BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai variabel bebas, pertumbuhan laba sebagai variabel terikat dan penjualan sebagai variabel *intervening*. Adapun yang menjadi subjek penelitian adalah perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indoneisa (BEI).

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016, hlm. 8) bahwa:

> Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan *instrument* penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian kuantitatif digunakan untuk mengetahui keadaan sesuatu atau gejala-gejala tertentu seperti faktor-faktor yang mempengaruhi sesuatu ataupun untuk menguji hipotesis tentang keberpengaruhan suatu variabel.

Menurut Sugiyono (2016, hlm. 240) "Metode verifikatif adalah metode yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara setiap variabel independen dan dependen yang kemudian diuji menggunakan analisis hipotesis". Sehingga dapat dikatakan bahwa metode verifikatif dengan pendekatan kuantitatif cocok digunakan dalam penelitian ini, karena sama seperti tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menguji hipotesis mengenai keberpengaruhan antar variabel bebas yaitu pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap variabel terikat yaitu pertumbuhan laba dengan penjualan sebagai variabel *intervening* dengan menggunakan analisis data statistik.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Sekaran (2015, hlm. 115) "Variabel adalah apapun yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai. Nilai bisa berbeda pada berbagai

waktu untuk objek atau orang yang sama, atau pada waktu yang sama untuk objek atau orang yang berbeda". Dalam penelitian kali ini yang menjadi variabel akan dijelaskan sebagai berikut:

3.2.2.1 Variabel Bebas

Menurut Sekaran (2015, hlm. 117) "Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat (dependen), biak secara positif atau negatif". Adapun yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah :

Dalam penenlitian ini pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai variabel independen yang akan diukur berdasarkan pedoman *Global Reporting Intiative* (GRI). Total jumlah *item* yang diungkapkan menurut GRI G4 adalah 91, dimana 91 *item* tersebut sudah dilampirkan pada bab dua. Adapun berikut merupakan jumlah *item* pada setiap kategorinya :

a. 9 *items* pengungkapan dalam kategori ekonomi;
b. 34 *items* pengungkapan dalam kategori lingkungan;
c. 16 *items* pengungkapan dalam kategori sosial sub kategori ketenagakerjaan;
d. 12 *items* pengungkapan dalam kategori sosial sub kategori hak asasi manusia;
e. 11 *items* pengungkapan dalam kategori sosial sub kategori masyarakat;
f. 9 *items* pengungkapan dalam kategori sosial sub kategori tanggung jawab atas produk.

Penilaian yang dilakukan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menggunakan *scoring*. Seperti menurut Silalahi (2017) yang menyatakan bahwa "Dimana setiap pengungkpan *item* CSR tersebut ada dalam laporan tahunan perusahaan maka diberi skor 1, dan jika *item* pengungkapan tersebut tidak ada dalam laporan tahunan perusahaan diberi skor 0". Setelah pemberian skor pada setiap perusahaan yang diteliti selanjutnya total skor CSR setiap perusahaan dibagi dengan jumlah CSR

berdasarkan GRI (91 *items*). Adapun menurut Silalahi (2017) rumus untuk menghitungnya adalah sebagai berikut:

$$\text{CSRI}j = \frac{\sum Xij}{\text{n}j}$$

Keterangan:
CSRI*j* = *Corporate Socil Responsibility*
∑X*ij* = Jumlah *item* yang diungkapkan perusahaan
n*j* = Jumlah *item* yang diharapkan

3.2.2.2 Variabel Terikat

Menurut Sekaran (2015, hlm. 116) "Variabel dependen merupakan variabel utama yang menjadi faktor yang berlaku dalam investigasi". Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas yaitu pertumbuhan laba. "Pertumbuhan laba atau *earing growth* adalah ukuran yang membandingkan seberapa besar peningkatan atau penurunan laba setiap tahunnya" (Darwanis, Siswar dan Andina, 2013).

$$\Delta Y_{it} = \frac{(Y_{it} - Y_{it-1})}{Y_{it-1}} \times 100\%$$

Keterangan:
ΔY_{it} = Pertumbuhan Laba i pada periode t
Y_{it} = Laba perusahaan i pada peride t
Y_{it-1} = Laba perusahaan i pada periode t-1

3.2.2.3 Variabel Mediasi (*Intervening Variable*)

Menurut Sugiyono (2016, hlm 39) mengatakan bahwa variabel *intervening* adalah:

> Variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela/antara yang terletak di antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen.

Variabel *intervening* dalam penelitian ini adalah penjualan, dimana menurut Leki dan Christiawan (2013) "Secara sistematis, penjualan diperoleh dari

perkalian antara harga jual *netto* per satuan produk atau jasa (P) dengan jumlah/volume produk atau jasa terjual (Q)".

Adapun yang menjadi alat ukur penjualan dalam penelitian ini adalah *Log natural total sales* (*Ln. Total Sales)*. Dimana menurut Leki dan Christiawan (2013) bahwa "*Log natural total sales* merupakan angka yang menunjukkan seberapa besar total penjualan yang diperoleh perusahaan pada suatu periode".

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Variabel Independen Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	Pengungkapan CSR merupakan data yang digunakan oleh perusahaan berkaitan dengan aktivitas sosialnya yang meliputi tema lingkungan, energi, kesehatan, dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tentang tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum. (Silalahi, 2017)	$\text{CSRI}j = \frac{\sum Xij}{\text{n}j}$ Data yang dibutuhkan: 1. *Item* CSR yang diungkapkan perusahaan 2. *Item* CSR yang diharapkan sesuai dengan pedoman GRI G4. (Silalahi, 2017)	Rasio
Variabel *Intervening* Penjualan	Angka yang menunjukkan seberapa besar total penjualan yang diperoleh perusahaan pada suatu periode. (Leki & Christiawan, 2013)	*Ln. total sales* (Leki dan Christiawan , 2013)	Rasio
Variabel Dependen Pertumbuhan Laba	Pertumbuhan laba atau *earning growth* adalah ukuran yang membandingkan seberapa besar peningkatan atau penurunan laba setiap tahunnya. (Darwanis, Siswar dan Andina,	$\Delta Y_{it} = \frac{(Y_{it} - Y_{it-1})}{Y_{it-1}} \times 100\%$ Data yang dibutuhkan: 1. Laba periode sekarang. 2. Laba periode sebelumnya. (Darwanis, Siswar dan Andina, 2013)	Rasio

	2013)		

3.2.3 Populasi dan Sampel

3.2.3.1 Populasi Penelitian

Menurut Sekaran (2015, hlm. 121) mengatakan bahwa "Populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian atau hal minat yang ingin diinvestigasi oleh peneliti". Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebanyak 42 perusahaan.

3.2.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi penelitian. Menurut Sekaran (2015, hlm. 123) mengatakan bahwa "Pengertian sampel adalah sebagian dari populasi. Sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi". Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan *non probability sampling* dengan *purposive sampling.* Menurut Sekaran (2015, hlm. 123) mengatakan bahwa "Pengambilan sampel yang bertujuan (*purposive sampling*) dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan karena memenuhi beberapa kriteria tertentu yang ditentukan oleh peneliti". Adapun kriteria yang digunakan dalam penentuan sampel penelitian ini adalah perusahaan yang menerbitkan *Annual Report* secara konsisten dari tahun 2014-2017 yang ada di BEI atau pada web perusahaan.

Berdasarkan kriteria di atas, maka perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini berjumlah 33 perusahaan dengan penelitian selama kurun waktu 4 tahun berturut-turut, maka didapat total sampel sebanyak 132 (33 perusahaan dikali 4 tahun). Berikut daftar sampel nama-nama perusahaan:

Tabel 3. 2
Sampel Penelitian

No	Nama Perusahaan	Kode Saham
1	PT. Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk	AISA
2	PT. Tri Banyan Tirta	ALTO
3	Wilmar Cahaya Indonesia	CEKA
4	PT. Delta Djakarta Tbk	DLTA

5	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	ICBP
6	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk	INDF
7	PT. Multi Bintang Tbk	MLBI
8	PT. Mayora Indah Tbk	MYOR
9	PT. Prashida Aneka Niaga Tbk	PSDN
10	PT. Nippon Indosari Corporindo Tbk	ROTI
11	PT. Sekar bumi Tbk	SKBM
12	PT. Sekar Laut Tbk	SKLT
13	PT. Siantar Top Tbk	STTP
14	PT. Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk	ULTJ
15	Gudang Garam Tbk	GRGM
16	Handjaya Mandala Sampoerna Tbk	HMSP
17	Bentoel International Investama Tbk	RMBA
18	Wismilak Inti Makmur Tbk	WIIM
19	Darya Varia Laboratoria Tbk	DVLA
20	Indofarma (Persero) Tbk	INAF
21	Kimia Farma (persero) Tbk	KAEF
22	Kalbe Farma Tbk	KLBF
23	Merck Indonesia Tbk	MERK
24	PT. Pyridam Farma Tbk	PYFA
25	Industri Jamu & Farmasi Sido Muncul Tbk	SIDO
26	Tempo Scan Pasific Tbk	TSPC
27	PT. Akasha Wira International Tbk (PT. d.h Ades Waters Indonesia Tbk)	ADES
28	Martina Berto Tbk	MBTO
29	Mandom Indonesia Tbk	TCID
30	Unilever Indonesia Tbk	UNVR
31	PT. Chitose International Tbk	CINT
32	PT. Kedaung Indah Can Tbk	KICI
33	PT. Langgeng Makmur Industry Tbk	LMPI

Sumber: Data diolah (www.idx.co.id, 2018)

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Menunrut Sugiyono (2014, hlm. 401) mengatakan bahwa "Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang mendukung peneliltian ini". Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jenis data sekunder. Dimana menurut Sekaran (2011, hlm. 60-61) mengatakan bahwa "Data sekunder didapat dari catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri oleh media, biro pusat statistik ataupun lembaga pengumpul data lainnya".

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik telaah dokumen. Menurut Arikunto (2013, hlm. 234) mengatakan bahwa "Teknik dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variasi yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah kabar, majalah, prasasti, notulen, rapor, leger dan sebagainya". Dokumen yang digunakan yaitu laporan tahunan perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) atau website www.idx.co.id dan pada web masing-masing perusahaan.

3.2.5 Teknik Analisis Data

3.2.5.1 Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini terdapat 4 (empat) uji asumsi klasik, yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedestisitas dan uji autokorelasi.

3.2.5.1.1. Uji Normalitas

Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi normal. Menurut Ghozali (2013, hlm. 160) mengatakan bahwa "Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal".

Dalam model regresi linier, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai error yang berdistribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian normalitas data menggunakan uji *Kolmogrof Smirnov* (K-S), dengan membandingkan nilai *Asimptotic Significane* dengan $\alpha = 5\%/0{,}05$. Pengambilan keputusan menurut Ghozali (2013, hlm. 160) yaitu:

a. Jika hasil signifikansi *Kolmogrof Smirnov* menunjukkan nilai signifikan > 0,05 maka data residual terdistribusi dengan normal.
b. Jika hasil signifikansi *Kolmogrof Smirnov* menunjukkan nilai signifikan < 0,05 maka data residual tidak terdistribusi dengan normal.

3.2.5.1.2. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah suatu keadaan dimana ada hubungan linier secara sempurna atau mendekati sempurna antara variabel independen dalam model

regresi. Model regresi yang baik adalah yang terbebas dari masalah multikolinieritas. "Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui kolerasi antara variabel independennya" (Ghozali 2013, hlm. 105).

Sunyoto (2013, hlm. 87) menyatakan bahwa dalam menentukan ada tidaknya multikolinieritas dapat digunakan cara sebagai berikut:

1. Koefisien korelasi antar variabel bebas
   Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah jika koefisien korelasi antara variabel bebas lebih kecil atau sama dengan 0.5. jika korelasi kuat, maka terjadi problem multikolinieritas.
2. Besaran *variance inflation factor (VIF)*
   a) Terjadi multikolinieritas jika VIF hitung > VIF
   b) Bebas multikolinieritas jika VIF hitung < VIF
      Catatan: VIF =1/α

3.2.5.1.3. Uji Heteroskedestisitas

Menurut Ghozali (2013, hlm. 139) mengatakan bahwa "Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual dari suatu pengamatan yang lain". Model yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dengan cara melihat Grafik Plot (*scatterplot*) antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu *ZPRED* dengan residualnya *SRESID*. Menurut Ghozali (2013, hlm. 139) dasar pengambilan keputusan uji tersebut yaitu:

a. Jika ada titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur seperti gelombang, melebar kamudian menyempit, maka mengindikasikan adanya heteroskedastisitas.
b. Jika tidak terdapat pola tertentu yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y maka mengindikasikan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.2.5.1.4. Uji Autokorelasi

Menurut Sunyoto (2013, hlm. 97) bahwa "Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi linear terjadi korelasi antara kesalahan

pengganggu periode t dengan kesalahan pengganggu periode t-1 (sebelumnya)". Persamaan regresi yang baik adalah yang terbebas dari masalah autokorelasi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dapat dilakukan dengan melihat nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* melalui uji *Run Test* . Dasar pengambilan keputusan untuk uji autokorelasi menurut Sunyoto (2013, hlm. 97) adalah sebagai berikut:

a. Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* < 0,05, maka terdapat gejala autokorelasi.
b. Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* > 0,05, maka tidak terdapat gejala autokorelasi.

3.2.5.2 Rancangan Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini untuk pengujian hipotesis menggunakan metode *path analysis.* Menurut Ghozali (2013, hlm. 249), menyatakan bahwa "Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis linear berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (model kausal) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori".

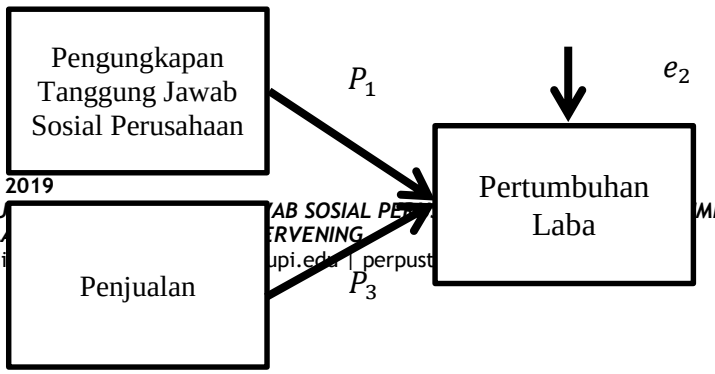
Dalam melakukan analisis jalur (*path analysis*) menurut Ridwan et al. (2008) melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis dan persamaan struktur

   Struktur : Y = $\rho y1x1X1 + \rho y1x2X2 + \rho y1\varepsilon 1$
2. Menghitung koefisien regresi jalur yang didasarkan pada koefisien regresi
   a. Menggambar diagram jalur lengkap
      1) Persamaan Struktural

      Menurut Noor (2014, hlm. 84) mengatakan bahwa "persamaan struktural adalah persamaan yang menyatakan hubungan antar variabel pada diagram jalur yang ada". Dalam penelitian ini terdapat dua model persamaan jalur struktural, yaitu:

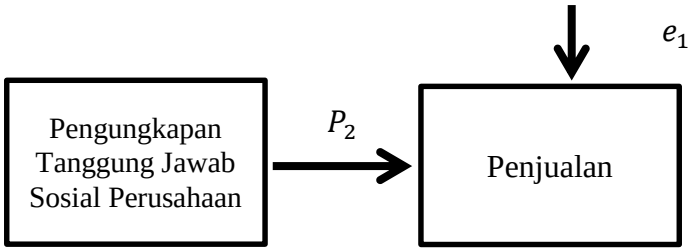
      a) Persamaan jalur struktur model pertama:



Wulan Lutfiyanti, 2019
PENGARUH PENGU... ...AB SOSIAL PE... ...MBUHAN LABA
DENGAN PENJUALA... ...ERVENING
Universitas Pendidi... ...upi.edu | perpust...

Gambar 3. 1
Diagram Jalur Struktur Model I

b) Persamaan jalur struktur model kedua:



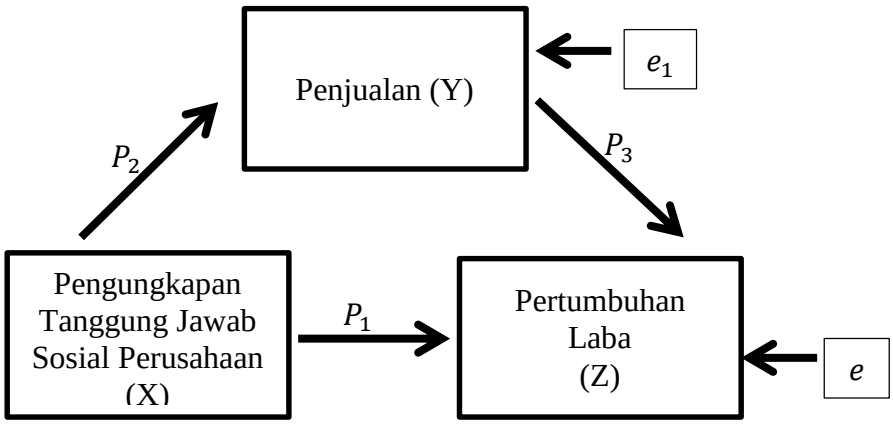
Gambar 3. 2
Diagram Jalur Struktur Model II

2) Diagram Jalur

Menurut Noor (2014, Hlm. 81) menyatakan bahwa:

Diagram jalur dapat digunakan untuk menghitung pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel eksogen terhadap suatu variabel endogen. Pengaruh-pengaruh itu tercermin dalam apa yang disebut dengan koefisien jalur, dimana secara tematik analisis jalur mengikuti mode struktural.

Dari persamaan struktural di atas maka model analisis jalur dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3. 3
Diagram Jalur

Berdasarkan gambar di atas, untuk mencari pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap pertumbuhan laba melalui penjualan adalah sebagai berikut:

$$PTL = P_2 \times P_3$$

Keterangan:

PTL = pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap pertumbuhan laba melalui penjualan

P_1 = pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap penjualan

P_2 = pengaruh penjualan terhadap pertumbuhan laba

(Sumber: Ghozali, 2013 hlm. 238)

b. Menghitung koefisien dan regresi

Menghitung koefisien regresi untuk rumus yang telah ditentukan:

$Y = \alpha + P_2YX +$ e1

$Z = \alpha + P_1ZX + P_3ZY +$ e2

Keterangan:

P : *Standarize* koefisien

e1 :*Variance* variabel M yang tidak dapat dijelaskan X dimana e1 = $\sqrt{1 - R2}$ (R = koefisien determinasi persamaan 1)

e2 : *Variance* variabel Y yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel X dan M dimana e2 = $\sqrt{1 - R2}$ (R = koefisien determinasi persamaan 2)

3. Menghitung koefisien jalur

Hipotesis penelitian yang akan di uji dirumuskan menjadi hipotesis statistik sebagai berikut:

$H_0 : \rho y1x1 = \rho y1x2 = \ldots\ldots\ldots\ldots\ldots = \rho yxk = 0$

$H_a : \rho y1x1 = \rho y1x2 = \ldots\ldots\ldots\ldots\ldots = \rho yxk \neq 0$

Uji statistik yang digunakan untuk menghitung koefisien jalur adalah t. Jika *T hitung* $\geq$ *T tabel,* maka H_0 ditolak, namun jika *T hitung* $\leq$ *T tabel,* maka H_0 diterima.

Untuk menentukan *T tabel* a=5% : 2,5% (uji 2 sisi) dapat ditentukan dengan rumus (α/2; n-k-1) df = n-k-1.

Selanjutnya untuk mengetahui signifikansi, bandingkan antara nilai probabilitas signifikansi dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

a. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil dari nilai probabilitas signifikansi atau $[0{,}05 < Sig]$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tingkat kebenaran dari H_a rendah atau tidak signifikan.

b. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar dari nilai probabilitas signifikansi atau $[0{,}05 > Sig]$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya tingkat kebenaran dari H_a tinggi atau signifikan.

Untuk mengetahui signifikansi pengaruh mediasi dapat diuji dengan sobel tes dengan rumus:

$$\text{SP1, P3} = \sqrt{p3^2 Sp1^2 + p1^2 Sp3^2 + Sp1^2 Sp3^2}$$

Dari hasil SP1, P3 di atas, dapat dihitung nilai t statistik pengaruh mediasi dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{p1,3}{sp1,p3}$$

c. Kaidah pengujian hipotesis signifikansi

1) Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil dari nilai probabilitas Signifikansi atau $[0{,}05 < Sig]$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tingkat kebenaran dari H_a rendah atau tidak signifikan.

2) Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar dari nilai probabilitas Signifikansi atau $[0{,}05 > Sig]$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya tingkat kebenaran dari H_a tinggi atau signifikan.

4. Meringkas dan menyimpulkan.