

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan suatu strategi untuk mencapai tujuan penelitian yang telah ditetapkan dan berperan sebagai pedoman atau penuntun peneliti pada seluruh proses penelitian (Alsa, 2003). Desain penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah desain penelitian penjelasan (*explanatory research*) dengan pendekatan kuantitatif.

Dalam penelitian ini, *explanatory research* dilakukan dengan maksud untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel dengan melalui pengujian hipotesa, dengan uraian mengandung deskripsi tetapi fokus terletak pada hubungan antar variabel (Singarimbun, 2006 dalam Hani & Sri, 2017). Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian kuantitatif merupakan sebuah penyelidikan tentang masalah berdasarkan pada pengujian sebuah teori yang terdiri dari variabel – variabel, diukur dengan angka, dan dianalisis dengan prosedur statistik (Silalahi, 2012).

3.2 Objek Penelitian

Menurut Azuar, Irfan, dan Saprial (2014) objek penelitian adalah apa atau siapa yang dijadikan sebagai sumber data penelitian. Pada penelitian ini objek yang akan diteliti adalah pengungkapan *internet financial reporting*, popularitas web dan estimasi kolektivitas dana zakat. Penelitian ini dilaksanakan dengan menganalisis *website* Organisasi Pengelola Zakat di Indonesia yang termasuk pada daftar yang sudah mendapatkan rekomendasi BAZNAS.

3.3 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

3.3.1 Definisi Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Berikut penjelasan setiap variabel:

1. *Internet Financial Reporting* (Variabel X)

Pengukuran tingkat pengungkapan *internet financial reporting* dalam penelitian ini akan menggunakan *indeks* pengungkapan *internet financial reporting*. *Internet Financial Reporting Index* (IFRI) merupakan suatu *indeks* yang

dikembangkan oleh Cheng (2000) untuk merumuskan kualitas dari pengungkapan informasi keuangan perusahaan melalui internet atau *website* yang dimiliki perusahaan tersebut. Empat komponen yang dikembangkan oleh Cheng meliputi komponen *content*, ketepatan waktu, pemanfaatan teknologi dan dukungan bagi pengguna (Pertiwi, 2017). Adapun pengukuran dari komponen – komponen tersebut yaitu (Wardhanie, 2012 dalam Nisa Nurjanah, 2018):

a. *Content*

Pengukuran *content* dilakukan dengan menganalisis pengungkapan isi laporan keuangan. Isi laporan keuangan memiliki kriteria penilaian sebesar 40%. Pada komponen *content*, penentuan *indeks* IFR pada OPZ sesuai dengan Peraturan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 109 tentang Akuntansi Zakat. Adapun komponen laporan keuangan pada PSAK No. 109 yaitu neraca (laporan posisi keuangan), laporan perubahan dana, laporan perubahan aset kelolaan, laporan arus kas, dan catatan atas laporan keuangan.

b. *Ketepatan Waktu (Timeliness)*

Pengukuran ketepatan waktu dilakukan dengan mengukur kesesuaian waktu pengungkapan *content*. Ketepatan waktu memiliki kriteria penilaian sebesar 20%. Pada komponen ketepatan waktu, *indeks* IFRnya terdiri dari berita media terbaru, kalkulator zakat, halaman menunjukkan *update* terbaru, serta laporan zakat bulanan, mingguan, dan triwulan (Abidin, Saad, & Muhaiyuddin, 2014). Selain itu, berdasarkan PSAK 109 tentang akuntansi zakat bahwa periode pelaporan laporan keuangan disajikan secara tahunan. Oleh karena itu, indikator ketepatan waktu lainnya mengacu kepada PSAK 109 yaitu tersedianya laporan keuangan tahunan.

c. *Pemanfaatan Teknologi*

Pada komponen ini pengukuran dilakukan dengan mengukur pemanfaatan teknologi yang digunakan oleh OPZ. Adapun indeks komponen ini diantaranya *hyperlink* dalam laporan tahunan, *annual report* dalam format PDF, teks dalam *website* dapat disalin, dan mesin pencarian (*search engine*) (Abidin, Saad, & Muhaiyuddin, 2014) serta (Khan & Ismail, 2011). Teknologi yang digunakan memiliki kriteria penilaian sebesar 20%.

d. *Dukungan bagi Pengguna (User Support)*

Setiap pengguna komputer memiliki keterampilan yang berbeda. Komponen ini menganalisis fasilitas dukungan bagi pengguna yang disediakan oleh OPZ. Adapun indeks komponen ini yaitu *help & FAQ*, *link* ke halaman utama, *e-mail*, nomer telephone, alamat, layanan pembayaran zakat *online*, dan tampilan dalam bahasa inggris (Abidin, Saad, & Muhaiyuddin, 2014). Ketersediaan fasilitas pendukung bagi pengguna memiliki kriteria penilaian sebesar 20%.

Sehingga penilaian skor indeks pengungkapan *internet financial reporting* yaitu:

$$IFRindex_i = \left(\frac{\sum xi}{n} \cdot \%content\right) + \left(\frac{\sum xi}{n} \cdot \%time\right) + \left(\frac{\sum xi}{n} \cdot \%tech\right) + \left(\frac{\sum xi}{n} \cdot \%user\right)$$

Keterangan:

$IFRindex_i$: Indeks pengungkapan *internet financial reporting* perusahaan i

$\sum xi$: Jumlah skor dari seluruh item informasi yang diungkapkan perusahaan i

n : Jumlah skor maksimal dari setiap proporsi kriteria penilaian

$\%content$: Proporsi kriteria penilaian *content* sebesar 40%

$\%time$: Proporsi kriteria penilaian *timeliness* sebesar 20%

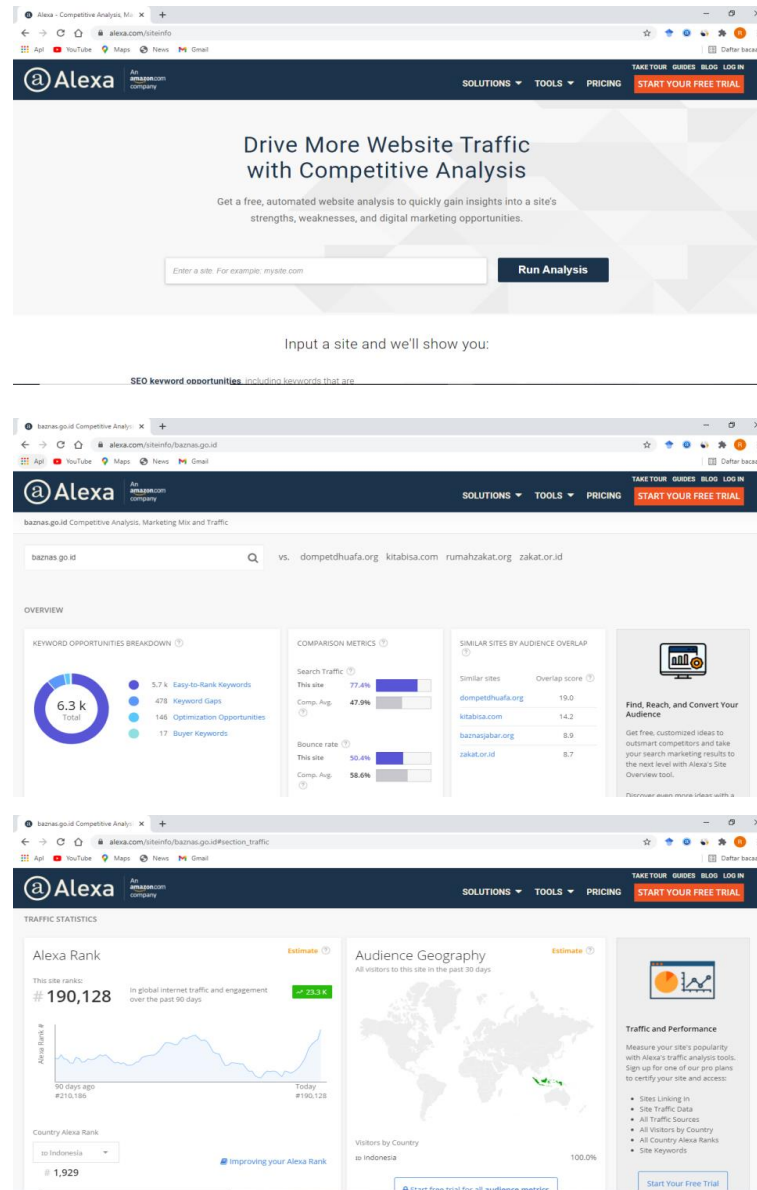
$\%tech$: Proporsi kriteria penilaian *technology* sebesar 20%

$\%user$: Proporsi kriteria penilaian *support* sebesar 20%

2. Popularitas Web (Variabel Y1)

Popularitas web pada penelitian ini digambarkan dengan trafik web menggunakan pengukuran ranking alexa. Ranking alexa ini dapat menggambarkan tingkat popularitas web OPZ dan tingkat ketertarikan masyarakat terutama muzaki millenial terhadap zakat. Penelitian ini menggunakan trafik web yang disediakan oleh *Alexa* (www.alexa.com) untuk menentukan ranking web (Omar Farooq, 2013). *Alexa* memberi peringkat situs web menurut trafik alexa yang mereka dapatkan. Itu berarti situs dengan peringkat 1 mendapat trafik yang lebih tinggi daripada situs dengan peringkat 2 menurut *Alexa*, dan seterusnya. Ranking alexa dihitung dengan mempertimbangkan berapa banyak pengguna yang mengunjungi situs web tertentu (dikenal sebagai jangkauan-*reach*) dan berapa banyak halaman berbeda yang mereka lihat di situs itu (dikenal sebagai tampilan halaman-*page view*). Kombinasi jangkauan dan tampilan halaman menentukan peringkat situs web. Popularitas web

merupakan ranking alexa masing-masing OPZ yang dilihat pada satu hari yang sama pada tahun pengamatan supaya memberi nilai yang relevan.



Gambar 3.1 Cara Mengakses Alexa

Sumber: www.alexacom, 2021

3. Estimasi Kolektivitas Dana Zakat (Y2)

Metode peramalan (*forecasting*) untuk mengukur estimasi kolektivitas dana zakat yang digunakan dalam penelitian ini adalah *straight line forecasting method*. Menurut Maryati (2010) dalam Gratiana (2018), *trend* merupakan suatu gerakan (kecenderungan) naik atau turun dalam jangka panjang, yang diperoleh dari rata-rata perubahan dari waktu ke waktu. Rata-rata tersebut bisa bertambah atau

Resi Tresnawati, 2021

Pengaruh Internet Financial Reporting terhadap Popularitas Web dan Estimasi Kolektivitas Dana Zakat pada Organisasi Pengelola Zakat di Indonesia
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

berkurang. Jika rata-rata perubahan bertambah disebut trend positif atau trend mempunyai kecenderungan naik. Sebaliknya, jika rata-rata perubahan berkurang disebut trend negatif atau trend yang mempunyai kecenderungan menurun. Garis trend pada dasarnya merupakan garis regresi dan variabel bebas (x) merupakan variabel waktu. Sehingga trend garis lurus adalah suatu tren yang diramalkan naik atau turun secara garis lurus. Variabel waktu sebagai variabel bebas dapat menggunakan waktu tahunan, semesteran, bulanan, atau mingguan. Dalam penelitian ini, untuk menghitung nilai estimasi kolektivitas dana zakat tahun 2021 adalah menggunakan data rentang periode 2016-2019.

Adapun metode *straight line forecasting* secara matematis ditulis pada persamaan berikut (Fajarita & Hati, 2018 dalam Puskas Baznas 2021):

$$y_c = \alpha + bx$$

$$\alpha = \frac{\sum y}{n}$$

$$b = \frac{\sum xy}{x^2}$$

Keterangan:

y_c = *Projected Values* (data masa depan)

y = *Actual Values* (data sebelumnya)

x = Nilai Regresi

α = Rata-rata data *actual value* (rata-rata bergerak)

b = Koefisien regresi untuk variabel “x” atau tingkat perubahan pada “y” untuk perubahan yang terjadi di “x”

n = Jumlah data dihitung dari tahun dasar (satuna dapat berupa minggu, bulan, semester, tahun)

Tingkat kesalahan antara nilai aktual dengan data prediksi perlu dihitung, salah satu metode yang dapat digunakan yaitu *Mean Absolute Percentage Error* (MAPE). MAPE merupakan rata-rata keseluruhan kesalahan (selisih) antara data aktual (*actual values*) dengan data hasil peramalan (*projected values*) yang ditampilkan dalam bentuk presentase. Rumus perhitungan MAPE dapat dihitung menggunakan persamaan berikut:

$$MAPE = \frac{\sum(y - c)}{y} \times 100$$

MAPE dapat mengevaluasi kinerja berbagai jenis model prediksi. Nilai MAPE terkecil merupakan hasil terbaik.

Tabel 3. 1
Keterangan Persentase Nilai MAPE

Nilai MAPE	Keterangan
<10%	Sangat Baik
10-20%	Baik
20-50%	Cukup
>50%	Buruk

3.3.2 Operasionalisasi Variabel

Berikut operasionalisasi variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3. 2
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<i>Internet Financial Reporting</i>	<i>Internet financial reporting</i> adalah pencantuman informasi keuangan perusahaan melalui internet / <i>website</i> . (Lai et al., 2010). Pengukuran <i>indeks internet financial reporting</i> terdiri atas empat komponen, yaitu indeks isi atau <i>content</i> , indeks ketepatanwaktuan atau <i>timeliness</i> , indeks pemanfaatan teknologi dan indeks fasilitas pendukung web (<i>user support</i>) (Cheng et al,	1. Content Berdasarkan ketentuan laporan keuangan OPZ pada PSAK 109 tentang akuntansi zakat yaitu: a. Neraca (laporan Posisi Keuangan) b. Laporan Perubahan Dana c. Laporan Perubahan Aset Kelolaan d. Laporan Arus Kas e. Catatan atas laporan keuangan 2. Ketepatan Waktu a. Berita media terbaru b. Kalkulator Zakat c. Halaman menunjukkan update terbaru	Rasio

	2000; Nisa Nurjanah, 2018; Dini Yuliani, 2019).	<p>d. Laporan zakat bulanan dan triwulan</p> <p>e. Laporan keuangan tahunan diupdate setiap tahun</p> <p>3. Pemanfaatan Teknologi</p> <p>a. Hyperlink dalam laporan tahunan</p> <p>b. Annual report dalam format PDF</p> <p>c. Teks dalam website dapat disalin</p> <p>d. Mesin pencarian (search engine)</p> <p>4. Dukungan bagi pengguna</p> <p>a. Help & FAQ</p> <p>b. Link ke halaman utama</p> <p>c. E-mail</p> <p>d. Nomor telephone</p> <p>e. Alamat</p> <p>f. Layanan pembayaran zakat online</p> <p>g. Tampilan dalam bahasa inggris</p> $IFRindex_i = \left(\frac{\sum xi}{n} \cdot \%content\right) + \left(\frac{\sum xi}{n} \cdot \%time\right) + \left(\frac{\sum xi}{n} \cdot \%tech\right) + \left(\frac{\sum xi}{n} \cdot \%user\right)$	
--	---	---	--

<p>Popularitas Web</p>	<p>Popularitas web merupakan tingkat popularitas <i>website</i> OPZ yang dilihat berdasarkan <i>web traffic</i> untuk mengukur tingkat interaksi oleh calon muzakki dalam menggunakan <i>website</i> OPZ.</p> <p>Omar Farooq (2013) menggunakan <i>web traffic</i> yang disediakan oleh <i>Alexa (www.alexa.com)</i> untuk menentukan ranking <i>website</i>. <i>Alexa rank</i> adalah ukuran relatif tentang seberapa populer sebuah situs web di kalangan <i>Internet community</i>. <i>Alexa Rank</i> dihitung dengan mempertimbangkan berapa banyak pengguna yang mengunjungi situs web tertentu (dikenal sebagai jangkauan-<i>reach</i>) dan berapa banyak halaman berbeda yang mereka lihat di situs itu (dikenal sebagai tampilan halaman-<i>page view</i>).</p>	<p>Popularitas web diukur dengan trafik web yang disediakan oleh <i>Alexa (www.alexa.com)</i> yang ditunjukkan oleh ranking secara global.</p>	<p>Rasio</p>
------------------------	---	--	--------------

	Kombinasi jangkauan dan tampilan halaman menentukan peringkat situs <i>web</i> (Omar Farooq, 2013)		
Estimasi Kolektivitas Dana Zakat	Menurut Salman Al Parisi (2017), <i>forecasting</i> adalah ilmu untuk memprediksi kondisi atau peristiwa yang akan terjadi dengan menggunakan data historis dan memproyeksikannya ke masa depan dengan beberapa bentuk model matematika. Estimasi kolektivitas dana zakat diukur menggunakan <i>straight line forecasting method</i> dengan menggunakan data historis tahun 2016-2019.	$y_c = \alpha + bx$ $\alpha = \frac{\sum y}{n}$ $b = \frac{\sum xy}{x^2}$ <p>Penjelasan persamaan:</p> $y_c = \text{Projected Values}$ (data masa depan) $y = \text{Actual Values}$ (data sebelumnya) $x = \text{Nilai Regresi}$ $\alpha = \text{Rata-rata data actual value}$ (rata-rata bergerak) $b = \text{Koefisien regresi}$ untuk variabel “x” atau tingkat perubahan pada “y” untuk perubahan yang terjadi di “x” $n = \text{Jumlah data}$ dihitung dari tahun dasar (satuna dapat berupa minggu, bulan, semester, tahun)	Rasio

Sumber: diolah dari berbagai sumber, 2021

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri atas manusia, benda-benda, hewan, tumbuh-tumbuhan, gejala-gejala, nilai tes, atau peristiwa-peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian (Margono, 2004).

Populasi dalam penelitian ini adalah Organisasi Pengelola Zakat di Indonesia yang sudah direkomendasikan oleh BAZNAS pada tingkat nasional, provinsi dan kabupaten/kota sebanyak 579 OPZ.

3.4.2 Sampel Penelitian

Sampel merupakan sebagian anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik pengambilan sampling (Husain dan Purnomo, 2001) yang harus benar-benar bisa mencerminkan keadaan populasi, artinya hasil penelitian yang diangkat dari sampel harus merupakan kesimpulan atas populasi. Teknik sampling dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penarikan sampel yang dilakukan berdasarkan karakteristik yang ditetapkan terhadap elemen populasi target yang disesuaikan dengan tujuan atau masalah penelitian (Tanjung & Devi, 2013). Adapun kriteria dalam penentuan sampel yang digunakan yaitu:

1. Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) yang termasuk pada daftar yang sudah mendapatkan rekomendasi BAZNAS.
2. Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) yang memiliki *website* resmi yang aktif atau dapat diakses dan tidak sedang dalam perbaikan.
3. Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) yang terakses oleh *Alexa* untuk mengetahui *traffic website* yang menggambarkan popularitas web.
4. Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) yang mengungkapkan data penghimpunan zakat periode 2016-2019 sebagai data *time series* pengukuran estimasi (*forecasting*) kolektivitas dana zakat.

Tabel 3. 3

Sampel Penelitian

No.	OPZ	No.	OPZ
1	BAZNAS RI	14	Kab. Gresik

2	Sumatera Utara	15	LAZ Rumah Zakat Indonesia
3	Jambi	16	LAZ Dompot Dhuafa Republika
4	Bengkulu	17	LAZ Nurul Hayat
5	Jawa Barat	18	LAZ Inisiatif Zakat Indonesia
6	Nusa Tenggara Barat	19	LAZ Lembaga Amil Zakat Infak dan Shadaqah Nahdatul Ulama (LAZIS NU)
7	Kalimantan Selatan	20	LAZ Dewan Da'wah Islamiyah Indonesia
8	Kota Padang Panjang	21	Yayasan Rumah Yatim Ar-Rohman Indonesia
9	Kota Bandar Lampung	22	LAZ Yayasan Kesejahteraan Madani
10	Kab. Purwakarta	23	LAZ Yayasan Griya Yatim & Dhuafa
11	Kab. Bekasi	24	LAZ Dompot Sosial Madani (DSM) Bali
12	Kab. Garut	25	LAZ Yayasan Zakat Sukses
13	Kota Yogyakarta		

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data sekunder berupa dokumen dan analisis media *website*. Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data penghimpunan atau kolektivitas dana zakat pada tahun 2016-2019 yang diperoleh dengan mengakses website OPZ. Data kolektivitas dana zakat dengan empat tahun pengamatan digunakan sebagai data historis untuk mengetahui estimasi kolektivitas dana zakat di tahun 2021. Sedangkan analisis media *website* digunakan untuk menganalisis tingkat pengungkapan *internet financial reporting* dan popularitas *website*

OPZ yang dilihat berdasarkan ranking alexa.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Korelasi Kendall's tau-b

Pengujian hipotesis penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis korelasi Kendall's tau-b. Uji korelasi Kendall's tau-b digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel sekurang-kurangnya berskala ordinal. Uji korelasi Kendall's tau-b merupakan bagian dari statistik non parametrik sehingga tidak ada asumsi atau persyaratan khusus yang mewajibkan bahwa data penelitian harus berdistribusi normal. Adapun uji korelasi Kendall's tau-b ini menggunakan software SPSS versi 28.

Untuk melihat interpretasi terhadap hasil output SPSS, terdapat beberapa cara yang dilakukan, antara lain:

1. Pengujian hipotesis dengan melihat hubungan antar variabel berdasarkan nilai signifikansi.
 - a. Jika nilai sig. (2-tailed) $< 0,05$ maka artinya terdapat hubungan yang signifikan antar variabel (H_0 ditolak)
 - b. Jika nilai sig. (2-tailed) $> 0,05$ maka artinya hubungan antar variabel tidak signifikan atau dengan kata lain tidak ada hubungan antar variabel (H_0 diterima)
2. Keeratan hubungan antar variabel dalam korelasi Kendall's Tau-b

Untuk memaknai tingkat keeratan atau kekuatan hubungan antar variabel dalam analisis korelasi dapat dikategorikan sebagai berikut (Jonathan Sarwono, 2015:93):

 - a. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,00 s/d 0,25 artinya hubungan sangat lemah
 - b. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,26 s/d 0,50 artinya hubungan cukup
 - c. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,51 s/d 0,75 artinya hubungan kuat
 - d. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,76 s/d 0,99 artinya hubungan sangat kuat
 - e. Nilai koefisien korelasi sebesar 1,00 artinya hubungan sempurna.
3. Melihat arah hubungan antar variabel dalam analisis korelasi

Arah hubungan dilihat dari angka koefisien korelasi apakah hasilnya bernilai positif atau negatif. Jika koefisien korelasi bernilai positif artinya hubungan antar variabel positif dan searah. Jika koefisien korelasi bernilai negatif artinya hubungan antar variabel negatif dan tidak searah.