

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

3.1.1 Metode Penelitian

Definisi metode penelitian yang dikemukakan oleh Sugiyono (2017:2) adalah metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan penelitian survey.

Metode kuantitatif menurut Sugiyono (2017:7) yaitu:

“Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah/*scientific* karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis.”

Metode ini disebut metode kuantitatif karena data dan penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Penelitian kuantitatif ini menggunakan pendekatan rumusan masalah deskriptif dan verifikatif. Pengertian rumusan masalah deskriptif menurut Sugiyono (2013:53) adalah sebagai berikut:

“Suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel mandiri adalah variabel yang berdiri sendiri, bukan variabel independen, karena kalau variabel independen selalu dipasangkan dengan variabel dependen).”

Berdasarkan penjelasan tersebut, menurut pemahaman penulis dapat diartikan bahwa metode penelitian deskriptif adalah sebuah metode yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan keadaan di lapangan secara sistematis dengan fakta-fakta dan interpretasi yang tepat. Metode deskriptif dalam penelitian ini akan digunakan untuk mendeskripsikan permasalahan yang berkaitan dengan *Islamic Sosial Reporting*, *Leverage* dan *Earnings Response Coefficient (ERC)* pada perusahaan manufaktur subsektor barang dan konsumsi yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia periode 2014-2018.

Selanjutnya pengertian metode verifikatif menurut Moch. Nazir (2014:91) adalah:

“Metode verifikatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan kausalitas antar variabel melalui suatu pengujian hipotesis melalui suatu perhitungan statistik sehingga didapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima”.

Berdasarkan pengertian tersebut, menurut pemahaman penulis bahwa metode verifikatif merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel atau lebih dalam dalam menguji suatu hipotesis melalui alat analisis statistik. Metode pendekatan verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data. Dalam penelitian ini, pendekatan verifikatif bertujuan untuk menjawab seberapa besar pengaruh *Islamic Sosial Reporting* dan *Leverage* terhadap *Earnings Response Coefficient (ERC)* pada perusahaan manufaktur subsektor barang dan konsumsi yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia periode 2014-2018.

3.1.2 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan objek yang diteliti dan dianalisis. Menurut Sugiyono (2014:13) adalah sebagai berikut:

“...sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, *valid* dan *reliable* tentang sesuatu hal (variabel tertentu).”

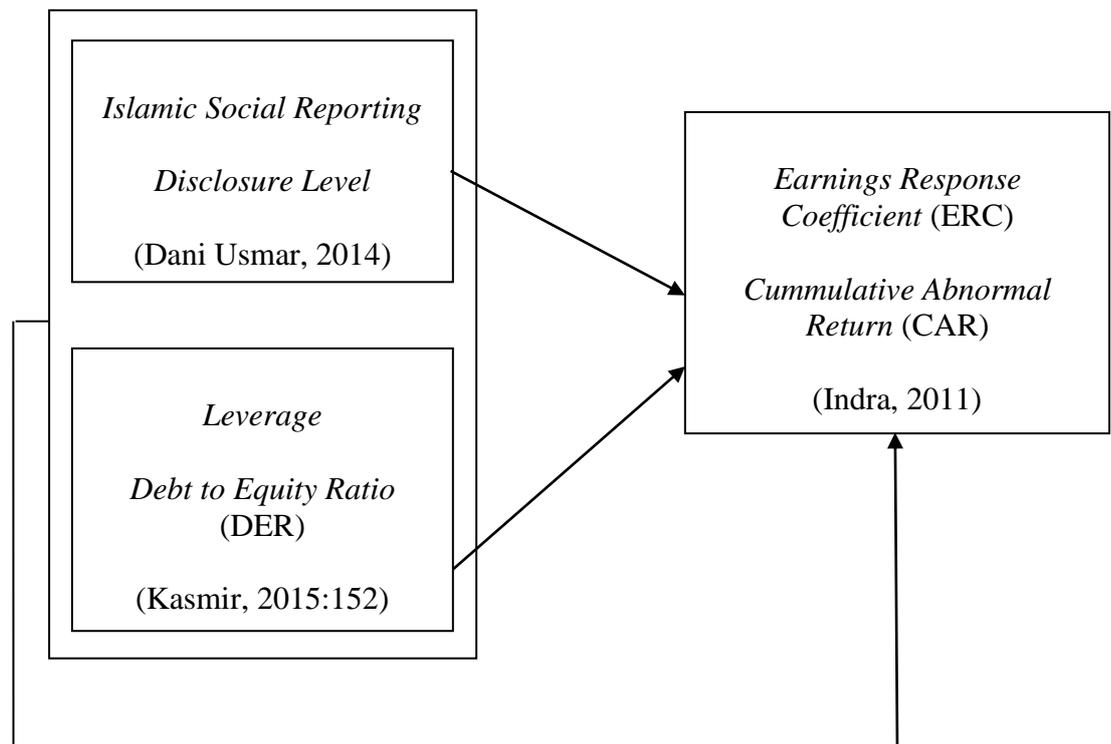
Penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah *Islamic Sosial Reporting* dan *Leverage* sebagai variabel independen serta *Earnings Response Coefficient (ERC)* sebagai variabel dependen pada perusahaan manufaktur subsektor barang dan konsumsi yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia periode 2014-2018.

3.1.3 Model Penelitian

Pola hubungan antara variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini disebut sebagai paradigma penelitian atau model penelitian. Berikut adalah penjelasan paradigma penelitian menurut Sugiyono (2013:63):

“Paradigma penelitian diartikan sebagai pola pikir yang menunjukkan hubungan antara variabel yang akan diteliti yang sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian, teori yang digunakan untuk merumuskan hipotesis, jenis dan jumlah hipotesis, dan teknik analisis statistik yang akan digunakan.”

Berdasarkan judul penelitian yang diteliti yaitu “Pengaruh *Islamic Social Reporting* dan *Leverage* terhadap *Earnings Response Coefficient (ERC)*”. Maka model penelitian ini dapat dilihat dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 3.1
Model Penelitian

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel merupakan bagian penting dalam suatu penelitian karena penelitian tidak dapat dilakukan bila tidak ada variabel atau permasalahan yang akan diteliti. Variabel inilah yang akan menjadi atribut dari suatu objek yang akan dikembangkan dan diolah sehingga dapat diketahui pemecahan masalahnya.

Pengertian variabel penelitian menurut Sugiyono (2017:38) adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari sehingga diperoleh informasi tentang hasil tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan variabel dalam sebuah penelitian dibedakan menjadi dua variabel utama yaitu variabel bebas (variabel independen) dan variabel terikat (variabel dependen). Pada penelitian ini, sesuai dengan judul yang dipilih penulis yaitu “Pengaruh *Islamic Social Reporting* dan *Leverage* Terhadap *Earnings Response Coefficient (ERC)*”, maka penulis mengelompokkan *Islamic Social Reporting* dan *Leverage* sebagai variabel bebas serta *Earnings Response Coefficient (ERC)* sebagai variabel terikat.

3.2.1.1 Variabel Bebas/Variabel Independen (X)

Variabel independen sering disebut sebagai variabel bebas, merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (variabel terikat) (Sugiyono, 2016:39).

Variabel independen dalam penelitian ini ada 2 (dua), yaitu:

1. *Islamic Social Reporting*

Menurut Dani Usmar (2014) menyatakan bahwa: CSR dalam pandangan islam merupakan wujud akuntabilitas vertikal dan horizontal dari akuntansi syariah yaitu pemenuhan kewajiban kepada Allah, lingkungan sosial, dan individu.

2. Menurut *Leverage*

Menurut Kasmir (2015:151) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana modal perusahaan dibiayai dengan hutang.

3.2.1.2 Variabel Terikat/Variabel Dependen (*Y*)

Variabel dependen menurut Sugiyono (2017:39) adalah variabel dependen sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Penelitian ini variabel dependen yang diteliti adalah *Earnings Response Coefficient* (ERC). Menurut Indra (2011) menyatakan bahwa koefisien respon laba merupakan besaran yang menunjukkan hubungan antara laba dan *return* saham. Koefisien respon laba ini merupakan besarnya koefisien slop dalam regresi yang menghubungkan laba sebagai salah satu variabel bebas dan *return* saham sebagai variabel terikat.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel menurut Sugiyono (2012:31) adalah penentuan konstruk atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menjabarkan variabel penelitian dalam konsep dimensi dan indikator. Tujuannya adalah untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian ini.

Sesuai dengan judul skripsi penelitian ini maka terdapat 3 (tiga) variabel yaitu:

1. Variabel Independen
 - a. *Islamic Social Reporting* (X_1)
 - b. *Leverage* (X_2)
2. Variabel Dependen
 - a. *Earnings Response Coefficient* (ERC) (Y)

Maka operasionalisasi atas variabel independen dan dependen dapat dijelaskan dengan uraian dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

No.	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1.	<i>Islamic Social Reporting</i> (X_1)	CSR dalam pandangan islam merupakan wujud akuntabilitas vertikal dan horizontal dari akuntansi syariah yaitu pemenuhan kewajiban kepada Allah, lingkungan sosial, dan individu. (Dani Usmar, 2014)	$= \frac{\text{Disclosure Level}}{\text{Jumlah skor disclosure yang dipenuhi}} \times \text{Jumlah skor maksimum}$ (Dani Usmar, 2014)	Rasio

2.	<i>Leverage</i> (X_2)	Rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana modal perusahaan dibiayai dengan hutang. (Kasmir, 2015:151)	<p style="text-align: center;"><i>Debt to Equity Ratio</i> $= \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$ (Kasmir, 2015:152)</p>	Rasio
3.	<i>Earnings Response Coefficient</i> (Y)	Koefisien respon laba merupakan besaran yang menunjukkan hubungan antara laba dan <i>return</i> saham. Koefisien respon laba ini merupakan besarnya koefisien slop dalam regresi yang menghubungkan laba sebagai salah satu variabel bebas dan <i>return</i> saham sebagai variabel terikat. (Indra, 2011)	<p style="text-align: center;"><i>Cummulative Abnormal Return (CAR)</i></p> $\text{CAR}_{it} = \alpha + \beta_1 \text{UE}_{it} + \epsilon_{it}$ <p>CAR = <i>Cummulative Abnormal Return</i> perusahaan selama periode t.</p> <p>UE = <i>Unexpected Earnings</i> yang menunjukkan kinerja intern perusahaan.</p> <p style="text-align: center;">(Indra, 2011)</p>	Rasio

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Sugiyono (2017:80) mendefinisikan populasi adalah penelitian kuantitatif populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini merupakan objek yang berhubungan dengan *Islamic Social Reporting*, *Leverage* dan *Earnings Response Coefficient (ERC)*. Unit penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan. Perusahaan yang menjadi unit penelitian ini adalah perusahaan manufaktur subsektor barang dan konsumsi yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) periode tahun 2014-2018. Peneliti melakukan analisis terhadap laporan keuangan perusahaan yang telah dipublikasikan dalam situs www.idx.co.id. Berikut adalah tabel daftar populasi yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3.2
Daftar Populasi

No.	Kode Saham	Nama Perusahaan	Tanggal IPO
1.	ADES	Akasha Wira International Tbk.	13-06-1994
2.	AISA	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk.	11-06-1997
3.	BTEK	Bumi Teknokultura Unggul Tbk.	14-05-2004
4.	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk.	08-05-1995
5.	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.	09-07-1996
6.	CINT	Chitose Internasional Tbk.	27-06-2014
7.	DVLA	Darya-Varia Laboratoria Tbk.	11-11-1994
8.	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.	07-10-2010
9.	IIKP	Inti Agri Resources Tbk.	20-10-2002
10.	INAF	Indofarma Tbk.	17-04-2001
11.	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.	14-07-1994

12.	KAEF	Kimia Farma Tbk.	04-07-2001
13.	KDSI	Kedawung Setia Industrial Tbk	29-07-1996
14.	KICI	Kedaung Indah Can Tbk.	28-10-1993
15.	KINO	Kino Indonesia Tbk.	11-12-2015
16.	KLBF	Kalbe Farma Tbk.	30-07-1991
17.	LMPI	Langgeng Makmur Industri Tbk.	17-10-1994
18.	MBTO	Martina Berto Tbk.	13-01-2011
19.	MERK	Merck Tbk.	23-07-1981
20.	MRAT	Mustika Ratu Tbk.	27-07-1995
21.	MYOR	Mayora Indah Tbk.	04-07-1990
22.	PSDN	Prasidha Aneka Niaga Tbk.	18-10-1994
23.	PYFA	Pyridam Farma Tbk.	16-10-2001
24.	RIGS	Rig Tenders Indonesia Tbk.	05-03-1990
25.	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk.	28-06-2010
26.	SIDO	Industri Jamu dan Farmasi Sido	18-12-2013
27.	SKBM	Sekar Bumi Tbk.	05-01-1993
28.	SKLT	Sekar Laut Tbk.	08-09-1993
29.	STTP	Siantar Top Tbk.	16-12-1996
30.	SQBB	Taisho Pharmaceutical Indonesia Tbk.	29-03-1983
31.	TCID	Mandom Indonesia Tbk.	30-09-1993
32.	TSPC	Tempo Scan Pacific Tbk.	17-06-1994
33.	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk.	02-07-1990
34.	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.	11-01-1982

Sumber: www.idx.co.id

3.3.2 Teknik *Sampling*

Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2016:82) terdapat dua teknik *sampling* yang dapat digunakan, yaitu *Probability Sampling* dan *Non Probability Sampling*.

1. *Probability Sampling*
Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi, *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling*, *sampling area (cluster) sampling* (*sampling* menurut daerah).

2. *Non Probability Sampling*

Non Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi, *sampling* sistematis, kuota, aksidental, *purposive*, jenuh, *snowball*".

Teknik *sampling* yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini, adalah teknik *Non Probability Sampling* dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*. Sugiyono (2016:85) *Sampling Purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Kendati demikian, pemilihan sampel dalam penelitian ini yakni berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu yang dikelompokkan menjadi suatu beberapa kriteria dalam pemilihan sampel. Alasan pemilihan sampel berdasarkan *purposive sampling* karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan ketentuan penulis yang telah ditentukan.

Berikut merupakan kriteria-kriteria perusahaan manufaktur subsektor barang dan konsumsi yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia pada periode tahun 2014-2018.

Menurut teknik *purposive sampling* yang terpilih untuk dijadikan sampel penelitian adalah:

1. Perusahaan manufaktur subsektor barang dan konsumsi yang tidak konsisten terdaftar pada Indeks Saham Syariah Indonesia di BEI selama periode 2014 – 2018.
2. Perusahaan manufaktur subsektor barang dan konsumsi yang tidak konsisten melaporkan laporan keuangan selama periode 2014-2018.

3. Perusahaan manufaktur subsektor barang dan konsumsi yang melaporkan laba negatif (rugi) secara berturut-turut selama periode 2014-2018.
4. Perusahaan manufaktur subsektor barang dan konsumsi yang memiliki tingkat rasio *Leverage* normal (kurang dari 1) secara berturut-turut selama periode 2014-2018.

Tabel 3.3
Hasil *Purposive Sampling*

Keterangan	Jumlah Perusahaan
Perusahaan manufaktur subsektor barang dan konsumsi yang terdaftar pada Indeks Saham Syariah Indonesia di BEI selama periode 2014 – 2018	34
Pengurangan Sampel Kriteria 1: Perusahaan manufaktur subsektor barang dan konsumsi yang tidak konsisten terdaftar pada ISSI di BEI selama periode 2014 – 2018	(3)
Pengurangan Sampel Kriteria 2: Perusahaan manufaktur subsektor barang dan konsumsi yang tidak konsisten melaporkan laporan keuangan selama periode 2014-2018	(4)
Pengurangan Sampel Kriteria 3: Perusahaan manufaktur subsektor barang dan konsumsi yang melaporkan laba negatif (rugi) secara berturut-turut selama periode 2014-2018	(2)
Pengurangan Sampel Kriteria 4: Perusahaan manufaktur subsektor barang dan konsumsi yang memiliki tingkat rasio <i>Leverage</i> normal (kurang dari 1) secara berturut-turut selama periode 2014-2018	(14)
Total Sampel	11
Total Pengamatan (11 x 5 tahun)	55

Sumber: www.idx.co.id (data diolah)

3.3.3 Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2017:81) adalah penelitian kuantitatif sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel digunakan sebagai ukuran sampel dimana ukuran sampel merupakan suatu langkah untuk mengetahui besarnya sampel yang akan diambil dalam melaksanakan suatu penelitian. Untuk menentukan besarnya sampel bisa dilakukan dengan statistik atau berdasarkan estimasi penelitian. Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya, dengan istilah lain harus *representatif* (mewakili).

Setelah dilakukan kriteria pemilihan sampel, maka berikut ini nama-nama perusahaan manufaktur subsektor barang dan konsumsi yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia periode 2014-2018 yang terpilih dan memenuhi kriteria-kriteria tersebut untuk dijadikan sampel penelitian:

Tabel 3.4
Daftar Sampel Penelitian

No.	Kode Saham	Nama Perusahaan	Alamat Perusahaan
1.	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk.	Wisma Budi floor 8-9, Jl. H.R. Rasuna Said Kav.C-6, Jakarta.
2.	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.	Jl. Industri Selatan Blok GG 1 Kawasan Industri Jababeka, Pasirsari, Cikarang Selatan, Bekasi.
3.	INAF	Indofarma Tbk.	Jl. Indofarma No.1, Cibitung, Bekasi-Indonesia.
4.	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.	Sudirman Plaza, Indofood Tower 27th Floor, Jl. Jend. Sudirman Kav. 76 – 78, Jakarta.

5.	KAEF	Kimia Farma Tbk.	Jl. Veteran No. 9, Jakarta.
6.	MYOR	Mayora Indah Tbk.	Jl. Kopo Jaya II, Margahayu Utara, Babakan Ciparay, Kota Bandung.
7.	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk.	Wisma GKBI Lt. 12-17, Jl. Jend. Sudirman No. 28, Kota Jakarta Pusat.
8.	SKBM	Sekar Bumi Tbk.	Plaza Asia, Jl. Jenderal Sudirman, Kavling 59, Kota Jakarta Selatan.
9.	SKLT	Sekar Laut Tbk.	Jl. Jenggolo II No.17, Pucang, Kec. Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo.
10.	STTP	Siantar Top Tbk.	Jl. Tambak Sawah No. 21-23 Waru, Sidoarjo, Jawa Timur-Indonesia.
11.	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.	Menara Duta, Lantai 5, Jl. HR Rasuna Said Kav. B-9, Kota Jakarta Selatan.

Sumber: www.idx.co.id (data diolah)

3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Pada penelitian ini penulis menggunakan jenis data sekunder yaitu data penelitian yang diperoleh atau dikumpulkan secara tidak langsung dari sumber (melalui perantara). Data sekunder yaitu sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain) (Sugiyono, 2014:131). Data sekunder berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang tersusun dalam arsip yang dipublikasikan. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari laporan tahunan yang diterbitkan oleh perusahaan manufaktur subsektor barang dan konsumsi yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) pada periode 2014-2018. Data tersebut melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia yaitu (www.idx.co.id).

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2017:137) menyatakan bahwa teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Data yang diperoleh adalah laporan keuangan perusahaan hasil unduhan penulis sesuai dengan kriteria penelitian pada website Indeks Saham Syariah Indonesia (www.idx.co.id). Untuk mendukung kebutuhan analisis dalam penelitian ini, adapun cara yang akan dilakukan peneliti untuk memperoleh data dan informasi adalah sebagai berikut:

1. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian ini penulis memperoleh informasi dari pengetahuan yang dapat dijadikan landasan dalam penelitian yaitu dengan studi kepustakaan untuk mempelajari, meneliti, mengkaji, dan menelaah literatur-literatur berupa jurnal, buku, berita ekonomi yang berhubungan dengan penelitian untuk dijadikan sebagai bahan untuk landasan teori.

2. Dokumentasi (*Documentation*)

Pengumpulan data dengan mempelajari dokumen-dokumen terkait masalah yang diteliti, dalam hal lain berupa laporan tahunan perusahaan, jurnal-jurnal, dan data-data terkait secara *online*. Penentuan teknik pengumpulan data dipengaruhi oleh jenis dan sumber data penelitian yang dibutuhkan.

3.5 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang telah dirumuskan maka data yang dapat dikumpulkan atau diperoleh itu harus dianalisis. Analisis data dalam penelitian merupakan suatu proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola kategori dan kesatuan uraian dasar. Untuk membuktikan kebenaran hipotesis, dalam arti apakah hipotesis diterima atau ditolak, maka dari data-data yang diperoleh itu dianalisa secara statistik.

3.5.1 Analisis Deskriptif

Metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif digunakan untuk mendapatkan gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan mengenai indikator-indikator dalam variabel yang ada pada penelitian. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara melakukan analisis dan perhitungan pada laporan keuangan perusahaan manufaktur subsektor barang dan konsumsi yang telah dipublikasikan pada situs Indeks Saham Syariah Indonesia dengan tujuan mendapatkan keakuratan informasi yang diinginkan.

Statistika deskriptif menurut Sugiyono (2016:147) adalah sebagai berikut:

“Statistika deskriptif adalah statistika yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membentuk kesimpulan yang berlaku bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi”.

Analisis ini melakukan pembahasan *Islamic Social Reporting* dan *Leverage* Terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC). Penelitian menggunakan statistik deskriptif yang terdiri dari rata-rata (*mean*), standar deviasi minimum, dan maksimum. Umumnya statistik deskriptif digunakan oleh peneliti untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik variabel penelitian yang utama dari data. Ukuran yang digunakan dalam deskriptif ini adalah pada perusahaan manufaktur subsektor barang dan konsumsi yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia periode tahun 2014-2016.

1. *Islamic Social Reporting*

- a. Menentukan laporan *Islamic Social Reporting* pada perusahaan.
- b. Menentukan jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan dengan indikator *Islamic Social Reporting* sebanyak 43 item.
- c. Menentukan *disclosure level* dengan cara menjumlahkan skor *disclosure* yang dipenuhi dibagi dengan jumlah skor maksimum.
- d. Menentukan nilai rata-rata, maksimum dan minimum dari *disclosure level* pada perusahaan manufaktur subsektor barang dan konsumsi.
- e. Menarik kesimpulan berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh.

2. *Leverage*

- a. Menentukan Total Utang pada perusahaan sektor barang dan konsumsi.
- b. Menentukan Total Ekuitas pada perusahaan sektor barang dan konsumsi.

- c. Menentukan *Debt to Equity Ratio* (DER) dengan membagi Total Utang dengan Total Ekuitas.
- f. Menentukan kriteria penilaian *Earnings Response Coefficient* perusahaan berdasarkan tabel sebagai berikut:

Tabel 3.5
Kriteria Penilaian *Leverage*

Interval	Kriteria
0,00 – 20,00	Sangat Rendah
20,01 – 40,00	Rendah
40,01 – 60,00	Sedang
60,01 – 80,00	Tinggi
80,01 – 100	Tinggi Sangat

Sumber: Kasmir (2008:159)

- 3. *Earnings Response Coefficient* (ERC)
 - a. Menghitung *Cummulative Abnormal Return* (CAR) dengan mengakumulasikan *return* tidak normal (selisih antara *return* sesungguhnya dengan yang terjadi dengan *return* pasar).
 - b. Menghitung *Unexpected Earning* (UE) yaitu selisih antara laba akuntansi perusahaan pada tahun sekarang dan laba akuntansi perusahaan pada tahun sebelumnya.
 - c. Meregresikan antara CAR dan UE.
 - d. Menentukan nilai rata-rata, maksimum dan minimum dari *Cummulative Abnormal Return* (CAR) pada perusahaan manufaktur subsektor barang dan konsumsi.
 - e. Menarik kesimpulan berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh.

3.5.2 Analisis Verifikatif

Penelitian ini menggunakan analisis verifikatif yang digunakan untuk mengetahui hasil penelitian yang berkaitan dengan *Islamic Social Reporting*, *Leverage* dan *Earnings Response Coefficient* (ERC).

3.5.2.1 Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini dilakukan untuk menguji kualitas data sehingga data diketahui keabsahannya dan menghindari terjadinya estimasi bias. Pengujian asumsi klasik ini menggunakan empat uji yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

3.5.2.1.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah distribusi variabel terkait untuk setiap variabel bebas tertentu berdistribusi normal atau tidak dalam model regresi linear, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai eror yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik.

Imam Ghozali (2011:160) mengemukakan bahwa:

“Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi normal”.

Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan *Test Normality Kolmogorov-Smirnov*. Singgih Santosa (2012:393) dasar pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significanted*), yaitu:

- 1) Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal.
- 2) Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

3.5.2.1.2 Uji Multikolinieritas

Danang Sunyoto (2016:87) menjelaskan uji multikolinieritas sebagai berikut uji asumsi klasik jenis ini diterapkan untuk analisis regresi berganda yang terdiri atas dua atau 1 lebih variabel bebas atau independen (X) dimana akan diukur keeratan hubungan antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien kolerasi (r).

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen). Indikator model regresi yang baik adalah tidak adanya korelasi di antara variabel independen (Imam Ghozali, 2013:105). Jika variabel independen saling berkolerasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independen yang nilai kolerasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Imam Ghozali (2013:105) menyatakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:

- 1) “Jika yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- 2) Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90), maka hal ini mengindikasikan adanya multikolinearitas. Multikolinearitas dapat disebabkan karena adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel independen.
- 3) Multikolinearitas juga dapat dilihat dari:
 - a) *tolerance value* dan lawannya.
 - b) *Variance Inflation Factor* (VIF).
Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF=1/tolerance$). Pengujian multikolinearitas dapat dilakukan sebagai berikut:
 - *Tolerance value* < 0,10 atau VIF > 10 : terjadi multikolinearitas.
 - *Tolerance value* > 0,10 atau VIF < 10 : tidak terjadi multikolinearitas.

3.5.2.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Danang Suryoto (2016:90) menjelaskan uji heteroskedastisitas sebagai berikut dalam persamaan regresi beranda perlu juga diuji mengenai sama atau tidak varian dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varian yang sama disebut terjadi homoskedastisitas dan jika variansinya tidak sama atau berbeda disebut terjadi heteroskedastisitas.

Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas.

Imam Ghozali (2013:139) ada beberapa cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas, yaitu dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara ZPRED dan SRESID dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi $- Y$ sesungguhnya) yang telah *distudentized*. Homoskedastisitas terjadi jika pada *scatterplot* titik-titik hasil pengolahan data antara ZPRED dan SRESID menyebar dibawah maupun diatas titik origin (angka 0) pada sumbu Y dan tidak mempunyai pola yang teratur.

3.5.2.1.4 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi didefinisikan sebagai korelasi antar observasi yang diukur berdasarkan kebijakan waktu dalam model regresi atau dengan kata lain *error* dari observasi tahun berjalan dipengaruhi oleh *error* dari observasi tahun sebelumnya. Pada pengujian autokorelasi digunakan uji *Durbin-Watson*. Untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi pada model regresi dan berikut nilai *Durbin-Watson* yang diperoleh melalui hasil estimasi model regresi. Untuk mengetahui apakah pada model regresi mengandung autokorelasi dapat digunakan pendekatan *DW (Durbin Watson)*.

Menurut Singgih Santoso (2001) kriteria autokorelasi ada 3 (tiga), yaitu:

- 1) “Nilai D-W di bawah -2 berarti diindikasikan ada autokorelasi positif.
- 2) Nilai D-W di antara -2 sampai 2 berarti diindikasikan tidak ada autokorelasi.
- 3) Nilai D-W di atas 2 berarti diindikasikan ada autokorelasi negatif”.

3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Metode analisis untuk mengetahui pengaruh *Earnings Response Coefficient* dan *Leverage* terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC). Pada penelitian ini, data diolah menggunakan *software* komputer yaitu SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 25,0. Hasil dari analisis regresi adalah berupa koefisien untuk masing-masing variabel independen. Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$R_t = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

R_t = *Earnings Response Coefficient* (ERC)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi variabel independen

X_1 = *Islamic Social Reporting*

X_2 = *Leverage*

e = Kesalahan residual

3.5.4 Analisis Korelasi

Analisis korelasi ini digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara korelasi kedua variabel (independen dan dependen) dan ukuran yang dipakai untuk menentukan derajat atau kekuatan hubungan korelasi tersebut. Pengukuran koefisien ini dilakukan dengan menggunakan koefisien *person correlation product moment* untuk menguji hubungan asosiatif, hubungan bila datanya berbentuk interval atau rasio dan penentuan koefisien. Analisis ini juga digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel X_1 dan X_2 dengan variabel Y secara bersamaan.

Adapun rumus korelasi berganda menurut Sugiyono (2016:191) sebagai berikut:

$$R_{yx_1x_2} = \sqrt{\frac{r^2yx_1 + r^2yx_2 - 2ryx_1 + 2ryx_1 + rx_1x_2}{1 - r^2x_1x_2}}$$

Keterangan:

$R_{yx_1x_2}$ = Korelasi antara variabel X_1 dengan X_2 secara bersama-sama dengan variabel Y

ryx_1 = Korelasi *Product Moment* antara X_1 dengan Y

ryx_2 = Korelasi *Product Moment* antara X_2 dengan Y

rx_1x_2 = Korelasi *Product Moment* antara X_1 dengan X_2

Adapun untuk melihat hubungan atau korelasi, penulis menggunakan analisis yang dikemukakan oleh Sugiyono (2016: 184) sebagai berikut:

Tabel 3.6
Kategori Koefisien Korelasi

Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2016: 184)

3.5.5 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (KD) mengukur seberapa jauh kemampuan model yang dibentuk dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi (KD) yaitu antara nol dan satu. Nilai (r^2) yang kecil mengindikasikan variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk dilakukannya prediksi terhadap variabel dependen (Imam Ghozali, 2011:97).

$$\text{KD} = r^2 \times 100$$

Keterangan :

KD = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi yang dikuadratkan

3.5.6 Uji *t* atau Uji Parsial (*t-test*)

Uji parsial (*t-test*) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun langkah-langkah yang dilakukan adalah:

1. Menentukan Hipotesis

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berhubungan dengan ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel bebas atau independen yakni *Islamic Social Reporting* dan *Leverage* terhadap variabel tidak bebas atau dependen yakni *Earnings Response Coefficient* (ERC).

Apabila hipotesis penelitian tersebut dinyatakan ke dalam hipotesis adalah:

a. Hipotesis *Islamic Social Reporting*

$H_{01} : \beta_1 = 0$: tidak terdapat pengaruh *Islamic Social Reporting* terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC).

$H_{a1} : \beta_1 \geq 0$: terdapat pengaruh *Islamic Social Reporting* terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC).

b. Hipotesis *Leverage*

$H_{02} : \beta_2 = 0$: tidak terdapat pengaruh *Leverage* terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC).

$H_{a2} : \beta_2 \geq 0$: terdapat pengaruh *Leverage* terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC).

2. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi yang dipilih adalah 5% ($\alpha = 0,05$) dan derajat bebas (db) = $n-k-1$ untuk memperoleh nilai t tabel sebagai batas daerah penerimaan dan penolakan hipotesis.

3. Menentukan nilai t hitung

Pengujian regresi secara parsial untuk mengetahui apakah individual variabel bebas berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel terikat.

Menurut Sugiyono (2016:184) uji signifikansi t dapat dilakukan dengan rumus statistik sebagai berikut:

$$t = r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

Dimana:

t = Nilai uji t yang dihitung

r = Koefisien korelasi

r^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah anggota sampel

4. Kriteria Pengambilan Keputusan

a. H_0 ditolak jika tingkat signifikansi $\alpha < 0,05$, berarti variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen.

b. H_0 diterima jika tingkat signifikansi $\alpha > 0,05$, berarti variabel independen secara parsial tidak mempengaruhi variabel dependen.

3.5.7 Uji F atau Uji Simultan

Uji hipotesis berganda bertujuan untuk menguji apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Uji f atau simultan ini untuk melihat pengaruh *Islamic Social Reporting* dan *Leverage* terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC).

Apabila hipotesis penelitian tersebut dinyatakan ke dalam hipotesis adalah:

1. Menentukan Hipotesis

$H_{03} : \beta_1, \beta_2 = 0$: tidak terdapat pengaruh *Islamic Social Reporting* dan *Leverage* terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC).

$H_{a3} : \beta_1, \beta_2 \neq 0$: terdapat pengaruh *Islamic Social Reporting* dan *Leverage* terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC).

2. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi yang dipilih adalah 5% ($\alpha = 0,05$) dan derajat bebas (db) = $n-k-1$ untuk memperoleh nilai F tabel sebagai batas daerah penerimaan dan penolakan hipotesis.

3. Menentukan nilai F hitung

Pengujian F_{ht} dapat dihitung dari formula sebagai berikut (Ariefianto, 2012:22):

$$F_{ht} = \frac{R^2/K}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

R = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

4. Kriteria Pengambilan Keputusan

- a. H_0 ditolak jika tingkat signifikansi $< 0,05$.
- b. H_0 diterima jika tingkat signifikansi $> 0,05$.

3.5.8 Penetapan Tingkat Signifikansi

Taraf nyata signifikan penelitian (*significant level*) yang ditetapkan dalam penelitian ini sebesar 5% atau 0,05 karena dinilai cukup menguji hubungan antara variabel-variabel yang diuji atau menunjukkan bahwa korelasi antara kedua variabel cukup nyata. Taraf nyata signifikan penelitian 0,05 artinya adalah kemungkinan besar hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 95% atau toleransi kesalahan sebesar 5%.

