

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Penelitian pada dasarnya untuk menunjukkan kebenaran dan pemecahan masalah atas apa yang diteliti untuk mencapai tujuan tersebut, dilakukan suatu metode yang tepat dan relevan untuk tujuan yang diteliti.

Menurut Sugiyono (2014:2) metode penelitian adalah "... cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu".

Dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengertian metode deskriptif menurut Sugiyono (2012:53), adalah:

“Suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas”.

Menurut Sugiyono (2014:31) yang dimaksud dengan analisis data kuantitatif adalah:

“Dalam penelitian kuantitatif analisis data menggunakan statistik. Statistik yang dimaksud dapat berupa statistik deskriptif dan inferensial/induktif. Statistik inferensial dapat berupa statistik parametris dan statistik non parametris. Data hasil analisis selanjutnya disajikan dan diberikan pembahasan. Penyajian data dapat berupa tabel, tabel distribusi, grafik garis, grafik batang, diagram lingkaran, dan pictogram. Pembahasan hasil penelitian merupakan penjelasan yang mendalam dan interpretasi terhadap data-data yang telah disajikan”.

Dalam penelitian ini, pendekatan deskriptif digunakan untuk mengetahui bagaimana ukuran perusahaan, *leverage*, nilai pasar, profitabilitas dan nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan periode 2011-2015.

3.1.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sasaran untuk mendapatkan tujuan tertentu mengenai suatu hal yang akan dibuktikan secara objektif. Pengertian objek penelitian menurut Sugiyono (2011:32), adalah: "... suatu atribut atau sifat nilai dari orang atau kegiatan yang mempunyai variable tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan".

Dalam penelitian ini, lingkup objek penelitian yang ditetapkan penulis sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti yaitu ukuran perusahaan, *leverage*, nilai pasar, profitabilitas dan nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2011-2015.

3.1.2 Unit Analisis dan Unit Observasi

Dalam penelitian ini yang menjadi unit analisis adalah perusahaan atau institusi. Dalam hal ini perusahaan yang diteliti merupakan perusahaan pertambangan. Penulis menganalisis laporan keuangan perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2011-2015.

Adapun unit observasinya dalam penelitian ini adalah laporan keuangan yang terdiri dari laporan posisi keuangan, laporan laba rugi komprehensif, laporan pergerakan saham dalam laporan perusahaan tahunan.

Data-data yang diperoleh dari laporan posisi keuangan meliputi total aktiva dan total hutang, laporan laba rugi komprehensif meliputi laba perlembar saham dan laba sebelum pajak dan laporan pergerakan saham dalam laporan perusahaan tahunan meliputi harga pasar saham dan nilai buku perlembar saham.

3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel

Pengertian variable penelitian menurut Sugiyono (2013:58), adalah: "... segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya".

Berdasarkan permasalahan yang diteliti, dalam penelitian ini terdapat dua variabel penelitian yaitu:

3.2.1 Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas menurut Sugiyono (2014:59) adalah "... variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)".

Variabel independen dalam penelitian ini adalah:

- 1) Ukuran Perusahaan (X_1)

Dalam penelitian ini penulis menggunakan definisi ukuran perusahaan yang dikemukakan oleh Setiawan (2009:165), yaitu: "Ukuran perusahaan secara umum dapat diartikan sebagai suatu skala yang mengklasifikasikan besar atau kecil nya

suatu perusahaan dengan berbagai cara antara lain dinyatakan dalam total aset, total penjualan, nilai pasar saham, dan lain-lain. Dilihat dari sisi kemampuan memperoleh dana untuk ekspansi bisnis, perusahaan besar mempunyai akses yang besar ke sumber-sumber dana baik ke pasar modal maupun perbankan untuk membiayai investasinya dalam rangka meningkatkan labanya.

Untuk menghitung ukuran perusahaan menggunakan indikator menurut Abiodun (2013:95) dan Niresh (2014:57) dalam Rosyeni Rasyid (2014), yaitu:

$$\text{Ukuran perusahaan} = \ln \text{Total Asset}$$

2) *Leverage* (X_2)

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan definisi *leverage* yang dikemukakan oleh Kasmir (2010:112), yaitu: "... rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivanya".

Indikator yang digunakan untuk mengukur *leverage* menurut (Kasmir, 2010), yaitu:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}}$$

3) Nilai Pasar (X_3)

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan definisi Nilai Pasar yang dikemukakan oleh Hanafi (2004:43), yaitu: "... mengukur harga pasar saham perusahaan, relatif terhadap nilai bukunya".

Indikator yang digunakan untuk mengukur nilai pasar menurut Irham Fahmi (2012:138), yaitu:

$$\text{Price Earning Ratio} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Laba Perlembar Saham}}$$

4) Profitabilitas (X_4)

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan definisi profitabilitas yang dikemukakan oleh Agus Sartono (2010:122), yaitu: "... kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan total aktiva maupun modal sendiri".

Indikator yang digunakan untuk mengukur profitabilitas menurut Harahap (2011:304), yaitu:

$$\text{Return On Assets} = \frac{\text{Laba Sebelum Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

3.2.2 Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat. Variabel terikat menurut Sugiyono (2014:59) adalah "... variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas".

Nilai Perusahaan (Y)

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan definisi nilai perusahaan menurut Agus Sartono (2010:48), adalah : "... nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang beroperasi, adanya kelebihan jual diatas nilai likuidasi adalah nilai dari organisasi manajemen yang menjalankan perusahaan itu."

Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel nilai perusahaan menurut Weston dan Copeland (2008:244) dalam Permasari (2010), yaitu:

$$Price\ Book\ Value\ (PBV) = \frac{Harga\ pasar\ persaham}{Nilai\ Buku\ perlembar\ saham}$$

3.2.3 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Selain itu, operasionalisasi variabel dimaksudkan untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel.

Menurut Sugiyono (2010:58), operasionalisasi variabel adalah:

“Segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”.

Sesuai dengan judul yang dipilih, maka dalam penelitian ini terdapat lima variabel, yaitu: Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Nilai Pasar, Profitabilitas dan Nilai Perusahaan.

Berikut adalah operasionalisasi variabel yang dapat dilihat pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel
Ukuran Perusahaan (X1), Leverage (X2), Nilai Pasar (X3),
Profitabilitas (X4) dan Nilai Perusahaan (Y)

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
Ukuran perusahaan (X ₁)	Menurut (Setiawan 2009:165), Ukuran perusahaan secara umum dapat diartikan sebagai suatu skala yang mengklasifikasikan besar atau kecil nya suatu perusahaan dengan berbagai cara antara lain dinyatakan dalam total aset, total penjualan, nilai pasar saham, dan lain-lain. Dilihat dari sisi kemampuan memperoleh dana untuk ekspansi bisnis, perusahaan besar	Ukuran Perusahaan <i>Size = Ln Total Assets</i> (Menurut Abodium (2013:95) dan Niresh (2014:57) dalam Rosyeni Rasyid (2014).	Rasio

	mempunyai akses yang besar ke sumber-sumber dana baik ke pasar modal maupun perbankan untuk membiayai investasinya dalam rangka meningkatkan labanya.		
<i>Leverage (X₂)</i>	Menurut (Kasmir 2010:112), <i>Leverage</i> adalah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang, artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivanya.	<p><i>Leverage</i></p> $DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Modal (Equity)}}$ <p>(Menurut Kasmir, 2010:158).</p>	Rasio

<p>Nilai Pasar (X_3)</p>	<p>Menurut (Hanafi, 2004:43), Nilai pasar adalah rasio yang mengukur harga pasar saham perusahaan, relatif terhadap nilai bukunya.</p>	<p><i>Price Earning Ratio</i> $PER = \frac{\text{Harga Saham}}{EPS}$ (Menurut Irham Fahmi, 2012:138).</p>	<p>Rasio</p>
<p>Profitabilitas (X_4)</p>	<p>Menurut (Agus Sartono, 2010:122), Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan total aktiva maupun modal sendiri.</p>	<p>Profitabilitas $ROA = \frac{\text{Laba sebelum pajak}}{\text{Total aktiva}}$ (Menurut Harahap, 2011:304).</p>	<p>Rasio</p>
<p>Nilai Perusahaan (Y)</p>	<p>Menurut (Agus Sartono, 2010:48), Nilai perusahaan merupakan nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang beroperasi, adanya kelebihan jual</p>	<p>Nilai Perusahaan $PBV = \frac{\text{Harga pasar saham}}{\text{Nilai buku perlembar saham}}$ Menurut Weston dan Copeland, 2008:244 dalam Permanasari, (2010).</p>	<p>Rasio</p>

	<p>diatas nilai likuidasi</p> <p>adalah nilai dari</p> <p>organisasi manajemen</p> <p>yang menjalankan</p> <p>perusahaan itu.</p>		
--	---	--	--

3.3 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2015:61), populasi adalah: "... wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya".

Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah perusahaan-perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2011-2015. Jumlah populasi perusahaan di bidang pertambangan sebanyak 39 perusahaan selama periode 2011-2015.

Perusahaan-perusahaan pertambangan yang menjadi populasi dapat dilihat pada Tabel 3.2.

3.4 Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan dalam pengambilan sample pada penelitian ini penulis menggunakan teknik *purposive sampling*.

Menurut Arikunto (2010:183), *purposive sampling* adalah:

“*Purposive sampling* dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan di atas kan strata, random atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu. Teknik ini biasanya dilakukan karena beberapa pertimbangan, misalnya alasan keterbatasan waktu, tenaga, dan dana sehingga tidak mengambil sample yang besar dan jauh”.

Adapun kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan yang diteliti adalah perusahaan pertambangan yang *listing* di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama 5 tahun berturut-turut yaitu tahun 2011 sampai dengan tahun 2015 dan tidak *delisting* pada periode tersebut.
2. Menyediakan laporan tahunan lengkap yang dapat diperoleh selama tahun 2011 sampai dengan 2015.
3. Memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

TABEL 3.3
HASIL PURPOSIVE SAMPLING

Keterangan	Jumlah Perusahaan
1. Perusahaan pertambangan yang <i>listing</i> di BEI periode tahun 2011 sampai dengan tahun 2015	39
2. Dikurangi: perusahaan pertambangan yang tidak tersedia laporan tahunan lengkap selama periode tahun 2011 sampai dengan tahun 2015	(20)
3. Dikurangi: perusahaan pertambangan yang tidak memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian	(18)
Perusahaan pertambangan yang terpilih menjadi sampel	11

3.4.2 Sample

Menurut Sugiyono (2012:116), sampel adalah : “... bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.

Dalam penelitian ini, sample yang terpilih adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2015 secara berturut-turut dan memiliki kriteria tertentu yang mendukung penelitian, diantaranya sebagai berikut:

TABEL 3.4
PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG MENJADI SAMPEL
PENELITIAN

No	Kode	Nama Perusahaan
1	ANTM	PT Aneka Tambang Tbk
2	GEMS	PT Golden Energy Mines Tbk
3	ATPK	PT ATPK Resources Tbk
4	CITA	PT Cita Mineral Investindo Tbk
5	DKFT	PT Central Omega Resources Tbk
6	PTBA	PT Tambang Batubara Bukit Asam Tbk
7	CTTH	PT Citatah Tbk
8	MITI	PT Mitra Investindo Tbk
9	PKPK	PT Perdana Karya Perkasa Tbk
10	TINS	PT Timah (Persero) Tbk
11	SMMT	PT Golden Eagle Energy Tbk

Sumber: idx.com

Dalam hal ini untuk masing-masing perusahaan peneliti melakukan analisis terhadap laporan keuangan tahunan perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2011 sampai dengan tahun 2015. Dengan demikian jumlah data yang diteliti sebanyak 55 data.

3.5 Sumber Data dan Teknik Pengambilan Data

3.5.1 Sumber Data

Menurut Sugiyono (2010:46), data adalah:

“Kumpulan fakta yang masih mentah yang menjelaskan aktivitas-aktivitas yang terjadi dalam organisasi atau lingkungan fisik, sebelum terorganisir dan disusun menjadi sebuah bentuk yang dapat dimengerti dan digunakan oleh manusia”.

Data penelitian digunakan oleh penulis adalah data sekunder.

Menurut Sugiyono (2010:137), data sekunder adalah:

“Sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen”.

3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2015:224), teknik pengumpulan data: “... teknik paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitin adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka penelitian tidak akan mendapatkan yang memenuhi standar data yang ditetapkan”.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Teknik Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Definisi studi kepustakaan (*Library Research*) menurut Moh. Nazir (2005:111): “... teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan.”

Pengumpulan data melalui bahan pustaka menjadi bagian yang penting dalam penelitian ketika peneliti memutuskan untuk melakukan kajian pustaka dalam menjawab rumusan masalahnya. Pendekatan studi kepustakaan sangat umum dilakukan dalam penelitian karena penelitian tak perlu mencari data dengan terjun langsung ke lapangan, tapi cukup mengumpulkan dan menganalisis data yang tersedia dalam pustaka. Selain itu, pengumpulan data melalui studi kepustakaan merupakan wujud bahwa telah banyak laporan penelitian yang dituliskan dalam bentuk buku, jurnal, publikasi dan lain-lain sehingga data yang didapat lebih relevan dan akurat. Pengumpulan data untuk penelitian ini diperoleh dengan cara mengutip dari laporan keuangan perusahaan pertambangan tahun 2011-2015 yang menjadi sampel yang berasal dari website resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu www.idx.com.

2. Observasi tidak langsung dengan riset internet

Observasi yang dilakukan dengan menggunakan data yang diperoleh dari internet. Laporan keuangan perusahaan pertambangan tahun 2011-2015 yang menjadi sampel yang berasal dari website resmi BEI yaitu www.idx.com.

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Analisis Data

Analisis data adalah penyerderhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah diinterpretasikan. Data yang terhimpun dari hasil penelitian akan penulis bandingkan antara data yang ada di lapangan dengan data kepustakaan, kemudian dilakukan analisis untuk menarik kesimpulan.

Data yang akan dianalisis dalam penelitian ini berkaitan dengan hubungan antara variabel-variabel.

Menurut Sugiyono (2014:244), analisis data adalah: "... kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menstabilasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang diajukan".

3.6.1.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2015:206), analisis deskriptif adalah: "... statistik yang digunakan untuk menganalisa data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi".

Analisis deskriptif bertujuan memberikan penjelasan mengenai variabel-variabel yang akan diamati. Analisis terhadap rasio-rasio untuk mencari nilai/angka-angka dari variabel ukuran perusahaan (X1), *leverage* (X2), nilai pasar (X3), profitabilitas (X4) dan nilai perusahaan (Y). Untuk mencari nilai minimum, nilai maksimal, *mean* (rata-rata) dapat dilakukan dengan menentukan kategori penilaian setiap nilai rata-rata (*mean*) perubahan pada variabel penelitian, maka akan dibuat *table* dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menentukan nilai mean perubahan pada setiap variabel penelitian.
2. Menentukan jumlah kriteria yaitu 5 kriteria.
3. Menentukan *range* (jarak interval kelas) dengan cara menghitung selisih nilai maksimal dengan nilai minimal dibagi dengan 5 kriteria.
4. Membuat tabel distribusi frekuensi nilai perubahan untuk setiap variable penelitian yaitu sebagai berikut;

Tabel 3.5
Kriteria Penilaian

Sangat Rendah	Batas Bawah (nilai min)	(<i>range</i>)	Batas atas 1
Rendah	(Batas atas 1) + 0,01	(<i>range</i>)	Batas atas 2
Sedang	(Batas atas 2) + 0,01	(<i>range</i>)	Batas atas 3
Tinggi	(Batas atas 3) + 0,01	(<i>range</i>)	Batas atas 4
Sangat Tinggi	(Batas atas 4) + 0,01	(<i>range</i>)	Batas atas 5

Keterangan:

Batas atas 1 = batas bawah (nilai min) + (*range*)

Batas atas 2 = (batas atas 1 + 0,01) + (*range*)

Batas atas 3 = (batas atas 2 + 0,01) + (*range*)

Batas atas 4 = (batas atas 3 + 0,01) + (*range*)

Batas atas 5 = (batas atas 4 + 0,01) + (*range*) = Nilai Maksimum

Tahap-tahap yang dilakukan untuk menganalisis ukuran perusahaan, *leverage*, nilai pasar dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ukuran Perusahaan

- a. Menentukan total aktiva yang diperoleh perusahaan pertambangan pada periode pengamatan.
- b. Menentukan logaritma natural perusahaan.
- c. Menentukan mean perusahaan
- d. Menunjukkan jumlah kriteria yaitu 5 kriteria yaitu sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, dan sangat tinggi.
- e. Menentukan nilai maksimum dan minimum
- f. Menentukan jarak (jarak interval kelas) dengan cara menghitung selisih nilai maksimum dan minimum kemudian dibagi 5 kriteria
- g. Membuat tabel frekuensi nilai perubahan untuk ukuran perusahaan

Tabel 3.6
Kriteria Penilaian Ukuran Perusahaan

Interval – Ukuran Perusahaan	Kriteria
26,38 – 29,02	Sangat Tinggi
23,69 – 26,34	Tinggi
21,00 – 23,66	Sedang
18,31 – 20,98	Rendah
15,62 – 18,30	Sangat Rendah

- h. Menarik kesimpulan.

2. *Leverage*

- a. Menentukan total hutang yang diperoleh perusahaan pertambangan pada periode pengamatan.
- b. Menentukan jumlah modal perusahaan pertambangan pada periode pengamatan.
- c. Menentukan *debt equity ratio* dengan membagi total hutang dengan total jumlah modal.
- d. Menentukan nilai rata-rata *leverage* untuk seluruh perusahaan selama 5 tahun.
- e. Menunjukkan jumlah kriteria yaitu 5 kriteria yaitu sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, dan sangat tinggi.
- f. Menentukan nilai maksimum dan minimum
- g. Menentukan jarak (jarak interval kelas) dengan cara menghitung selisih nilai maksimum dan minimum kemudian dibagi 5 kriteria
- h. Membuat tabel frekuensi nilai perubahan untuk *leverage*

Tabel 3.7
Kriteria Penilaian *Leverage*

Interval – <i>Leverge</i>	Kriteria
287,78 – 356,14	Sangat Tinggi
215,40 – 285,76	Tinggi
145,02 – 215,38	Sedang
74,64 – 145,01	Rendah
4,25 – 74,63	Sangat Rendah

- i. Menarik kesimpulan.

3. Nilai Pasar

- a. Menentukan harga saham yang diperoleh perusahaan pertambangan pada periode pengamatan.
- b. Menentukan *earning pershare* yang diperoleh perusahaan pertambangan pada periode pengamatan.
- c. Menentukan *price earning ratio* dengan membagi harga saham dengan *earning perhare*.
- d. Menentukan nilai rata-rata *price earning ratio* untuk seluruh perusahaan selama 5 tahun.
- e. Menunjukkan jumlah kriteria yaitu 5 kriteria yaitu sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, dan sangat tinggi.
- f. Menentukan nilai maksimum dan minimum
- g. Menentukan jarak (jarak interval kelas) dengan cara menghitung selisih nilai maksimum dan minimum kemudian dibagi 5 kriteria
- h. Membuat tabel frekuensi nilai perubahan untuk nilai pasar

Tabel 3.8
Kriteria Penilaian Nilai Pasar

Interval – Nilai Pasar	Kriteria
81,39 – 164,10	Sangat Tinggi
(1,36) – 81,38	Tinggi
(84,09) – (1,35)	Sedang
(166,81) – (84,08)	Rendah
(249,53) – (166,80)	Sangat Rendah

- i. Menarik kesimpulan.

4. Profitabilitas

- a. Menentukan total laba perusahaan pertambangan pada periode pengamatan.
- b. Menentukan total aset perusahaan pertambangan pada periode pengamatan.
- c. Menentukan *return on asset* dengan membagi total laba dengan total aset.
- d. Menentukan nilai rata-rata profitabilitas untuk seluruh perusahaan selama 5 tahun.
- e. Menunjukkan jumlah kriteria yaitu 5 kriteria yaitu sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, dan sangat tinggi.
- f. Menentukan nilai maksimum dan minimum
- g. Menentukan jarak (jarak interval kelas) dengan cara menghitung selisih nilai maksimum dan minimum kemudian dibagi 5 kriteria
- h. Membuat tabel frekuensi nilai perubahan untuk profitabilitas

Tabel 3.9
Kriteria Penilaian Profitabilitas

Interval – Profitabilitas	Kriteria
13,25 – 35,99	Sangat Tinggi
(9,49) – 13,25	Tinggi
(32,25) – (9,49)	Sedang
(54,99) – (32,24)	Rendah
(77,72) – (54,98)	Sangat Rendah

- i. Menarik kesimpulan.

5. Nilai Perusahaan

- a. Menentukan harga pasar per lembar saham di perusahaan pertambangan pada periode pengamatan.
- b. Menentukan nilai buku per lembar saham pada perusahaan pertambangan pada periode pengamatan.
- c. Membagi harga pasar per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham.
- d. Menentukan nilai rata-rata nilai perusahaan untuk seluruh perusahaan selama 5 tahun.
- e. Menunjukkan jumlah kriteria yaitu 5 kriteria yaitu sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, dan sangat tinggi.
- f. Menentukan nilai maksimum dan minimum
- g. Menentukan jarak (jarak interval kelas) dengan cara menghitung selisih nilai maksimum dan minimum kemudian dibagi 5 kriteria
- h. Membuat tabel frekuensi nilai perubahan untuk nilai perusahaan

Tabel 3.10
Kriteria Penilaian Nilai Perusahaan

Interval – Nilai Perusahaan	Kriteria
9,76 – 12,11	Sangat Tinggi
7,40 – 9,75	Tinggi
5,40 – 7,39	Sedang
2,68 – 5,03	Rendah
0,31 – 2,67	Sangat Rendah

- i. Menarik kesimpulan.

3.6.1.2 Analisis Verifikatif

Menurut Masyuri dan M. Zainudin (2008:45) penelitian verifikatif adalah: "... memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupannya".

Dalam penelitian ini analisis verifikatif digunakan untuk mengetahui hasil penelitian yang berkaitan dengan ukuran perusahaan, *leverage*, nilai pasar, profitabilitas dan nilai perusahaan. Metode analisis ini dilakukan dengan langkah sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah distribusi variabel terkait untuk setiap nilai variabel bebas tertentu berdistribusi normal atau tidak dalam model regresi linier, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai eror (ϵ) yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik.

Menurut Singgih Santoso (2012:393) dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan pada probabilitas (*Asymptotic Significance*), yaitu:

- a. Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dan model regresi adalah normal.
- b. Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dan model regresi adalah tidak normal.

b. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Tentu saja model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi (Singgih Santoso, 2012:241). Pada prosedur pendeteksian masalah autokorelasi dapat digunakan besaran *Durbin-Watson*. Untuk menguji ada tidaknya autokorelasi, dari data residual terlebih dahulu dihitung nilai statistik *Durbin-Watson (D-W)*:

$$D - w = \frac{\sum(e_t - e_{t-1})}{\sum_t e^2}$$

Kriteria Uji: Bandingkan nilai $D-W$ dengan nilai d dari Tabel *Durbin-Watson*:

- a. Jika $DU < DW < 4-DU$ maka H_0 diterima, artinya terjadi Autokorelasi.
- b. Jika $DW < DL$ atau $DW > 4-DL$ maka H_0 ditolak, artinya terjadi autokorelasi.
- c. Jika $DL < DW < DU$ atau $4-DU < DW < 4-DL$, artinya tidak ada kepatian atau kesimpulan yang pasti.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain

tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Kebanyakan data *crosssection* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar) (Ghozali, 2013:139).

Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel terkait (dependen) yaitu *ZPRED* dengan residualnya *SRESID*. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara *SRESID* dan *ZPRED* sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-*studentized*.

Dasar dasar analisis:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.6.1.3 Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan asumsi atau dugaan mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal tersebut dan dituntut untuk melakukan pengecekannya.

Sugiyono (2015:93) mendefinisikan Hipotesis adalah: "... jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan hanya didasarkan pada teori relevan. Belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data".

Rancangan pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui korelasi dari kedua variabel yang diteliti. Tahap-tahap dalam rancangan pengujian hipotesis ini dimulai dengan penetapan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a), pemilihan tes statistik, perhitungan nilai statistik dan penetapan tingkat signifikan.

1. Penetapan Hipotesis

Hipotesis I

$H_{01} : (\beta_1 = 0)$ = Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

$H_{a1} : (\beta_1 \neq 0)$ = Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai perusahaan

$H_{02} : (\beta_2 = 0)$ = *Leverage* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

$H_{a2} : (\beta_2 \neq 0)$ = *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

$H_{o3} : (\beta_1 = 0)$ = Nilai Pasar tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

$H_{a3} : (\beta_1 \neq 0)$ = Nilai Pasar berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

$H_{o4} : (\beta_1 = 0)$ = Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

$H_{a4} : (\beta_1 \neq 0)$ = Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

2. Uji Signifikan

Sebelum pengujian dilakukan maka terlebih dahulu harus ditentukan taraf signifikasinya. Hal ini dilakukan untuk membuat suatu rencana penelitian agar diketahui batas-batas untuk menentukan pilihan antara hipotesis nol (H_0) dengan hipotesis alternative (H_a). Tingkat signifikan yang dipilih dalam penelitian ini adalah 0,05 (5%) dengan tingkat kepercayaan sebesar 95%. Angka ini dipilih karena cukup mewakili peranan antara kedua variabel dan merupakan suatu tingkat signifikan yang umum digunakan dalam penelitian di bidang ilmu sosial.

3. Uji (t-test)

Uji (t-test) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013:178). Untuk pengujian (t-test) digunakan dengan rumus hipotesis sebagai berikut:

Uji signifikan terhadap hipotesis yang telah ditentukan dengan menggunakan uji t. Menurut Sugiyono (2015:250) rumus uji t adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

- t = Nilai uji
- r = Koefisien korelasi
- r = Koefisien determinasi
- n = Jumlah sampel

Kriteria untuk penerimaan atau penolakan hipotesis nol (H_0) yang digunakan adalah sebagai berikut:

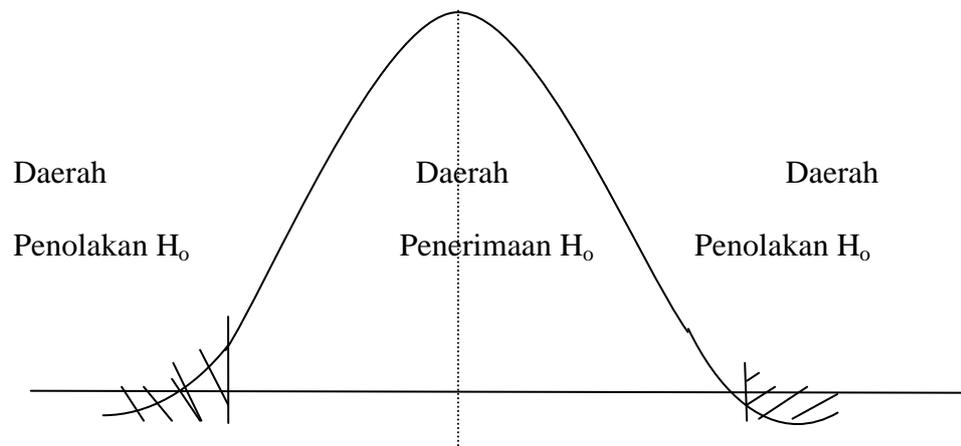
- a. H_0 diterima apabila t_{hitung} berada didaerah penerimaan H_0 , dimana

$$t_{hitung} < t_{tabel} \text{ atau } -t_{tabel} \text{ atau } sig > \alpha$$

- b. H_0 ditolak apabila berada di daerah penolakan H_0 , dimana $t_{hitung} >$

$$t_{tabel} \text{ atau } -t_{hitung} < -t_{tabel} \text{ atau } sig < \alpha$$

Apa bila H_0 diterima, maka hal ini menunjukkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen dan sebaliknya apabila H_0 ditolak, maka variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.



Gambar 3.1 Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis

3.6.1.4 Analisis Regresi

a. Analisis Regresi Linear Sederhana

Menurut Sugiyono (2015:270) adalah: "... regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen".

Persamaan umum regresi linier sederhana adalah:

$$Y' = a + bX$$

Keterangan:

- Y' = Subyek dalam variable dependen yang diprediksikan
- a = Harga Y bila X = 0 (harga konstan)
- b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

b. Analisis Korelasi

Analisis kolerasi merupakan angka yang menunjukkan arah kuatnya hubungan antara dua variabel atau lebih. Arahnya dinyatakan dalam bentuk hubungan antara dua variabel atau lebih. Arahnya dinyatakan dalam bentuk hubungan positif negatif, sedangkan kuat atau lemahnya hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien kolerasi. Karena variabel yang diteliti adalah data rasio maka teknik statistik yang digunakan adalah *pearson correlation product moment*. Menurut Sugiyono (2015:248) rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum xi^2 - (\sum xi^2)\}\{n \sum yi^2 - (\sum yi)^2\}}}$$

Keterangan:

r = Koefisien Kolerasi *persion*

x = Variabel independen. Dalam hal ini ukuran perusahaan (X1),
leverage (X2), nilai pasar (X3), profitabilitas (X4).

y = Variabel dependen. Dalam hal ini nilai perusahaan (Y).

Koefisien kolerasi (*r*) menunjukkan derajat kolerasi antara variabel independen (x) dan variabel dependen (y). Nilai koefisien harus terdapat dalam batas-batas -1 hingga +1 ($-1 < r \leq +1$), yang menghasilkan beberapa kemungkinan yaitu:

- a. Tanda positif menunjukkan adanya korelasi positif antara variabel-variabel yang diuji, yang berarti setiap kenaikan dan penurunan nilai-nilai X akan diikuti dengan kenaikan dan penurunan Y.
- b. Tanda negatif menunjukkan adanya korelasi negatif antara variabel-variabel yang diuji, yang berarti setiap kenaikan nilai-nilai X akan diikuti dengan penurunan Y dan sebaliknya.
- c. Jika $r = 0$ atau mendekati 0, maka menunjukkan korelasi yang lemah atau tidak ada korelasi sama sekali antara variabel-variabel yang diteliti.

Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan berikut ini;

Tabel 3.11
Kategori Koefisien Korelasi

Interval koefisien	Tingkat hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

(Sugiyono 2014:250)

3.6.1.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk melihat seberapa besar tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial digunakan koefisien determinasi.

Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien kolerasi sebagai ukuran untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel yang digunakan. Koefisien deteminasi menjelaskan proporsi variasi dalam variabel dependen (Y) yang dijelaskan oleh hanya satu varibel independen (lebih dari satu variabel bebas : $X_i : i = 1,2,3,4, \text{ dst}$) secara bersama-sama.

Sementara itu R adalah koefisien kolerasi majemuk yang mengukur tingkat hubungan antara variabel dependen (Y) dengan semua variabel independen yang menjelaskan secara bersama-sama dan nilainya selalu positif. Selanjutnya untuk melakukan proporsi atau persentase sumbangan variabel independen yang diteliti terhadap variasi naik turunnya variabel dependen.

Menurut Sugiyono (2012:231) rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Kd = r^2_{xy} \times 100\%$$

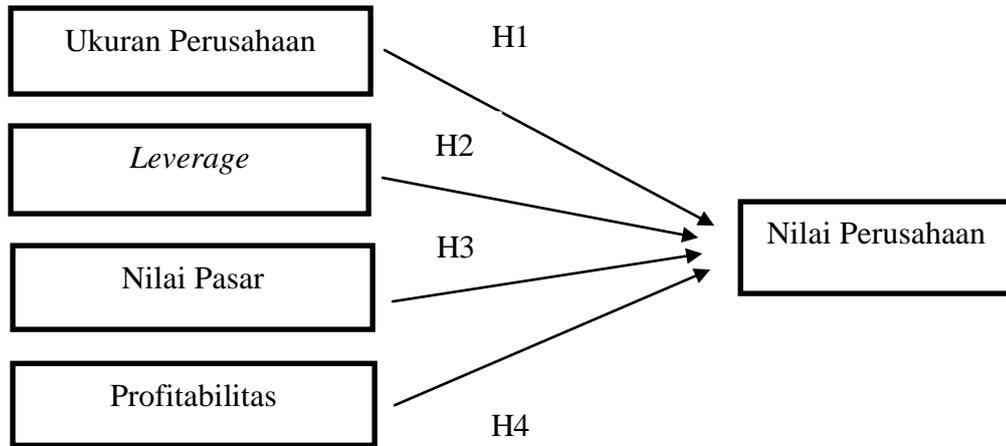
Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

r^2_{xy} = Koefisien Kuadrat Kolerasi agenda

3.7 Model Penelitian

Model penelitian ini merupakan abstraksi fenomena yang diteliti. Sesuai dengan judul penelitian, yaitu pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, nilai pasar, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hubungan antar variabel dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.2 Diagram struktur penelitian

TABEL 3.2
PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG MENJADI POPULASI

No	Kode	Nama Perusahaan
1.	ADRO	PT Adaro Energy Tbk.
2.	ANTM	PT Aneka Tambang Tbk.
3.	BORN	PT Borneo Lubung Energy dan Metal Tbk.
4.	BRAU	PT Berau Coal Energy Tbk.
5.	BUMI	PT Bumi Resource Tbk.
6.	BYAN	PT Bayan Resource Tbk.
7.	CTTH	PT Citatah Tbk.
8.	DEWA	PT Darma Henwa Tbk.
9.	DOID	PT Delta Dunia Makmur Tbk.
10.	ELSA	PT Elnusa Tbk.
11.	GTBO	PT Garda Tujuh Buana Tbk.
12.	HRUM	PT Harum Energy Tbk.
13.	INCO	PT International Nickel Tbk.
14.	ITMG	PT Indo Tambangraya Megah Tbk.
15.	KKGI	PT Resource Alam Indonesia Tbk.
16.	MEDC	PT Medco Energy International Tbk.
17.	MYOH	PT Samindo Resource Tbk.
18.	ARII	PT Atlas Resources Tbk.
19.	PKPK	PT Perdana Karya Perkasa Tbk.
20.	PTBA	PT Tambang Batubara Bukit Asam Tbk.
21.	PTRO	PT Petrosea Tbk.
22.	ATPK	PT ATPK Resources Tbk.
23.	BSSR	PT Baramulti Sukses Sarana Tbk.
24.	TINS	PT Timah (Persero) Tbk.
25.	GEMS	PT Golden Energy Mines Tbk.
26.	MBAP	PT Mitrabara Adiperdana Tbk.
27.	SMMT	PT Golden Eagle Energy Tbk.
28.	TOBA	PT Toba Bara Sejahtera Tbk.
29.	MITI	PT Mitra Investindo Tbk.

30	CITA	PT Cita Mineral Investindo Tbk.
31	CKRA	PT Cakra Mineral Tbk.
32	DKFT	PT Central Omega Resources Tbk.
33	PSAB	PT J Resources Asia Pasifik Tbk.
34	SMRU	PT SMR Utama Tbk.
35	ARTI	PT Ratu Prabu Energy Tbk.
36	BIPI	PT Benakat Petroleum Energy Tbk.
37	ENRG	PT Energi Mega Persada Tbk.
38	ESSA	PT Surya Esa Perkasa Tbk.
39	RUIS	PT Radiant Utama Interinsco Tbk.

Sumber : www.idx.co.id (data diolah)