

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

1.1 Objek Penelitian

Dalam Penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah Harga saham dan volume transaksi saham pada PT. Unilever Indonesia Tbk. Periode 2018-2021. Dalam penelitian ini data diambil dari laporan keuangan Unilever Indonesia periode tahun 2018-2021. Dan data diperoleh dari PT. Unilever Indonesia Tbk. Yang dipublikasikan oleh BEI dan disediakan oleh Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia Fakultas dan Bisnis Universitas Siliwangi.

3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

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.

Berikut ini adalah sejarah dari 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

3.1.2 Logo, Visi dan Misi PT. Unilever



Gambar 0.1

LOGO PT. Unilever Tbk.

Sumber: www.unilever.co.id

A. Visi

Produk Unilever telah menyentuh sekitar 2 milyar orang setiap hari, baik itu melalui perasaan yang luar biasa karena mereka memiliki rambut yang kemilau dan senyum yang menawan, membuat rumah mereka segar dan bersih, atau dengan menikmati secangkir kopi, makanan yang lezat atau snack yang sehat untuk meraih rasa cinta dan penghargaan dari Indonesia dengan menyentuh kehidupan setiap orang Indonesia setiap harinya.

B. Misi

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

3.1.3 Gambaran Umum Objek Penelitian

PT. Unilever Indonesia Tbk. merupakan salah satu perusahaan manufaktur subsektor kosmetik dan keperluan rumah tangga, dan terdaftar dalam perusahaan syariah di Jakarta Islamic Index. Saham dari Perusahaan Unilever Indonesia (UNVR) memiliki kinerja dan reputasi yang baik di dalam pasar modal, serta mempunyai prospek yang baik dalam ketahanan perusahaannya untuk waktu

jangka panjang. Hal ini menjadi daya tarik investor untuk memilih Unilever sebagai investasi saham. Unilever memiliki produk unggulan dan berbagai brand terkenal di Indonesia, sehingga mampu memberikan kepercayaan investor untuk berinvestasi saham jangka panjang di Unilever (UNVR).

Pada tanggal 16 Nopember 1981, UNVR memperoleh pernyataan efektif dari BAPEPAM untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham UNVR (IPO) kepada masyarakat sebanyak 9.200.000 dengan nilai nominal Rp1.000,- per saham dengan harga penawaran Rp3.175,- per saham. Saham saham tersebut dicatitkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 11 Januari 1982 dengan kode saham UNVR. Hingga pada tahun 2015 tercatat harga IPO (Initial Public Offering) saham UNVR sebesar Rp. 37.000,- per lembar, dengan jumlah saham sebanyak 7.630.000.000 lembar atau sekitar 15% dari total saham, dengan jumlah saham tersebut maka nilainya sama dengan 1.145.122.500 saham dimiliki masyarakat.

3.1.4 Struktur Organisasi

Tabel 3.1
Struktur Organisasi

Dewan Komisaris

Nama	Jabatan
Maurits D. R. Lalisang	Presiden Komisaris
Cyrillus 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 Noviarti	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>

Sumber: www.unilever.co.id

3.1.5 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.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *event study*. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian *event study*. Menurut Jogiyanto (2009), studi peristiwa (*event study*) merupakan study yang mempelajari reaksi pasar terhadap suatu peristiwa (*event*) yang informasinya publikasikan sebagai suatu pengumuman. Pengertian yang lain mengenai *event study* menurut Eduardus Tandelilin (2010) Penelitian yang mengamati dampak dari pengumuman informasi terhadap harga sekuritas sering disebut dengan *event studies*. Penelitian *event studies* umumnya berkaitan dengan seberapa cepat suatu informasi yang masuk ke pasar dapat tercermin pada harga saham. Peristiwa yang diuji pada penelitian ini adalah peristiwa covid-19. Informasi dari peristiwa dari covid-19 akan diuji pengaruhnya terhadap reaksi pasar modal yang diproyeksikan terhadap ada tidaknya perbedaan harga saham dan volume transaksi saham yang terjadi pada periode pengamatan.

3.2.1 Operasional Variabel

Tabel 3.2
Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator
Harga Saham	Harga yang menunjukkan nilai dari saham tersebut	Harga saham pada periode satu tahun sebelum dan sesudah adanya pandemi Covid-19
Volume Transaksi Saham	Perbandingan antara jumlah yang di perdagangkan dengan jumlah saham beredar	Vt= Jumlah saham diperdagangkan Jumlah saham beredar Pada periode satu tahun sebelum dan sesudah adanya pandemi Covid-19

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

3.2.2.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data time series yaitu data yang merupakan hasil pengamatan dalam periode tertentu. Dengan pendekatan kuantitatif yaitu data yang dinyatakan dalam angka-angka, menunjukkan nilai terhadap besaran variabel yang diwakilinya. Sedangkan sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder ini diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan PT. Unilever Tbk. Yang dipublikasikan oleh BEI dan disediakan oleh Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia Fakultas dan Bisnis Universitas Siliwangi.

3.2.2.2 Sampel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2017) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Sampel penelitian ini adalah perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk periode tahun 2018-2021. Karena jumlah populasi cukup banyak, maka peneliti akan coba untuk melakukan penelitian pada periode tersebut. Dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling dengan beberapa kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Sementara yang tidak masuk dalam kriteria yang ditentukan akan diabaikan, atau tidak akan dijadikan sampel.

3.2.2.3 Jenis Data

1. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan Sumber data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada. Data ini dapat diperoleh dari berbagai sumber dari buku, laporan jurnal dan lain-lain.

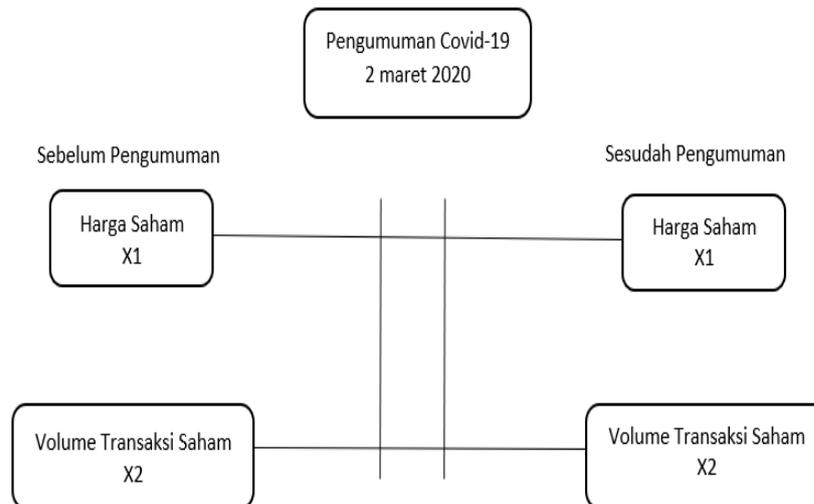
3.2.2.4 Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut :

1. Studi Dokumentasi

Dokumentasi dari asal kata dokumen yang berarti barang-barang tertulis. Didalam melaksanakan studi dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, dan sebagainya. Studi dokumentasi dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dan fakta dilapangan dari dokumen-dokumen yang sudah ada berdasarkan laporan keuangan PT. Unilever Tbk. Periode 2018 - 2021 dan dokumen-dokumen lain yang dapat diketahui/ diakses oleh publik, dan informasi dengan mempelajari sumber tertulis diantaranya buku, jurnal, maupun hasil-hasil laporan yang berkaitan dengan data penelitian.

3.3 Model Penelitian



Gambar 3.1
Model Penelitian

3.4 Teknik Analisis Data

Untuk mengetahui perbandingan harga saham dan volume transaksi sebelum dan sesudah pandemi Covid-19. Maka analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis uji beda menggunakan *paired sampel t test*.

3.4.1 Paired Sample t-Test

Variabel independen kuantitatif dalam penelitian ini memiliki dua kategori. Oleh sebab itu, dilakukan pengujian dengan metode uji beda rata-rata untuk dua sampel berpasangan (*paired sample t-test*). Model uji beda ini digunakan untuk menganalisis model penelitian pre-post atau sebelum dan sesudah. Uji beda digunakan untuk mengevaluasi perlakuan (*treatment*) tertentu pada satu sampel yang sama pada dua periode pengamatan yang berbeda (Pramana, 2012). Paired sample t-test digunakan apabila data berdistribusi

normal. Menurut Widiyanto (2013), *paired sample t-test* merupakan salah satu metode pengujian yang digunakan untuk mengkaji keefektifan perlakuan, ditandai adanya perbedaan rata-rata sebelum dan rata-rata sesudah diberikan perlakuan. Dasar pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak H_0 pada uji ini adalah sebagai berikut.

1. Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dan probabilitas (Asymp.Sig) $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ dan probabilitas (Asymp.Sig) $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Prosedur uji *paired sample t-test* (Siregar, 2013):

- a. Menentukan hipotesis; yaitu sebagai berikut:

H_{01} : tidak terdapat perbedaan antara Harga saham pada saat sebelum dan sesudah Covid-19

H_{a1} : terdapat perbedaan antara Harga saham pada saat sebelum dan sesudah Covid-19

H_{02} : tidak terdapat perbedaan antara Volume transaksi saham pada saat sebelum dan sesudah Covid-19

H_{a2} : terdapat perbedaan antara Volume transaksi saham pada saat sebelum dan sesudah Covid-19

- b. Menentukan level of significant sebesar 5% atau 0,05

- c. Menentukan kriteria pengujian

H_0 ditolak jika nilai probabilitas $< 0,05$, berarti terdapat perbedaan dalam Harga saham dan Volume transaksi saham sebelum dan sesudah Covid-19

Ho diterima jika nilai probabilitas $> 0,05$, berarti tidak terdapat perbedaan dalam Harga saham dan Volume transaksi saham pada saat sebelum dan sesudah Covid-19

d. Penarikan kesimpulan berdasarkan pengujian hipotesis