungan bisnis yang beragam, MNC memiliki kemampuan yang lebih untuk mengembangkan beragam kemampuan, dan memiliki kesempatan pembelajaran yang lebih luas daripada mitra mereka pada negara yang sama (Fauzi, 2008).

Nelling dan Webb (2006) menguji hubungan kausal antara kinerja sosial dan kinerja keuangan perusahaan dengan memperkenalkan teknik ekonometrika baru, yaitu pendekatan *Granger Causality*. Dengan menggunakan model regresi Ordinary Least Square (OLS), kinerja sosial dengan kinerja perusahaan

berhubungan. Mereka menemukan hubungan yang rendah antara kinerja sosial dengan kinerja keuangan perusahaan ketika menggunakan pendekatan efek *time series*. Ditemukan hasil yang sama ketika memperkenalkan model *Granger Causality*. Selain itu, dengan fokus pada masing-masing pengukuran kinerja sosial, mereka menemukan kausalitas yang terjadi dari kinerja pasar saham pada kinerja sosial penilaian tentang hubungan karyawan (Makni *et al*, 2008)

Penelitian yang dilakukan oleh Makni *et al* (2008) menguji hubungan kausalitas antara kinerja sosial dan kinerja keuangan 179 perusahaan di Kanada dengan menggunakan pendekatan "*Granger Causality*". Mereka menemukan tidak adanya hubungan antara gabungan pengukuran kinerja sosial dan kinerja keuangan perusahaan, kecuali untuk *market returns*. Menurut peneliti sejauh ini di Indonesia belum ditemukan penelitian kausalitas terhadap kinerja sosial dan kinerja keuangan perusahaan dengan menggunakan pendekatan *Granger Causality*.

Banyaknya pedoman, kriteria, indeks, atau aspek penilaian dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial seperti *Global Reporting Initiative* (GRI), indikator yang dikembangkan oleh Grey *et al.* (1987), Perks' (1993), dan AbuBaker (2000), item yang dikembangkan oleh Michael Reasearch Jantzi Research Associat, Inc., dan lain-lain. Namun, tidak adanya pedoman tunggal untuk perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya maka peneliti mencoba menggunakan indikator *Global Reporting Initiative* (GRI). Indikator GRI dipilih karena merupakan aturan internasional yang telah diakui oleh perusahaan di dunia.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Analisis *Granger Causality* terhadap Kinerja Sosial dan Kinerja Keuangan Perusahaan.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka rumusan masalah yang diajukan adalah:

1. Apakah ada perbedaan CSP yang signifikan antara perusahaan Indonesia dengan perusahaan multinasional yang beroperasi di Indonesia?
2. Apakah lebih tinggi (lebih rendah) level kinerja keuangan (kinerja sosial) mengakibatkan kausalitas Granger pada level kinerja sosial (kinerja keuangan) yang lebih tinggi (lebih rendah)?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, penelitian ini mempunyai tujuan untuk menginvestigasi apakah variabel independen x (*Corporate Social Performance*) menyebabkan kausalitas Granger variabel dependen y (*Corporate Financial Performance*) dan sebaliknya, sekaligus menguji apakah terdapat perbedaan kinerja sosial (*Corporate Social Performance*) yang signifikan antara perusahaan Indonesia (domestik) dengan perusahaan multinasional yang beroperasi di Indonesia.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain;

1. Memberikan kontribusi empiris, untuk memperkuat penelitian sebelumnya, berkenaan dengan kausalitas antara kinerja sosial dan kinerja keuangan perusahaan;
2. Memberikan kontribusi teori, sebagai bahan referensi dan data tambahan bagi peneliti-peneliti lainnya yang tertarik pada bidang kajian ini;
3. Memberikan kontribusi kebijakan, memberikan masukan baik bagi pemerintah dalam hal penyusunan kebijakan di masa yang akan datang yang berkaitan dengan peningkatan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan serta masukan bagi manajemen (perusahaan) dalam hal manajemen stratejik secara keseluruhan untuk meningkatkan kinerja sosial, lingkungan, dan keuangan perusahaan.

1.4 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang merupakan uraian ringkas dari materi yang dibahas pada setiap bab yang ada. Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bagian awal dalam penulisan ini yang menyajikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan teori-teori yang melandasi penelitian ini yang digunakan sebagai dasar dalam melakukan analisa terhadap permasalahan yang ada, penelitian terdahulu serta hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang metode yang digunakan dalam penelitian, populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan mengenai hasil dari analisis data serta pembahasannya

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan kesimpulan penelitian yang dibuat berdasarkan hasil penelitian serta memberikan saran-saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Dalam penelitian ini terdapat beberapa teori yang digunakan sebagai landasan yang mendasari penelitian dibidang tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu *stakeholder theory* dan *legitimacy theory*. Menurut Deegan (2004), teori stakeholder erat kaitannya dengan teori legitimacy.

2.1.1 Teori Stakeholder

Istilah stakeholder dari definisi Gray *et al* (2001) menyatakan bahwa stakeholder adalah:

“....pihak-pihak yang berkepentingan pada perusahaan yang dapat mempengaruhi atau dapat dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan, para stakeholder antara lain masyarakat, karyawan, pemerintah, supplier, pasar modal dan lain-lain.”

Menurut Ghazali dan Chariri (2007) *stakeholder theory* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya (shareholders, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan tersebut.

Gray *et al* (1994) dalam Ghazali dan Chariri (2007) mengatakan bahwa kelangsungan hidup perusahaan bergantung pada dukungan stakeholder dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk

mencari dukungan tersebut. Makin powerful stakeholder, makin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan stakehodernya (Ghozali dan Chariri, 2007).

Menurut pendekatan stakeholder, organisasi memilih untuk menanggapi banyak tuntutan yang dibuat oleh pihak yang berkepentingan (*stakeholder*) yaitu, setiap kelompok dari luar lingkungan organisasi tersebut yang terkena tindakan serta keputusan organisasi. Menurut pendekatan ini, organisasi akan berusaha memenuhi tuntutan lingkungan dari kelompok-kelompok seperti para karyawan, pemasok, investor, serta masyarakat (dalam Robbins dan Coulter, 1999).

Ada beberapa alasan mengapa perusahaan perlu memperhatikan kepentingan *stakeholder*, yaitu : (1) Isu lingkungan melibatkan berbagai kepentingan berbagai kelompok dalam masyarakat yang dapat mengganggu kualitas hidup mereka, (2) Dalam era globalisasi telah mendorong produk-produk yang diperdagangkan harus bersahabat dengan lingkungan, (3) Para investor dalam menanamkan modalnya cenderung untuk memilih perusahaan yang memiliki dan mengembangkan kebijakan dan program lingkungan, (4) LSM dan pecinta lingkungan makin vokal dalam mengkritik perusahaan yang kurang peduli terhadap lingkungan.

1. Lebih lanjut lagi, Gray *et al* (dalam Nurcahyonowati, 2003) menyebutkan bahwa, agar perusahaan mengetahui apa yang diinginkan *stakeholder*-nya, perusahaan harus dapat menilai *substantive environment* yang terdiri atas (1) *primary level* menggambarkan interaksi sosial perusahaan dalam penggunaan infrastruktur, pengaruh estetika, kesehatan karyawan dan kepuasan status,

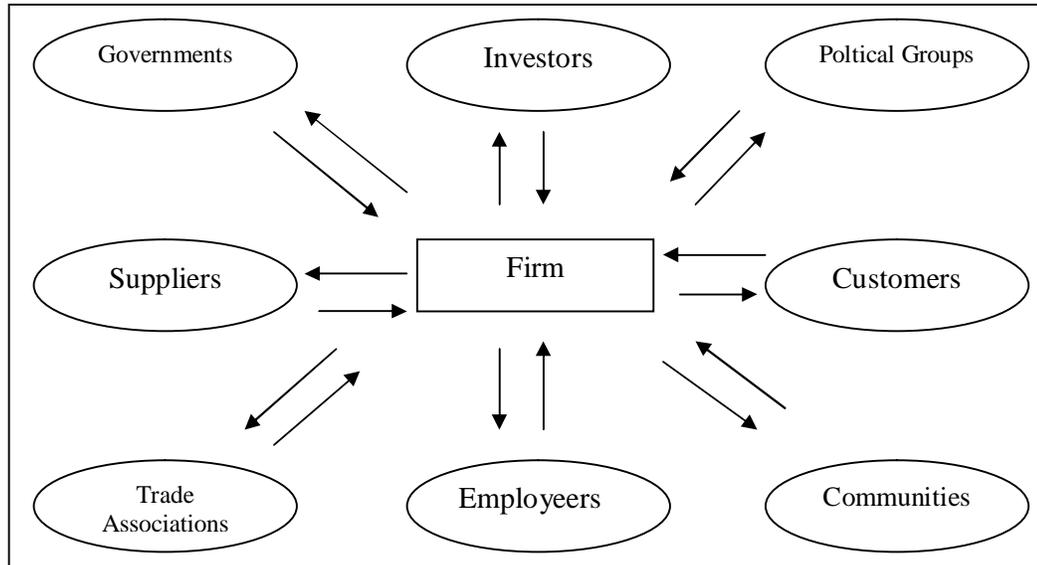
opsi konsumen dan kesejahteraan, advertensi, sampah sisa, teknologi baru dan sumber-sumber serta *social opportunity cost*, (2) *tertiary level* menggambarkan interaksi dalam sistem organisasional yang lebih kompleks yaitu berhubungan dengan kualitas kebebasan, sikap (moral, pendidikan, budaya, dan estetika), tingkat informasi (berita), warisan budaya, dunia ketiga, sistem, pilihan individu, kesehatan, lingkungan, sistem hukum yang adil.

2. Lepineux (2005) membagi *stakeholder* menjadi dua bagian utama, yaitu *societal stakeholder* dan *business stakeholder*. *Societal stakeholder* terbagi atas tiga jenis : masyarakat global, masyarakat sipil dari negara-negara tempat perusahaan beroperasi, komunitas lokal di sekitar wilayah perusahaan, institusi internasional, pemerintah, para aktivis, LSM, *civil association*, dan media. Sedangkan *business stakeholder* terdiri dari tiga pemain : pemegang saham (*shareholders*), *stakeholder* internal, dan *stakeholder* eksternal. Secara detail, *stakeholder* ini terdiri atas para pemegang saham, para manajer dan eksekutif, karyawan dan para pekerja, serikat dagang, pelanggan, pemasok, subkontraktor, bank, investor, pesaing, dan organisasi bisnis.

Secara garis besar pihak-pihak yang termasuk ke dalam *stakeholder* diatas dapat dilihat pada Gambar 2.1, yang menggambarkan kompleksitas hubungan antara organisasi dengan para *stakeholder*. Panah yang saling mengarah menunjukkan bahwa kedua jenis saling berhubungan dan terjadi keterikatan antara organisasi dengan *stakeholder*-nya.

Gambar 2.1

Diagram / Schematic of Theory



Sumber: Donaldson and Preston, 1995

2.1.2 Teori Legitimacy

Lindbolm (1994) dalam Deegan (2002) mendefinisikan legitimacy theory sebagai berikut:

”..sebuah kondisi atau status yang ada ketika sistem nilai entitas kongruen dengan sistem nilai masyarakat yang lebih luas dimana masyarakat menjadi bagiannya. Ketika suatu perbedaan, baik yang nyata atau potensial ada di antara kedua sistem nilai tersebut, maka akan muncul ancaman terhadap legitimasi perusahaan.“

Postulat dari teori legitimasi adalah organisasi bukan hanya harus terlihat memperhatikan hak-hak investor namun secara umum juga harus memperhatikan hak-hak publik (Deegan dan Rankin, 1996).

Berdasarkan definisi tersebut maka tujuan, metode operasi, dan output organisasi harus sesuai dengan norma dan nilai sosial. Lebih utama, organisasi harus *conform* dengan aturan masyarakat untuk menjamin *social approval* dan dapat terus eksis. Sesuai dengan hal tersebut, sistem akuntabilitas dan *social accounting* menjadi esensial untuk penerimaan operasi organisasi yang berkelanjutan (*continued approval of the organization's operations*) oleh masyarakat.

Teori legitimacy menegaskan bahwa perusahaan terus berupaya untuk memastikan bahwa mereka beroperasi dalam bingkai dan norma yang ada dalam masyarakat atau lingkungan dimana perusahaan berada, dimana mereka berusaha untuk memastikan bahwa aktivitas mereka (perusahaan) diterima oleh pihak luar sebagai suatu yang “sah” (Deegan, 2004). Pendapat yang sama diungkapkan juga oleh Tilt (1994) dalam Haniffa *et al* (2005) yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice*, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan. Teori legitimasi kaitannya dengan kinerja sosial dan kinerja keuangan adalah apabila jika terjadi ketidakselarasan antara sistem nilai perusahaan dan sistem nilai masyarakat, maka perusahaan dapat kehilangan legitimasinya, yang selanjutnya akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan (Lindblom, 1994 dalam Haniffa *et al* 2005).

Ghozali dan Chariri (2007) menyatakan bahwa hal yang melandasi teori legitimacy adalah “kontrak sosial” yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi.

Shocker dan Sethi (1974) dalam Ghozali dan Chariri (2007) memberikan penjelasan tentang konsep kontrak sosial, yaitu:

“Semua institusi sosial tidak terkecuali perusahaan beroperasi di masyarakat melalui kontrak sosial, baik eksplisit maupun implisit, dimana kelangsungan hidup dan pertumbuhannya didasarkan pada hasil akhir yang secara sosial dapat diberikan kepada masyarakat luas dan distribusi manfaat ekonomi, sosial atau politik kepada kelompok sesuai dengan power yang dimiliki.”

2.1.3 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility-CSR*)

Ada berbagai definisi tentang CSR, antara lain definisi CSR menurut WBSCD (*World Business Council for Sustainability Development*) sebagai berikut :

Corporate Social Responsibility is the continuing commitment by the business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as the local community and society at large

Berdasarkan pengertian tersebut, tanggung jawab sosial merupakan suatu komitmen bisnis yang berkelanjutan untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi, melalui kerjasama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas hidup dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun pembangunan. Sependapat dengan hal tersebut, Ebert (2003) dalam Rosmasita (2007) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai usaha untuk menyeimbangkan komitmen-komitmennya terhadap kelompok-kelompok dan individual-individual dalam lingkungan perusahaan

tersebut, termasuk didalamnya adalah pelanggan, perusahaan-perusahaan lain, para karyawan, dan investor.

CSR berusaha memberikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial kedalam operasinya. Sebagaimana dijelaskan Darwin (2004) dalam Anggraini (2006) pertanggungjawaban sosial adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial kedalam operasinya dan interaksinya dengan pihak-pihak yang berkepentingan, yang melebihi tanggung jawabnya dibidang hukum. Dengan demikian, operasi bisnis yang dilakukan perusahaan tidak hanya berkomitmen dengan ukuran keuntungan secara finansial saja, tetapi juga harus berkomitmen pada pembangunan sosial ekonomi secara menyeluruh dan berkelanjutan.

Menurut model Wood: konsep tanggung jawab sosial perusahaan, menyatakan bahwa perusahaan dan masyarakat adalah jalinan: masyarakat memiliki harapan-harapan tertentu mengenai perusahaan dan oleh karena itu perusahaan memiliki tanggung jawab ke arah masyarakat (dikutip oleh Pierick, 2004). Menurut Frederick, pemikiran dasar dari tanggung jawab sosial perusahaan bahwa perusahaan bisnis memiliki kewajiban bekerja untuk kemajuan masyarakat (dikutip oleh Pierick, 2004). Deskripsi oleh Davis (dikutip oleh Pierick, 2004) yang lebih instruktif:

“It is the firm's obligation to evaluate in its decision-making process the effects of its decisions on the external social system in a manner that will accomplish social bene-fits along with the traditional economic gains which the firm seeks [...] It means that social responsibility begins where the law ends [...] Social responsibility goes one step further. It is a firm's acceptance of a social obligation beyond the requirements of the law.”

Hill (dikutip oleh Uddin, 2008) menjelaskan bahwa CSR adalah serangkaian praktik yang sebagian bentuk dari manajemen yang baik atau praktik bisnis yang sebagian besar mengenai transparansi dan pengungkapan. Mahoney dan Thorne (dikutip oleh Uddin, 2008) tanggung jawab sosial adalah pertimbangan yang meliputi perhatian untuk faktor sosial dan lingkungan. Uddin (2008) menyatakan tujuan dari CSR adalah untuk membuat aktivitas perusahaan bisnis dan budaya *sustainable* perusahaan dalam tiga aspek: aspek ekonomi; aspek sosial; dan aspek lingkungan dan ekologi.

Departemen Sosial (2007) menyatakan tanggung jawab sosial perusahaan adalah komitmen perusahaan untuk melaksanakan kewajiban sosial terhadap lingkungannya memperhatikan etika dan peraturan yang berlaku dalam rangka peningkatan kesejahteraan masyarakat dan menjaga keseimbangan hidup ekosistem secara berkelanjutan. Berdasarkan pengertian-pengertian di atas maka tanggung jawab sosial perusahaan dapat disimpulkan sebagai suatu konsep komitmen perusahaan dalam praktik manajemen yang baik dengan memperhatikan sosial dan lingkungannya bertujuan untuk memenuhi harapan-harapan masyarakat, memajukan kehidupan masyarakat, menjaga ekosistem lingkungan dan memaksimalkan keuangan jangka panjang perusahaan.

2.1.4 Kinerja Sosial Perusahaan (*Corporate Social Performance-CSP*)

Menurut Orlitzky (2000), kinerja sosial perusahaan (*Corporate Social Performance-CSP*) didefinisikan sebagai “sebuah konfigurasi prinsip-prinsip organisasi bisnis dari tanggung jawab sosial, proses tanggapan sosial, dan

kebijakan-kebijakan, program, dan hasil yang dapat diamati sebagai hubungan-hubungan tersebut kepada hubungan perusahaan dalam bermasyarakat. Model “kinerja sosial perusahaan”, yang dikembangkan oleh Wood (Meehan, 2006), menawarkan perpaduan konseptual dari perkembangan yang ada, dalam usaha untuk memberikan akademis menempatkan konsep CSR dalam sebuah pengertian keseluruhan yang lebih luas. Akan tetapi, tujuan utama dari model CSP adalah untuk menempatkan perhatian Ackerman dan Bauer’s dengan fokus perhatian pada hasil: istilah kinerja berbicara mengenai tindakan dan hasil, bukan interaksi atau integrasi”.

Carroll dalam Fauzi (2008) mendefinisikan CSP sebagai pertemuan pada saat tertentu dalam waktu dari tiga dimensi: prinsip-prinsip CSR, yang akan ditahan di empat level yang berbeda (ekonomi, hukum, etika, dan diskresioner); jumlah total dari masalah-masalah sosial yang dihadapi perusahaan (misalnya diskriminasi rasial, dll); dan filsafat yang mendasari responnya, yang dapat berkisar sepanjang kontinum pergi dari antisipasi masalah perusahaan kepada penolakan langsung yang dikenakan tanggung jawab di semua perusahaan. Sebagian besar pengertian, aspek lingkungan jarang sekali disinggung karena perspektif CSP sudah termasuk aspek lingkungan didalamnya. Berdasarkan pengertian di atas, CSP dapat diartikan sebagai tindakan dan hasil ketika perusahaan telah menjalankan CSR (aspek sosial dan lingkungan yang terdapat didalamnya).

Igalens dan Gond (2005) merangkum definisi dan dimensi CSP dalam tabel 2.1.

Tabel 2.1
Definisi dan Dimensi CSP

Peneliti	Definisi CSP	Dimensi CSP
Carroll (1979)	Artikulasi dan interaksi antara (a) berbagai kategori yang berbeda dari tanggung jawab sosial; (b) isu-isu spesifik yang berkaitan dengan tanggung jawab tersebut; dan (c) filsafat jawaban.	Definisi tingkat tanggung jawab sosial perusahaan: ekonomi, hukum, etika, <i>discretionary</i> . Sifat tanggap filsafat: responsif, defensif, akomodatif, proaktif. Isu sosial yang terlibat contoh: konsumerisme; produk keamanan; keselamatan di tempat kerja; saham.
Wartick dan Cochran (1985)	"Yang mendasari interaksi diantara prinsip-prinsip tanggung jawab sosial, proses tanggung jawab sosial dan kebijakan yang dikembangkan untuk mengatasi isu-isu sosial" (hal.758)	Tingkat tanggung jawab sosial perusahaan: ekonomi, hukum, etika, <i>discretionary</i> . Sikap tanggung jawab sosial perusahaan: responsif, defensif, akomodatif, proaktif. Pendekatan manajemen isu-isu sosial: identifikasi; analisis; tanggapan.
Wood (1991)	"konfigurasi prinsip-prinsip tanggung jawab sosial organisasi bisnis, proses tanggung jawab sosial, dan kebijakan, program, dan hasil yang dapat diamati sebagai mereka berhubungan dengan hubungan sosial perusahaan" (hal.693)	Prinsip-prinsip tingkat tanggung jawab sosial perusahaan: institusional, organisasi dan individu. Proses tanggung jawab sosial perusahaan meliputi: penilaian lingkungan dan analisis; manajemen <i>stakeholder</i> ; isu manajemen. Hasil dari penggabungan perilaku perusahaan: dampak sosial; program dan kebijakan sosial perusahaan.
Clarkson (1995)	Kemampuan untuk mengelola dan memenuhi berbagai <i>stakeholder</i> perusahaan.	Model ini mengidentifikasi masalah-masalah spesifik untuk masing-masing kategori <i>stakeholder</i> utama membedakan: karyawan; pemilik/pemegang saham; konsumen; pemasok; negara; <i>stakeholder</i> ; pesaing.

Sumber: Igalens dan Gond (2005)

Igalens dan Gond (2005) juga merangkum jenis pendekatan pengukuran CSP dalam tabel 2.2.

Tabel 2.2
Jenis Pendekatan Pengukuran CSP

Jenis Pendekatan Pengukuran	<i>Sustainability</i> dalam hal konsep kinerja sosial	Karakteristik / masalah	Cara Produksi
Isi laporan tahunan	Pengukuran yang lebih simbolik daripada substantif (wacana) dan tidak mengandung referensi untuk membentuk berbagai dimensi	Pengukuran subjektif yang dapat dengan mudah dimanipulasi	Oleh perusahaan
Indikator polusi	Mengukur hanya salah satu dari bentuk dimensi (aspek lingkungan)	Pengukuran yang objektif tetapi tidak berlaku untuk semua perusahaan	Oleh suatu entitas yang berada di luar perusahaan
Berdasarkan kuesioner survei	Tergantung pada pengukuran apa yang telah diusulkan. Dapat menjadi sangat baik sesuai dengan konsep tapi persepsi pelaku tetap menjadi prioritas dalam pengukuran serupa	Persepsi pengukuran yang dapat dimanipulasi tergantung pada bagaimana ia diatur	Oleh seorang peneliti yang menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan info langsung dari perusahaan
Indikator reputasi perusahaan	Tumpang tindih dengan reputasi perusahaan memungkinkan pengukuran CSP keseluruhan namun masih relatif ambigu	Efek Halo persepsi pengukuran	Oleh suatu entitas yang berada di luar perusahaan
Data yang dihasilkan oleh "organisasi pengukuran"	Pengukuran multidimensi, dengan perluasan dari model teoritis yang cocok tergantung pada cara operasional dan tolok ukur yang digunakan lembaga-lembaga	Tergantung pada efek Halo cara operasional lembaga	Oleh suatu entitas yang berada di luar perusahaan

Sumber: Igalens dan Gond (2005)

Sedangkan Orlitzky dalam Fauzi (2009) mengklasifikasikan pendekatan pengukuran CSP ke dalam empat jenis strategi pengukuran, yaitu:

1. pengungkapan
2. tingkat reputasi
3. audit sosial; proses CSP; dan hasil yang dapat diamati
4. prinsip dan nilai manajerial CSP.

Hal serupa dikemukakan oleh Cochran and Wood Fauzi (2009) berpendapat bahwa ada dua metode yang berlaku umum untuk mengukur CSP yaitu *content analysis* dan indeks reputasi.

Penelitian ini akan menggunakan jenis pendekatan pengukuran isi laporan tahunan dengan aspek-aspek penilaian tanggung jawab sosial yang dikeluarkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI) yang diperoleh dari *website www.globalreporting.org*. Standar GRI dipilih karena lebih memfokuskan pada standar pengungkapan berbagai kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas, *rigor*, dan pemanfaatan *sustainability reporting*.

Dalam standar GRI (2006) indikator kinerja dibagi menjadi 3 (tiga) komponen utama, yaitu ekonomi, lingkungan hidup, dan sosial yang mencakup hak asasi manusia, praktek ketenagakerjaan dan lingkungan kerja, tanggung jawab produk, dan masyarakat. Total kinerja indikator mencapai 79 indikator, terdiri dari 9 indikator ekonomi, 30 indikator lingkungan hidup, 14 indikator praktek tenaga kerja, 9 indikator hak asasi manusia, 8 indikator kemasyarakatan, dan 9 indikator tanggung jawab produk.

2.1.5 Kinerja Keuangan Perusahaan (*Corporate Financial Performance-CFP*)

Bird (2006) suatu proposisi bahwa manajemen yang baik akan menginvestasikan jangkauan yang lebih luas dalam aktivitas CSR untuk mencari kepuasan dari kepentingan kelompok *stakeholder* besar yang merupakan prasyarat untuk menciptakan kebutuhan lingkungan yang memungkinkan perusahaan untuk menghasilkan kinerja keuangan yang kuat. Fauzi (2008) tanggung jawab dari manajemen untuk meningkatkan kinerja keuangan, kinerja keuangan yang lebih tinggi menuju ke arah peningkatan kekayaan dari para *stakeholder*. Oleh karena itu, ditinjau dari aspek ekonomi tentunya perusahaan akan terus berusaha meningkatkan kinerja keuangan.

Fauzi (2008) terdapat banyak pengukuran yang digunakan untuk mewakili kinerja keuangan. Mereka membagi pengukuran ke dalam tiga kategori: ROA (*return on asset*) dan ROE (*return on equity*) (Waddock, Graves, Mahoney, Roberts dalam Fauzi, 2008); profitabilitas (Stanwick dalam Fauzi, 2008); dan perkalian akuntansi berdasarkan pengukuran dengan indeks secara keseluruhan menggunakan skor 0-10 (Moore dalam Fauzi, 2008). Griffin, Mahon, Orlitzky *et al.* (Fauzi, 2008) dalam istilah pengukuran kinerja perusahaan, terdapat derajat tinggi dari konsensus mengenai dasar variabel-variabel yang mencerminkan kinerja keuangan: indikator yang berhubungan dengan profit, investasi aset, pertumbuhan, likuiditas dan risiko profitabilitas, menjadi paling fundamental.

Kinerja keuangan dalam penelitian ini akan diukur dari ROA, ROE dan EPS (*earning per share*). ROA menunjukkan kemampuan atas modal yang

diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba. ROE mengukur seberapa baik suatu perusahaan menggunakan pendapatan diinvestasikan kembali untuk menghasilkan pendapatan tambahan, memberikan indikasi umum efisiensi perusahaan (Brine, n.d.). Menurut PSAK No.56, Laba per saham (LPS) dasar adalah jumlah laba pada suatu periode yang tersedia untuk setiap saham biasa yang beredar selama periode pelaporan. LPS atau EPS adalah data yang banyak digunakan sebagai alat analisis keuangan. EPS dengan ringkas menyajikan kinerja perusahaan dikaitkan dengan saham beredar. EPS yang dikaitkan dengan harga pasar saham (*price-earning ratio*) bila memberikan gambaran tentang kinerja perusahaan dibanding dengan uang yang ditanam pemilik perusahaan.

2.1.6 Faktor-faktor Lain yang Mempengaruhi Kinerja Sosial dan Kinerja Keuangan

Company size , *risk*, dan *industry* merupakan variabel kontrol dalam penelitian ini. Variabel kontrol tersebut bertujuan untuk mengendalikan agar hubungan yang terjadi pada variabel dependen tersebut murni dipengaruhi oleh variabel independen bukan oleh faktor-faktor lain. Variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. *Company size*

Menurut Waddock, Graves dan Itkonen (Fauzi, 2008) ukuran perusahaan memiliki hubungan dengan kinerja sosial perusahaan, perusahaan yang lebih besar cenderung berperilaku lebih bertanggung jawab sosial daripada perusahaan yang

lebih kecil. Menurut Orlitzky dan Itkonen (Fauzi, 2008), CSP adalah terkait dengan ukuran perusahaan sejak awal, strategi kewirausahaan fokus pada kelangsungan hidup ekonomi dasar dan bukan pada tanggung jawab etis dan filantropis. Berdasarkan argumen, diharapkan bahwa ukuran perusahaan dapat dikaitkan dengan CFP yang dihasilkan dari, misalnya skala ekonomi (Orlitzky dan Itkonen, dalam Fauzi, 2008).

2. *Risk*

Menurut Moore dan Itkonen (Fauzi, 2008), agar perusahaan memiliki risiko rendah, mereka harus mempertimbangkan dan mengelola tanggung jawab sosial. Akibatnya, sebuah perusahaan dengan CSP rendah akan memiliki dampak yang berlawanan dalam hal risiko. *Financial risk* dapat dilihat dari *financial leverage*. *Financial leverage* menunjukkan proporsi atas penggunaan utang untuk membiayai investasinya. Perusahaan yang tidak memiliki *leverage* berarti menggunakan modal sendiri 100% (Husnan, 2004). Beberapa industri memiliki nilai *debt to equity ratio* (DER) yang berbeda-beda, dapat lebih besar dibanding yang lain. Hal ini dikarenakan bahwa industri-industri tersebut mempunyai risiko usaha yang lebih kecil sehingga berani menggunakan proporsi hutang yang lebih besar (Husnan, 2004). Menurut Moore (2001) dan Itkonen (2003), agar perusahaan memiliki risiko rendah, mereka harus mempertimbangkan dan mengelola tanggung jawab sosial akibatnya sebuah perusahaan dengan CSP rendah akan memiliki dampak yang berlawanan dalam hal risiko (Fauzi, 2008).

3. *Industry*

Penelitian ini menggunakan variabel dummy nilai 1 untuk perusahaan multinasional dan nilai 0 untuk perusahaan domestik, untuk menguji perbedaan CSP (Corporate Social Performance) antara perusahaan multinasional dengan perusahaan domestik (Hossain dan Kham, 2006; Bhuiyan dan Biswas, 2007).

2.1.7 Perusahaan Multinasional

Perusahaan multinasional menurut W.F. Schoell *et al* (1993) adalah sebuah perusahaan yang berbasis di satu negara (disebut negara induk) dan memiliki kegiatan produksi dan pemasaran di satu atau lebih negara asing (negara tuan rumah). Perusahaan multinasional menurut S.C. Certo (1997) adalah sebuah perusahaan yang memiliki operasi yang signifikan pada lebih dari satu negara.

Simerly dan Li (1999) membagi perusahaan menjadi perusahaan multidomestik dan multinasional berdasarkan interaksi budaya, adat atau hukum negara tempat mereka beroperasi. Perusahaan memperluas cakupannya di luar negara asal mereka, langkah pertamanya adalah mengeksport produk dari markas mereka. Mereka dapat diklasifikasikan menjadi perusahaan internasional ketika ada kebutuhan yang relatif kecil untuk berinteraksi dengan budaya, adat, atau hukum yang akan mereka ekspor. Adler (dalam Simerly dan Li, 1999) mengklasifikasikan perusahaan seperti multi-domestik. Ketika perusahaan memindahkan fasilitas produksi di luar perbatasan mereka, mereka menjadi apa yang kita telah diklasifikasikan sebagai perusahaan multinasional (MNC). Maka mereka akan berinteraksi dengan perusahaan nasional (Fauzi, 2008).

Menurut Grant (1987) MNC memiliki kekuatan pada teknologi *know-how* dan nama merek, kekuatan pasar dihasilkan dari lingkup dan skala ekonomi, peluang investasi yang lebih luas, pengedaran yang kompetitif, biaya faktor yang lebih rendah, dan sistematis yang lebih rendah, atau risiko. Hal ini beralasan untuk mengekspektasikan MNC memiliki tingkat profitabilitas yang lebih tinggi dari perusahaan nasional. Selain itu, karena pengalaman beroperasi di lingkungan bisnis yang beragam, MNC kemampuan lebih untuk mengembangkan beragam kemampuan, dan memiliki kesempatan pembelajaran yang lebih luas daripada mitra mereka pada negara yang sama (Fauzi, 2008)

Menurut Nizamuddin (2007), perusahaan multinasional adalah perusahaan yang beroperasi tidak hanya pada satu negara. Perusahaan multinasional yang beroperasi di negara asal disebut perusahaan induk, sedangkan perusahaan multinasional yang beroperasi di negara lain disebut sebagai perusahaan anak. Ada empat karakteristik perusahaan multinasional yang digunakan untuk membedakan dengan perusahaan yang lain. Pertama, perusahaan multinasional memiliki birokrasi yang berkualitas dan terorganisasi. Dalam birokrasi ini terdapat aturan dan prosedur tersendiri untuk mengatur kegiatan perusahaan multinasional. Kedua, perusahaan multinasional mengoperasikan jenis kegiatan bisnis tertentu. Ketiga, perusahaan multinasional melakukan fungsi secara lintas batas nasional. Terakhir, terdapat integritas yang tinggi antar unit-unit perusahaan multinasional sebagai hasil dari komunikasi dan transportasi yang maju.

Dalam menjalankan operasinya, perusahaan multinasional cenderung bertindak dengan menghindari setiap kemungkinan risiko yang ada karena dapat

mempengaruhi operasi, tujuan, dan profit perusahaan. Dengan memperhitungkan berbagai risiko yang mungkin terjadi, sebuah perusahaan kemudian memutuskan apakah ia bersedia untuk berinvestasi dalam suatu negara. Beberapa jenis risiko yang menjadi pertimbangan utama perusahaan multinasional adalah kondisi politik nasional, kondisi infrastruktur, dan kondisi birokrasi suatu negara, serta banyak tidaknya kebijakan yang menghambat munculnya kewirausahaan (*entrepreneurship*) di negara tersebut. Untuk meningkatkan masuknya investasi, suatu negara haruslah memiliki kebijakan atau memenuhi kondisi-kondisi yang dapat meminimalkan risiko-risiko tersebut. Hal ini dikarenakan perusahaan multinasional hanya akan masuk ke dalam suatu negara bila situasi dan kondisi negara itu sendiri menunjang untuk pengembangan usaha (Nizamuddin, 2007).

2.2 Penelitian-penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya telah diteliti oleh Fauzi (2008) untuk membandingkan kinerja sosial dan lingkungan perusahaan antara perusahaan Indonesia dengan perusahaan multinasional yang beroperasi di Indonesia. Hasil mengindikasikan bahwa hubungan dari variabel sosial, kinerja dari perusahaan Indonesia dengan multinasional adalah sama. Sementara, hubungan dari perspektif lingkungan, kinerja dari multinasional lebih baik dari perusahaan Indonesia. Dalam perusahaan Indonesia, kinerja perusahaan (keuangan) dan kinerja sosial dan lingkungan tidak berhubungan. Sedangkan, perusahaan multinasional hubungannya dengan kinerja perusahaan (keuangan) sebagian

didukung oleh perspektif sosial dan sepenuhnya didukung oleh perspektif lingkungan.

Preston dan O'Bannon (1997) mengembangkan lima hipotesis dalam hubungannya antara kinerja sosial dan keuangan. Kelima hipotesis tersebut diberi nama masing-masing yaitu *social impact hypothesis*, *trade-off hypothesis*, *available funds hypothesis*, *managerial opportunism hypothesis* dan *positive or negative synergies*. *Social impact hypothesis* dan *Available funds hypothesis* merupakan penjelasan yang memiliki hubungan positif antara kinerja sosial dan keuangan. Sedangkan *Trade-off hypothesis* dan *Managerial opportunism hypothesis* merupakan penjelasan yang memiliki hubungan negatif antara kinerja sosial dan keuangan. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa hubungan kinerja sosial dan keuangan paling baik dijelaskan dengan *positive synergies* atau dengan *available funds*. Dimana *positive synergies* menunjukkan hubungan kinerja sosial dan kinerja keuangan ketika dilakukan secara bersama akan menghasilkan sinergi yang positif. Artinya bahwa kinerja sosial dan kinerja keuangan akan meningkatkan satu dengan yang lainnya. Dimana *available funds* menekankan perusahaan mungkin ingin mengikuti aturan-aturan normatif warga negara perusahaan yang baik, namun perilaku mereka yang sebenarnya tergantung pada sumber daya yang tersedia..

Waddock dan Graves (1997) menemukan hubungan positif yang signifikan antara indeks CSP dan tolok ukur kinerja, seperti ROA pada tahun berikutnya (dikutip oleh Tsoutsoura, 2004). Tsoutsoura menemukan adanya hubungan yang signifikan dan positif antara CSP dan FP. Penelitian perusahaan di

Prancis oleh Charles-Henri dan Trebucq (2002) menemukan tidak adanya hubungan antara CSP dengan FP dengan variabel kontrol industri, risiko, ukuran perusahaan, R & D.

Penelitian Nelling dan Webb (2006) menguji hubungan kausal antara CSP dan FP dengan memperkenalkan teknik ekonometrik baru, pendekatan kausalitas Granger. Penemuan mereka menyatakan bahwa, dengan menggunakan model regresi *Ordinary Least Square* (OLS), CSP dan FP saling terkait. Ketidaksetujuan dengan penelitian sebelumnya, mereka menemukan hubungan yang rendah antara CSP dan FP ketika menggunakan pendekatan efek *time series*. Hasil yang serupa juga ditemukan ketika memperkenalkan model kausalitas Granger. Selain itu, dengan berfokus pada masing-masing ukuran CSP, mereka menemukan kausalitas yang terjadi pada kinerja pasar saham terhadap rating CSP dalam hubungan karyawan (dalam Makni *et al* , 2008).

Penelitian oleh Makni *et al* (2008) menguji kausalitas antara kinerja sosial dengan kinerja keuangan perusahaan Kanada menggunakan pendekatan “*Granger causality*”, dengan variabel kontrol: ukuran, resiko perusahaan dan industri. Mereka menemukan tidak ada hubungan antara sejumlah pengukuran CSP dan FP, kecuali untuk *market returns*.

Tabel 2.3
Ringkasan Penelitian Terdahulu

Peneliti	Variabel	Analisis Statistik	Hasil
Preston dan O'Bannon (1997)	Y: kinerja sosial; kinerja keuangan X: kinerja keuangan; kinerja sosial	Analisis regresi	<i>Positive synergies/Available funding</i>
Waddock dan Graves, (1997)	Y: kinerja keuangan; kinerja sosial X: kinerja sosial; kinerja keuangan	Analisis regresi	<i>Positive synergies</i>
Charles-Henri dan Trebucq (2002)	Y: kinerja keuangan; kinerja sosial X: kinerja sosial; kinerja keuangan Kontrol: industri, risiko, ukuran perusahaan, R & D	Analisis regresi	Hubungan netral
Tsoutsoura (2004)	Y: kinerja sosial X: kinerja keuangan Kontrol: ukuran perusahaan, industri	Analisis regresi	Hubungan positif
Nelling dan Webb (2006)	Y: kinerja sosial; kinerja keuangan X: kinerja keuangan; kinerja sosial	<i>Ordinary Least Square (OLS)</i>	Saling terkait
Fauzi (2008)	Y: kinerja sosial X: kinerja keuangan Kontrol: ukuran perusahaan, risiko keuangan, kepemilikan institusional	Analisis regresi	Pada perusahaan Indonesia kinerja sosial dan keuangan tidak berhubungan, pada kinerja keuangan perusahaan multinasional sebagian didukung oleh perpektif sosial dan sepenuhnya didukung oleh perspektif lingkungan
Makni, Francoeur, dan Bellavance (2008)	Y: kinerja sosial; kinerja keuangan X: kinerja keuangan; kinerja sosial Kontrol: ukuran perusahaan, risiko, industri	<i>Ordinary Least Square (OLS)</i>	Tidak ada korelasi yang signifikan

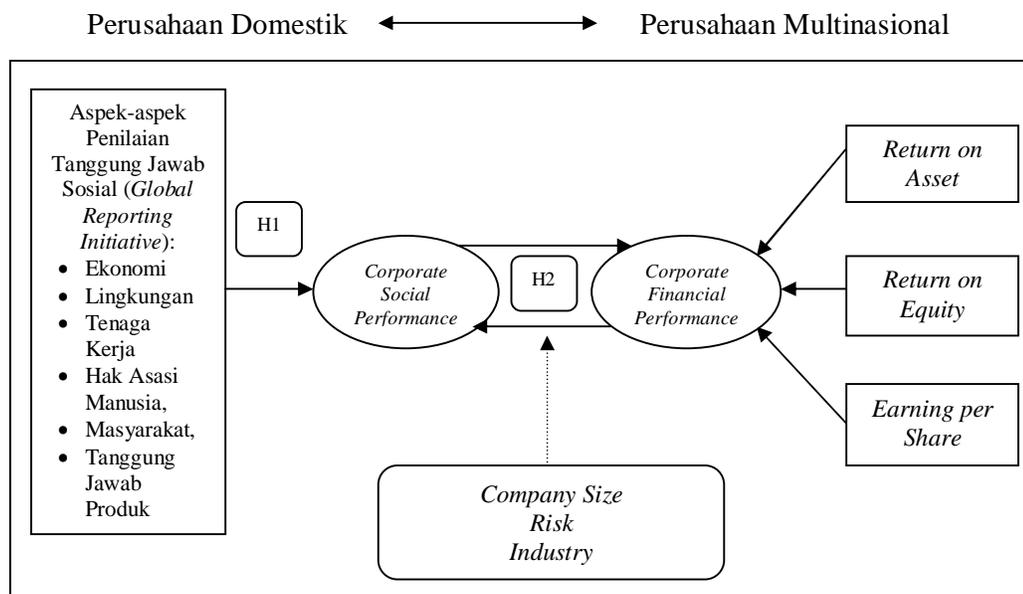
Sumber: dikembangkan untuk penelitian ini

Perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian yang sebelumnya yaitu dengan sampel perusahaan manufaktur dan perusahaan jasa (transportasi; konstruksi; real estate dan properti) yang berdasarkan pengklasifikasian IDX (*Indonesia Stock Exchange*). Pertama penelitian ini akan menguji perbedaan kinerja sosial antara perusahaan Indonesia dengan perusahaan multinasional yang beroperasi di Indonesia. Selanjutnya penelitian ini akan menguji hubungan baik dari kinerja sosial ke kinerja keuangan maupun kinerja keuangan ke kinerja sosial dengan menggunakan pendekatan “*Granger causality*”. Hal ini dilakukan karena sebagian besar dari penelitian-penelitian sebelumnya hanya menguji hubungan dari kinerja sosial ke kinerja keuangan saja. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Preston (1997) juga menguji hubungan dari kinerja keuangan ke kinerja sosial. Seperti yang telah disebutkan di atas maka hasil yang didapatkan dari penelitian Preston, *positive synergies* atau dengan *available funds* menunjukkan hubungan yang paling baik antara kinerja keuangan dan kinerja sosial. Hal ini sesuai dengan teori *slack resources* yang menyatakan bahwa perusahaan akan berkontribusi pada kinerja sosial jika perusahaan memiliki posisi keuangan yang baik. Dapat dikatakan bahwa kinerja keuangan memiliki hubungan positif terhadap kinerja sosial. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan aspek-aspek penilaian tanggung jawab sosial dunia usaha yang dikeluarkan oleh GRI (*Global Reporting Initiative*) sebagai pengukuran atau indikator dari CSP.

2.3 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan gambaran tentang kinerja sosial yang dilakukan oleh perusahaan Indonesia dan perusahaan multinasional yang beroperasi di Indonesia. Selain itu, untuk mengetahui hubungan baik antara kinerja sosial dengan kinerja keuangan perusahaan maupun hubungan antara kinerja keuangan dengan kinerja sosial perusahaan. CSP diproksikan dari aspek-aspek penilaian tanggung jawab sosial dunia usaha yang dikeluarkan oleh GRI (*Global Reporting Initiative*). Aspek-aspek inilah yang mempengaruhi CSP sehingga kinerja sosial dapat dilihat dari aspek-aspek tersebut. Sedangkan CFP diproksikan dari ROA, ROE dan EPS. Kemudian variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *company size* yang diproksikan dari *log* total aset (*SIZE*), dan *risk* yang diproksikan dari *leverage* (*LEV*), dan *industry*.

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Sumber: dikembangkan untuk penelitian ini

2.4 Hipotesis

Berdasarkan penelitian terdahulu serta fakta di lapangan seperti yang telah dipaparkan diatas, maka penelitian ini akan menguji perbedaan kinerja sosial antara serta kausalitas antara kinerja sosial dan kinerja keuangan pada perusahaan Indonesia dan perusahaan multinasional yang beroperasi di Indonesia menggunakan *Granger Causality*, dengan rumusan hipotesis sebagai berikut:

1. Kinerja Sosial Perusahaan (CSP) Perusahaan Indonesia dan Perusahaan Multinasional yang Beroperasi di Indonesia

Perusahaan multinasional mempunyai kekuatan yang lebih pada bidang teknologi dan pencitraan merk, lingkup dan skala ekonomi menghasilkan kekuatan pasar, peluang investasi yang lebih luas, dan biaya faktor yang lebih rendah. Berdasarkan hal-hal tersebut sangat beralasan jika mengekspektasikan perusahaan multinasional mempunyai level profitabilitas yang tinggi daripada perusahaan domestik. Dengan level profitabilitas yang lebih tinggi, perusahaan multinasional diharapkan memiliki level kinerja sosial yang lebih tinggi daripada perusahaan domestik.

H1: ada perbedaan signifikan CSP antara perusahaan Indonesia dengan perusahaan multinasional yang beroperasi di Indonesia

2. Kausalitas terhadap Kinerja Sosial dan Kinerja Keuangan Perusahaan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nelling dan Webb (2006) yang menguji hubungan kausal antara CSP dan FP dengan menggunakan

pendekatan *Granger Causality*, mereka menemukan bahwa dengan menggunakan model regresi Ordinary Least Square (OLS), CSP dan FP saling terkait.

Mahoney dan Roberts (2007) telah meneliti hubungan antara CSP dan FP dalam konteks Kanada. Penelitian ini menguji hubungan antara konstruksi ini dengan menggunakan pengukuran CSID (*Canadian Social Investment Database*) pada CSP. Mereka menemukan tidak ada hubungan yang signifikan antara ukuran gabungan dari CSP dan FP perusahaan. Namun, dengan menggunakan *lag* satu tahun, temuan mereka menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara masing-masing pengukuran CSP perusahaan tentang lingkungan dan aktivitas internasional dan FP. Penelitian ini menguji hanya kausalitas satu arah : dari CSP ke FP (dikutip dari Makni et.al, 2008). Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: lebih tinggi (lebih rendah) level kinerja keuangan (kinerja sosial) mengakibatkan kausalitas Granger pada level kinerja sosial (kinerja keuangan) yang lebih tinggi (lebih rendah)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian Analisis Granger Causality terhadap Kinerja Sosial dan Kinerja Keuangan Perusahaan menggunakan variabel dependen, independen dan variabel kontrol. Karena penelitian ini menguji hubungan kausalitas maka yang variabel dependen adalah CSP kemudian variabel independennya adalah FP, begitu pula sebaliknya. CSP diukur dengan menggunakan indikator Global Reporting Initiative (GRI), sedangkan FP diproksikan dengan ROA, ROE, dan EPS. Variabel kontrol untuk penelitian ini adalah *company size*, *risk*, dan *industry*.

3.1.1 Kinerja Sosial Perusahaan (*Corporate Social Performance-CSP*)

Variabel CSP diukur dengan cara menggunakan item-item yang ada di dalam aspek penilaian tanggung jawab sosial dunia usaha yang dikeluarkan oleh GRI (*Global Reporting Initiative*). Kemudian kinerja sosial perusahaan akan dihitung dengan membandingkan berapa banyak item yang diungkapkan dengan total item pengungkapan sebanyak 79 item, meliputi; ekonomi, lingkungan, praktik tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab produk. Apabila item informasi yang ditentukan diungkapkan dalam laporan tahunan maka diberi skor 1, dan jika item informasi yang ditentukan tidak diungkapkan dalam laporan tahunan maka diberi skor 0. Perhitungan Indeks Luas Pengungkapan CSR (CSRI) dirumuskan sebagai berikut :

$$CSRI_t = \frac{\text{Total item yang diungkapkan}}{79}$$

3.1.2 Kinerja Keuangan Perusahaan (*Corporate Financial Performance-CFP*)

Variabel CFP yang digunakan adalah ROA (*return on assets*), ROE (*return on equity*) dan EPS (*earning per share*). Pengukuran kinerja keuangan perusahaan dengan ROA menunjukkan kemampuan atas modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba. ROA (*Return On Asset*) adalah rasio keuntungan bersih setelah pajak untuk menilai seberapa besar tingkat pengembalian dari asset yang dimiliki oleh perusahaan. Untuk menghitung ROA dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

ROE merupakan rasio yang mengukur seberapa banyak keuntungan yang menjadi hak pemilik modal sendiri. Yang dianggap modal sendiri adalah saham biasa, agio saham, laba ditahan, saham preferen dan cadangan-cadangan lain. ROE mengukur seberapa baik suatu perusahaan menggunakan pendapatan diinvestasikan kembali untuk menghasilkan pendapatan tambahan, memberikan indikasi umum efisiensi perusahaan (dikutip dari Brine, n.d.). untuk menghitung ROE dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

EPS atau seringkali disebut sebagai laba bersih per saham dasar merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya laba yang didapatkan dari setiap jumlah saham yang beredar (IDX Statistic, 2008). Untuk menghitung EPS dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{EPS} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Outstanding Share}} \times 100\%$$

Tabel 3.1

Variabel, Dimensi, Indikator, dan Skala Pengukuran

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
Kinerja Sosial	Ekonomi	<i>Global Reporting Initiative (GRI)</i>	Interval
	Lingkungan	<i>Global Reporting Initiative (GRI)</i>	Interval
	Tenaga Kerja	<i>Global Reporting Initiative (GRI)</i>	Interval
	Hak Asasi Manusia	<i>Global Reporting Initiative (GRI)</i>	Interval
	Sosial	<i>Global Reporting Initiative (GRI)</i>	Interval
	Produk	<i>Global Reporting Initiative (GRI)</i>	Interval
Kinerja Keuangan	<i>Return on Asset</i>	Laba bersih/total aktiva	Rasio
	<i>Return on Equity</i>	Laba bersih/total ekuitas	Rasio
	<i>Earning per Share</i>	<i>Net income/total outstanding share</i>	Rasio

3.1.3 Variabel Kontrol

Variabel kontrol merupakan variabel yang dikendalikan atau dibuat konstan sehingga pengaruh variabel independen terhadap dependen tidak dipengaruhi oleh faktor luar yang tidak diamati di dalam penelitian ini. Variabel

kontrol yang digunakan di dalam penelitian ini adalah *company size* (SIZE), risk; *market* dan *financial*, dan *industry*.

a. *Company Size* (ukuran perusahaan-SIZE)

Menurut Waddock, Graves dan Itkonen (dikutip oleh Fauzi, 2008) ukuran perusahaan memiliki hubungan dengan kinerja sosial perusahaan, perusahaan yang lebih besar cenderung berperilaku lebih bertanggung jawab sosial daripada perusahaan yang lebih kecil. Ukuran perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

$$\text{SIZE} = \log \text{ Total Asset}$$

b. *Risk*

Financial risk dapat dilihat dari *financial leverage*. *Financial leverage* menunjukkan proporsi atas penggunaan utang untuk membiayai investasinya. *Financial risk* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

$$\text{Leverage (LEV)} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

c. *Industry*

Penelitian ini menggunakan variabel dummy nilai 1 untuk perusahaan multinasional dan nilai 0 untuk perusahaan domestik, untuk menguji perbedaan CSP (Corporate Social Performance) antara perusahaan multinasional dengan perusahaan domestik (Hossain dan Kham, 2006; Bhuiyan dan Biswas, 2007).

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian yang digunakan yaitu seluruh perusahaan domestik dan multinasional yang beroperasi di Indonesia yang *go public* dan *listed* di Bursa Efek Indonesia (BEI). Perusahaan yang terdaftar di BEI digunakan sebagai populasi karena perusahaan tersebut mempunyai kewajiban untuk mengeluarkan laporan tahunan perusahaan kepada pihak luar perusahaan terutama *stakeholder*.

Metode yang digunakan dalam pemilihan sampel pada penelitian ini yaitu metode *purposive sampling*, yaitu tipe pemilihan sampel secara tidak acak yang informasinya diperoleh dengan menggunakan kriteria tertentu. Penggunaan kriteria untuk pemilihan sampel bertujuan untuk menyempitkan area penelitian, sehingga hanya data yang benar-benar bisa terpakai saja yang akan ditelaah. Kriteria yang digunakan dalam menentukan sampel yaitu:

1. Perusahaan tercatat sebagai anggota di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2008 dan 2009
2. Laporan tahunan tahun 2008 dan 2009 yang *ter-publish*.
3. Laporan tahunan mengandung informasi mengenai CSR yang dilakukan oleh perusahaan.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data dokumenter yang berupa laporan tahunan 2008 dan 2009 perusahaan domestik dan multinasional yang beroperasi di Indonesia *go public* yang *listed* di BEI.

Sedangkan sumber data yang digunakan adalah data sekunder yaitu sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung. Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari:

- a. Situs resmi Bursa Efek Indonesia www.idx.co.id
- b. Situs resmi perusahaan
- c. *Indonesia Capital Market Directory*

3.4 Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa dokumentasi dan kutipan langsung. Metode yang digunakan dalam mengukur kinerja sosial dalam laporan tahunan yaitu dengan metode *content analysis*. Pengembangan hipotesis dan kerangka pemikiran merupakan data kualitatif yang diperoleh dengan dokumentasi dan kutipan langsung dari beberapa buku, jurnal dan media internet.

Metode *content analysis* adalah teknik penelitian untuk menghasilkan kesimpulan terhadap data yang dapat diulangi dan valid. Metode *content analysis* dalam penelitian ini dilakukan dengan cara melihat kandungan isi dari laporan tahunan yang disesuaikan dengan aspek-aspek penilaian tanggung jawab sosial dunia usaha yang dikeluarkan oleh GRI (*Global Reporting Initiative*) . Laporan tahunan ditelaah dengan menandakan *checklist* berdasarkan aspek penilaian. Setiap item yang dilaporkan akan diberi nilai 1 dan item yang tidak dilaporkan akan diberi nilai 0. Kemudian item yang diungkapkan dijumlah dan dibagi dengan total

item pengungkapan yang ada maka akan didapatkan indeks kinerja sosial perusahaan.

3.5 Metode Analisis

Metode analisis data yang digunakan didalam penelitian ini adalah metode analisis data kuantitatif.

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif didefinisikan sebagai metode dalam mengorganisasi dan menganalisis data kuantitatif, sehingga diperoleh gambaran yang teratur mengenai suatu kegiatan. Ukuran yang digunakan dalam deskripsi antara lain :frekuensi, tendensi sentral (*mean*, median, modus), *disperse* (standar deviasi dan varian) dan koefisien korelasi antara variabel penelitian. Ukuran yang digunakan dalam statistik deskriptif tergantung pada tipe skala pengukuran *construct* yang digunakan yang digunakan dalam penelitian (Ghozali, 2009). Statistik deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui jumlah indeks pengungkapan laporan CSR, jumlah kata yang berhubungan dengan pengungkapan CSR, dan fokus pengungkapan CSR.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang akan dilakukan terdiri dari : uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedasitas, dan uji autokorelasi.

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika garis yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonalnya, berarti data tersebut berdistribusi normal.

3.5.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Multi kolinieritas dapat dilihat dari (1) nilai *tolerance* dan lawannya, (2) *Variance Inflation Factor* (VIF). Antara variabel bebas dikatakan tidak terjadi korelasi jika nilai *tolerance* lebih dari 10 persen dan memiliki nilai VIF kurang dari 10.

3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan

lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

3.5.2.4 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dalam suatu model penelitian dapat menggunakan Uji Durbin Watson. Uji Durbin Watson ini hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (first order autocorrelation) dan mensyaratkan adanya intersep dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi diantara variabel penjelas.

Hipotesis yang diuji adalah:

H_0 : tidak ada gejala autokorelasi positif pada model ($r = 0$)

H_a : ada gejala autokorelasi positif pada model ($r \neq 0$)

Keputusan ada tidaknya autokorelasi menurut Ghozali (2009) adalah:

1. $0 < d < d_l$, artinya tidak ada autokorelasi positif, maka H_0 ditolak
2. $d_l \leq d \leq d_u$, artinya tidak ada autokorelasi positif, maka tidak terdapat keputusan.
3. $4-d_l < d < 4$, tidak ada korelasi negatif, maka H_0 ditolak.
4. $4-d_u \leq d \leq 4-d_l$, tidak ada korelasi negatif, maka tidak terdapat keputusan .
5. $d_u < d < 4-d_u$, menerima H_0 , artinya tidak terdapat autokorelasi, maka H_0 diterima.

3.5.3 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan analisis statistik regresi berganda, yang terdiri dari *Adjusted R square*, untuk melihat persentase pengaruh variabel independen yang dimasukkan dalam penelitian terhadap variabel dependen, uji F untuk menguji hipotesis antara lebih dari satu variabel independen terhadap satu variabel dependen serta uji t untuk menguji hipotesis antara satu variabel independen dengan satu variabel independen.

3.5.4 Persamaan Regresi Linier Berganda

Variabel dependen dan independen dalam penelitian ini adalah CSP dan FP. Penelitian ini juga menggunakan variable kontrol yaitu *company size*, *risk*, dan *industry*. Adapun persamaan untuk menguji hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$FP_{ROA,2009} = \beta_0 + \beta_1 FP_{ROA,2008} + \beta_2 CSP_{i,2008} + \gamma SIZE + \delta RISK + \varepsilon_{1i} \dots \dots \dots (1)$$

$$CSP_{i,2009} = \alpha_0 + \alpha_1 CSP_{i,2008} + \alpha_2 FP_{ROA,2008} + \gamma SIZE + \delta RISK + \varepsilon_{2i} \dots \dots \dots (2)$$

$$FP_{ROE,2009} = \beta_0 + \beta_1 FP_{ROE,2008} + \beta_2 CSP_{i,2008} + \gamma SIZE + \delta RISK + \varepsilon_{1i} \dots \dots \dots (3)$$

$$CSP_{i,2009} = \alpha_0 + \alpha_1 CSP_{i,2008} + \alpha_2 FP_{ROE,2008} + \gamma SIZE + \delta RISK + \varepsilon_{2i} \dots \dots \dots (4)$$

$$FP_{EPS,2009} = \beta_0 + \beta_1 FP_{EPS,2008} + \beta_2 CSP_{i,2008} + \gamma SIZE + \delta RISK + \varepsilon_{1i} \dots \dots \dots (5)$$

$$CSP_{i,2009} = \alpha_0 + \alpha_1 CSP_{i,2008} + \alpha_2 FP_{EPS,2008} + \gamma SIZE + \delta RISK + \varepsilon_{2i} \dots \dots \dots (6)$$

Dimana :

$FP_{i,2009}$: FP tahun 2009 untuk perusahaan i

$FP_{i,2008}$: FP tahun 2008 untuk perusahaan i

$CSP_{i,2009}$: CSP tahun 2009 untuk perusahaan i

$CSP_{i,2008}$: CSP tahun 2008 untuk perusahaan i

$SIZE$: *company size*

$RISK$: risiko perusahaan

ε : *error term*

3.5.5 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Stastistik t)

Menurut Ghozali (2009), uji stastistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 dan 0,10 ($\alpha=5\%$, $\alpha=10\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikan $> 0,05$ atau $> 0,10$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Hal ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ atau $\leq 0,10$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Hal ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

3.5.6 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada di antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2009).

Data dalam penelitian ini akan diolah dengan menggunakan program *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) 16. Hipotesis dalam penelitian ini dipengaruhi oleh nilai signifikansi koefisien variabel yang bersangkutan setelah dilakukan pengujian. Kesimpulan hipotesis dilakukan berdasarkan *t-test*.

3.5.7 Uji Signifikansi Simultan (Uji statistik F)

Untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan digunakan uji f.

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4$$

Artinya tidak semua variabel independen berpengaruh secara simultan.

$$H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4$$

Artinya semua variabel independen berpengaruh secara simultan.

Untuk menguji hipotesis ini, digunakan statistic F dengan membandingkan F hitung dengan F tabel dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_a diterima ($\alpha = 5\%$)

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima ($\alpha = 5\%$)