

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sarana untuk mendapatkan suatu data sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh (Husein, 2014). Penelitian ini menggunakan pendekatan ilmu manajemen keuangan menganalisis pengaruh nilai pasar terhadap *return* saham pada Subsektor Advertising Printing Media. Adapun variabel bebas (*independent variable*) adalah nilai pasar yang dinilai dengan rasio *Price Earning Ratio* (PER) dan *Price to Book Value* (PBV). Sedangkan yang menjadi variabel terikat (*dependent variable*) adalah *return* saham.

Pada penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah 7 perusahaan Subsektor Advertising Printing Media. Unit analisis yang dijadikan analisis penelitian adalah laporan keuangan perusahaan selama enam tahun berturut-turut dari 2011-2016. Dipilihnya 7 perusahaan Subsektor Advertising Printing Media, karena nilai *return* sahamnya sering kali mengalami penurunan dan cenderung bernilai negatif. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yaitu tentang nilai pasar pengaruhnya terhadap *return* saham perusahaan, maka desain penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* penelitian data panel, yaitu desain penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis antara variabel-variabel bebas dengan variabel terikat dengan cara mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu tidak berkesinambungan dalam jangka panjang.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis dan Metode yang Digunakan

Dalam melakukan sebuah penelitian, agar mempermudah langkah-langkah penelitian sehingga masalah dapat diselesaikan maka seorang peneliti perlu menetapkan terlebih dahulu metode penelitian yang akan digunakan. Menurut (Sugiyono, 2017) metode penelitian adalah suatu cara memilih masalah dan penentuan judul penelitian. Metode penelitian merupakan bagian dari metodologi

yang secara khusus mendeskripsikan tentang cara mengumpulakna data dan menganalisi data. Selain itu, pendapat menyatakan bahwa metode penelitian strategi umum yang dianut dalam pengumpulan data dan analisis data yang diperlukan untuk menjawab persoalan yang dihadapi.

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan keadaan objek penelitian dan untuk menguji hubungan antar variabel serta untuk menguji hipotesis. Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independent) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara satu dengan variabel yang lain (Sugiyono, 2017).

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran (deskripsi) mengenai nilai pasar serta *return* saham Subsektor Advertising Printing Media. Menurut (Arikunto, 2010) mengungkapkan bahwa, penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Penelitian verifikatif yang dilakukan yaitu untuk menguji mengenai pengaruh nilai pasar terhadap *return* saham pada laporan keuangan Subsektor Advertising Printing Media periode 2011-2016.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis dan indicator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Menurut (Sugiyono, 2017), “Variabel penelitian adalah suatu atribut seseorang, atau objek, yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek yang lain”. Untuk mendapatkan data yang relevan dengan hipotesis penelitian, dilakukan pengukuran terhadap variabel-variabel penelitian. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen dan variabel dependen.

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain. Dalam variabel ini yang menjadi variabel independen adalah nilai pasar (X). Variabel ini menggunakan skala rasio. Variabel dependen merupakan variabel yang keberadaannya dipengaruhi variabel independen. Dalam penelitian ini yang

menjadi variabel dependen adalah *return* saham (Y). Variabel ini menggunakan skala rasio.

Secara lengkap operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel. 3.1 berikut ini:

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel	Konsep	Indikator	Skala
Nilai pasar (X)	“Nilai pasar merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan <i>return</i> saham (Sujoko dan Soebiantoro 2007)”.	$PER = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Laba Per Lembar Saham}}$	Rasio
		$PBV = \frac{\text{Nilai pasar Saham}}{\text{Nilai Buku}}$	Rasio
Varibel (Y) <i>Return</i> Saham	“ <i>Return</i> Saham adalah tingkat keuntungan yang dinikmati oleh pemodal atas suatu investasi saham yang dilakukan (Ang, 1997)”.	$Rit = \frac{(Pit - Pit - 1)}{Pit - 1}$	Rasio

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah sumber data yang diperlukan untuk penelitian. Ada dua jenis dan sumber data dalam penelitian, yaitu data primer dan sekunder. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada atau peneliti sebagai tangan kedua (Husein, 2014).

Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah *annual report* perusahaan serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan. Untuk mengetahui lebih jelasnya mengenai jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ditunjukkan oleh Tabel 3.2 sebagai berikut:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Jenis Data	Sumber Data
1.	Pertumbuhan dan fenomena perusahaan subsektor advertising printing media 2010-2016.	Website dunia investasi
2.	Annual Report perusahaan subsektor advertising printing media 2010-2016.	Website BEI
3.	Return saham perusahaan advertising printing media 2011-2016.	Website BEI dan SahamOk.com

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2017) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data ada tiga macam yaitu observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Menurut (Arikunto, 2010) metode pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data. Dengan demikian teknik atau metode pengumpulan data merupakan cara yang digunakan untuk mendapatkan data guna menunjang penelitian.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini adalah studi dokumentasi. Studi dokumentasi merupakan pengumpulan data dengan mencatat data yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti dari dokumen-dokumen yang dimiliki instansi terkait. Dalam penelitian ini studi dokumentasi yang digunakan berupa laporan keuangan perusahaan, data statistik yang diterbitkan di BEI.

3.2.5 Populasi, dan Sampel

3.2.5.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2017) pengertian populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan definisi tersebut, maka dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah perusahaan subsektor advertising printing media yang terdaftar di BEI dengan jumlah 15 perusahaan.

3.2.5.2 Sampel dan Teknik Sampling

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017). Sampel adalah populasi yang terpilih untuk dianalisis. Agar memperoleh sampel yang representatif dari populasi, maka setiap subjek dalam populasi diupayakan untuk memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel. Menurut (Silalahi, 2012) “Teknik sampling merupakan bagaimana menurunkan satu sampel dari populasi tersebut”. Pengambilan sampel penelitian dilakukan dengan metode *probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2017). Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu metode pemilihan sampel dengan kriteria tertentu sampel. Menurut (Silalahi, 2012) “*purposive sampling* merupakan pemilihan subjek yang ada dalam posisi tertentu untuk memberikan informasi yang dibutuhkan”. Berdasarkan pengertian teknik sampling tersebut, kriteria yang digunakan untuk memilih sampel pada laporan keuangan perusahaan subsektor advertising printing media yang terdaftar di BEI periode 2011-2016 yaitu sebagai berikut :

1. Subsektor advertising printing media yang terdaftar di BEI yang mempunyai laporan keuangan paling lengkap dan telah dipublikasikan.
2. Subsektor advertising printing media yang terdaftar di BEI yang masih beroperasi selama periode pengamatan.
3. Subsektor advertising printing media yang terdaftar di BEI yang mengalami fluktuasi *return* saham cenderung menurun.
4. Laporan keuangan harus mempunyai tahun buku yang berakhir 31 Desember.

Jumlah keseluruhan perusahaan subsektor advertising printing media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia adalah sebanyak 15 perusahaan dan yang memenuhi kriteria di atas sebanyak 7 perusahaan yang terdaftar di BEI periode tahun 2011-2016. Untuk selengkapnya, jumlah dan nama perusahaan akan disajikan pada tabel 3.3 berikut ini :

TABEL 3.3
SAMPEL PENELITIAN

No.	NAMA BANK
1.	Mahaka Media Tbk
2.	Elang Mahkota Teknologi Tbk
3.	Fortune Indonesia Tbk
4.	First Media Tbk
5.	MNC Sky Vision Tbk
6.	Surya Citra Media Tbk
7.	Visi Media Asia Tbk

3.2.6 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis

Untuk mencapai suatu kesimpulan atas data yang berhasil disimpulkan dan dianalisis maka proses yang dilakukan adalah menyusun kriteria yang berdasarkan pada data yang dikumpulkan baik dari gambaran umum perusahaan sebagai objek penelitian.

Merujuk pada (Arikunto, 2010) mengenai analisis data, dalam penelitian ini digunakan metode analisis deskriptif kuantitatif yaitu analisis yang bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki melalui perhitungan secara kuantitatif.

Langkah-langkah analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi beberapa hal, yaitu:

1. Menyusun data yang diperoleh ke dalam bentuk tabel.
2. Analisis deskriptif terhadap PER dan PBV
3. Analisis deskriptif terhadap *return* saham .
4. Menguji data untuk mengetahui pengaruh PER dan PBV terhadap *return* saham.

3.2.6.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Data berupa laporan keuangan tahunan perusahaan subsektor advertising printing media yang telah dikumpulkan kemudian dihitung rata-rata perkembangannya dan kemudian dianalisis sebelum diuji hipotesisnya. Sesuai dengan metode penelitian yang digunakan, untuk menghitung nilai pasar (variabel X) dan *return* saham (variabel Y), yaitu dengan cara mendeskripsikan setiap

indikator-indikator variabel tersebut dari hasil pengumpulan data yang didapat. Adapun cara untuk menghitung indikator dari setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menghitung *Price Earning Ratio* (PER)

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Laba Per Lembar Saham}}$$

2. Menghitung *Price to Book Value* (PBV)

$$\text{PBV} = \frac{\text{Nilai pasar Saham}}{\text{Nilai Buku}}$$

3. Menghitung *return* saham

$$\text{Ri.t} = \frac{\text{Pi.t} - \text{Pi.t} - 1}{\text{Pi.t} - 1}$$

3.2.6.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif

Analisis verifikatif dipergunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik dan menitikberatkan pada pengungkapan perilaku variabel penelitian. Pengolahan data penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear multipel. Sebelum dilakukannya analisis regresi linear multipel maka digunakan terlebih dahulu uji asumsi klasik. Analisis data verifikatif ini digunakan untuk menentukan seberapa kuatnya pengaruh variabel independen yaitu nilai pasar dengan variabel dependen yaitu *return* saham. Adapun tahapannya adalah sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah hasil analisis regresi linear berganda yang digunakan untuk menganalisis dalam penelitian ini terbebas dari penyimpangan asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, linearitas, multikoleniaritas, heteroskedastisitas, autokorelasi. Adapun masing-masing pengujian tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut

a. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *test for linearity* dengan pada taraf signifikansi 0,05. Dua

variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (linearitas) kurang dari 0,05.

b. Uji Multikoleniaritas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya bebas multikoleniaritas atau tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.

Uji multikoleniaritas dapat dilihat dari nilai *tolerance*, nilai yang terbentuk harus di atas 10% dengan menggunakan VIF (*Variance Inflation Faktor*), nilai yang terbentuk harus kurang dari 10, bila tidak maka akan terjadi multikolinieritas dan model regresi tidak layak untuk digunakan (Sanusi, 2013:91).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Jika *variance* dari *residual* satu kesatu pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). 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, 2009:69).

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi digunakan untuk uji Durbin-Watson dimana hipotesis akan diuji adalah:

H_0 : tidak ada autokorelasi ($r = 0$)

H_1 : ada autokorelasi ($r \neq 0$)

Bila nilai DW terletak antara batas atas atau upper bound (du) dan ($4-du$), maka koefisien atau korelasi sama dengan nol, berarti tidak ada korelasi (Ghozali, 2009:61).

2. Analisis Regresi Linear Multiple

Regresi linier multipel merupakan suatu persamaan yang menggambarkan hubungan antara dua atau lebih variabel bebas dengan satu variabel terikat. Regresi linier multipel diterapkan pada penelitian ini untuk menunjukkan hubungan antara variabel terikat (Y) dengan variabel bebas (X) yaitu menggunakan persamaan regresi multipel yaitu:

$$Y = a + bX_1 + cX_2$$

(Husein Umar, 2007:253)

Keterangan:

Y = *Return Saham*

a = Konstanta

X₁ = PER

X₂ = PBV

3.2.6.3 Rancangan Pengujian Hipotesis

Sebagai langkah akhir dari analisis data adalah pengujian hipotesis. Untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan harus menggunakan uji statistika yang tepat. Hipotesis penelitian akan diuji dengan mendeskripsikan hasil analisis regresi linear. Untuk menguji signifikansi korelasi antara variabel *Price Earning Ratio* (PER) (X₁), *Price to Book Value* (PBV) (X₂) dan *return saham* (Y). Kebenaran suatu hipotesis dibuktikan melalui data-data yang terkumpul, secara statistik hipotesis diartikan sebagai pertanyaan mengenai keadaan populasi yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian (Sugiyono, 2014:221).

a. Uji Keberartian Regresi (Uji F)

Uji F statistik digunakan untuk menguji apakah regresi dapat digunakan untuk mengambil kesimpulan yaitu tingkat keberartian regresi.

Hipotesis Statistic:

H₀ : Regresi tidak berarti

H₁ : Regresi berarti

Untuk menguji berarti koefisien regresi antar variabel X dan Y dilakukan dengan menggunakan F atau uji ANOVA membandingkan F hitung F tabel yaitu dengan uji keberartian dengan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{JK(\text{Reg})/k}{JK(S)/(n - k - 1)}$$

(Sudjana, 2003:91)

Keterangan:

F = Nilai F

JK(Reg) = Jumlah kuadrat regresi

JK(S) = Jumlah kuadrat sisa

k = Jumlah variabel

n = Jumlah pengamatan

F hasil perhitungan ini dibandingkan dengan F tabel yang diperoleh dengan menggunakan tingkat risiko atau *significance* 0,05. Kriteria permintaan dan penolakan sebagai berikut:

Jika F hitung \leq F tabel, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Jika F hitung $>$ F tabel, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

b. Uji Keberartian Koefisien Regresi (Uji t)

Uji keberartian koefisien (β_i) dilakukan dengan statistik-t (student-t). Hal ini dilakukan untuk menguji koefisien regresi dari variabel independennya.

Adapun hipotesis statistiknya:

a. Hipotesis 1

$H_0 : \beta = 0$, artinya PER tidak berpengaruh terhadap *return* saham

$H_1 : \beta > 0$, artinya PER berpengaruh positif terhadap *return* saham

2. Hipotesis 2

$H_0 : \beta = 0$, artinya PBV tidak berpengaruh terhadap *return* saham

$H_1 : \beta > 0$, artinya PBV berpengaruh positif terhadap *return* saham

Dalam (Sudjana, 2005:325) selain uji F dilakukan pula uji t. Untuk mengetahui signifikan koefisien regresi. Rumusan yang dapat digunakan untuk uji t yaitu sebagai berikut:

$$t = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

(Sudjana, 2003:111)

Keterangan:

$$S_{b_i} = \frac{S_{xy}}{\sqrt{\sum x^2}}$$

$$S_{xy} = \sqrt{\frac{\sum y^2 - b \cdot \sum xy}{n - k}}$$

Selanjutnya, hasil t hitung dibandingkan dengan t tabel dengan ketentuan taraf signifikansi 5 persen uji 1 pihak. Pengambilan keputusan:

1. Jika PER > 0,05 maka H₀ diterima
Jika PER < 0,05 maka H₁ diterima
2. Jika PBV > 0,05 maka H₀ diterima
3. Jika PBV < 0,05 maka H₁ diterima