

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Adapun yang menjadi objek penelitian adalah *financial leverage*, *firm size* dan *return* saham. Dengan ruang lingkup penelitian tentang pengaruh *financial leverage* dan *firm size* terhadap *return* saham pada perusahaan PT. Unilever Indonesia, Tbk. Dengan lokasi penelitian dilaksanakan di Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi.

3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Unilever Indonesia, Tbk pertama kali didirikan pada 5 Desember 1933 dengan nama “Lever’s Zeepfabrieken N.V”. Yang bertempat di daerah Angke, Jakarta Utara berdasarkan akta No.23 dari Mr. A.H van Ophuijsen, notaris di Batavia. Akta ini disetujui oleh Jenderal Geoual van Justitie di Batavia dengan No. 302 pada Desember 1933 dan diterbitkan dalam Javasche Courant pada 9 Januari 1934.

Pada 22 Juli 1980, perusahaan berganti nama menjadi “PT. Unilever Indonesia” dengan akta No.171 dari notaris Ny. Kartini Muljadi SH. Perubahan nama pun kembali terjadi pada 30 Juni 1997 menjadi “PT. Unilever Indonesia, Tbk” dengan akta No. 92 notaris public Bapal Mudofir Hadi SH. Akta ini disetujui oleh Menteri Kehakiman dengan surat keputusan No. C2-

1.049HT.01.04TH.98 tanggal 23 Februari 1998 dan diumumkan dalam Berita Negara No. 2620 tanggal 15 Mei 1998.

Pada 22 November 2000, Unilever Indonesia mengadakan perjanjian dengan PT. Anugrah Indah Pelangi, untuk mendirikan perusahaan baru yaitu PT. Anugrah Lever (PT AL) yang bergerak di bidang manufaktur, pengembangan, pemasaran dan penjualan dari kecap, saus cabai dan saus lainnya di bawah bango dan merek lain di bawah lisensi perusahaan untuk PT. AL.

Berselang 2 tahun, tepatnya pada tanggal 3 Juli 2002, Unilever Indonesia kembali mengadakan perjanjian dengan Texchem Resources Berhad untuk mendirikan perusahaan baru yaitu PT. Technopia Lever yang bergerak di bidang distribusi, ekspor dan impor barang-barang dengan merek dagang Domestos Nomos. Pada tanggal 7 November 2003, Texchem Resources Berhad menandatangani perjanjian jual beli saham dengan Technopia Singapore Pte. Ltd, dimana Texchem Resources Berhad setuju untuk menjual semua sahamnya di PT. Technopia Lever ke Technopia Singapore Pte. Ltd.

Dalam Rapat Umum Luar Biasa perusahaan pada tanggal 8 Desember 2003, Unilever Indonesia menerima persetujuan dari pemegang saham minoritasnya untuk mengakuisisi saham PT Knorr Indonesia (PT KI) dari Unilever Overseas Holdings Limited (pihak terkait). Akuisisi ini efektif berjalan pada tanggal penandatanganan perjanjian jual beli saham antara perusahaan dan Unilever Overseas Holdings Limited pada tanggal 21 Januari 2004.

Pada 30 Juli 2004, Unilever Indonesia bergabung dengan PT KI. Merger dicatat dengan menggunakan metode yang mirip dengan metode penyatuan kepemilikan. Perusahaan adalah perusahaan yang bertahan dan setelah merger PT KI tidak lagi ada sebagai badan hukum yang terpisah. Penggabungan ini sesuai dengan persetujuan Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) dalam surat No. 740 / III / PMA / 2004 tanggal 9 Juli 2004.

Pada 2007, perusahaan menandatangani perjanjian bersyarat untuk membeli merek "Buavita" dan "Gogo" minuman Vitality berbasis buah dari Ultra. Transaksi selesai pada Januari 2008.

Tabel 3.1
Tahun Bersejarah PT. Unilever Indonesia, Tbk

1933	: Unilever Indonesia pertama kali berdiri dengan nama Lever's Zeepfabrieken N.V di daerah Angke, Jakarta Utara
1936	: Margarin Blue Band dan sabun mandi Lux mulai dipasarkan di Indonesia
1982	: Unilever Indonesia menjadi perseroan terbuka dan melepas saham ke publik dengan mendaftarkan 15% saham di Bursa Efek Indonesia
1990	: Membuka pabrik Personal Care di Rungkut, Surabaya dan memasuki bisnis teh dengan mengakuisisi SariWangi
1992	: Pabrik es krim Wall's dibuka di Cikarang. Conello dan Paddle Pop muncul di pasar
2001	: Memulai bisnis kecap dengan mengakuisisi Bango

2004	: Merek Knorr diakuisisi 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 brand Buavita dan Gogo. SAP diimplementasikan di seluruh Unilever Indonesia
2013	: Memperingati 80 tahun perjalanan Unilever Indonesia, dengan meluncurkan “Project Sunlight” untuk menginspirasi masyarakat agar bergabung dalam menciptakan masa depan yang lebih cerah bagi generasi mendatang
2014	: Meluncurkan program ‘Bitobe untuk Indonesia’, sebagai wujud komitmen jangka panjang Lifebuoy untuk menciptakan masyarakat yang lebih sehat
2015	: Membuka pabrik ke-9 dari Unilever Indonesia seluas 6 hektar di Cikarang, yang memiliki kapasitas produksi sebanyak 7 juta unit bumbu masak dan kecap setiap tahunnya
2016	: Memindahkan kantor pusat ke gedung baru seluas 3 hektar di BSD City Tangerang. Kantor baru ini ditempati oleh 1.200 karyawan dan diresmikan pada tahun 2017
2018	: Meluncurkan kategori baru yaitu kategori saus sambal dengan mempersembahkan saus sambal Jawara dan meluncurkan brand perawatan tubuh baru Korea Glow

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Hal ini senada dengan V. Wiratna Sujarweni (2015: 39) mengatakan bahwa penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Tabel Operasionalisasi variabel penelitian dapat disajikan sebagai berikut

Tabel 3.3
Operasionalisasi Variabel

Varia bel	Definisi Operasionalisasi	Indik ator	Formula	Skala
<i>Finan cial Lever age (X₁)</i>	Rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas, menurut (Kasmir, 2017: 112)	DER	$\frac{\text{Total Liabilitas}}{\text{Total Ekuitas}}$	Rasio
<i>Firm Size (X₂)</i>	Diukur dengan mentransformasikan total aset yang dimiliki perusahaan ke dalam bentuk logaritma natural, Werner R. Murhadi (2013)	Total Asset	Ln Total Asset	Rasio
<i>Retur n Saha m (Y)</i>	Mengukur jumlah dividen yang diperoleh investor, menurut (Jogiyanto, 2014: 236)	<i>Yield</i>	$\frac{D_t}{P_{t-1}}$	Rasio

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Untuk melengkapi dan menyelesaikan penelitian ini, penulis menggunakan data dan informasi sebagai berikut:

1. Studi Lapangan

Yaitu penelitian untuk mendapatkan data sekunder dan objek yang akan diteliti dengan menggunakan pengumpulan data perusahaan melalui Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi.

2. Studi Kepustakaan

Yaitu dilakukan dengan mempelajari dan mengambil data dari literatur terkait dan sumber-sumber lain yang dianggap dapat memberikan informasi mengenai penelitian ini.

3.2.3.1 Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka, (Sujarweni, 2015: 89). Cara memperoleh data dengan menggunakan data sekunder yaitu data yang didapat dari catatan, buku, dan majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah dan lain sebagainya.

Dan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data berkala (*time series data*) atau data runtut waktu yaitu rangkaian nilai yang diambil pada waktu yang berbeda, (Sujarweni, 2015: 90). Data tersebut dikumpulkan secara berkala pada interval waktu tertentu, yaitu secara tahunan.

3.2.3.2 Populasi Sasaran

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016: 80).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

3.2.3.3 Penentuan Sampel

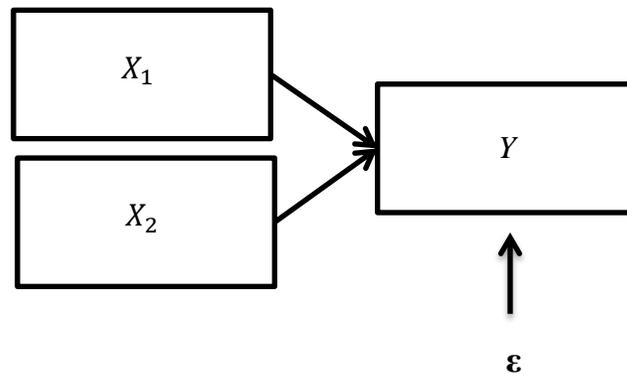
Menurut Sujarweni (2015: 81) sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sehingga sampel dalam penelitian ini adalah data PT. Unilever Indonesia, Tbk periode 2009-2018.

Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan sampel nonprobabilitas yaitu teknik pengambilan yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dengan menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, Sujarweni (2015: 88). Sampel dalam penelitian ini adalah data PT. Unilever Indonesia, Tbk pada tahun 2009-2018.

Penulis memilih PT. Unilever Indonesia, Tbk karena perusahaan tersebut sudah menjadi *market leader* dalam industri *food and refreshment* dan *home and personal care* di Indonesia. Perusahaan tersebut berhasil menguasai pasar di Indonesia. Terdapat 2 brand dari PT. Unilever Indonesia, Tbk yang masuk dalam 10 brand yang menguasai pasar di Indonesia, diantaranya lifebuoy dengan penetrasi pasar sebesar 94,5% dan Royco dengan penetrasi pasar sebesar 92,4%

dan masih banyak brand-brand lainnya dari PT. Unilever Indonesia, Tbk yang menguasai pasar sehingga tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI), saham perusahaan tersebut menempati peringkat keempat kapitalisasi pasar terbesar di bursa, yakni sebesar Rp. 269 triliun. Dari pertimbangan diatas, penulis tertarik untuk menjadikan PT. Unilever Indonesia, Tbk sebagai sampel dalam penelitian.

3.3 Paradigma Penelitian



Gambar 3.1 Paradigma Penelitian

Keterangan :

$X_1 = \textit{Financial Leverage}$

$X_2 = \textit{Firm Size}$

$Y = \textit{Return Saham}$

$\varepsilon = \textit{Faktor-faktor yang tidak diteliti}$

3.4 Teknik Analisis Data

Penelitian untuk mengukur pengaruh *financial leverage* dan *firm size* terhadap *return* saham pada PT. Unilever Indonesia, Tbk maka analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.4.1 Analisis Rasio Keuangan

a. *Debt To Equity Ratio*

Debt to Equity Ratio adalah Rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas.

Secara formulasi rumus DER adalah sebagai berikut:

$$\text{Debt to Equity Ratio (DER)} = \frac{\text{Total Liabilitas}}{\text{Total Ekuitas}}$$

(Kasmir, 2017: 112)

b. *Firm Size*

Diukur dengan mentransformasikan *total asset* yang dimiliki perusahaan ke dalam bentuk logaritma natural.

Secara formulasi rumus *firm size* adalah sebagai berikut:

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

(Werner R. Murhadi, 2013)

c. *Return Saham Yield*

Return Saham Yield atau *Dividend Yield* adalah Mengukur jumlah dividen yang diperoleh investor.

Secara formulasi rumus *return saham yield* adalah sebagai berikut:

$$\text{Dividend Yield} = \frac{D_t}{P_{t-1}}$$

(Jogiyanto, 2014: 236)

3.4.2 Analisis Statistik

3.4.2.1 Pengujian Asumsi Klasik

Data yang telah terkumpul kemudian dianalisa dengan kriteria-kriteria yang telah ditentukan menurut teori dan fakta yang ada di lapangan. Data tersebut dianalisis dengan menggunakan regresi linear berganda dan untuk mengetahui model regresi tersebut layak atau tidaknya dipergunakan sebagai alat analisis, maka perlu dilakukan pengujian asumsi klasik seperti yang dikemukakan oleh (Sujarweni, 2015: 176) sebagai berikut :

1) Autokorelasi

Menguji autokorelasi dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Untuk data *time series* autokorelasi sering terjadi. Tapi untuk data yang sampelnya *crosssection* jarang terjadi karena variabel pengganggu satu berbeda dengan yang lain. Mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin Watson dengan kriteria jika:

1. Angka D-W dibawah -2 berarti autokorelasi positif
2. Angka D-W diantara -2 dan +2 berarti tidak ada autokorelasi
3. Angka D-W diatas +2 berarti ada autokorelasi negative

2) Multikolinearitas

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang

sangat kuat. Selain itu untuk uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

3) Heterokedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar Scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0, titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja, penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, penyebaran titik-titik data tidak berpola.

4) Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Uji Normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogrov Smirnov* satu arah. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak adalah dengan menilai nilai signifikannya. Jika signifikan $> 0,05$ maka variabel berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikan $< 0,05$ maka variabel tidak berdistribusi normal, menurut (Sujarweni, 2015: 225).

3.4.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen dapat diprediksikan melalui variabel independen. Menggunakan analisis ini untuk mengetahui pengaruh *financial leverage* dan *firm size* terhadap *return* saham. Selain itu juga analisis regresi digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam hipotesis ini.

Menurut (Sujarweni, 2015: 160) model persamaan Regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana :

Y = *Return* Saham

α = Konstanta

β_1 = Koefisien Regresi

X_1 = *Financial Leverage*

X_2 = *Firm Size*

E = Standard Error

3.4.2.3 Koefisien Determinasi

Tingkat pengaruh atau besarnya pengaruh antara *Financial Leverage* dan *Firm Size* terhadap *Return* Saham dapat diukur dengan menggunakan persamaan koefisien determinasi. Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). Jika R^2 semakin besar, maka presentase perubahan variabel

tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin tinggi. Jika R^2 semakin kecil, maka presentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin rendah. Bentuk persamaan koefisien determinasi menurut (Sujarweni, 2015: 164) adalah sebagai berikut:

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

Dimana:

KD = Koefisien Determinasi

r = Nilai Koefisien Korelasi

3.4.2.4 Pengujian Hipotesis

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

1. Penetapan Hipotesis Operasional

a. Secara Simultan

$H_0 : \rho = 0$ Berarti tidak ada pengaruh *Financial Leverage* dan *Firm Size* terhadap *Return Saham PT. Unilever Indonesia, Tbk*

$H_0 : \rho \neq 0$ Berarti ada pengaruh *Financial Leverage* dan *Firm Size* terhadap *Return Saham PT. Unilever Indonesia, Tbk*

b. Secara Parsial

$H_1 : \rho = 0$ Berarti tidak ada pengaruh *financial leverage* terhadap
Return Saham PT. Unilever Indonesia, Tbk

$H_a : \rho \neq 0$ Berarti ada pengaruh *financial leverage* terhadap Return
Saham PT. Unilever Indonesia, Tbk

$H_2 : \rho = 0$ Berarti tidak ada pengaruh *firm size* terhadap Return Saham
PT. Unilever Indonesia

$H_a : \rho \neq 0$ Berarti ada pengaruh *firm size* terhadap Return Saham pada
PT. Unilever Indonesia, Tbk

2. Penetapan Tingkat Signifikansi

Tingkat Signifikansi yang digunakan adalah 95% ($\alpha = 0,05$) yang merupakan tingkat signifikansi yang sering digunakan dalam ilmu sosial yang menunjukkan ketiga variabel mempunyai korelasi cukup nyata.

3. Uji Signifikansi

- a. Secara parsial menggunakan uji t
- b. Secara simultan menggunakan uji F

4. Kaidah Keputusan

- Secara parsial

Tolak H_0 : Jika $t_{sign} < \alpha$

Terima H_0 : Jika $t_{sign} \geq \alpha$

- Secara simultan

Tolak H_0 jika $F_{sign} < \alpha$ dan terima H_0 jika $F_{sign} \geq \alpha$

5. Penarikan Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti tahapan diatas maka akan dilakukan analisis secara kuantitatif. Dari hasil analisis tersebut akan ditarik kesimpulan apakah hipotesis yang ditetapkan akan diterima atau ditolak.

Untuk perhitungan alat analisis dalam pembahasan akan menggunakan SPSS versi 16.0 agar hasil yang diperoleh lebih akurat.