

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Obyek Penelitian

Obyek yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2012-2016.

#### B. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung atau melalui media perantara. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD).

#### C. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2008), *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel merupakan sebagian dari populasi, sehingga sampel yang diambil adalah benar-benar mewakili populasinya. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan *purposive sampling* dan memiliki kriteria yang diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia berturut-turut selama tahun 2012-2016.

2. Perusahaan manufaktur yang mengeluarkan laporan keuangan dan memiliki yang lengkap dan konsisten selama periode penelitian, yaitu 2012-2016.
3. Perusahaan manufaktur yang mengalami laba secara berturut-turut pada tahun 2012-2016.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi. Dimana teknik ini digunakan untuk memperoleh dan mengumpulkan data berupa data sekunder. Sumber data tersebut diperoleh dari beberapa literatur seperti antara lain laporan keuangan setian perusahaan yang terdaftar di BEI, *Indonesian Capital Market Directory (ICMD)*, jurnal, skripsi, dan artikel.

#### **E. Definisi Operasional Variabel**

Variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen, variabel intervening, dan variabel dependen, yang akan menjelaskan hubungan antara *Corporate Social Responsibility*, *Growth*, ukuran perusahaan, profitabilitas dan nilai perusahaan.

##### **1. Variabel Dependen**

Variabel dependen adalah variabel terikat atau variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (Sugiyono, 2011). Variabel dependen pada penelitian ini adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang tercermin dari harga saham di pasar saham. Pada penelitian ini nilai perusahaan diukur dengan *Price Book Value (PBV)*. Rasio

PBV menghitung harga saham per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham. Rasio ini menunjukkan tentang pendapat investor terhadap prospek perusahaan di masa depan. Rasio PBV ini dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Hargasahamperlembarsaham}}{\text{Nilaibukuperlembarsaham}}$$

## 2. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel bebas atau variabel yang mempengaruhi atau variabel terikat (Sugiyono, 2011). Variabel independen yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### a. *Corporate Social Responsibility*

*Corporate social responsibility* (CSR) merupakan suatu tindakan perusahaan yang dilakukan untuk memberikan kontribusi kepada masyarakat dengan memperhatikan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan dalam beberapa aspek, yaitu aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Kegiatan CSR perusahaan tercermin dalam pengungkapan CSR dalam laporan tahunan. Variabel CSR dalam penelitian ini diukur berdasarkan *Global Reporting Initiative* (GRI) yang memiliki indikator sebanyak 79 item dan 6 kategori. Enam kategori tersebut terdiri dari Kinerja Ekonomi, Kinerja Lingkungan, Praktik Tenaga Kerja, Hak Asasi Manusia, Masyarakat/Sosial dan Tanggung Jawab Produk. Untuk setiap item pengungkapan akan diberi skor 1 jika diungkapkan dan skor 0 jika

tidak diungkapkan. Indeks corporate social responsibility disclosure diukur dengan skala rasio yaitu:

$$\text{CSDI} = \frac{X_{ij}}{N_j}$$

Keterangan:

CSDI = CSR Disclosure Index

X<sub>ij</sub> = Jumlah disclosure perusahaan, n ≤ 79

N<sub>j</sub> = Jumlah item checklist disclosure, n = 79

b. *Growth*

Pertumbuhan perusahaan merupakan rasio pertumbuhan yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonominya ditengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya. Tingkat pertumbuhan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan indikator pertumbuhan penjualan (sales growth). Pertumbuhan penjualan (sales growth) menggambarkan kenaikan atau penurunan penjualan setiap tahun. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan suatu perusahaan akan lebih banyak mengandalkan pada modal eksternal. Menurut Indrawati dan Suhendro (2006) dalam R. Pantow, Murni dan Trang (2015) pertumbuhan penjualan adalah perubahan total penjualan perusahaan. Pertumbuhan penjualan (sales growth) dihitung sebagai berikut:

$$\text{Rasio Pertumbuhan Penjualan} = \frac{St - St - 1}{St - 1}$$

Keterangan:

St = Penjualan pada tahun ke t (sekarang)

St-1= Penjualan pada periode sebelumnya

c. Ukuran Perusahaan

Definisi dari ukuran perusahaan yaitu skala yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari besarnya total penjualan dan total aktiva. Maka di dalam penelitian ini, pengukuran terhadap ukuran perusahaan diproksi dengan nilai logaritma natural dari total asset. Secara sistematis dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$\text{Size} = \text{Ln Total Asset}$$

### 3. Variabel Intervening

Variabel intervening adalah variabel yang memberikan jeda antara variabel bebas dengan variabel terikat, sehingga variabel tidak langsung mempengaruhi variabel terikat (Sugiyono, 2011). Variabel intervening yang digunakan dalam penelitian ini adalah profitabilitas. Profitabilitas menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba. Laba yang dihasilkan oleh suatu perusahaan biasanya berasal dari penjualan dan investasi perusahaan. Profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan *return on asset* (ROA). ROA merupakan perbandingan laba bersih dengan jumlah aktiva perusahaan. ROA dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}}$$

## F. Uji Hipotesis dan Analisis Data

### 1. Alat Analisis

Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda yang berguna untuk menganalisis pengaruh antar lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini menggunakan bantuan software SPSS. Regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), *growth*, ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening. Model regresi linier dengan variabel intervening merupakan hubungan bertingkat (Suliyanto, 2011: 129). Model persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$PBV = a + b_1CSR + b_2Gr + b_3Sz + b_4ROA + e$$

$$ROA = a + b_1CSR + b_2Gr + b_3Sz + e$$

Keterangan:

a = konstanta

$b_1$ - $b_4$  = koefisien regresi

PBV = Nilai Perusahaan

ROA = Profitabilitas

CSR = *Corporate Social Responsibility*

Gr = *Growth*

Sz = Ukuran Perusahaan

e = error term, diasumsikan 0

#### a. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur digunakan untuk menguji pengaruh variabel intervening. Analisis jalur merupakan perluasan dari regresi linier

berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Apa yang dilakukan oleh analisis jalur adalah menentukan pola hubungan antar tiga atau lebih variabel dan tidak dapat digunakan untuk mengkonfirmasi atau menolak hipotesis (Ghozali, 2016).

Analisis jalur digunakan untuk membandingkan pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung. Cara menentukan pengaruh variabel tersebut langsung atau tidak langsung adalah dengan melihat nilai Beta di kolom Standardized Coefficient. Dimulai dari melihat angka Beta pada kolom variabel independen ke variabel dependen. Setelah itu lakukan perhitungan antara Beta pada kolom variabel independen ke variabel intervening dan kemudian dikalikan dengan Beta pada kolom variabel intervening ke variabel dependen. Dari situlah, dapat dilihat seberapa besarnya angka Beta dari variabel pengaruh langsung atau lebih besar hasil perkalian dari variabel tidak langsung. Dengan demikian, dapat ditentukan variabel memiliki hubungan langsung atau tidak langsung.

## **2. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik digunakan untuk melihat ada atau tidaknya penyimpangan data dan menguji kelayakan atas persamaan regresi yang digunakan pada penelitian ini. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut: ;

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak dapat dilihat melalui dua cara yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2016).

b. Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Apabila terjadi korelasi, artinya terdapat masalah autokorelasi pada data yang digunakan. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan dengan satu sama lainnya (Ghozali, 2016).

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol, (Ghozali, 2016). Salah satu model untuk menguji ada



tidaknya multikolinieritas pada penelitian ini yaitu dengan melihat nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF).

d. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, (Ghozali, 2016). Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Kriteria yang biasa digunakan untuk menyatakan apakah terjadi heteroskedastisitas atau tidak diantara data pengamatan dapat dijelaskan dengan menggunakan koefisien signifikan. Koefisien signifikan harus dibandingkan dengan tingkat signifikansi yang ditetapkan sebelumnya ( $\alpha = 5\%$ ). Jika koefisien signifikansi lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditetapkan, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen lainnya konstan (Ghozali, 2016). Pengujian hipotesis dapat dilakukan sebagai berikut:

- 1) Menentukan  $H_0$  dan  $H_1$
- 2) Menentukan taraf signifikansi ( $\alpha = 5\%$ )
- 3) Menentukan kesimpulan

b. Uji Koefisien determinan ( $R^2$ )

Koefisien determinan ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara  $0 \leq R^2 \leq 1$ . Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas dan semakin tinggi  $R^2$  atau mendekati sempurna menunjukkan bahwa variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi varian variabel dependen (Ghozali, 2016)