

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek dan Ruang Lingkup Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar dalam Indeks SRI KEHATI periode 2012-2016. Adapun faktor-faktor yang diteliti adalah ukuran dewan komisaris, komite audit, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan agresivitas pajak terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Data-data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh peneliti dari laporan keuangan dan laporan tahunan (*annual report*) perusahaan yang tersedia di *website* masing-masing perusahaan dan di www.idx.co.id.

B. Metode Penelitian

Peneliti menggunakan metode penelitian asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan hubungan sebab akibat (kausalitas) antara variabel X dengan variabel Y. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif (statistik) karena data yang digunakan berupa angka. Peneliti menggunakan regresi data panel karena observasi yang digunakan terdiri dari beberapa perusahaan (*cross section*) dan dalam kurun waktu beberapa tahun (*time series*). Data yang diperoleh akan diolah, kemudian akan dianalisis secara kuantitatif dan diproses lebih lanjut menggunakan program *E-views* 8 serta teori-teori dasar yang dijelaskan sebelumnya untuk memberikan gambaran mengenai objek yang diteliti dan kemudian akan memberikan kesimpulan dari hasil yang diperoleh.

C. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel yang digunakan, yaitu variabel terikat (*dependent variable*) dan variabel bebas (*independent variable*). Adapun penjelasan dari variabel-variabel tersebut adalah sebagai berikut:

1. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat (*dependent variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (*independent variable*). Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dilihat dari laporan tahunan perusahaan dengan melakukan pendekatan dikotomi, yaitu setiap item CSR dalam instrument CSR dalam penelitian diberi nilai satu jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan.

Selanjutnya, skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mencakup tujuh kategori antara lain: lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum.

Kategori tersebut dibagi dalam 90 item pengungkapan. Berdasarkan peraturan Bapepam No. 8 G.2 tentang laporan tahunan dan kesesuaian item tersebut untuk diaplikasikan di Indonesia maka dilakukan penyesuaian sehingga menjadi 78 item pengungkapan. Mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Haniffa dan Cooke¹,

¹ Haniffa, R.M., dan T.E. Cooke. *Op Cit*,

Dewi dan Maswar² rumus penghitungan Pengungkapan CSR adalah sebagai berikut:

$$\text{Pengungkapan CSR}_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSR_j = *Corporate Social Responsibility Index* Perusahaan j

n_j = Jumlah item untuk perusahaan j, $n_j \leq 78$

X_{ij} = Jumlah item yang diungkapkan, jika diungkapkan diberi nilai 1. Jika tidak diungkapkan diberi nilai 0. Dengan demikian $0 \leq CSR_j \leq 1$.

2. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas (*dependent variable*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab munculnya variabel terikat (*Dependent Variable*). Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah ukuran dewan komisaris, komite audit, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan agresivitas pajak yang diproksikan sebagai berikut:

a. Ukuran Dewan Komisaris

Dewan komisaris sebagai wakil pemegang saham dalam perusahaan berbadan hukum perseroan terbatas tersebut merupakan sebuah mekanisme tertinggi dalam hal pengendalian yang bertanggung jawab terhadap pemberian nasihat serta pengawasan dari segala bentuk aktivitas *top management* atau direksi. Mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Badjuri³, Liza, dkk⁴, ukuran dewan komisaris dapat dilihat dari jumlah dewan komisaris yang ada di perusahaan tersebut.

² Dewi, Safitri dan Maswar Patuh Priyadi. *Loc.cit*

³ Badjuri, A. *Op Cit.*

⁴ Liza, Aulia Rizki, Hasan Basri, dan Said Musnadi. *Loc Cit.*

Sehingga ukuran dewan komisaris dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Dewan Komisaris} = \sum \text{Dewan Komisaris}$$

b. Komite Audit

Ukuran atau jumlah dari komite audit sangat penting bagi pengendalian serta pengawasan perusahaan karena dengan adanya anggota dari komite audit pada suatu perusahaan maka akan berdampak pada peningkatan efektivitas pengawasan termasuk kaitannya dengan praktik dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* perusahaan.⁵ Mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Badjuri⁶, dan Liza, dkk⁷ komite audit dapat dilihat dari jumlah seluruh komite audit yang berada di perusahaan tersebut sehingga dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Komite Audit} = \sum \text{Komite Audit}$$

c. Ukuran Perusahaan (*Firm Size*)

Ukuran perusahaan adalah ukuran tentang besar atau kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan juga dianggap sebagai variabel penduga yang seringkali digunakan dalam menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Salah satunya adalah pengungkapan tentang CSR perusahaan. Didalam teori keagenan dijelaskan bahwa perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang juga besar dibandingkan dengan perusahaan kecil, sehingga akan mempengaruhi perusahaan besar juga untuk mengungkap lebih banyak informasi mengenai CSR

⁵ Anugrah, Ageng Widhy. *Op Cit.*

⁶ Badjuri, A. *Op Cit.*

⁷ Liza, Aulia Rizki, Hasan Basri, dan Said Musnadi. *Loc Cit.*

perusahaan. Mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Badjuri⁸, Liza, dkk⁹, dan Rindawati dan Nur¹⁰, maka ukuran perusahaan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln}(\text{Total Aset})$$

d. Profitabilitas (*Profitability*)

Profitabilitas merupakan kemampuan dari perusahaan atau pengelolaan dari pihak manajemen untuk menciptakan laba serta meningkatkan nilai dari pemegang saham. Rasio profitabilitas merupakan skala yang digunakan untuk mengukur tingkat profitabilitas dari suatu perusahaan. Mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Badjuri¹¹, Dewi dan Maswar¹², dan Liza, dkk¹³ profitabilitas diukur dengan *Return On Asset* (ROA), yaitu membandingkan antara laba bersih dengan total aset perusahaan. Maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

e. Agresivitas Pajak (*Tax Aggressiveness*)

Agresivitas pajak merupakan suatu rencana atau skema transaksi yang ditujukan untuk meminimalkan beban pajak dengan cara memanfaatkan kelemahan-kelemahan yang ada dari ketentuan perpajakan suatu negara sehingga ahli pajak menyatakan hal tersebut merupakan legal karena tidak melanggar suatu peraturan perpajakan.¹⁴ Didalam penelitian ini *proksi* ETR pun lebih dipilih untuk digunakan sebagai variabel yang diduga dapat mempengaruhi CSR. Agresivitas pajak bisa

⁸ Badjuri, A. *Loc Cit.*

⁹ Liza, Aulia Rizki, Hasan Basri, dan Said Musnadi. *Op Cit*

¹⁰ Rindawati, Wahyu Rindawati dan Nur Fadrijh Asyik. *Loc.cit.*

¹¹ *Ibid.*

¹² *Ibid.*

¹³ *Ibid.*

¹⁴ Darussalam dan D. Septriadi. *Op Cit.*

dilihat dari nilai ETR yang rendah. Dengan semakin baiknya nilai ETR yang ditandai oleh rendahnya nilai ETR perusahaan maka tindakan perusahaan dalam melakukan agresivitas pajaknya dinilai semakin tinggi. *Effective Tax Rates* (ETR) yang dihitung dengan cara membagi beban pajak penghasilan dengan pendapatan sebelum pajak. Mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Lanis dan Richardson¹⁵, Octaviana dan Abdul¹⁶, dan Plorensia dan Pancawati¹⁷, maka ETR dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$ETR = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Pendapatan Sebelum Pajak}}$$

Tabel III.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep	Indikator
Pengungkapan CSR	CSR adalah bentuk sebuah tanggung jawab perusahaan dari dampak segala keputusan maupun aktivitas mereka terhadap lingkungan dan masyarakat melalui suatu perilaku yang terbuka dan etis.	$\text{Pengungkapan CSR}_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$
Ukuran Dewan Komisaris	Jumlah keseluruhan dewan komisaris yang ada pada perusahaan	Ukuran Dewan Komisaris = \sum Dewan Komisaris
Komite Audit	Jumlah keseluruhan komite audit yang ada pada perusahaan	Komite Audit = \sum Komite Audit
Ukuran Perusahaan	Ukuran besar atau kecilnya perusahaan berdasarkan	Ukuran Perusahaan = Ln (Total Aset)

¹⁵ Lanis, R. and G. Richardson. *Loc Cit.*

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ *Ibid.*

	logaritma natural total aset yang dimiliki perusahaan	
Profitabilitas	<p>Profitabilitas merupakan kemampuan dari perusahaan atau pengelolaan dari pihak manajemen untuk menciptakan laba. Profitabilitas diukur dengan <i>Return On Asset</i> (ROA), yaitu membandingkan antara laba bersih dengan total aset perusahaan.</p>	$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$
Agresivitas Pajak	<p>Agresivitas pajak merupakan suatu rencana atau skema transaksi yang ditujukan untuk meminimalkan beban pajak dengan cara memanfaatkan kelemahan-kelemahan yang ada dari ketentuan perpajakan suatu negara sehingga ahli pajak menyatakan hal tersebut merupakan legal karena tidak melanggar suatu peraturan perpajakan</p>	$ETR = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Pendapatan Sebelum Pajak}}$

Sumber: Data diolah oleh peneliti

D. Metode Pengumpulan Data

1. Pengumpulan Data Sekunder

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di Indeks SRI KEHATI pada Bursa Efek Indonesia dan dipublikasikan melalui situs www.idx.co.id. Jangka waktu penelitian ini selama 5 tahun, yaitu dari tahun 2012-2016. Dari laporan tersebut kemudian peneliti akan mengolah dan melihat kembali data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

2. Penelitian Kepustakaan

Penelitian kepustakaan bertujuan untuk mendapatkan landasan teori dan informasi lain yang dapat dijadikan acuan atau tolak ukur serta menunjang penelitian ini. Penelitian kepustakaan diperoleh dengan cara mengumpulkan, membaca, mencatat, dan mengkaji literatur-literatur seperti buku, jurnal, artikel, serta sumber-sumber lain yang relevan atau sesuai dengan topik penelitian ini yaitu, ukuran dewan komisaris, komite audit, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan agresivitas pajak terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

E. Metode Penentuan Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan sekumpulan objek yang memiliki ciri dan karakteristik yang sesuai dengan yang telah ditetapkan oleh peneliti dan kemudian dijadikan bahan penelitian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Indeks SRI KEHATI pada Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016.

2. Sampel

Sampel merupakan sejumlah anggota dari populasi yang sesuai dengan kriteria yang digunakan peneliti. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dalam menentukan sampel. Metode *purposive sampling* adalah metode penentuan sampel dimana sampel yang terpilih sesuai dengan kriteria yang ditetapkan peneliti dan dipilih dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian sehingga mendapatkan sampel yang representatif.

Adapun kriteria yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

- a. Perusahaan yang terdaftar di Indeks SRI KEHATI pada Bursa Efek Indonesia minimal satu semester selama periode 2012-2016
- b. Perusahaan yang mengeluarkan *annual report* selama periode 2012-2016 secara berturut-turut.
- c. Perusahaan tersebut menampilkan data-data dan informasi yang dibutuhkan peneliti mengenai variabel-variabel dalam penelitian ini.

Tabel III.2
Proses Pemilihan Sampel

Kriteria Sampel	Jumlah Perusahaan
Perusahaan yang terdaftar di Indeks SRI KEHATI pada Bursa Efek Indonesia minimal satu semester selama periode 2012-2016	34
Perusahaan yang tidak melaporkan <i>annual report</i> lima tahun berturut-turut selama periode 2012-2016	(6)
Total Sampel yang Digunakan	28

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, terdapat 28 perusahaan yang terdaftar di Indeks SRI KEHATI selama 5 tahun pada periode 2012-2016. Jumlah 28 perusahaan tersebut akan digunakan sebagai sampel penelitian dengan jumlah observasi sebanyak 140 data. (Daftar sampel perusahaan terlampir).

F. Metode Analisis

1. Statistik Deskriptif

Ghozali¹⁸ menyatakan bahwa statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, nilai maksimum, nilai minimum, *sum*, *range*, kurtosis, dan *skewness* (kemencengan distribusi). Dengan kata lain statistik deskriptif merupakan statistik yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sesuai dengan bagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Statistik deskriptif mendeskripsikan suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), nilai minimum (*minimum*) dan nilai maksimum (*maximum*) serta standar deviasi (*standard deviation*).

2. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali¹⁹, uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi atau hubungan antar variabel *independent* (bebas). Jika tidak terjadi korelasi atau hubungan di antara variabel bebas maka dapat dikatakan bahwa model regresi tersebut baik. Uji multikolinearitas pada penelitian ini dapat ditentukan apakah terjadi multikolinearitas atau tidak dengan cara melihat koefisien korelasi antar variabel yang lebih besar dari 0.9. Jika antar variabel terdapat koefisien lebih dari 0.9 atau mendekati 1, maka dua atau lebih variabel bebas terjadi multikolinearitas.

¹⁸ Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

¹⁹ *Ibid.*

3. Analisis Model Regresi Data Panel

Analisis regresi berkaitan dengan studi mengenai ketergantungan satu variabel, yaitu variable dependen, terhadap satu atau lebih variabel lainnya yaitu variabel independen/penjelas dengan tujuan untuk mengestimasi dan atau memperkirakan nilai rata-rata (populasi) variabel dependen dari nilai yang diketahui atau nilai yang tetap dari variabel penjelas.

Dalam menganalisis pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen), data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data panel. Data panel merupakan gabungan data antara data *cross section* dengan data *time series*. Data *cross section* terdiri atas beberapa objek. Data *time series* biasanya data yang berupa suatu karakteristik tertentu, misalnya dalam beberapa periode, baik harian, mingguan, bulanan, kuartalan, maupun tahunan. Data panel merupakan gabungan diantara keduanya. Model persamaan regresi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$CSR_{it} = \beta_0 + \beta_1 BOD_{it} + \beta_2 ACSIZE_{it} + \beta_3 SIZE_{it} + \beta_4 ROA_{it} + \beta_5 ETR_{it} + e_{it}$$

Keterangan:

CSR_{it} = *Corporate Social Responsibility Disclosure*

BOD = Ukuran Dewan Komisaris

ACSIZE = Komite Audit

SIZE = Ukuran Perusahaan

ROA = *Return On Asset*

ETR = *Effective Tax Rates*

Analisis regresi data panel dapat dilakukan dengan beberapa langkah, yaitu:

a. Ordinary Least Square (OLS)

Estimasi data panel dengan hanya mengkombinasikan data *time series* dan *cross section* dengan menggunakan metode *OLS* sehingga dikenal dengan estimasi *common effect*. Pendekatan ini tidak memperhatikan dimensi individu atau waktu.

b. Fixed Effect

Estimasi data panel dengan menggunakan metode *fixed effect*, dimana metode ini mengasumsikan bahwa individu atau perusahaan memiliki *intercept* yang berbeda, tetapi memiliki *slope* regresi yang sama. Suatu individu atau perusahaan memiliki *intercept* yang sama besar untuk setiap perbedaan waktu demikian juga dengan koefisien regresinya yang tetap dari waktu ke waktu (*time invariant*). Untuk membedakan antara individu dan perusahaan lainnya digunakan variabel *dummy* (variabel contoh/semu) sehingga metode ini sering juga disebut *Least Square Dummy Variables (LSDV)*.

c. Random Effect

Estimasi data panel dengan menggunakan metode *random effect*. Metode ini tidak menggunakan variabel *dummy* seperti halnya metode *fixed effect*, tetapi menggunakan residual yang diduga memiliki hubungan antarwaktu dan antarindividu/antarperusahaan. Model *random effect* mengasumsikan bahwa setiap variabel mempunyai perbedaan *intercept*, tetapi *intercept* tersebut bersifat *random* atau stokastik.

4. Pendekatan Model Estimasi

a. Uji Chow

Uji Chow bertujuan untuk memilih apakah model yang digunakan adalah *common effect* atau *fixed effect*. Pertimbangan pemilihan pendekatan yang digunakan dengan menggunakan pengujian F statistik. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

H_0 : Model *Common effect*

H_1 : Model *Fixed effect*

Hipotesis nol diterima jika $F_{test} > F_{tabel}$, sehingga pendekatan yang digunakan adalah *common effect*, sebaliknya hipotesis nol ditolak jika $F_{test} < F_{tabel}$. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan signifikansi 5% ($\alpha = 0.05$). Jika Pengambilan keputusan dari *uji chow* ini adalah jika nilai *p-value* ≤ 0.05 maka H_0 ditolak yang berarti model yang tepat untuk regresi data panel adalah *fixed effect*, sedangkan apabila nilai *p-value* > 0.05 maka H_0 diterima yang berarti model yang tepat untuk regresi data panel adalah *common effect*.

b. Uji Hausman

Bila H_0 ditolak, lanjutkan dengan meregresikan data panel dengan metode *random effect*. Bandingkan apakah model regresi data panel menggunakan (dianalisis) dengan metode *fixed effect* atau metode *random effect* menggunakan *uji hausman*. Hipotesis yang digunakan adalah:

H_0 : Model *random effect*

H_1 : Model *fixed effect*

Statistik pengujian metode *hausman* ini menggunakan nilai *Chi Square Statistics*. Jika hasil uji tes *hausman* menunjukkan nilai probabilitas kurang dari 0,05 maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *fixed effect*. Sedangkan apabila nilai probabilitas lebih dari 0,05 maka pendekatan yang digunakan adalah metode *random effect*.

5. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji hipotesis dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) secara parsial ataupun simultan dapat mempengaruhi variabel terikatnya (dependen). Dalam penelitian ini pengaruh antara variabel yang ingin diketahui adalah variabel ukuran dewan komisaris, komite audit, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan agresivitas pajak terhadap pengungkapan CSR secara parsial menggunakan uji t. Menurut Ghozali²⁰ uji statistik t pada dasarnya menunjukkan tingkat pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menjelaskan variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan menggunakan level signifikansi sebesar 0,05 ($\alpha=5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan).

Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

- b. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

²⁰ Ghozali, Imam. *Op Cit.*

6. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai R^2 yaitu antara nol dan satu. Nilai R^2 yang lebih kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Menurut Ghozali²¹ kelemahan mendasar dari penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Bias yang dimaksudkan adalah setiap tambahan satu variabel independen, maka nilai R^2 akan meningkat tanpa melihat apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Ghozali²² juga mengatakan bahwa disarankan menggunakan nilai *adjusted* R^2 pada saat mengevaluasi model regresi yang baik, hal ini dikarenakan nilai *adjusted* R^2 dapat naik dan turun bahkan dalam kenyataannya nilainya dapat menjadi negatif. Apabila terdapat nilai *adjusted* R^2 bernilai negatif, maka dianggap bernilai nol.

²¹ Ghozali, Imam. *Loc Cit.*

²² *Ibid.*