

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menegaskan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel dimana data yang sudah terkumpul akan dianalisis untuk menjawab rumusan masalah yang kemudian menguji hipotesis dengan menggunakan prosedur statistik.

#### **3.2 Objek Penelitian**

Objek dalam penelitian ini yaitu *corporate social responsibility*, intensitas persediaan dan agresifitas pajak. Data yang di gunakan yaitu laporan keuangan tahunan pada perusahaan industri barang dan konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020.

#### **3.3. Jenis dan Sumber Data**

##### **3.3.1. Jenis Data**

Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan dari sumber-sumber yang telah ada Dan menggunakan data yang di peroleh dari laporan tahunan yang terdaftar di BEI.

##### **3.3.2. Sumber Data**

Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini merupakan sumber data perusahaan yang bersifat eksternal yang sudah dipublikasikan berupa laporan tahunan yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Data-data yang diperoleh dari media internet melalui situs [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Atau dari beberapa literatur yang berkaitan tentang masalah yang sedang diteliti.

### 3.4. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

#### 3.4.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam 3 periode 2018-2020. Perusahaan sektor industri barang dan konsumsi yang terdaftar sebanyak 32 perusahaan dan pemilihan periode 3 tahun bertujuan untuk dapat membandingkan keadaan perusahaan selama tiga tahun tersebut dan dapat mendapatkan data terbaru sehingga memperoleh hasil yang dapat menjelaskan permasalahan dalam penelitian ini.

#### 3.4.2 Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Purposive Sampling*. *Purposive sampling* adalah sampel yang dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan sesuai dengan tujuan penelitian, dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020.
- b. Perusahaan industri barang konsumsi yang mempublikasikan laporan keuangan secara rutin dan lengkap pada periode 2018-2020
- c. Perusahaan yang tidak mengungkapkan aktifitas *corporate social responsibility*-nya dalam laporan tahunan selama tahun 2018-2020.

**Tabel 3.4.2.**  
**Proses Penarikan Sampel**

No	Keterangan	Jumlah Perusahaan
1.	Perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2018-2020	32 Perusahaan
2.	Perusahaan industri barang konsumsi yang tidak mempublikasikan laporan keuangan secara rutin dan lengkap pada periode 2018-2020	( 5 Perusahaan)
3.	Perusahaan yang tidak mengungkapkan aktifitas <i>corporate social responsibility</i> -nya dalam laporan tahunan selama tahun 2018-2020.	( 8 Perusahaan)
Jumlah Perusahaan yang dijadikan sampel		19 Perusahaan

Sumber : [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

Berdasarkan kriteria diatas, total jumlah perusahaan yang terpilih adalah perusahaan industri baraaaaaaang konsumsi yang memenuhi kriteria. Jadi, jumlah sampel penelitian (n) selama 3 tahun yakni  $19 \times 3 = 57$  sampel

Daftar perusahaan yang termasuk dalam kategori sampel sebagai berikut :

**Tabel 3.2 Perusahaan Kategori Sampel**

No	Kode	Nama Emiten
1.	<b>ADES</b>	Akasha Wira International Tbk
2.	<b>BUDI</b>	Budi Starch Dan Swee Tener Tbk
3.	<b>CAMP</b>	Campina Ice Cream Industry Tbk
4.	<b>CEKA</b>	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk

5.	<b>CLEO</b>	Sariguna Prima Tirta Tbk
6.	<b>COCO</b>	Wahana Interfood Nusantara Tbk
7.	<b>DLTA</b>	Delta Djakarta Tbk Dan Entitas Anak
8.	<b>GOOD</b>	Garuda Food Putra Putrid Jaya Tbk
9.	<b>HOKI</b>	Buyung Poetra Sembada Indonesia Tbk
10.	<b>ICBP</b>	Indofood CBD Sukses Makmur Tbk
11.	<b>INDF</b>	Indofood Sukses Makmur Tbk
12.	<b>MLBI</b>	Mayora Idah Tbk
13.	<b>MYOR</b>	Pratama Abadi Nusa Industri Tbk
14.	<b>ROTI</b>	Nippon Indosari Corpindo Tbk
15.	<b>SKMB</b>	Sekar Bumi Tbk
16.	<b>SKLT</b>	Sekar Laut Tbk
17.	<b>STTP</b>	Siantar Top Tbk
18.	<b>TBLA</b>	Tunas Baru Lampung Tbk
19.	<b>ULTI</b>	Ultrajaya Milk Industry Dan Tranding Company Tbk

Sumber : Hasil oleh data 2022.

### **3.5. Variabel Penelitian, definisi konseptual Definisi Operasional**

#### **3.5.1. Variabel Penelitian**

Penelitian ini dua variabel yang terbagi menjadi variabel dependen (y) merupakan variabel yang di pengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah agresifitas pajak. Selanjutnya variabel independen (x) merupakan variabel yang mempengaruhi variabel depeden. Variabel independen dalam penelitian ini adalah CSR (X1) intensitas persediaan (X2).

#### **3.5.2 Definisi Konseptual.**

##### *1. Corporate Social Responsibility*

*Corporate Social Responsibility* ialah sebuah tindakan yang dilakukan perusahaan terhadap social sebagai rasa tanggung jawab terhadap sekitar di man a perusahaan itu berada, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. (Ratmono, 2019).

##### *2. Intensitas Persediaan*

Yuliana, (2018) Intensitas adalah keadaan tingkat atau ukuran intens. Intens disini merupakan sesuatu yang hebat atau sangat tinggi, dalam kamus besar bahasa Indonesia. Persediaan adalah aset lancar dalam bentuk barang atau perlengkapan yang dimaksudkan untuk mendukung kegiatan operasional pemerintah, dan barang-barang yang dimaksudkan untuk dijual dan/atau diserahkan dalam rangka pelayanan kepada masyarakat. Intensitas persediaan atau

bisa disebut juga dengan *inventory intensity* merupakan salah satu komponen penyusun komposisi aktiva. *Inventory intensity* memberi gambaran akan jumlah persediaan perusahaan yang dibutuhkan perusahaan untuk beroperasi yang diukur dengan membandingkan antara total persediaan dengan total aset yang dimiliki perusahaan. Intensitas persediaan menggambarkan proporsi persediaan yang dimiliki terhadap total aset perusahaan.

### 3. Agresifitas Pajak

Mendefinisikan agresifitas pajak sebagai suatu cara untuk melakukan rekayasa terhadap penghasilan kena pajak yang dilakukan melalui tindakan perencanaan pajak baik secara legal (*tax avoidance*). Agresivitas Pajak merupakan tindakan yang bertujuan mengurangi pendapat kena pajak melalui perencanaan pajak (Rengganis, 2018).

#### 3.5.3 Definisi Operasional

Operasional variabel digunakan untuk memberikan informasi dalam mengukur suatu variabel. Jika di lihat dari sudut pandang variabelnya, penelitian ini menggunakan variabel dependen dan independen.

##### 1. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

penelitian ini variabel pengungkapan *Corporate Social Responsibility* diukur menggunakan *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI), karena lebih sesuai dengan keadaan perusahaan di Indonesia. Instrumen ini mengacu pada *Global Reporting Initiative* (GRI). Jenis skala yang digunakan untuk pengukuran variabel pengungkapan CSR yaitu skala rasio (Nusa & Cahyaningsih, 2020). Variabel Pengungkapan CSR dapat diukur dengan menggunakan rumus:

$$\text{CSRDI} = \frac{\sum Xy}{n}$$

Keterangan:

CSRDI: Indeks luas pengungkapan CSR (tanggung jawab sosial dan lingkungan Perusahaan)

$\sum Xy$  : Jumlah item y yang diungkapkan.

Nilai 1 = jika item y diungkapkan; 0 = jika item y tidak diungkapkan

y : Item yang diharapkan diungkapkan

n : Jumlah item untuk perusahaan y

## 2. Intensitas Persediaan

Intensitas persediaan secara singkat didefinisikan salah satu keputusan investasi perusahaan. Intensitas perusahaan menggambarkan banyaknya persediaan yang dimiliki perusahaan terhadap total asset perusahaan menurut penelitian (Savitri, 2017) Intensitas persediaan diukur dengan cara:

$$\text{INVINT} = \frac{\text{Total Persediaan}}{\text{Total Asset}}$$

## 3. Agresifitas Pajak

Agresivitas pajak merupakan suatu hal yang umum terjadi di kalangan perusahaan besar di seluruh dunia meskipun sampai saat ini masih menjadi perdebatan. Tindakan agresivitas pajak yang dilakukan melalui strategi

perencanaan pajak pada umumnya berusaha untuk menghindari sanksi akibat dari penerapan pajak yang melanggar peraturan dan perundang-undangan perpajakan di Indonesia, tetapi perencanaan pajak merupakan penerapan kegiatan-kegiatan perusahaan terhadap peraturan dan perundang-undangan perpajakan yang berlaku untuk mengecilkan beban pajak perusahaan. (Rengganis, 2018).

Agresifitas pajak dalam penelitian ini diukur menggunakan *Cash Effective Tax Rate* (CETR) (Ariyani 2014). Adapun rumus untuk menghitung CETR adalah sebagai berikut:

$$\text{CETR} = \frac{\text{pembayaran PPh}}{\text{Laba sebelum pajak}}$$

### 3.6. Instrumen Penelitian

Variabel	Pengukuran	Skala
Corporate Social Responsibility	$\frac{\sum Xy}{n}$	Rasio
Intensitas Persediaan	$\frac{\text{Total persediaan}}{\text{Total asset}}$	Rasio
Agresifitas Pajak	$\frac{\text{pembayaran PPH}}{\text{Laba sebelum pajak}}$	Rasio

Sumber :Hasil olah data 2022

### 3.7. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui metode pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan



data yang memenuhi standar yang diterapkan (Sugiyono, 2017) Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui mediator yang diperoleh dan dicatat pihak lain.

### **3.8. Teknis Analisis Data**

Metode analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh sumber data lain terkumpul. Analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan, yang pertama adalah statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2017). Selanjutnya juga dilakukan uji asumsi klasik yang bertujuan untuk mengetahui apakah data sudah memenuhi asumsi-asumsi dasar. Uji ini penting dilakukan untuk menghindari asumsi yang bias.

Selanjutnya, untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, dilakukan Analisis Regresi Linier Berganda. Untuk mengetahui apakah hipotesis (asumsi) yang diajukan ditolak atau diterima, dilakukan uji hipotesis melalui Uji-T. Dan ditambah dengan variabel moderasinya untuk menentukan apakah memperlemah atau memperkuat variabel independen dengan variabel dependen.

### 3.8.1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah data yang digunakan layak untuk dianalisis, karena tidak semua data yang dapat dianalisis dengan regresi. Dalam penelitian ini menggunakan 4 uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastitas.

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengukur apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen keduanya mempunyai distribusi normal atau mendekati normal (Ghozali, 2016) Penelitian ini menggunakan uji statistik dengan bantuan uji *One Sample Kolmogrov-Smirnov* dalam program aplikasi SPSS. *One Sample Kolmogorov-Smirnov* (KS) Test digunakan untuk mengetahui distribusi data, apakah mengikuti distribusi secara teoritis (distribusi normal, poisson, uniform, ataupun exponential). Uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* ini biasa digunakan untuk menguji normalitas data berskala interval atau rasio Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah :

1. Jika Sig. (Signifikansi)  $< 0,05$ , maka data berdistribusi tidak normal.
2. Jika Sig. (Signifikansi)  $> 0,05$ , maka data berdistribusi normal.

#### b. Uji Multikolinieritas

uji multikolineiritas adalah terjadinya kolerasi yang tinggi yang terjadi antara variabel independen. Uji multikoinieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya model yang regresi yang berkolerasi antar variabel independen. Model

regresi yang baik seharusnya terjadi kolerasi antara variabel independen. Uji multikolinieritas pada suatu model dapat di lihat jika nilai tolerance  $> 0,10$  dan nilai variance inflation factor (VIF)  $< 10$  maka dapat dinyatakan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam suatu model regresi ((N. B. Nugraha, 2015).

### c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terdapat korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Masalah ini timbul karena residual (kealahan pengganggu) tidak bebas dari observasi ke observasi lainnya. Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terdapat autokorelasi di dalamnya. Autokorelasi muncul karena penelitian yang berurutan sepanjang waktu dan saling berkaitan satu sama lain (Ghozali, 2016).

Uji Durbin Watson dengan cara membandingkan nilai hitung dengan nilai table Durbin-Watson untuk memperoleh batas bawah (BL) dan batas atas (BU) dengan tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ . Pengambilan keputusan pada uji Durbin – Watson sebagai berikut (Nusa, 2020).

1.  $DU < DW < 4 - DU$  maka  $H_0$  diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi.
2.  $DW < DL$  atau  $DW < 4 - DL$  maka  $H_0$  ditolak, artinya terjadi autokorelasi.
3.  $DL < DW < DU$  atau  $4 - DU < DW < 4 - DL$ , artinya tidak ada kepastian atau

kesimpulan yang pasti.

a. Uji Heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas, atau dengan kata lain hasilnya homoskedastisitas (Ghozali, 2016).

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksikan ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar Scatterplot, regresi yang tidak heteroskedastisitas jika (Nusa, 2020).

1. Titik – titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka.
2. Titik – titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.
3. Penyebaran titik – titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang, melebar kemudia menyempit dan melebar kembali.
4. Penyebaran titik – titik data tidak berpola.

Dasar analisis jika pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka

mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

### 3.8.2. Uji Hipotesis

Ghozali, (2016) Uji statistik t digunakan untuk menunjukkan pengaruh satu variabel independen (*external pressure, nature of industri, rationalization, pengantin direksi, dan CEO duality*) secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (potensi kecurangan laporan keuangan). Pengaruh dapat dilihat dari tingkatan yang signifikan individu variabel independen terhadap variabel dependen, dengan asumsi variabel independen lain nilainya konstan. Penguji ini menggunakan tingkat signifikan ( $\alpha$ ) 5%. Kriteria dari uji t adalah :

- 1). 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.
- 2). 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.