

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah profitabilitas, tingkat pertumbuhan aset dan struktur modal. Dimana ruang lingkup penelitian ini yaitu tentang pengaruh profitabilitas dan tingkat pertumbuhan aset terhadap struktur modal pada PT Unilever Indonesia, Tbk. Data yang diambil adalah data sekunder yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI) dan lokasi penelitian dilaksanakan di Galeri Investasi Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi, Jalan Siliwangi No. 24 Tasikmalaya, melalui transfer data. Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai objek penelitian, berikut gambaran perusahaan yang akan diteliti.

3.1.1 PT Unilever Indonesia, Tbk.

PT Unilever Indonesia, Tbk. (kode saham : UNVR) adalah salah satu perseroan terdepan untuk kategori *Fast Moving Consumer Goods* di Indonesia, telah menjadi bagian tak terpisahkan dari sektor barang konsumsi di Indonesia selama 84 tahun sejak pertama kali didirikan pada 5 Desember 1933. PT Unilever Indonesia, Tbk. merupakan anak perusahaan multinasional Unilever yang berkantor pusat di Rotterdam, Belanda (dengan nama Unilever N.V.) dan London, Inggris (dengan nama Unilever, plc.).

Kegiatan usaha yang dilakukan oleh PT Unilever Indonesia, Tbk. adalah produksi, pemasaran dan distribusi barang-barang konsumsi. Sedangkan produk

yang dihasilkan adalah sabun, deterjen, margarin, es krim, bumbu-bumbu masak, kecap, produk-produk kosmetik, minuman dengan bahan pokok teh dan minuman sari buah. Kantor pusat PT Unilever Indonesia, Tbk. terletak di Graha Unilever, Green Office Park Kav. 3, Jl. BSD Boulevard Barat, BSD City, Tangerang. Rangkaian produk Unilever Indonesia merupakan kombinasi *brand-brand* ternama di dunia dan Indonesia seperti Pepsodent, Lux, Lifebuoy, Dove, dll.

3.1.1.1 Sejarah PT Unilever Indonesia, Tbk.

Berikut ini adalah sejarah dari PT Unilever Indonesia, Tbk.

- 1993 : Unilever Didirikan dengan nama Lever's Zeepfabrieken N.V di Angke, Jakarta.
- 1936 : Memasarkan margarin Blue Band dan sabun mandi Lux di Indonesia.
- 1982 : Unilever Indonesia menjadi perseroan terbuka dan melepas saham ke publik dengan mendaftarkan 15% saham di Bursa Efek Indonesia.
- 1992 : Membuka pabrik es krim Wall's di Cikarang dan meluncurkan Conello dan Paddle Pop di Indonesia.
- 2004 : Mengakuisisi Knorr Indonesia dari Unilever Overseas Holding Ltd dan menggabungkannya dengan Unilever Indonesia.
Memindahkan pabrik produk perawatan rambut dari Rungkut ke Cikarang.
- 2008 : Membangun pabrik Perawatan Kulit (Skin Care) terbesar se-Asia

di Cikarang.

Memasuki bisnis minuman sari buah dengan mengakuisisi Buavita dan Gogo.

Menerapkan SAP di seluruh Unilever Indonesia.

- 2012 : Meraih tonggak sejarah penting dalam mencatatkan hasil penjualan sebesar €2 miliar, berhasil melipatgandakan bisnis hanya dalam kurun waktu lima tahun.
- 2013 : Memperingati 80 tahun perjalanan Unilever di Indonesia dengan meluncurkan “Project Sunlight” untuk menginspirasi masyarakat agar bergabung menciptakan masa depan yang lebih cerah untuk anak-anak dan generasi mendatang.
- 2014 : Meluncurkan program “Bitobe untuk Indonesia” sebagai bagian dari komitmen Lifebuoy untuk mendukung Indonesia yang lebih sehat, yang telah berjalan selama satu dekade.
- 2015 : Membuka pabrik *Foods* baru di Cikarang. Pabrik seluas 6 hektar yang memiliki kapasitas produksi sebanyak 7 juta unit bumbu masak dan kecap setiap tahunnya ini merupakan pabrik ke-9 PT Unilever Indonesia, Tbk.
- 2016 : Memulai proses pemindahan Kantor Pusat baru di BSD City, Tangerang, yang dibangun di atas lahan seluas 3 hektar dan berkonsep ramah lingkungan, kantor ini menampung sekitar 1.500 karyawan dan diresmikan di tahun 2017.
- 2017 : Memperingati 35 tahun saham UNVR tercatat di Bursa Efek

Indonesia. Dalam kurun waktu tersebut, saham perseroan menunjukkan kinerja yang sangat baik, yakni naik lebih dari 1.570 kali dibandingkan saat IPO dan aset perseroan juga bertumbuh lebih dari 110 kali lipat.

3.1.1.2 Visi dan Misi PT Unilever Indonesia, Tbk.

A. Visi

Untuk meraih rasa cinta dan penghargaan dari Indonesia dengan menyentuh kehidupan setiap orang Indonesia setiap harinya.

B. Misi

- bekerja untuk menciptakan masa depan yang lebih baik setiap hari.
- membantu konsumen merasa nyaman, berpenampilan baik dan lebih menikmati hidup melalui brand dan layanan yang baik bagi mereka dan orang lain.
- menginspirasi masyarakat untuk melakukan langkah kecil setiap harinya yang bila digabungkan bisa mewujudkan perubahan besar bagi dunia.
- senantiasa mengembangkan cara baru dalam berbisnis yang memungkinkan tumbuh dua kali lipat sambil mengurangi dampak terhadap lingkungan, dan meningkatkan dampak sosial.

3.1.1.3 Produk PT Unilever Indonesia, Tbk

PT Unilever Indonesia, Tbk. memproduksi barang rumah tangga (*Home and Personal Care*) dan makanan dan minuman (*Foods and Refreshment*). Adapun *brand-brand* di kategori *Home and Personal Care* yaitu Domestos, Rinso, Molto, Sunlight, Vixal, Cif, Surf, Wipol, Super Pell, Lifebuoy, Pond's, Lux, Pureline Hijab Fresh, Dove, Clear, Tresemme, Sunsilk, Fair & Lovely, Vaseline, Citra, Close up, Pepsodent, Zwitsal, Axe dan Rexona.

Sedangkan *brand-brand* di kategori *Foods and Refreshment* adalah SariWangi, Bango, Buavita, Royco, Wall's, Lipton, Magnum, Paddle Pop, Cornetto, Feast, Populaire, Best Foods dan Jawara.

3.1.1.4 Struktur Organisasi PT Unilever Indonesia, Tbk.

Tabel 3.1
Struktur Organisasi PT Unilever Indonesia, Tbk.

Dewan Komisaris	
Nama	Jabatan
Maurits D. R. Lalisang	Presiden Komisaris
Cyrellus Harinowo	Komisaris Independen
Erry Firmansyah	Komisaris Independen
Himahanto Juwana	Komisaris Independen
Mahendra Siregar	Komisaris Independen
Direksi	
Nama	Jabatan
Hemant Bakhsi	Presiden Direktur
Tevilyan Yudhistira Rusli	Direktur <i>Chief Financial Officer</i>
Vikas Gupta	Direktur <i>Home Care and Marketing Services</i>
Hernie Raharja	Direktur <i>Foods</i>
Ira Novianti	Direktur <i>Personal Care</i>
Jichanan Senf	Direktur <i>Refreshment</i>
Amparo Cheung Aswin	Direktur <i>Supply Chain</i>
Enny Hartati Sampurno	Direktur <i>Customer Development</i>

Willy Saelan
Sancoyo Antarikso

Direktur *Human Resources*
Direktur dan Sekretaris Perusahaan *Governance*
and Corporate Affairs

Sumber : Galeri Investasi Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif, metode korelasional dan metode kausal. Menurut Kuncoro (2013 : 12) penelitian deskriptif meliputi pengumpulan data untuk diuji hipotesis atau menjawab pertanyaan mengenai status terakhir dari subjek penelitian. Tipe yang paling umum dari penelitian ini meliputi penilaian sikap, keadaan maupun prosedur. Metode korelasional menurut Kuncoro (2013 : 12) berusaha untuk menentukan apakah terdapat hubungan (asosiasi) di antara dua variabel atau lebih, serta seberapa jauh korelasi yang ada di antara variabel yang diteliti. Sedangkan metode kausal menurut Kuncoro (2013 : 15) studi kausalitas merupakan penelitian yang menunjukkan arah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, disamping mengukur kekuatan hubungannya. Dengan kata lain, studi kausalitas mempertanyakan masalah sebab-akibat.

3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel yaitu variabel terikat dan variabel bebas. Variabel terikat atau tergantung (*dependent variable*) menurut Sanusi (2014 : 50) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah Struktur Modal (Y). Sedangkan variabel

bebas (*independent variable*) menurut Sanusi (2014 : 50) adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Profitabilitas (X_1) dan Tingkat Pertumbuhan Aset (X_2)

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Satuan	Skala
1.	Profitabilitas (ROI) (X_1)	Kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih atas jumlah aktiva yang digunakan pada PT Unilever Indonesia, Tbk.	- laba bersih - total aset	%	Rasio
2.	Tingkat Pertumbuhan Aset (X_2)	Kemampuan perusahaan untuk meningkatkan aset pada PT Unilever Indonesia, Tbk.	- total aset	%	Rasio
3.	Struktur Modal (Y)	Proporsi finansial perusahaan yaitu antara modal yang dimiliki yang bersumber dari utang jangka panjang dengan modal sendiri pada PT Unilever Indonesia, Tbk.	- utang jangka panjang - modal sendiri	%	Rasio

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sanusi (2014: 105) pengumpulan data dapat dilakukan dengan beberapa cara, seperti cara survey, cara observasi, dan cara dokumentasi. Teknik pengumpulan data merupakan hal yang sangat penting dalam melakukan penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan yakni dengan cara dokumentasi. Penulis memperoleh data dokumentasi dengan data berupa file atau dokumen PT Unilever Indonesia, Tbk. periode 2008-2017 yang terdapat di Galeri Investasi Fakultas Ekonomi Universitas Siliwagi.

3.2.2.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2015 : 9) data kuantitatif dibedakan menjadi dua yaitu data diskrit dan data kontinu. Data diskrit sering juga disebut data nominal, adalah data kuantitatif yang satu sama lain terpisah, tidak dalam satu garis kontinu. Data ini diperoleh dari hasil menghitung/membilang. Sedangkan data kontinu adalah data kuantitatif yang satu sama lain berkesinambungan dalam satu garis. Data ini diperoleh dari hasil mengukur. Data kontinu dibedakan menjadi tiga, yaitu data ordinal, interval dan rasio.

Menurut Sanusi (2014 : 104) data tergolong menjadi dua bagian yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti, sedangkan data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain.

3.2.2.2 Prosedur Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui data sekunder yaitu penelitian melalui buku-buku literatur, sumber data dan informasi lainnya yang ada hubungannya baik secara langsung maupun tidak langsung

dengan masalah yang diteliti. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu data yang dinyatakan dalam angka-angka yang menunjukkan nilai terhadap besaran variabel yang diwakilinya.

Adapun prosedur pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut :

1. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi yaitu pengumpulan data-data yang dilakukan dengan cara melihat, membaca, dan mencatat data-data maupun informasi yang diperoleh dari PT Unilever Indonesia, Tbk. di Galeri Investasi Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi.

2. Studi Kepustakaan

Pada penelitian ini, peneliti mengkaji teori yang diperoleh dari literatur, artikel, jurnal, dan hasil penelitian terdahulu sehingga peneliti dapat memahami literatur yang berkenaan dengan penelitian yang bersangkutan.

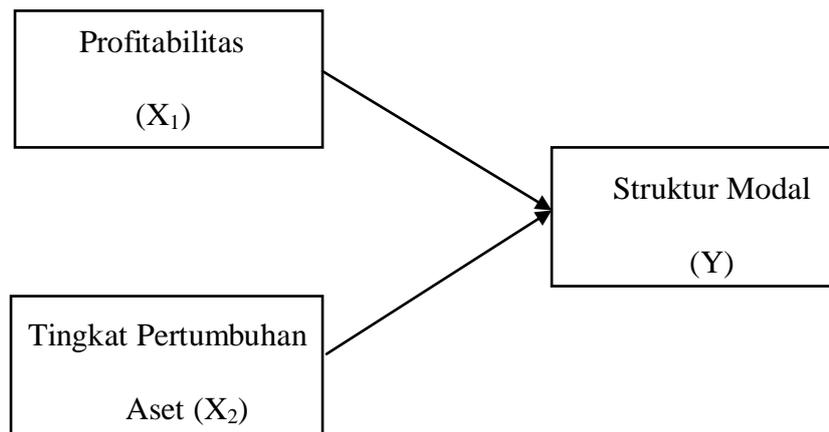
3.3 Paradigma Penelitian

Menurut Sugiyono (2013: 8) paradigma penelitian diartikan sebagai pola pikir yang menunjukkan hubungan antara variabel yang akan diteliti yang sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian, teori yang digunakan untuk merumuskan hipotesis, jenis data dan jumlah hipotesis, dan teknik analisis statistik yang akan digunakan.

Sesuai dengan judul penelitian “Pengaruh Profitabilitas dan Tingkat Pertumbuhan Terhadap Struktur Modal pada PT Unilever Indonesia, Tbk.” maka

paradigma penelitian beserta setiap variabel penelitian, baik variabel bebas profitabilitas (X_1) dan tingkat pertumbuhan aset (X_2) maupun variabel terikat yaitu struktur modal (Y) adalah sebagai berikut :

Gambar 3.1
Paradigma Penelitian



3.4 Teknik Analisis Data

Untuk mengetahui “Pengaruh Profitabilitas dan Tingkat Pertumbuhan terhadap Struktur Modal pada PT Unilever Indonesia, Tbk.” maka analisis yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

3.4.1 Analisis Rasio Keuangan

a. Profitabilitas

Untuk menghitung profitabilitas menggunakan *Return on Investment* (ROI) dengan rumus :

$$\text{Return on Investment} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax}}{\text{Total assets}} \times 100\%$$

b. Tingkat Pertumbuhan Aset

Untuk menghitung tingkat pertumbuhan aset, rumus yang digunakan adalah :

$$\text{Pertumbuhan aset} = \frac{\text{total aset tahun t} - \text{total aset tahun t-1}}{\text{total aset tahun t-1}} \times 100\%$$

c. Struktur Modal

Untuk menghitung struktur modal, rumus yang digunakan adalah :

$$\text{Struktur Modal} = \frac{\text{Long term liabilities}}{\text{Shareholders' equity}} \times 100\%$$

3.4.2 Analisis Statistik

Dalam pengolahan data penelitian ini digunakan software SPSS 16.0 dengan analisis statistik sebagai berikut:

3.4.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal. Normalitas data dapat ditentukan dengan melihat histogram atau pola distribusi normal. Apabila data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.

Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Selain itu dapat digunakan uji asumsi *Kolmogorov-Smirnov* (K-S), dimana jika nilai signifikan yang ditunjukkan tabel lebih kecil dari alpha 5% ($\alpha < 0,05$) berarti distribusi data tidak normal dan data tidak memenuhi asumsi normalitas, sebaliknya jika nilai signifikan di dalam tabel lebih besar dari alpha 5% ($\alpha > 0,05$) berarti distribusi data normal dan data sudah memenuhi asumsi normalitas.

3.4.2.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas diuji dengan metode Glesjer dengan cara menyusun regresi antara nilai absolut residual dengan variabel bebas. Apabila masing-masing variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap absolut residual ($\alpha = 0,05$) maka dalam model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Jika angka signifikansi t yang diperoleh dari persamaan regresi yang baru lebih besar dari alpha 5% ($\alpha \geq 0,05$) maka dikatakan tidak terjadi heteroskedastitas dalam data model. Sebaliknya, jika angka signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari alpha 5% ($\alpha < 0,05$) maka dapat dikatakan terjadi heteroskedastitas dalam data model.

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk menunjukkan bahwa tidak ada autokorelasi atau kondisi yang berurutan di antara gangguan atau *disturbance* yang masuk ke dalam fungsi regresi. Untuk mendeteksi gejala autokorelasi dapat

dilakukan dengan pengujian *Durbin-Watson* (d). Hasil perhitungan *Durbin-Watson* (d) dibandingkan dengan nilai d_{tabel} pada $\alpha = 0,05$. Tabel d memiliki dua nilai, yaitu nilai batas atas (d_U) dan nilai batas bawah (d_L) untuk berbagai nilai n dan k .

Jika $d < d_L$; maka terjadi autokorelasi positif

$d > 4 - d_L$; maka terjadi autokorelasi negatif

$d_U < d < 4 - d_U$; maka tidak terjadi autokorelasi

$d_L \leq d \leq d_U$ atau $4 - d_U \leq d \leq 4 - d_L$; maka pengujian tidak meyakinkan.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah ditemukan korelasi antara variabel-variabel bebas. Pendeteksian terhadap multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflating Factor* (VIF) dari hasil analisis regresi. Jika nilai VIF > 10 maka terdapat gejala multikolinearitas yang tinggi.

3.4.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2013 : 277) analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen bila dua atau lebih variabel independen sebagai prediktor dimanipulasi (dinaik-turunkan nilainya). Jadi regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua. Dalam penelitian ini ada dua variabel independen dan satu variabel dependen. Regresi linear berganda dinyatakan dalam persamaan matematika sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

- Y : struktur modal
- a : Konstanta
- b_1, b_2 : koefisien regresi dari masing-masing variabel independen
- X_1 : profitabilitas (ROI)
- X_2 : tingkat pertumbuhan aset
- e : Standard eror

3.4.2.4 Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono (2014 : 216) pengkuadratan koefisien korelasi (r^2) digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen " X_1 " dan " X_2 " terhadap variabel dependen " Y ". Kemudian dapat diketahui dengan menggunakan analisis koefisien determinasi atau disingkat Kd, yang diperoleh dengan mengkuadratkan koefisien korelasi dikalikan 100%. Besarnya nilai koefisien determinasi terletak antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi (Kd) dihitung dengan rumus berikut:

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

Keterangan :

Kd = koefisien determinasi (R^2)

r = koefisien korelasi

Dengan kriteria:

$R^2 = 1$, berarti terdapat kecocokan sempurna dan seluruh variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independennya.

$R^2 = 0$, berarti tidak ada variasi variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya dan tidak ada hubungan antara variabel dependen dengan variabel independennya

3.4.3 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis akan dimulai dengan penetapan hipotesis operasional, penetapan tingkat signifikan, uji signifikansi, kriteria keputusan dan penarikan kesimpulan.

1. Penetapan Hipotesis Operasional

a. Secara Simultan

$H_0 : \rho = 0$ Profitabilitas dan Tingkat Pertumbuhan Aset secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap Struktur Modal pada PT Unilever Indonesia, Tbk.

$H_a : \rho \neq 0$ Profitabilitas dan Tingkat Pertumbuhan Aset secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Struktur Modal pada PT Unilever Indonesia, Tbk.

b. Secara Parsial

$H_{01} : \rho = 0$ Profitabilitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Struktur Modal pada PT Unilever Indonesia, Tbk.

$H_{a1} : \rho \neq 0$ Profitabilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Struktur Modal pada PT Unilever Indonesia, Tbk.

$H_{02} : \rho = 0$ Tingkat Pertumbuhan Aset secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Struktur Modal pada PT Unilever Indonesia, Tbk.

$H_{a2} : \rho \neq 0$ Tingkat Pertumbuhan Aset secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Struktur Modal pada PT Unilever Indonesia, Tbk.

2. Penetapan Tingkat Signifikansi

Taraf signifikansi (α) ditetapkan sebesar 5%. Ini berarti kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas tingkat keyakinan atau *confidence level* sebesar 95%. Taraf signifikansi sebesar 5% merupakan taraf kesalahan atau taraf signifikansi yang biasa digunakan dalam penelitian sosial.

3. Uji Signifikansi

a. Secara simultan menggunakan uji F

b. Secara parsial menggunakan uji t

4. Kriteria Keputusan

a. Secara simultan

Jika *significance* $F < (\alpha = 0,05)$ Ho ditolak dan Ha diterima

Jika *significance* $F \geq (\alpha = 0,05)$ Ho diterima dan Ha ditolak

b. Secara parsial

Jika *significance* $t < (\alpha = 0,05)$ Ho ditolak dan Ha diterima

Jika *significance* $t \geq (\alpha = 0,05)$ Ho diterima dan Ha ditolak

5. Penarikan Kesimpulan

Dari hasil analisis tersebut akan ditarik kesimpulan apakah hipotesis yang telah ditetapkan tersebut ditolak atau diterima.