

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:38), objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa objek di antaranya yaitu kinerja keuangan perusahaan, *sales growth*, *leverage*, dan ukuran perusahaan. Adapun penelitian ini dilakukan pada perusahaan-perusahaan yang konsisten termasuk ke dalam sub sektor *food and beverage* dari tahun 2017-2022.

3.2 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:2) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah ini berarti penelitian berdasarkan pada ciri-ciri keilmuan yakni rasional, empiris, dan sistematis.

3.2.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Sugiyono (2019:15) metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara

mendeskripsikan data yang terkumpul tanpa membuat kesimpulan yang berlaku umum (Sugiyono, 2019).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian mengenai besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan dan parsial. Adapun variabel yang akan menjadi fokus pada penelitian ini yaitu:

1. Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2019:69) variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau penyebab timbul atau berubahnya variabel dependen.

Yang merupakan variabel independen adalah:

- a. *Sales growth* (X_1)
- b. *Leverage* (X_2)
- c. Ukuran Perusahaan (X_3)

2. Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau akibat karena adanya variabel bebas Sugiyono (2019:69). Variabel dependen merupakan variabel yang bergantung dengan variabel lainnya. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Kinerja Keuangan Perusahaan.

Untuk memperjelas variabel yang digunakan penulis dalam penelitian ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
<i>Sales Growth</i> (X1)	<i>Sales growth</i> merupakan kemampuan suatu usaha untuk mempertahankan posisi ekonominya, seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan sektor usaha. <i>Sales growth</i> menunjukkan seberapa jauh perusahaan meningkatkan penjualan dibandingkan dengan total keseluruhan penjualan (Kasmir, 2018)	<i>Sales growth:</i> $\frac{St1 - St1 - 1}{St1 - 1} \times 100\%$	Rasio
<i>Leverage</i> (X2)	<i>Leverage</i> adalah kemampuan perusahaan untuk membayar kewajibannya, baik yang bersifat jangka pendek maupun jangka panjang (Kasmir, 2019:152).	DER: $\frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$	Rasio
Ukuran Perusahaan (X3)	Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara, antara lain: total aset, <i>log size</i> , nilai pasar saham, dan lain-lain (Hartono, 2013:282)	Total Aset	Rasio
Kinerja Keuangan Perusahaan (Y)	Kinerja keuangan merupakan hasil atau kinerja yang dicapai oleh manajemen perusahaan dengan menjalankan fungsi pengelolaan aset perusahaan secara efektif selama jangka waktu tertentu (Rudianto, 2013: 189).	ROA: $\frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$	Rasio

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yakni sumber data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara diperoleh dan dicatat dari pihak lain Sugiyono (2019:69). Dalam penelitian ini penulis memperoleh data berupa laporan keuangan perusahaan dari tahun 2017-2022 yang bersumber dari Bursa Efek Indonesia dan *website* masing-masing perusahaan.

3.2.3.2 Populasi Sasaran

Menurut Sugiyono (2019:130) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan penulis untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini yakni perusahaan sub sektor *food and beverage* di BEI. Berikut ini merupakan daftar perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI dalam rentang waktu 2017-2022:

Tabel 3.2
Daftar Perusahaan Sub Sektor *Food and Beverage*

No	Kode	Nama Saham
1	AISA	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk
2	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk
3	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk
4	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk
5	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk
6	DLTA	Delta Djakarta Tbk
7	HOKI	Buyung Poetra Putri Jaya Tbk
8	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
9	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
10	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk

11	MYOR	Mayora Indah Tbk
12	PSDN	Prashida Aneka Niaga Tbk
13	ROTI	Nippon Indosari Corprindo Tbk
14	SKBM	Sekar Bumi Tbk
15	SKLT	Sekar Laut Tbk
16	STTP	Siantar Top Tbk
17	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk

Dalam rentang waktu 2017-2022 terdapat total 17 Perusahaan yang dijadikan populasi sasaran penelitian. Setiap tahunnya sub sektor *food and beverage* selalu mengalami perubahan total perusahaan. Perubahan ini dikarenakan terdapat perusahaan yang baru bergabung dan juga berpindah sub sektor maupun sektor.

3.2.3.3 Penentuan Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2019:127). Dalam penelitian ini sampel yang digunakan menggunakan teknik *nonprobability sampling* yakni teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi dipilih menjadi sampel. Teknik *nonprobability sampling* yang digunakan yakni *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu (Sugiyono, 2019:133). Oleh karena itu, terdapat pertimbangan atau kriteria perusahaan yang akan dipilih sebagai sampel yakni sebagai berikut:

1. Perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode 2017-2022;

2. Perusahaan sub sektor *food and beverage* yang selalu mencetak laba tahun 2017-2022.

Berdasarkan kriteria di atas, maka dapat diperoleh sebanyak 14 perusahaan, dengan proses seleksi sebagai berikut:

Tabel 3.3
Proses Seleksi Sampel Penelitian

Kriteria	Jumlah Perusahaan
Perusahaan yang terdaftar dalam perusahaan sub sektor <i>food and beverage</i> Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2022.	17
Perusahaan yang tidak selalu mencetak laba pada tahun 2017-2022	(3)
Jumlah Sampel	14

Berdasarkan proses *purposive sampling* dalam lampiran dengan kriteria yang dibutuhkan, maka terdapat 14 perusahaan yang sesuai dengan kebutuhan penelitian ini.

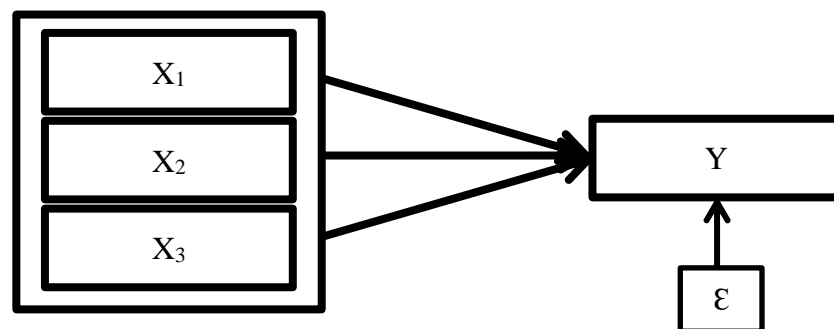
Tabel 3.4
Sampel Penelitian

No	Kode	Nama Saham
1	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk
2	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk
3	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk
4	DLTA	Delta Djakarta Tbk
5	HOKI	Buyung Poetra Putri Jaya Tbk
6	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
7	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
8	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk
9	MYOR	Mayora Indah Tbk
10	ROTI	Nippon Indosari Corprindo Tbk
11	SKBM	Sekar Bumi Tbk
12	SKLT	Sekar Laut Tbk
13	STTP	Siantar Top Tbk
14	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk

3.2.4 Model Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:42) model penelitian adalah pola pikir yang menunjukkan hubungan antar variabel yang akan diteliti sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang akan dijawab, teori yang akan digunakan, jenis dan jumlah hipotesis, dan teknik statistik yang akan digunakan.

Model dalam penelitian ini menggunakan hubungan antar variabel dimana terdapat empat variabel penelitian yakni *sales growth*, *leverage*, ukuran perusahaan dan kinerja keuangan perusahaan. Model dari penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.1 Model Penelitian

Keterangan:

— = Parsial

- - - = Simultan

X_1 = *Sales growth*

X_2 = *Leverage*

X_3 = Ukuran Perusahaan

Y = Kinerja Keuangan Perusahaan

ϵ = Faktor lain yang tidak diteliti

3.2.5 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2019:320) analisis data adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga dapat dipahami oleh semua pihak.

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode analisis regresi data panel dengan bantuan *software* E-Views. Analisis data dilakukan untuk memperoleh kesimpulan mengenai pengaruh dan hubungan antara variabel independen yakni *Sales Growth*, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan terhadap variabel dependen yakni Kinerja Keuangan Perusahaan. Data yang diperoleh akan diuji melalui beberapa tahapan. Adapun tahapan untuk melakukan pengujian ini adalah sebagai berikut:

3.2.5.1 Uji Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif yaitu penyajian tabel dan data-data masing-masing variabel secara sendiri-sendiri untuk melihat nilai rata-rata dan pertumbuhan dengan model analisis. Alat yang digunakan adalah rata-rata (*mean*), standar deviasi, maksimum dan minimum. Uji statistik deskriptif ini dilakukan dengan menggunakan bantuan *software* E Views.

3.2.5.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah analisis yang dilakukan untuk menilai apakah di dalam sebuah model regresi linear *Ordinary Least Square* (OLS) terdapat masalah-masalah asumsi klasik. Kualitas data diuji menggunakan uji asumsi klasik. Metode yang dipakai untuk menguji analisis regresi data panel di antaranya:

1. Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2013:130) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel residual dari model regresi berdistribusi normal. Tingkat signifikansi data yang dinyatakan berdistribusi normal yakni nilai probability $\geq 0,05$. Sebaliknya jika nilai signifikansi probability $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

2. Uji Mutikolinearitas

Menurut Ghazali (2013:105) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Tanda multikolinearitas yang dapat diterima yakni jika nilai toleransi $\leq 0,10$ atau nilai VIF ≥ 10 .

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians dalam model regresi antara residual satu dengan yang lain. Menurut Ghazali (2013:139), suatu model regresi dikatakan baik jika modelnya homokedastisitas, yakni tidak terjadi heterokedastisitas. Selanjutnya untuk

mengetahui apakah pola variabel error mengandung heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji Glejser. Jika nilai pada probabilitas p-value atau signifikansi $\geq 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.2.5.3 Analisis Regresi Data Panel

Menurut Basuki & Prawoto (2017:276) regresi data panel merupakan teknik regresi yang menggabungkan data runtut waktu (*time series*) dengan data silang (*cross section*). Data *time series* adalah data yang dikumpulkan dalam kurun waktu terhadap suatu individu. Sedangkan data *cross section* adalah data yang dikumpulkan satu waktu dari sampel.

Model regresi panel dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$Y_{it} = \alpha + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \beta_3 X_{3it} + e_{it}$$

Keterangan:

Y_{it} = Variabel Terikat atau dependen (Kinerja Keuangan Perusahaan)

α = Konstanta

$\beta_1 - \beta_3$ = Koefisien regresi masing-masing variabel independen

X_{1it} = Variabel Bebas atau independen (*Sales Growth*)

X_{2it} = Variabel Bebas atau independen (*Leverage*)

X_{3it} = Variabel Bebas atau independen (Ukuran Perusahaan)

i = Perusahaan

t = Periode ke- i

e = Error term

3.2.5.4 Teknik Estimasi Model Regresi Data Panel

Dalam metode estimasi model regresi dengan menggunakan data panel dapat dilakukan melalui tiga pendekatan, antara lain:

1. *Common Effect Model*

Pendekatan model ini merupakan pendekatan model data panel yang paling sederhana karena hanya mengkombinasikan data *time series* dan *cross section*. Pada model ini tidak diperhatikan dimensi waktu maupun individu, sehingga diasumsikan bahwa perilaku data perusahaan sama dalam berbagai kurun waktu. Metode ini bisa menggunakan pendekatan *Ordinary Least Square* (OLS) atau teknik kuadrat terkecil untuk mengestimasi model data panel.

2. *Fixed Effect Model*

Pendekatan model ini mengasumsikan bahwa perbedaan antar individu dapat diakomodasi dari perbedaan intersepnya. Untuk mengestimasi data panel model *Fixed Effect* menggunakan teknik *variable dummy* untuk menangkap perbedaan antar perusahaan. Bisa juga terjadi perbedaan intersepnya karena perbedaan budaya kerja, manajerial dan intersep. Namun sloponya sama antar perusahaan. Model estimasi ini sering disebut dengan teknik *Least Squares Dummy Variable* (LSDV).

3. *Random Effect Model*

Pendekatan pada model ini dapat mengestimasi data panel dimana variabel gangguan mungkin saling berhubungan antar waktu dan antar individu. Pada model *Random Effect* terdapat perbedaan intersep diakomodasi oleh *error terms* pada masing-masing perusahaan. Keuntungan menggunakan model *Random Effect* adalah untuk menghilangkan heteroskedastisitas. Model ini disebut juga dengan *Error Component Model* (ECM) atau teknik *Generalized Least Square* (GLS).

3.2.5.5 Pemilihan Model Regresi Data Panel

Menurut Basuki & Prawoto (2017:277) untuk memilih model yang paling tepat digunakan dalam mengelola data panel, terdapat beberapa pengujian yang dapat dilakukan yakni:

1. Uji Chow

Chow test yakni pengujian untuk menentukan model *fixed effect* atau *common effect* yang paling tepat digunakan dalam mengestimasi data panel.

Hipotesis yang dibentuk dalam uji chow adalah sebagai berikut:

H₀ : model *common effect* lebih baik dibandingkan model *fixed effect*.

H₁ : model *fixed effect* lebih baik dibandingkan model *common effect*.

Dalam uji chow, H₀ dapat diterima apabila p-value > α (0,05). Sebaliknya apabila p-value < α (0,05) maka H₀ ditolak dan H₁ diterima yang berarti model yang lebih baik digunakan adalah *fixed effect model*.

2. Uji Hausman

Hausman test adalah pengujian statistik untuk memilih apakah model *fixed effect* atau *random effect* yang paling tepat digunakan.

Hipotesis yang dibentuk dalam uji chow adalah sebagai berikut:

H₀ : model *random effect* lebih baik dibandingkan model *fixed effect*.

H₁ : model *fixed effect* lebih baik dibandingkan model *random effect*.

Hasil uji dapat dilihat dari probabilitas *cross section random*, jika nilainya > 0,05 maka H₀ diterima maka model yang dipilih adalah *random effect model*.

Tetapi jika nilainya < 0,05 maka H₀ ditolak maka model yang dipilih adalah *fixed effect model*.

3. Uji Lagrange Multiplier

Untuk mengetahui apakah model *random effect* lebih baik daripada metode *common effect* digunakan uji lagrange multiplier

Uji ini menggunakan metode *Breusch-Pagan* dengan melihat *P-Value*. Jika *P-Value Breusch-Pagan* < 0,05, maka model yang tepat adalah *random effect*, sedangkan jika *P-Value* > 0,05, maka model yang tepat adalah *common effect*.

3.2.5.6 Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Sugiyono (2016) rumus yang digunakan untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi dikuadratkan

Kriteria untuk koefisien determinasi, yakni:

1. Jika KD mendekati nol, berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen rendah
2. Jika KD mendekati satu, berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen tinggi.

3.2.5.7 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu sebagai berikut:

1. Penetapan Hipotesis Operasional

a. Pengujian Secara Parsial

$H_{01} : \beta_{YX_1} = 0$ *Sales growth* secara parsial tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan

$H_{a1} : \beta_{YX_1} > 0$ *Sales growth* secara parsial berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan

$H_{02} : \beta_{YX_2} = 0$ *Leverage* secara parsial tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan

$H_{a2} : \beta_{YX_2} > 0$ *Leverage* secara parsial berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan

- $H_{03} : \beta_{YX_3} = 0$ Ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan
- $H_{a3} : \beta_{YX_3} > 0$ Ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan

b. Pengujian Secara Bersama-sama

- $H_0 : \beta_{YX_1} : \beta_{YX_2} : \beta_{YX_3} = 0$ *Sales growth, Leverage*, dan Ukuran perusahaan secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan
- $H_1 : \beta_{YX_1} : \beta_{YX_2} : \beta_{YX_3} \neq 0$ *Sales growth, Leverage*, dan Ukuran perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan

2. Penetapan Tingkat Keyakinan

Dalam penelitian ini ditentukan tingkat keyakinan sebesar 95% dengan tingkat kesalahan yang ditolerir atau alpha (α) sebesar 5%. Penentuan alpha merujuk pada kelaziman yang digunakan secara umum dalam penelitian yang dapat digunakan sebagai kriteria dalam pengujian signifikansi hipotesis penelitian.

3. Penetapan Signifikansi

a. Secara Parsial

Untuk menguji signifikansi secara parsial digunakan uji t, dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

t: Uji t

r: Korelasi parsial yang ditentukan

n: Jumlah sampel

k: Jumlah variabel independen

Adapun hipotesis yang digunakan dalam uji t ini adalah sebagai berikut:

H₀: $\beta_i = 0$, maka tidak ada pengaruh

H_a: $\beta_i \neq 0$, maka terdapat pengaruh

b. Secara Simultan

Untuk menguji signifikansi secara bersama-sama digunakan uji F, dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

R² = Koefisien determinasi

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota data atau kasus

Adapun hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H₀: $\beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$: *Sales growth*, *Leverage*, dan Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan

H_a: $\beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq 0$: *Sales growth*, *Leverage*, dan Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan

4. Kaidah Keputusan

a. Secara Parsial

H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai prob $> 0,05$

H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai prob $< 0,05$ (H_a diterima)

b. Secara Simultan

H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai sig $> \alpha$

H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai sig $< \alpha$ (H_a diterima)

5. Penarikan Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan penulis akan menganalisis secara kuantitatif dengan pengujian seperti tahapan di atas. Dari hasil pengujian akan ditarik kesimpulan yaitu mengenai hipotesis yang ditetapkan tersebut dapat diterima atau ditolak.