

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. OBJEK PENELITIAN

Dalam penelitian ini, objek yang digunakan adalah perusahaan IPO yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2010-2017. Objek pada penelitian ini ialah perusahaan sektor non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

B. JENIS DATA

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data lintas ruang (*cross-sectional*) yang berupa data sekunder. Uma sekaran (2017), berpendapat bahwa data lintas ruang (*cross-sectional*) adalah data yang hanya sekali di kumpulkan, seperti periode hari, minggu, atau bulan bahkan tahun. Menurut Uma sekaran (2017), data sekunder merupakan data yang mengacu pada informasi yang telah dikumpulkan melalui sumber-sumber yang sudah ada. Data sekunder disini berupa laporan keuangan perusahaan sektor non keuangan tahun 2010-2017 yang telah dipublikasikan dalam *Indonesia Stock Exchange (IDX)*

C. POPULASI DAN TEKNIK PENGAMBILAN SAMPLING

Populasi ialah kelompok orang, kejadian, atau hal-hal menarik yang dimana akan dihasilkan sebuah opini (Uma sekaran, 2017). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2010-2017. Sampel ialah sebagian dari populasi yang dimana sampel tersebut terdiri dari sejumlah anggota yang di pilih dari populasi yang di gunakan dalam penelitian (Uma sekaran, 2017). Sampel dalam penelitian ini yaitu perusahaan-perusahaan non keuangan yang melakukan *initial public offering (IPO)* pada tahun 2010-2017. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang *representative*.

Dengan demikian kriteria sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Perusahaan non keuangan yang melakukan *initial public offering (IPO)* tahun 2010-2017,
2. Perusahaan yang mempublikasikan laporan keuangan pada tahun IPO dan sebelum IPO,
3. Laporan keuangan tahunan yang dipublikasikan dalam mata uang rupiah,
4. Hasil MB bernilai positif.

Berdasarkan kriteria sampel diatas, maka diperoleh hasil yang telah ditentukan dalam tabel berikut ini:

Tabel 3 1 Kriteria Sample

No	Kriteria Sampel	Jumlah
1	Perusahaan yang melakukan <i>initial public offering</i> (IPO) tahun 2010-2017	180
2	Perusahaan di sektor keuangan yang mengalami <i>initial public offering</i> (IPO) tahun 2010-2017	(20)
3	Perusahaan yang mempublikasikan laporan keuangan tidak dalam mata uang rupiah	(30)
4	Hasil MB bernilai negatif	(3)
	Sub total	127
	outlayer	(9)
	Total Sampel	118

D. METODE PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi dimana peneliti mengumpulkan data yang sesuai dengan variabel penelitian yang diujikan dan juga sesuai dengan tahun penelitian dari berbagai sumber yang terkait, sumber pengumpulan data berasal dari Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan alamat *website* www.idx.co.id. Data yang dikumpulkan adalah data *market to book ratio*, *asset tangibility*, *EBIT* dan *size*

E. DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL

1. Nilai Pasar Saham

Menurut Brigham dan Houston (2010) “Harga saham menentukan kekayaan pemegang saham”. Maksimalisasi kekayaan pemegang saham diterjemahkan menjadi maksimalkan harga saham perusahaan. Harga saham pada satu waktu tertentu akan bergantung pada arus kas yang diharapkan diterima di masa depan oleh investor. Untuk menguji secara empiris teori penentuan waktu pasar di pasar modal di Indonesia, peneliti mengembangkan model yang berisi variabel yang memengaruhi struktur modal perusahaan Indonesia, yaitu nilai pasar saham yang dimana dalam perhitungannya menggunakan rasio *market-to book* yang digunakan sebagai proxy untuk perilaku pemilihan waktu pasar. Peneliti menggunakan data dari neraca perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2010-2017 dan peneliti mengecualikan dari sampel perusahaan keuangan yaitu, bank, perusahaan asuransi dan perusahaan dengan pengamatan yang hilang untuk periode yang dipertimbangkan. Variabel ini diukur sebagai (Pamungkas, Haryono, Djuminah, Bandi, & Setiawan, 2019)

Market-to-book ratio (MTB)_{t-1}

$$= \frac{\text{market equity}_{t-1}}{\text{book equity}_{t-1}}$$

2. Profitabilitas

Menurut Mamduh M. Hanafi (2012), “Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan (profitabilitas) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham yang tertentu. Profitabilitas didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Perusahaan dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi akan menggunakan utang yang relatif kecil (Brigham & Houston, 1998:521). Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang berhubungan dengan *leverage*. Perusahaan dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi akan menggunakan hutang yang relatif kecil (Brigham & Houston, 1998:521). Karena itu, peneliti pilih variabel ini sebagai ukuran profitabilitas (Brigham dan Ehrhardt, 2005).

$$profitabilitas_{t-1} (PRO) = \frac{EBIT_{t-1}}{Total\ Assets_{t-1}}$$

3. Ukuran Perusahaan

Penjualan adalah salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu mendapatkan laba untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Penentu penting lain dari struktur modal yang digunakan dalam banyak penelitian adalah ukuran perusahaan, Size Diamond, (1991); Rajan & Zingales, (1995);

Titman & Wessels, (1988). Ukuran perusahaan dapat diukur baik melalui jumlah karyawan atau melalui penjualan bersih. Penjualan bersih adalah proksi yang lebih tepat untuk tujuan kami, kami menggunakan dalam studi ini logaritma natural dari penjualan bersih sebagai proksi untuk ukuran perusahaan. Peneliti menggunakan log penjualan sebagai proksi untuk ukuran.

Ukuran perusahaan dianggap sebagai penentu penting profitabilitas perusahaan. Perusahaan yang lebih besar, menurut Shepherd, mungkin juga dapat memanfaatkan kekuatan pasar mereka, sehingga memiliki efek pada profitabilitas. Penelitian ini menggunakan model dari Baker dan Wurgler (2002) dimana ukuran perusahaan diukur sebagai berikut:

$$Firm\ Size_{t-1} = Log\ Sales_{t-1}$$

4. Tangible Assets

Asset tangibility merupakan kemampuan perusahaan dalam mengelola aktiva perusahaan yang dapat dijadikan jaminan perusahaan. Rajan dan Zingales (1995) menyatakan bahwa perusahaan yang semakin besar aktiva tetapnya akan cenderung mengutamakan pemenuhan kebutuhan dana dengan hutang. Aset berwujud perusahaan dapat digunakan sebagai jaminan, karena itu, semakin besar proporsi aset berwujud di neraca, pemberi pinjaman yang lebih bersedia harus memberikan pinjaman, dan

leverage akan cenderung lebih tinggi (Rajan & Zingales, 1995; Baker & Wurgler, 2002). Serupa dengan variabel ukuran perusahaan, tangibilitas aset dapat berkorelasi positif atau negatif dengan rasio hutang.

Oleh karena itu, hasil dan interpretasinya bervariasi dengan penelitian Rajan dan Zingales, (1995); Miguel dan Pindado, (2001); dan Delcoursé, (2007).

$$\text{Asset Tangibility}_{t-1} = \frac{\text{Net fixed assets}_{t-1}}{\text{Total Assets}_{t-1}}$$

F. JENIS PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian kuantitatif dimana penelitian tersebut diperoleh dan dikumpulkan dalam bentuk angka. Pada umumnya penelitian kuantitatif digunakan untuk mendeskripsikan statistik sehingga dapat menunjukkan hubungan antar variabel.

G. METODE ANALISIS

Berikut metode yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Statistik Deskriptif

Metode ini digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi empiris atas data yang dikumpulkan dalam penelitian (Prof Augusty Ferdinand, 2014).

Metode ini digunakan untuk mengetahui nilai pasar, *asset tangibility*, profitabilitas, *size* terhadap struktur modal pada perusahaan non keuangan yang melakukan *initial public offering (IPO)* pada tahun 2010-2017.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen secara bersamaan maupun secara parsial.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan alat analisis statistik yaitu metode regresi linier berganda dengan menggunakan program Excel dan program SPSS *for windows* dan program *Eviews*. Dalam penelitian ini analisis ini digunakan untuk melihat bagaimana hubungan antara nilai pasar (*MTB*), *asset tangibility*, profitabilitas, ukuran perusahaan.

Persamaan Regresi

$$LEV_t = c + b_1M/B_{t-1} + b_2Prof_{t-1} + b_3TANG_{t-1} + b_4SIZE_{t-1} + \mu_i + \varepsilon_t$$

Keterangan :

LEV_{it} : Leverage (Y)

c : Koefisien Konstanta

M/B_{t-1}	: Market To Book	(X1)
$Prof_{t-1}$: Profitabilitas	(X2)
$Tang_{t-1}$: Tangibility	(X3)
$Size_{t-1}$: Size	(X4)
B1, b2, b3, b4	: Koefisien Regresi	
e	: Kesalahan (Standar Error)	

3. Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini dilakukan untuk menguji mengenai ada tidaknya pelanggaran terhadap asumsi-asumsi klasik. Analisis regresi linier berganda dalam penggunaannya perlu diketahui apakah model yang telah digunakan telah memenuhi syarat asumsi-asumsi klasik untuk menguji kelayakan model yang digunakan. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan hasil bahwa regresi linier berganda layak untuk digunakan dan tidak menyimpang dari asumsi-asumsi klasik.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang dipakai dalam penelitian ini terdistribusi secara normal atau tidak.

Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

Untuk menguji apakah data tersebut terdistribusi dengan normal atau tidak maka dapat diketahui dengan uji Jarque-Bera, jika hasilnya nilai probabilitas $> 0,05$ maka dikatakan residual terdistribusi normal. Apabila nilai probabilitas $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak terdistribusi dengan normal.

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas berarti ada hubungan di antara beberapa atau semua variabel independen dalam model regresi. Menurut Rahmawati dkk. (2017), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Masalah multikolinieritas dapat menyebabkan kesulitan dalam melihat pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi yang dipakai dalam penelitian terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya terjadi heteroskedastisitas dapat menggunakan uji *harvey*, *glejser* dan *white*. Model regresi yang baik seharusnya tidak mengalami heteroskedastisitas. Apabila hasil pengujian menunjukkan lebih dari $\alpha=5\%$ maka tidak ada heteroskedastisitas.

H. PENGUJIAN HIPOTESIS

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian ini digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yaitu nol dan satu. Jika nilai koefisien kecil maka dapat dikatakan bahwa kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen terbatas. Sebaliknya jika nilai koefisien determinasi mendekati satu maka variabel independen dapat memprediksi informasi yang dibutuhkan pada variabel dependen.

2. Uji F-statistik

Uji F menggunakan taraf signifikan atau α sebesar 5%, sehingga kriteria yang digunakan yaitu:

- a) Apabila $\alpha < 5\%$ maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b) Apabila $\alpha > 5\%$ maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen.

3. Uji T (*t-test*)

T-test dapat digunakan untuk menguji koefisien regresi secara individu untuk digunakan dalam regresi sederhana dengan dua koefisien regresi (satu variable bebas dan terikat) sehingga hipotesis yang dibuat adalah dua buah. Tingkat signifikansi α sebesar 5%, jika nilai signifikan uji $t < 0,05$ maka variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependennya, sedangkan jika nilai signifikan uji $t > 0,05$ maka variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.