

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Peneliti

Berdasarkan masalah – masalah yang telah peneliti rumuskan, maka penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan data atau fakta yang tepat dan dapat dipercaya guna mengetahui permasalahan yang diajukan, yaitu mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan industri *go public* di Bursa Efaek Indonesia.

B. Waktu dan Tempat penelitian

1. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus – Oktober tahun 2012 secara bertahap, yang terdiri dari tiga tahap, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap pengolahan data. Waktu tersebut dipilih kerana dianggap waktu efektif bagi peneliti dalam melakukan penelitian.

2. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di ICaMEL (*Indonesia Capital Market Electronic Library*) yang beralamat di gedung Bursa Efek Indonesia (BEI), Jalan Jenderal Sudirman Kavling 52 – 53, Jakarta Selatan 12190. Berdasarkan survey ICaMEL (*Indonesia Capital Market Electronic Library*) sangat cocok untuk dijadikan tempat penelitian, karena di tempat ini terdapat data yang dibutuhkan peneliti. ICaMEL (*Indonesia Capital Market Electronic Library*) adalah tempat

tersedianya data atau informasi keuangan, prospektus dan data perusahaan yang telah *go publik*.

C. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode ekspos fakto yaitu suatu penelitian yang dilakukan untuk meneliti peristiwa atau data yang telah terjadi sebelumnya.³⁶ Metode ini digunakan karena peneliti berusaha mengikuti seberapa besar hubungan variabel bebas dengan variabel terikat. Variabel bebasnya adalah ukuran perusahaan dan variabel terikatnya pengungkapan *corporate social responsibility*.

Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan korelasional. Digunakan pendekatan korelasional yaitu untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan sebagai variabel bebas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variabel terikatnya.

D. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mulai tahun 2010 dan 2011. Populasi terjangkau sebanyak 40 perusahaan dengan kriteria jenis perusahaan industri yang mempublikasikan *annual report* (laporan tahunan) selama periode penelitian yaitu 2010 dan 2011. Jumlah perusahaan yang akan dijadikan sampel ditentukan berdasarkan kriteria yang telah dirumuskan terlebih dahulu oleh peneliti (*Judgment Sampling*).³⁷ Karena elemen populasi yang homogen yaitu perusahaan industri, dimana setiap unsur dari populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel,

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung : Alfabeta, 2005), p. 7

³⁷ Dergibson Siagian dan Sugiarto, *Metode Statistika* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), p. 120

dengan menggunakan taraf kesalahan 5% maka penelitian memilih secara acak sebanyak 36 perusahaan industri sebagai sampel penelitian.

Adapun kriteria sampel yang akan digunakan yaitu:

1. Perusahaan Industri yang terdaftar di BEI periode 2010 dan 2011.
2. Perusahaan tersebut menerbitkan laporan tahunan (*annual report*) lengkap untuk periode 2010 dan 2011.
3. Memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel – variabel yang digunakan peneliti.

Tabel 3.1
Sampel Penelitian

Sampel	Jumlah Perusahaan
Jumlah Perusahaan Industri yang terdaftar di BEI periode 2010 dan 2011	101
Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan tahunan (<i>annual report</i>) selama tahun pengamatan	(55)
Dalam Dollar (\$)	(6)
Total sampel	40
Taraf kesalahan 5%	36

Sumber : Data sekunder 2012 (diolah)

E. Teknik Pengumpulan Data / Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan tahunan perusahaan. Data sekunder merupakan data primer yang diperoleh pihak lain atau yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh pengumpul data primer atau oleh

pihak lain. Data sekunder pada umumnya digunakan oleh peneliti untuk memberikan gambaran tambahan, gambaran pelengkap atau proses lebih lanjut³⁸.

1. Ukuran Perusahaan

a. Definisi Konseptual

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan dan rata-rata total aktiva. Jadi, ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya *asset* yang dimiliki oleh perusahaan.

b. Definisi Operasional

Ukuran perusahaan diukur dari total *asset* yang dimiliki perusahaan yang diperoleh dari tahunan perusahaan. ukuran perusahaan yang diukur dengan total *asset* akan ditransformasikan dalam logaritma untuk menyamakan dengan variabel Y karena total *asset* perusahaan nilainya relatif besar dibandingkan variabel Y dalam penelitian ini.

$$\text{SIZE} = \log (\text{nilai buku total asset})$$

2. *Corporate Social Responsibility*

a. Definisi Konseptual

CSR adalah menggambarkan bahwa praktik CSR berhubungan dengan interaksi perusahaan dan *stakeholder* dengan dasar sukarela.

b. Definisi Operasional

CSR diukur menggunakan CSRDI yaitu: *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan. Dengan menggunakan indikator

³⁸ *Ibid*, p. 17

dari *Global Reporting Initiative* (GRI) dengan jumlah 79 pengungkapan yang meliputi : ekonomi, lingkungan, HAM, praktek tenaga kerja dan pekerjaan yang layak, produk dan masyarakat. Metode analisis isi (*content analysis*) digunakan untuk mengukur pengungkapan CSR. Instrument penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya, skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. rumus perhitungan CSRDI adalah :

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j} \times 100\%$$

Ket :

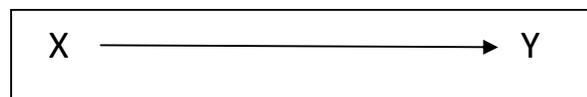
CSRDI_j : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j,

n_j : jumlah item untuk perusahaan j, $n_j \leq 79$

$\sum X_{ij}$: *dummy variable* : 1 = jika item I diungkapkan; 0 = jika item I tidak diungkapkan. Dengan demikian, $0 \leq CSRDI_j \leq 1$.

F. **Konstelasi Pengaruh Antar Variabel / Desain Penelitian**

Konstelasi pengaruh antar variabel digunakan untuk memberikan arah atau gambaran dari penelitian. Sesuai dengan hipotesis yang diajukan, bahwa terdapat hubungan yang positif antara variabel X dengan variabel Y, maka konstelasi hubungan antara variabel X dan Y adalah sebagai berikut :



Keterangan :

X : Ukuran Perusahaan

Y : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

→ : Arah hubungan

Gambar hubungan antar variabel di atas menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mempengaruhi besarnya pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi dan analisis korelasi. Analisis regresi digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel. Sedangkan korelasi yaitu untuk mengetahui keeretan hubungan antar variabel. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, dilakukan langkah – langkah sebagai berikut :

1. Mencari Persamaan Regresi

Persamaan regresi yang digunakan adalah persamaan regresi linier sederhana, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kedua variabel penelitian. Rumus persamaan regresi linier sederhana yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

$$\hat{Y} = a + bX^{39}$$

Dimana koefisien a dan b dapat dicari dengan rumus sebagai berikut :

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n.\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n.\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n.\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

³⁹ *Ibid*, p. 227

keterangan :

X : Nilai variabel bebas sesungguhnya

Y : Nilai variabel terikat sesungguhnya

\hat{Y} : Nilai variabel terikat yang diramalkan

$\sum X$: Jumlah skor dalam sebaran X

$\sum Y$: Jumlah skor dalam sebaran Y

$\sum XY$: Jumlah skor X dan skor Y yang berpasangan

$\sum X^2$: Jumlah skor yang dikuadratkan dalam sebaran X

n : Jumlah sample

ab : Koefisien Regresi

2. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji normalitas galat taksiran regresi Y atas X dengan uji Liliefors pada taraf signifikansi $\alpha = 0.05$. Rumus yang digunakan sebagai berikut :

$$L_h = [F(Z_i) - S(Z_i)]^{40}$$

Keterangan :

L_h : Harga mutlak terbesar

$F(Z_i)$: Peluang angka baku

$S(Z_i)$: Proporsi angka baku

Hipotesis statistik :

H_0 : Data berdistribusi normal

⁴⁰ Prof. DR. Sudjana, *Metode Statistika*, (Bandung: PT. Tarsito Bandung, 2005), p.466

H_1 : Data berdistribusi tidak normal

Kriteria pengujian :

Jika $L_{tabel} > L_{hitung}$ maka H_0 diterima berate galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas Regresi

Uji linieritas ini digunakan untuk mengetahui hubungan linier antara variabel X dan variabel Y. Rumus yang digunakan sebagai berikut :

$$F_{hitung} = \frac{S^2 (TC)}{S^2 (E)} \quad ^{41}$$

F_{tabel} dicari dengan menggunakan dk pembilang (k-2) dan dk penyebut (n-k).

Hipotesis penelitian :

H_0 : Bentuk regresi linier

H_1 : Bentuk regresi tidak linier

Kriteria pengujian :

H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka regresi linier

H_1 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka regresi tidak linier

3. Uji Hipotesisi

a. Uji Koefisien Korelasi

Perhitungan ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara kedua variabel penelitian dan besar – kecilnya hubungan tersebut. Sesuai dengan data yang telah tersedia, maka untuk mencari koefisien korelasi antara kedua

⁴¹ *Ibid*, p.332

variabel digunakan dengan rumus statistik korelasi *Product Moment* dari Pearson sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}^{42}}$$

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien korelasi antar variabel X dan Y

X : Ukuran perusahaan

Y : Pengungkapan *corporate social responsibility*

n : Banyaknya pasangan variabel dari sampel

Hipotesis statistik :

$r : 0$, berarti kedua variabel tidak berkorelasi linier

$r : -1$, berarti kedua variabel berhubungan negatif sempurna

$r : 1$, berarti variabel berhubungan positif sempurna

4. Uji Keberartian Koefisien Korelasi

Uji ini dilakukan dengan untuk mengetahui variabel X dan variabel Y terdapat hubungan yang signifikan atau tidak. Untuk pengujian keberartian hubungan antara variabel X dan Y digunakan rumus statistik t (uji-t) dengan rumus :

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}^{43}$$

$$t_{\text{tabel}} = t(1-\alpha)(n-2)$$

⁴² Dergibson Siagian dan Sugiarto, *op. cit.*, p.271

⁴³ Dergibson Siagian dan Sugiarto, *op. cit.*, p.273

keterangan :

t_{hitung} = skor signifikan koefisien korelasi

r = koefisien korelasi *product moment*

n = banyaknya pasangan variabel dari sampel yang diambil

Untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara variabel tersebut, maka terlebih dahulu harus dicari harga t pada table nilai dengan melihat berapa derajat kebebasan (dk) dan taraf signifikan satu arah yang sudah ditentukan dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% dan resiko kesalahan secara statistik dinyatakan dengan $\alpha = 0.05$.

Hipotesis statistik:

H_0 : Tidak ada hubungan yang signifikan

H_a : Terdapat hubungan yang signifikan

Kriteria pengujian :

H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$

H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

5. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase ketergantungan variabel Y terhadap variabel X dan dapat diketahui dengan menentukan seberapa besar kontribusi variabel X terhadap perubahan variabel Y , dengan menggunakan rumus koefisien determinasi :

$$KD = r_{xy}^2 \times 100\% \text{ }^{44}$$

⁴⁴ *Ibid.*, p. 187

Keterangan :

KD : Koefisien determinasi

r_{xy}^2 : koefisien korelasi *product moment*