

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

Secara umum dalam penelitian ada dua jenis data yang dapat dijadikan sumber data penelitian, yaitu data primer dan data sekunder.¹ Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan. Data sekunder juga diklasifikasikan lagi yaitu *pertama*, Internal data yaitu tertulis pada sumber data sekunder, berupa faktur, laporan penjualan, pengiriman, *operating statement*, dan sebagainya. *Kedua*, Eksternal data yaitu data yang diperoleh dari sumber luar, seperti data sensus penduduk dari BPS.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data kuantitatif yang diperoleh dari Pojok Bursa Efek Indonesia, yang berupa laporan keuangan dan laporan tahunan (*annual report*) perusahaan periode 2009-2011 yang tergabung dalam *Jakarta Islamic Index* (JII). Data tersebut diperoleh dari Pojok BEI UNDIP Semarang, Pojok BEI IAIN Walisongo Semarang, PIPM Semarang, dan situs-situs resmi Bursa Efek Indonesia yaitu (www.idx.co.id), dan www.globalreporting.org.

3.2 Populasi dan Sampel

¹ Burhan Bungin, 2010, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana, hlm: 122.

Populasi merupakan teknik pengambilan subjek penelitian meliputi keseluruhan populasi yang ada.² Dalam penelitian ini populasinya adalah perusahaan yang listing di *Jakarta Islamic Index* (JII) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2009, 2010, dan 2011 secara berkelanjutan (*suistainable*). Pengambilan sampel dimulai pada tahun 2009 karena meneruskan penelitian sebelumnya yang berakhir pada tahun 2008. Dan periode sampel berakhir pada tahun tahun 2011, karena pada saat proses analisis data, untuk pelaporan tahun 2012, *annual report* belum di publikasikan/tersedia.

Sampel adalah pengambilan subjek penelitian dengan cara menggunakan sebagian dari populasi yang ada.³ Pengambilan sampel dilakukan dengan pendekatan *non probability sampling* yaitu metode pengambilan sampel yang tidak semua anggota populasi diberikan kesempatan untuk dipilih menjadi sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel adalah teknik *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel dari target spesifik yang akan mampu menyediakan informasi yang diinginkan karena mereka adalah satu-satunya yang bisa memberikan informasi yang dibutuhkan atau karena mereka sesuai dengan kriteria tertentu yang ditetapkan peneliti.

Berikut adalah tabel kriteria pengambilan sampel yang ditetapkan oleh peneliti, yaitu:

Tabel 3.1

² Muhammad Idrus, 2009, *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, Jakarta: Erlangga, hlm: 93.

³ *Ibid*

Proses Pengambilan sampel

NO	KETERANGAN	JUMLAH
1.	Populasi	30 emiten
2.	Emiten yang konsisten selama 3 tahun listing di JII	15 emiten
3.	Pengungkapan pada <i>annual report</i> konsisten selama 3 tahun	15 emiten

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2012.

Adapun nama-nama perusahaan yang listing di *Jakarta Islamic Index* yang konsisten selama periode penelitian, yaitu berturut-turut dari tahun 2009 sampai 2011 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.2

Populasi Penelitian

NO	KODE	NAMA PERUSAHAAN
1.	ANTM	<i>Aneka Tambang (Persero) Tbk</i>
2.	ASII	<i>Astra International Tbk</i>
3.	BMTR	<i>Global Mediacom Tbk</i>
4.	ELSA	<i>Elnusa Tbk</i>
5.	INCO	<i>International Nickel Indonesia Tbk</i>
6.	INTP	<i>Indocement Tunggul Prakarsa Tbk</i>
7.	ITMG	<i>Indo Tambangraya Megah Tbk</i>
8.	KLBF	<i>Kalbe Farma Tbk</i>
9.	LSIP	<i>Perusahaan Perkebunan London Sumatera Indonesia Tbk</i>
10.	PTBA	<i>Bukit Asam (Persero) Tbk</i>
11.	SGRO	<i>Sampoerna Agro Tbk</i>
12.	SMGR	<i>Semen Gresik Tbk</i>
13.	TINS	<i>Timah (Persero) Tbk</i>
14.	TLKM	<i>Telkom Tbk</i>
15.	UNVR	<i>Unilever Tbk</i>

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2012.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah metode studi dokumentasi, dengan cara mengumpulkan data berupa

laporan tahunan (*annual report*) yang telah dipublikasikan oleh perusahaan mulai tahun 2009 sampai 2011 yang diperoleh dari website BEI (www.idx.co.id). Pengumpulan data dilakukan dengan cara menelusuri laporan keuangan, laporan tahunan (*annual report*) dan laporan berkelanjutan atau informasi sosial perusahaan yang terpilih menjadi sampel. Sebagai panduan, digunakan instrumen penelitian berupa *check list* (konten analisis) atau daftar pertanyaan yang berisi item-item pengungkapan pertanggungjawaban sosial.

3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Variabel Penelitian

3.4.1 Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu :

a. Variabel Independen

Variabel Independen (*independent variable*) adalah variabel yang tidak mempunyai ketergantungan/terikat/bebas.⁴ Dalam hal ini variabel independen yang digunakan ada dua yaitu *Corporate Social Responsibility* (X_1) dan *Profitabilitas* (X_2).

b. Variabel Dependen

Variabel dependen (*dependent variable*) adalah variabel yang mempunyai ketergantungan atau variabel yang dapat dipengaruhi

⁴ *Ibid.* hlm: 79.

oleh variabel lain.⁵ Variabel dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan.

3.4.2 Definisi Variabel Penelitian

a. Variabel Independen

1. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Informasi mengenai *Corporate Social Responsibility* (X_1) berdasarkan standar GRI (*Global Reporting Initiative*). GRI terdiri dari 3 fokus pengungkapan,⁶ yaitu :

a. Ekonomi

Dimensi ekonomi menyangkut keberlanjutan organisasi berdampak pada kondisi ekonomi dari stakeholder dan sistem ekonomi pada tingkat lokal, nasional, dan tingkat global. Indikator ekonomi menggambarkan:

- Arus modal di antara berbagai pemangku kepentingan, dan
- Dampak ekonomi utama dari organisasi seluruh masyarakat.

Kinerja keuangan merupakan hal yang mendasar untuk memahami organisasi dan keberlanjutannya. Akan

⁵ *Ibid*

⁶ www.globalreporting.org

tetapi, informasi ini biasanya sudah dilaporkan dalam laporan keuangan.

b. Lingkungan

Dimensi lingkungan menyangkut keberlanjutan organisasi berdampak pada kehidupan di dalam sistem alam, termasuk ekosistem, tanah, udara, dan air. Indikator kinerja lingkungan terkait dengan input (bahan, energi, air) dan output (emisi/gas, limbah sungai, limbah kering/sampah). Selain itu, kinerja mereka mencakup kinerja yang berkaitan dengan keanekaragaman hayati, kepatuhan lingkungan, dan informasi yang berkaitan lainnya seperti limbah lingkungan dan dampak dari produk dan jasa.

c. Sosial

Dimensi sosial menyangkut keberlanjutan sebuah organisasi telah berdampak di dalam sistem sosial yang beroperasi. Indikator kinerja sosial GRI mengidentifikasi kunci aspek kinerja yang meliputi praktek perburuhan/tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat/sosial, dan tanggung jawab produk.

Perhitungan CSRI tersebut menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item CSRI diberi nilai 1 apabila diungkapkan, dan nilai 0 apabila tidak

diungkapkan. Setiap item akan dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor perusahaan.⁷ Adapun rumus perhitungan CSRI adalah sebagai berikut:

$$CSRI_j = \frac{\sum X_j}{N_j}$$

$CSRI_j$ = Corporate Social Responsibility Perusahaan index perusahaan j

$\sum X_j$ = Jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan j

N_j = Jumlah item untuk perusahaan j, $N_j \leq 79$ (Versi GRI)⁸

Indeks pengungkapan CSR berdasarkan standar GRI (*Global Reporting Initiative*), yaitu sebagai berikut :

- a) Indikator Kinerja Ekonomi (*economic performance indicator*)
- b) Indikator Kinerja Lingkungan (*environment performance indicator*)
- c) Indikator Kinerja Tenaga Kerja (*labor practices performance indicator*)
- d) Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (*human rights performance indicator*)

⁷ Rakhiemah A. N dan Agustia D, 2009, Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure dan Kinerja Finansial Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Simposium Nasional Akuntansi XII, Palembang, hlm: 9.

⁸ Bagus Prio Prasajo, 2011, Pengaruh Corporate Governance terhadap tingkat pelaporan Corporate Social Responsibility (CSR) pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, hlm: 46

- e) Indikator Kinerja Sosial (*social performance indicator*)
- f) Indikator Kinerja Produk (*product responsibility performance indicator*)

Untuk penelitian ini indikator yang digunakan hanya tiga kategori, yaitu indikator kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial. Indikator kinerja sosial mencakup empat indikator yang terdiri dari : indikator kinerja tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial/kemasyarakatan, dan produk. Pengambilan tiga indikator tersebut berdasarkan pada penelitian sebelumnya yang hanya memakai tiga indikator. Disamping itu pula berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Arrief mengenai definisi dari laporan berkelanjutan yang mencakup tiga aspek yaitu ekonomi, sosial dan lingkungan.

2. Profitabilitas

Profitabilitas (PRFT) merupakan variabel independen dalam penelitian ini, yang disimbolkan dengan (X_2). Ukuran Profitabilitas dalam penelitian ini adalah ROA (*Return On Asset*). ROA (*Return On Asset*) adalah perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan aktiva untuk mengukur tingkat pengembalian investasi total. ROA diukur dengan angka persentase dan skala rasio yang dihitung per tahun selama periode penelitian.

Untuk menghitung ROA, dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

Dalam penelitian ini, untuk indikator profitabilitas menggunakan *Return on Asset* (ROA). Berpijak pada penelitian sebelumnya yang menggunakan ROA sebagai indikator dari profitabilitas, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Hari, Syaiful, dan Nia, dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa ROA konsisten berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

b. Variabel Dependen

Variable dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai pasar (*market value*) yang diprosikan pada rasio nilai pasar/nilai buku (*market to book value ratio-M/B*). Nilai pasar/nilai buku (M/B) merupakan sebuah indikator yang dipakai investor untuk mengukur tingkat ketertarikan pada harga saham tertentu. Semakin tinggi rasio M/B semakin tinggi pula minat investor untuk membeli saham tersebut.

Rasio nilai pasar/nilai buku merupakan perbandingan harga penutupan saham (*closing per share common stock*) dengan nilai buku saham biasa (*book value per share common stock*). Harga penutupan saham diketahui dari penentuan oleh BEI atas transaksi

yang terjadi. Sedangkan nilai buku (BV) dihitung dengan membandingkan antara modal dengan jumlah saham yang beredar. rasio M/B dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$M/B = \frac{C}{BV}$$

Keterangan:

M/B = Rasio nilai pasar/nilai buku (*market to book value ratio*)

C = Harga penutupan saham biasa (*closing price of common stock*)

BV = Nilai buku saham biasa (*book value of common stock*)

BV dapat dihitung dengan rumus:

$$BV = \frac{Equity}{JumlahSaham}$$

Pengambilan *Price Book Value* (PBV) sebagai indikator nilai perusahaan, yaitu didasarkan pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rimba, Andi, dan Yangs.

3.5 Teknik Analisis Data

3.5.1 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji kelayakan atas model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Pengujian ini juga dimaksudkan untuk memastikan bahwa di dalam model regresi yang digunakan tidak terdapat multikolonieritas dan

heteroskedastisitas serta untuk memastikan bahwa data yang dihasilkan berdistribusi normal.⁹ Ada beberapa tahap uji antara lain:

a. Uji Normalitas

Pengujian Normalitas data dilakukan menggunakan *One Sample Kormogorov-Smirnov Test*, dengan melihat tingkat signifikansi 5%. Dasar pengambilan keputusan ini dari uji normalitas adalah dengan melihat probabilitas *asyp.sig (2-tailed) > 0.05* maka data mempunyai distribusi normal dan sebaliknya jika probabilitas *asyp.sig (2-tailed) < 0.05* maka data mempunyai distribusi yang tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan linier (korelasi) yang sempurna diantara variabel-variabel independen. Akibat dari adanya multikolinearitas ini adalah koefisien regresinya tidak tertentu atau kesalahan standarnya tidak terhingga. Multikoliearitas dapat dilihat dengan VIF (*Variance Inflation factor*) apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance diatas 0,10, maka tidak ada gejala multikolinearitas dan begitu sebaliknya.

c. Uji Heteroskedastisitas dengan grafik scatterplot

⁹ Imam Ghozali, 2006, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Universitas Diponegoro, hlm: 89.

Heteroskedastisitas berarti variasi yaitu variabel tidak sama/beda untuk semua pengamatan sehingga menentukan heteroskedastisitas dengan grafik scatterplot titik yang terbentuk harus menyebar secara acak, baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Apabila kondisi ini terpengaruhi maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan model regresi layak digunakan.

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari satu residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji ini dilakukan dengan cara meregresikan nilai absolute residual dengan variabel independennya. Ada tidaknya heteroskedastisitas dapat diketahui dengan melihat signifikansinya terhadap α 5%.

d. Uji Autokorelasi dengan Uji Durbin-Watson

Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah ada korelasi antar anggota sampel atau data pengamatan yang diurutkan berdasarkan waktu, sehingga munculnya suatu datum dipengaruhi oleh datum sebelumnya. Dalam penelitian ini bila terjadi Autokorelasi, berarti CSR selain dipengaruhi oleh Variabel Independen juga dipengaruhi oleh CSR pada periode sebelumnya.

Tabel 3.3

Kriteria Autokorelasi

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi	Tolak	$0 < d < d_1$
Tidak ada autokorelasi positif	No decision	$d_1 \leq d \leq d_u$
Tidak ada autokorelasi negatif	Tolak	$4-d_1 < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negatif	No decision	$4-d_u \leq d \leq 4-d_1$
Tidak ada autokorelasi, positif dan negatif	Tidak ditolak	$d_u < d < 4-d_u$

Sumber : Ghozali, 2006

3.5.2 Analisis Regresi

Model statistik yang digunakan untuk menganalisis *Corporate Social Responsibility* dan *Profitabilitas* terhadap nilai perusahaan adalah menggunakan regresi linier berganda yang dinyatakan dengan pernyataan berikut ini :

Analisis regresi linear berganda (*multiple regression analysis*)

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_1 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Nilai Perusahaan

α = Konstanta

β_1 - β_3 = Koefisien regresi

X_1 = *Corporate Social Responsibility*

X_2 = Profitabilitas

$X_1 X_2$ = Interaksi antara *Corporate social responsibility* dengan Profitabilitas

e = Error term, yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian

3.5.3 Pengujian Hipotesis

a. Pengujian secara Parsial (Uji t)

Uji signifikansi nilai t (uji parsial) digunakan untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan, dan menguji pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan, atau dengan kata lain untuk menguji seberapa jauh signifikansi masing-masing variabel independen (CSR dan ROA), terhadap variabel dependen nilai perusahaan (PBV). langkah dalam pengujian Hipotesis ini adalah sebagai berikut:

1. Menentukan hipotesis statistik pertama

H_0 : *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H_1 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2. Pengambilan kesimpulan atau keputusan.

Apabila $t_{tabel} > t_{hitung}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak (tidak signifikan), dan apabila $t_{tabel} < t_{hitung}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (signifikan).

3. Menentukan hipotesis statistik kedua

H_0 : *Profitabilitas* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H1 : *Profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

4. Pengambilan kesimpulan atau keputusan.

Apabila $t_{\text{tabel}} > t_{\text{hitung}}$, maka H0 diterima dan H1 ditolak (tidak signifikan), dan apabila $t_{\text{tabel}} < t_{\text{hitung}}$, maka H0 ditolak dan H1 diterima (signifikan).

b. Pengujian secara Simultan (Uji F)

Uji simultan dengan F-test ini bertujuan untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Langkah pengujian hipotesisnya yaitu:

1. Menentukan hipotesis statistik

H0 : *Corporate Social Responsibility* dan *Profitabilitas* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H1 : *Corporate Social Responsibility* dan *Profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2. Pengambilan kesimpulan atau keputusan.

Apabila $F_{\text{tabel}} > F_{\text{hitung}}$, maka H0 diterima dan H1 ditolak (tidak signifikan), dan apabila $F_{\text{tabel}} < F_{\text{hitung}}$, maka H0 ditolak dan H1 diterima (signifikan).

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini untuk mengukur presentase semua pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (koefisien

determinasi). Presentase pengaruh semua variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *profitabilitas* terhadap nilai variabel nilai perusahaan diketahui dari besarnya koefisien determinasi persamaan regresi. Jika besarnya koefisien determinasi suatu persamaan regresi mendekati 0, maka semakin kecil pengaruh semua variabel CSR dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, sebaliknya semakin mendekati satu, besarnya koefisien determinasi suatu persamaan regresi, maka semakin besar pula pengaruh semua variabel CSR dan *profitabilitas* terhadap nilai perusahaan.

Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang terkecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang semakin mendekati 1 berarti variabel-variabel dependen hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.