

## **BAB III**

### **METODA PENELITIAN**

#### **3.1. Strategi Penelitian**

Strategi penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan suatu metode yang relevan dengan tujuan yang akan dicapai. Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi asosiatif, karena akan meneliti hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Menurut Sugiyono (2017) strategi asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini akan dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Metode asosiatif yang digunakan dalam penelitian ini untuk menjelaskan pengaruh profitabilitas, *leverage* dan pertumbuhan penjualan terhadap penghindaran pajak.

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Sugiyono (2017:8) menjelaskan metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan dengan filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti sesuai dengan populasi atau sampel tertentu. Data yang dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian, dan analisis datanya bersifat kuantitatif atau statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

#### **3.2. Populasi dan Sampel**

##### **3.2.1. Populasi Penelitian**

Sugiyono (2017:80) mendefinisikan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek/obyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipahami dan ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah 123 perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2015-2017.

### 3.2.2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Pemilihan sampel yang digunakan oleh peneliti dengan teknik *purposive sampling*. Sugiyono (2017:85) menjelaskan bahwa *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Jadi perusahaan yang tidak sesuai dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti maka akan dikeluarkan dari sampel.

Kelebihan teknik *purposive sampling* :

1. Sampel terpilih adalah sampel yang sesuai dengan tujuan penelitian.
2. Teknik ini merupakan cara yang mudah untuk dilaksanakan.
3. Sampel terpilih biasanya adalah individu atau personal yang mudah ditemui atau didekati oleh peneliti

Sedangkan kelemahan teknik *purposive sampling* :

1. Tidak ada jaminan bahwa jumlah sampel yang digunakan representatif dalam segi jumlah
2. Dimana tidak sebaik sampel *random sampling*
3. Bukan termasuk metode *random sampling*
4. Tidak dapat digunakan sebagai generalisasi untuk mengambil kesimpulan statistik.

Alasan pemilihan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* karena tidak semua sampel memiliki kriteria sesuai dengan yang telah peneliti tentukan. Oleh karena itu, sampel yang dipilih sengaja ditentukan berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk mendapatkan sampel yang representatif. Adapun kriteria perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah :

1. Perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2015-2017

2. Perusahaan sektor industri barang konsumsi yang tidak *delisting* selama periode 2015-2017
3. Perusahaan sektor industri barang konsumsi yang menyajikan laporan keuangannya dalam rupiah
4. Perusahaan sektor industri barang konsumsi yang laba bersih sebelum pajaknya positif atau tidak mengalami kerugian selama periode 2015-2017
5. Perusahaan sektor industri barang konsumsi yang menerbitkan laporan keuangannya secara berturut-turut selama periode 2015-2017
6. Perusahaan sektor industri barang konsumsi yang memiliki CETR antara 0-1, sehingga dapat mempermudah dalam perhitungan

**Tabel 3.1**

**Prosedur Pemilihan Sampel**

<b>No</b>	<b>Kriteria Sampel</b>	<b>Jumlah</b>
1	Perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2015-2017	123
2	Perusahaan sektor industri barang konsumsi yang <i>delisting</i> selama periode 2015-2017	(2)
3	Perusahaan sektor industri barang konsumsi yang tidak menyajikan laporan keuangannya dalam rupiah	0
4	Perusahaan sektor industri barang konsumsi yang laba bersih sebelum pajaknya negatif atau mengalami kerugian selama periode 2015-2017	(11)
5	Perusahaan sektor industri barang konsumsi yang tidak menerbitkan laporan keuangannya secara berturut-turut selama periode 2015-2017	(32)
6	Perusahaan sektor industri barang konsumsi yang memiliki CETR antara 0-1, sehingga dapat mempermudah dalam perhitungan	(3)
	<b>Jumlah</b>	75

### **3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekundernya berupa laporan keuangan tahunan perusahaan (*annual report*) sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2015-2017 yang berkaitan dengan variabel penelitian. Periode yang digunakan oleh peneliti yaitu tahun 2015-2017, karena peneliti ingin mengambil data-data terbaru atau update. Metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif dan teknik analisis data yang digunakan adalah estimasi model regresi dengan menggunakan data panel, pemilihan model regresi data panel, dan uji hipotesis.

### **3.4. Operasionalisasi Variabel**

Sugiyono (2017:39) menjelaskan variabel adalah Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Tujuan dari operasional variabel adalah untuk menentukan jenis dan indikator yang digunakan dalam penelitian. Proses ini juga digunakan untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel yang akan diteliti, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu statistika dapat dilakukan dengan benar.

#### **3.4.1. Variabel Independen**

Variabel independen sering disebut sebagai variabel stimulus, *predictor*, *antecedent*. Menurut Sugiyono (2017: 39) : Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Pada penelitian ini yang menjadi variabel independen (X) adalah profitabilitas yang diukur dengan *return on assets* dan dilambangkan dengan ROA, *leverage* yang diukur melalui *debt to equity ratio* dan dilambangkan dengan DER, dan pertumbuhan penjualan yang diukur dengan *net sales growth ratio* dan dilambangkan dengan *net sales*.

### 3.4.2. Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, dan konsekuen. Menurut Sugiyono (2017:39), “Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen (Y) adalah penghindaran pajak yang diukur dengan proksi *Cash Effective Tax Rate* (CETR).

**Tabel 3.2**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Profitabilitas (X1)	Profitabilitas merupakan rasio yang mengukur efektivitas manajemen suatu perusahaan secara keseluruhan yang ditujukan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang didapat yang berhubungan dengan penjualan ataupun investasi yang dilakukan oleh perusahaan. Fahmi (2015:135)	$ROA = \frac{\text{Earning After Tax (EAT)}}{\text{Total Assets}} \times 100\%$ Fahmi (2015:135)	Rasio
<i>Leverage</i> (X2)	Rasio <i>leverage</i> merupakan rasio yang mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan hutang yang dimiliki oleh perusahaan. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan kondisi perusahaan,	$DER = \frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Total sharehldr's equity}} \times 100\%$	Rasio

	karena akan masuk <i>extreme leverage</i> . Fahmi (2015:127)	Kasmir (2013:155) dan Fahmi (2015:127)	
Pertumbuhan Penjualan (X3)	Pertumbuhan penjualan menunjukkan sejauh mana suatu perusahaan dapat meningkatkan penjualannya dibandingkan dengan total penjualan yang mereka miliki secara keseluruhan. Kasmir (2016:107)	$NSGR = \frac{\text{Net sales}_{t-t} - \text{Net sales}_{t-1}}{\text{Net sales}_{t-1}} \times 100\%$ <p>Keterangan :</p> <p><i>Net Sales</i>: Penjualan bersih perusahaan pada tahun t</p> <p><i>Net Sales<sub>t-1</sub></i>: Penjualan bersih perusahaan pada tahun t-1</p> <p>Kasmir (2016:107)</p>	Rasio
Penghindaran Pajak (Y)	<i>tax avoidance</i> merupakan upaya penghindaran pajak yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau wajib pajak secara legal karena tidak bertentangan dengan ketentuan perpajakan, dengan menggunakan metode dan teknik yang cenderung memanfaatkan kelemahan-kelemahan dalam undang-undang dan peraturan perpajakan yang berlaku untuk memperkecil jumlah pajak yang terutang. Pohan (2013:23)	$CETR = \frac{\text{Pembayaran pajak}}{\text{Laba sebelum pajak}} \times 100\%$ <p>Dyrenge <i>et, al.</i> (2010)</p>	Rasio

### 3.5. Metoda Analisis Data

Menurut Sugiyono (2017:147) analisis data adalah :

“Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk hipotesis yang telah diajukan”

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linear berganda, dimana pengolahan data tersebut menggunakan analisis statistik deskriptif. Dalam penelitian ini menggunakan alat bantu yaitu berupa *software computer* program *Eviews 10*.

#### 3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan analisis yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2017:147). Statistika deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, maksimum, dan minimum. Statistika deskriptif dimaksudkan untuk memberikan gambaran mengenai distribusi dan perilaku data sampel tersebut (Martono, 2014).

#### 3.5.2 Analisis Regresi Data Panel

Data panel adalah data yang dikumpulkan secara *cross section* dan diikuti pada periode waktu tertentu. Teknik data panel yaitu dengan menggabungkan jenis data *cross section* dan *times series* (Ghozali dan Ratmono, 2013). Keuntungan menggunakan data panel adalah sebagai berikut :

1. Data panel memberikan data yang lebih informatif, lebih bervariasi, tingkat kolinearitas antar variabel rendah, *degre of freedom* (derajat bebas) lebih besar, dan lebih antar variabel rendah.
2. Dengan menganalisis data *cross section* pada beberapa periode, maka data panel tepat dalam mempelajari kedinamisan data. Artinya, dapat digunakan

untuk memperoleh informasi bagaimana kondisi individu-individu pada waktu tertentu dibandingkan pada waktu yang lainnya.

3. Data panel mampu mendeteksi dan mengukur pengaruh yang tidak dapat diobservasi melalui data *times series* murni maupun *cross section* murni.
4. Data panel memungkinkan untuk membangun dan menguji model yang bersifat lebih rumit dibandingkan dengan data *cross section* murni maupun data *time series* murni.
5. Data panel dapat meminimalkan bias yang dihasilkan oleh agregasi individu karena unit observasi terlalu banyak.

### 3.5.3 Metode Estimasi Regresi Data Panel

Metode estimasi menggunakan teknik regresi data panel dapat dilakukan dengan tiga pendekatan alternatif metode pengolahannya, yaitu metode *Common Effect Model* atau *Pool Least Square* (CEM), metode *Fixed Effect Model* (FEM), dan metode *Random Effect Model* (REM) sebagai berikut:

#### 1. Common Effect Model (CEM)

*Common Effect Model* adalah model yang paling sederhana untuk parameter model data panel, yaitu dengan mengkombinasikan data *time series* dan *cross section* sebagai satu kesatuan tanpa melihat adanya perbedaan waktu dan individu (entitas). *Common Effect Model* mengabaikan adanya perbedaan dimensi individu maupun waktu atau dengan kata lain perilaku data antar individu sama dalam berbagai kurun waktu (Nursiyono dan Pray, 2016).

#### 2. Fixed Effect Model (FEM)

*Fixed Effect Model* merupakan metode yang digunakan untuk mengestimasi data panel, dimana variabel gangguan mungkin saling berhubungan antar waktu dan antar individu. Pada program *Eviews 9* dengan sendirinya menganjurkan pemakaian model FEM dengan menggunakan pendekatan metode *Ordinary Least Square* (OLS) sebagai teknik estimasinya. *Fixed Effect Model* (FEM) ini didasarkan adanya perbedaan intersep antara perusahaan namun intersepnya sama antar waktu (time invariant) (Widarjono, 2016:356). Metode ini mengasumsikan



bahwa terdapat perbedaan antar individu variabel (*cross-section*) dan perbedaan tersebut dilihat dari *intercept*-nya. Keunggulan yang dimiliki metode ini adalah dapat membedakan efek individu dan efek waktu serta metode ini tidak perlu menggunakan asumsi bahwa komponen *error* tidak berkorelasi dengan variabel bebas (Ghozali dan Ratmono, 2013:261).

### 3. Random Effect Model (REM)

*Random Effect Model* adalah metode yang akan mengestimasi data panel dimana variabel gangguan (*residual*) mungkin saling berhubungan antar waktu dan antar individu (entitas). Model ini berasumsi bahwa *error-term* akan selalu ada dan mungkin berkorelasi sepanjang *time-series* dan *cross section*. Pendekatan yang dipakai adalah metode *Generalized Least Square* (GLS) sebagai teknik estimasinya. Metode ini lebih baik digunakan pada data panel apabila jumlah individu lebih besar daripada jumlah kurun waktu yang ada (Gurajati dan Porter, 2012:602).

#### 3.5.4 Pemilihan Model Regresi Data Panel

Pemilihan model (teknik estimasi) untuk menguji persamaan regresi yang akan diestimasi dapat digunakan tiga pengujian yaitu, uji chow, uji hausman dan uji *lagrange multiplier* sebagai berikut:

##### 1. Uji Lagrange Multiplier (LM)

Uji *lagrange multiplier* adalah pengujian yang digunakan untuk memilih pendekatan terbaik antara model pendekatan *Common Effect Model* (CEM) dengan *Random Effect Model* (REM) dalam mengestimasi data panel. *Random Effect Model* dikembangkan oleh *Breusch-pangan* yang digunakan untuk menguji signifikansi yang didasarkan pada nilai residual dari metode OLS. Menurut Gurajati dan Porter (2012:481) dasar kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai *cross section Breusch-pangan*  $\geq 0,05$  (nilai signifikan) maka  $H_0$  diterima, sehingga model yang paling tepat digunakan adalah *Common Effect Model* (CEM).

2. Jika nilai *cross section Breusch-pangan*  $< 0,05$  (nilai signifikan) maka  $H_0$  ditolak, sehingga model yang tepat digunakan adalah *Random Effect Model* (REM).

Hipotesis yang digunakan adalah:

$H_0$  : *Common Effect Random* (REM)

$H_1$  : *Random Effect Model* (REM)

## 2. Uji Chow

Uji Chow adalah pengujian yang digunakan untuk memilih pendekatan terbaik antara model pendekatan *Common Effect Modal* (CEM) dengan *Fixed Effect Model* (FEM) dalam mengestimasi data panel. Dasar kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas (*P-value*) untuk *cross section*  $F \geq 0,05$  (nilai signifikan) maka  $H_0$  diterima, sehingga model yang paling tepat digunakan adalah *Common Effect Model* (CEM).

2. Jika nilai probabilitas (*P-value*) untuk *cross section*  $F \leq 0,05$  (nilai signifikan) maka  $H_0$  ditolak, sehingga model yang paling tepat digunakan adalah *Fixed Effect Model* (FEM).

Hipotesis yang digunakan adalah:

$H_0$  : *Common Effect Model* (CEM)

$H_1$  : *Fixed Effect Model* (FEM)

## 3. Uji Hausman

Uji Hausman adalah pengujian yang digunakan untuk memilih pendekatan terbaik antar model pendekatan *Random Effect Model* (REM) dengan *Fixed Effect Model* (FEM) dalam mengestimasi data panel. Dasar kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas (*P-value*) untuk *cross section random*  $\geq 0,05$  (nilai signifikan) maka  $H_0$  diterima, sehingga model yang paling tepat digunakan adalah *Random Effect Model* (REM).

2. Jika nilai probabilitas (*P-value*) untuk *cross section random*  $\leq 0,05$  (nilai signifikan) maka  $H_0$  ditolak, sehingga model yang tepat digunakan adalah *Fixed Effect Model* (FEM).

Hipotesis yang digunakan adalah:

$H_0$  : *Random Effect Model* (REM)

$H_1$  : *Fixed Effect Model* (FEM)

### 3.6 Model Pengujian Hipotesis

Penelitian ini menggunakan analisis linear berganda (*multiple linear regression*). Tujuannya untuk menjawab permasalahan penelitian hubungan antara dua variabel independen atau lebih dengan variabel dependen. Uji normalitas dan uji asumsi klasik terlebih dahulu digunakan sebelum mengregresi data. Hal ini bertujuan agar model regresi terbebas dari bias. Perumusan model persamaan analisis regresi secara sistematis adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

Keterangan :

Y = Penghindaran Pajak

$\alpha$  = Koefisien konstanta

$\beta_1$  = Koefisien regresi Profitabilitas

$X_1$  = Profitabilitas

$\beta_2$  = Koefisien regresi *Leverage*

$X_2$  = *Leverage*

$\beta_3$  = Koefisien regresi Pertumbuhan Penjualan

$X_3$  = Pertumbuhan Penjualan

$\epsilon$  = Tingkat Kesalahan (*error*)

#### 3.6.1 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini ada dua tahap yaitu, uji parsial (uji-t) dan uji determinasi ( $R^2$ ) sebagai berikut:

##### 1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, *leverage* dan pertumbuhan penjualan terhadap penghindaran pajak secara individual (parsial). Uji t dapat dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{table}$  (Ghozali,

2016:97). Pada tingkat signifikan 5% dengan kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut:

1. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan  $p-value > 0.05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak yang artinya salah satu variabel bebas (independen) tidak mempengaruhi variabel terikat (independen) secara signifikan.
2. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan  $p-value < 0.05$  maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak yang artinya salah satu variabel bebas mempengaruhi variabel terikat (independen) secara signifikan.

## **2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan model dalam menerangkan variabel penghindaran pajak. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan profitabilitas, *leverage* dan pertumbuhan penjualan dalam menjelaskan variabel amat terbatas karena  $R^2$  memiliki kelemahan, yaitu terdapat bias terhadap jumlah profitabilitas, *leverage* dan pertumbuhan penjualan yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambah satu variabel maka  $R^2$  akan meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap penghindaran pajak, maka dalam penelitian ini menggunakan *adjusted R<sup>2</sup>*. Jika nilai *adjusted R<sup>2</sup>* semakin mendekati satu (1) maka semakin baik kemampuan model tersebut dalam menjelaskan penghindaran pajak (Ghozali, 2016:95).

