

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

3.1.1 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:14), objek penelitian dapat diartikan sebagai sasaran ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu mengenai hal objektif, valid, dan *reliable*. Pada penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah perusahaan jasa yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020.

3.1.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dan tujuan dengan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2019:2). Definisi tersebut sejalan dengan tujuan dari penelitian ini yaitu mengemukakan suatu kebenaran dan pemecahan masalah atas hal yang diteliti dengan menggunakan ciri-ciri keilmuan yaitu secara rasional, empiris, dan sistematis. Metode penelitian digunakan sebagai dasar untuk mengumpulkan data histori yang mendukung penyusunan laporan dan dilakukan dengan ciri keilmuan yang berkaitan erat dengan masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini yakni pengaruh Level Diversifikasi, Segmentasi usaha dan Kesempatan Investasi terhadap Kinerja Perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif.

Sugiyono (2019:16) mengatakan bahwa metode kuantitatif disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Filsafat positivisme memandang realitas, gejala atau fenomena dapat diklasifikasikan, relatif tetap, konkrit, teramati, terukur, dan hubungan gejala bersifat sebab akibat. Metode kuantitatif juga disebut metode *discovery* karena dengan metode ini, dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode kuantitatif dalam penelitiannya menggunakan angka-angka dan dalam analisisnya menggunakan statistik.

3.1.3 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Pendekatan deskriptif dan verifikatif digunakan untuk mengetahui hubungan antara masing-masing variabel dan mencari tahu apakah hipotesis diterima atau ditolak.

Menurut Hardani et al. (2020:54), pendekatan deskriptif adalah penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta atau kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu. Pendekatan deskriptif berfokus pada analisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum. Pada penelitian ini, pendekatan deskriptif akan digunakan untuk menjelaskan variabel level diversifikasi, segmentasi usaha, kesempatan investasi, dan kinerja perusahaan jasa yang terdaftar di Bursa efek Indonesia tahun 2018-2020.

Pendekatan verifikatif adalah penelitian yang mencari sebab akibat dan mutlak menggunakan hipotesis (Syahza, 2021:24). Dari definisi tersebut didapati bahwa pendekatan verifikatif merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk menguji kebenaran antara hubungan dua variabel atau lebih atau disebut dengan hipotesis. Pada penelitian ini, pendekatan verifikatif digunakan untuk mengetahui pengaruh level diversifikasi, segmentasi usaha, dan kesempatan investasi terhadap kinerja perusahaan jasa yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020.

3.1.4 Unit Penelitian

Dalam penelitian ini, yang menjadi unit penelitian perusahaan adalah perusahaan jasa yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2020.

3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel

3.2.1 Definisi Variabel dan Pengukurannya

Sugiyono (2019:67) mengatakan bahwa:

“Variabel secara teoritis merupakan atribut dari bidang keilmuan atau kegiatan tertentu, dinamakan variabel karena terdapat banyak variasinya. Variabel yang tidak ada variasinya tidak dapat dikatakan sebagai variabel. Untuk dapat bervariasi, maka penelitian harus didasarkan pada sekelompok sumber data atau objek yang bervariasi, maka dapat dirumuskan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”

Pada penelitian ini, terdapat dua macam variabel yaitu variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat).

Variabel independen (bebas) sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2019:69). Dalam penelitian ini, variabel independen adalah level diversifikasi, segmentasi usaha, dan kesempatan investasi.

Variabel dependen (terikat) sering disebut sebagai variabel *output*, *kriteria*, *konsekuen*. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau variabel yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2019:69). Dalam penelitian ini, variabel dependen adalah kinerja perusahaan.

3.2.1.1 Variabel Independen

1. Level Diversifikasi

Level diversifikasi merupakan tingkat strategi diversifikasi yang menunjukkan seberapa jauh konsentrasi perusahaan dalam melakukan diversifikasi. Level diversifikasi akan diukur menggunakan indikator Indeks Herfindahl karena dapat mengukur distribusi penguasaan pasar dan perhitungan konsentrasi pasar yang secara komprehensif dapat dihitung melalui berbagai indikator keuangan seperti aset, penjualan, atau segmen usaha. Nilai Indeks Herfindahl di atas 0,5 atau semakin mendekati angka 1 menunjukkan bahwa penjualan perusahaan terkonsentrasi pada satu segmen tertentu. Sebaliknya, nilai Indeks Herfindahl di bawah 0,5 atau semakin mendekati angka 0 menunjukkan bahwa penjualan perusahaan berasal dari banyak segmen usaha dan tidak terkonsentrasi pada segmen tertentu (Berger & Ofek, 1995).

$$HHI = \frac{\sum_{i=1}^n Segsales^2}{\sum_{i=1}^n Sales^2}$$

Keterangan :

HHI : Indeks Herfindahl
 Segsales : Total penjualan segmen usaha
 Sales : Total Penjualan

2. Segmentasi Usaha

Segmentasi usaha menunjukkan perusahaan yang melakukan diversifikasi dan tidak melakukan diversifikasi. Segmentasi usaha dapat diukur dengan variabel *dummy* yang digunakan untuk mengontrol pengaruh dari segmentasi usaha yang dimiliki perusahaan (Hokiyani & Arfianti, 2020). Angka 1 menunjukkan perusahaan yang memiliki lebih dari satu segmen usaha (*multi-segmen*), dan angka 0 menunjukkan perusahaan yang hanya memiliki satu segmen usaha (*single-segment*).

3. Kesempatan Investasi

Kesempatan investasi merupakan sebuah keputusan berbentuk kombinasi antara aset dan opsi investasi di masa depan yang dapat memberikan petunjuk bahwasanya nilai perusahaan tergantung pada pengeluaran perusahaan di masa depan (Myers, 1977). Kesempatan investasi merupakan peluang bagi perusahaan untuk meningkatkan pertumbuhan dan kemajuan kinerja perusahaan. Perusahaan dengan tingkat kesempatan investasi yang tinggi cenderung akan memiliki prospek pertumbuhan perusahaan yang tinggi di masa depan.

Kesempatan investasi diukur menggunakan indikator rasio *Market to Book Value of Asset* (MVBVA) (Chosiah et al., 2019). Rasio MVBVA beranggapan bahwa pertumbuhan perusahaan terefleksi dalam harga saham sehingga perusahaan dianggap bertumbuh jika memiliki nilai aset yang lebih besar dari nilai bukunya. Semakin tinggi rasio MVBVA maka semakin tinggi nilai kesempatan investasi perusahaan karena tingginya rasio MVBVA menunjukkan semakin banyak aset yang digunakan perusahaan untuk kelangsungan usahanya.

$$MVBVA = \frac{TA - TE + MVS}{TA} \times 100\%$$

$$MVS = NOSO \times CP$$

Keterangan :

TA = *Total Asset*

TE = *Total Equity*

MVS = *Market Value of Shares*

NOSO = *Number of Outstanding Shares*

CP = *Closing Price*

3.2.1.2 Variabel Dependen

1. Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan (*firm performance*) merupakan hasil akhir dari suatu proses kegiatan operasi perusahaan selama satu periode tertentu, biasanya satu tahun. Kinerja perusahaan dihasilkan dari suatu evaluasi terhadap implementasi kebijakan perusahaan (As'ari, 2017). Kinerja perusahaan diukur menggunakan indikator *Excess Value of Firm* (EXVAL). *Excess Value of Firm* (EXVAL) merupakan selisih kinerja perusahaan diversifikasi dengan perusahaan bersegmen

tunggal (Setionoputri et al., 2009). *Excess Value of Firm* (EXVAL) digunakan sebagai alat ukur kinerja perusahaan dengan asumsi bahwa pasar modal efisien dalam menunjukkan kinerja perusahaan dalam jangka panjang.

Nilai *Excess Value of Firm* (EXVAL) yang positif, menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki banyak segmen meningkatkan kinerja perusahaan. Sebaliknya, nilai *Excess Value of Firm* (EXVAL) yang negatif menunjukan bahwa perusahaan yang memiliki banyak segmen menurunkan kinerja perusahaan (Berger & Ofek, 1995). Nilai *Excess Value of Firm* (EXVAL) diperoleh dengan membagi nilai *market capitalization* atau nilai perusahaan sesungguhnya dengan *imputed value*.

$$EXVAL = \ln \left(\frac{MC}{IV_{i,t}} \right)$$

Market Capitalization (MC) diperoleh dengan menjumlahkan nilai pasar saham dan nilai buku hutang.

$$MC = MVS + BVL$$

$$MVS = NOSO \times CP$$

Imputed Value merupakan nilai yang sudah disesuaikan dengan pengaruh industri untuk menunjukkan tingkat kinerja perusahaan segmen tunggal (*single-segment*).

Imputed value diperoleh dengan menjumlahkan perkalian rasio median *market capitalization* terhadap *sales* dengan penjualan masing-masing segmen yang ada dalam satu perusahaan.

$$IV_{i,t} = \sum_{j=1}^n Segsales_j \times Industry Median \left(\frac{MC}{Sales} \right)$$

Keterangan :

EXVAL	= <i>Excess Value of Firm</i>
Ln	= <i>Log Natural</i>
MC	= <i>Market Capitalization</i>
IV _{i,t}	= <i>Imputed Value</i>
Segsales	= Penjualan dari setiap segmen usaha
MVS	= <i>Market Value of Equity Shares</i>
BVL	= <i>Book Value of Liabilities</i>
NOSO	= <i>Number of Outstanding Shares</i>
CP	= <i>Closing Price</i>

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menemukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait pada penelitian ini. Operasionalisasi variabel bertujuan untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dapat menggunakan alat ukur yang tepat. Operasionalisasi variabel penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Pengukuran	Indikator	Skala
Level Diversifikasi (HHI) (X ₁)	Level diversifikasi merupakan tingkat pengembangan yang dilakukan perusahaan melalui jumlah perusahaan yang dikelola maupun tingkat segmen yang dimiliki	$HHI = \frac{\sum_{i=1}^n Segsales^2}{(\sum_{i=1}^n Sales^2)}$ <p>Keterangan: HHI : Indeks Herfindahl Segsales: Penjualan masing-masing segmen Sales : Total Penjualan</p>	Indeks Herfindahl	Rasio

Variabel	Definisi Variabel	Pengukuran	Indikator	Skala
	(Harto, 2005)			
Segmentasi Usaha (DUMSEG) (X ₂)	Segmentasi usaha adalah banyaknya komponen perusahaan yang dapat dibedakan dalam menghasilkan produk atau jasa, baik produk atau jasa individual maupun kelompok produk atau jasa terkait yang memiliki risiko dan imbalan yang berbeda dengan segmen lain (PSAK No.5 Revisi 2018)	Variabel <i>dummy</i> ; 1 untuk perusahaan multi-segment, 0 untuk perusahaan single-segment	-	Nominal
Kesempatan Investasi (MVBVA) (X ₃)	Kesempatan Investasi merupakan sebuah keputusan berbentuk kombinasi antara aset yang dimiliki dengan opsi investasi di masa depan (Myers, 1977)	$MVBVA = \frac{TA - TE + MVS}{TA} \times 100\%$ $MVS = NOSO \times CP$ <p>Keterangan: TA : Total Assets TE : Total Equity NOSO : Number of Outstanding Shares CP: Closing Price</p>	Market Value to Book Value of Assets	Rasio
Kinerja Perusahaan (EXVAL) (Y)	Kinerja perusahaan merupakan pengukuran atas prestasi	$EXVAL = \ln \left(\frac{MC}{IV_{i,t}} \right)$ $IV_{i,t} = \sum_{i=1}^n Segsales \times \left(\frac{MC}{Sales} \right)$	Excess Value of Firm	Rasio

Variabel	Definisi Variabel	Pengukuran	Indikator	Skala
	perusahaan yang timbul akibat proses pengambilan keputusan manajemen, karena memiliki hubungan efektivitas pemanfaatan modal, efisiensi dan rentabilitas dari kegiatan kinerja (Fidhayatin & Dewi, 2012)	$MC = MVS + BVL$ $MVS = NOSO \times CP$ <p>Keterangan :</p> <p>EXVAL : <i>Excess Value of Firm</i> Ln : <i>Log Natural</i> MC : <i>Market Capitalization</i> IV_{i,t} : <i>Imputed Value</i> Segsales : Penjualan dari setiap segmen usaha MVS : <i>Market Value of Equity Shares</i> BVL : <i>Book Value of Liabilities</i> NOSO : <i>Number of Outstanding Shares</i> CP : <i>Closing Price</i></p>		

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:96), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah Perusahaan Jasa yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2019. Jumlah populasi adalah sebanyak 453 perusahaan yang terbagi kedalam empat sektor. Namun tidak semua populasi yang ada akan menjadi objek penelitian, sehingga perlu dilakukan pengambilan sampel lebih lanjut.

3.3.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:127), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan adalah *purposive sampling*.

Sugiyono (2019:133) menjelaskan bahwa *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. *Purposive sampling* digunakan dalam penelitian ini dengan alasan bahwa tidak semua sampel memiliki kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian. Oleh karena itu, peneliti menetapkan beberapa pertimbangan atau kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini. Adapun kriteria-kriteria yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan jasa yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020.
2. Perusahaan jasa *new listing* selama tahun 2018-2020.
3. Perusahaan jasa yang tidak memiliki pendapatan selama tahun 2018-2020.

Berdasarkan kriteria di atas, maka sampel yang dapat digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.2
Teknik Pengambilan Sampel

No	Kriteria Sampel	Jumlah Perusahaan
1	Perusahaan jasa yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020	453
2	Perusahaan jasa <i>new listing</i> selama tahun 2018-2020	(103)
3	Perusahaan jasa yang tidak memiliki pendapatan selama tahun 2018-2020	(7)
4	Perusahaan Jasa yang memenuhi kriteria sebagai sampel	343
5	Tahun pengamatan 2018-2020	3
Jumlah Sampel		1029

Sumber : Data Olahan Peneliti

3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Sugiyono (2019:194) menjelaskan bahwa sumber data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya data didapatkan melalui dokumen atau orang lain.

Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah data sekunder. Pengumpulan data seperti Laporan Keuangan, jumlah saham yang beredar dan

harga penutupan saham untuk periode 2018-2019 diperoleh melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id. dan situs resmi perusahaan yang bersangkutan.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian ini peneliti menggunakan data sekunder sebagai sumber pengumpulan data. Maka teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik studi kepustakaan (*Library Research*). Menurut Hasan Iqbal (2008:5) dalam Khoiri (2018:125), studi kepustakaan adalah penelitian yang dilaksanakan dengan menggunakan *literature* (kepustakaan), baik berupa buku, catatan maupun laporan hasil penelitian dari peneliti terdahulu. Nazir (2011:111) dalam Khoiri (2018:1250) mengemukakan definisi studi kepustakaan sebagai teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan.

Studi kepustakaan merupakan langkah yang penting dimana setelah seorang peneliti menetapkan topik penelitian, langkah selanjutnya adalah dengan melakukan kajian teori yang berkaitan dengan topik penelitian. Studi kepustakaan dapat mempermudah peneliti karena penelitian yang dilakukan tidak mengharuskan peneliti untuk mencari data dengan turun langsung ke lapangan, tetapi cukup dengan mengumpulkan data yang tersedia dari sumber-sumber kepustakaan seperti buku, jurnal, majalah, hasil-hasil penelitian, publikasi atau sumber lainnya.

3.5 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2019:206), analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah dengan menggunakan statistik.

3.5.1 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif menurut Sugiyono (2019:206) adalah:

“Statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.”

Dalam teknik analisis ini dilakukan pembahasan mengenai Level Diversifikasi, Segmentasi Usaha, dan Kesempatan Investasi sebagai variabel independen dan Kinerja Perusahaan sebagai variabel dependen. Teknik analisis statistik deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah rata-rata (*mean*), simpangan baku (standar deviasi), nilai minimum, dan nilai maksimum. Nilai rata-rata (*mean*) digunakan untuk mengukur besarnya rata-rata populasi yang diperkirakan. Simpangan baku (standar deviasi) digunakan untuk mengetahui besarnya variasi data yang digunakan terhadap nilai rata-rata untuk masing-masing variabel.

Langkah-langkah yang dilakukan untuk menganalisis level diversifikasi, segmentasi usaha, kesempatan investasi dan nilai perusahaan pada penelitian ini akan dilakukan sebagai berikut.

1. Level Diversifikasi

- a. Memperoleh data total penjualan masing-masing segmen perusahaan dan total penjualan perusahaan.
- b. Menghitung level diversifikasi dengan menggunakan *Hirschman-Herfindahl Index* (HHI).
- c. Menentukan nilai rata-rata (*mean*) level diversifikasi untuk perusahaan selama 3 tahun.
- d. Menentukan jumlah kriteria yaitu 5 kriteria diantaranya sangat tinggi, tinggi, rendah, cukup rendah, dan sangat rendah.
- e. Menentukan selisih nilai maksimum dan minimum.
- f. Menentukan jarak interval kelas (*range*) = $\frac{\text{nilai max} - \text{nilai min}}{5 \text{ kriteria}}$
- g. Menentukan nilai rata-rata perubahan level diversifikasi.
- h. Membuat tabel frekuensi nilai perubahan untuk level diversifikasi.

Tabel 3.3
Kriteria Penilaian Level Diversifikasi

Skala	Kriteria
0,21 – 0,36	Sangat Tinggi
0,37 – 0,52	Tinggi
0,53 – 0,68	Cukup Rendah
0,69 – 0,84	Rendah
0,85 – 1	Sangat Rendah

Sumber : Data Olahan Peneliti

- i. Menarik kesimpulan.

2. Segmentasi Usaha

- a. Menghitung segmentasi usaha perusahaan.
- b. Menentukan kriteria penilaian segmentasi usaha dengan mengelompokkan perusahaan yang memiliki lebih dari satu segmen usaha (*multi-segment*) akan diberi kode 1 dan perusahaan yang hanya memiliki satu segmen usaha (*single-segment*) akan diberi kode 0.

Tabel 3.4
Kriteria Penilaian Segmentasi Usaha

Kriteria	Kode
Perusahaan yang memiliki lebih dari satu segmen usaha	1
Perusahaan yang hanya memiliki satu segmen usaha	0

- c. Menarik kesimpulan

3. Kesempatan Investasi

- a. Memperoleh data mengenai total aset, total ekuitas, jumlah saham yang beredar dan harga penutupan saham perusahaan.
- b. Menghitung kesempatan investasi dengan menggunakan indikator *Market Value to Book Value of Asset* (MVBVA).
- c. Menentukan nilai rata-rata (*mean*) kesempatan investasi untuk perusahaan selama 3 tahun.
- d. Menentukan jumlah kriteria yaitu 5 kriteria diantaranya sangat rendah, rendah, cukup, tinggi, sangat tinggi.
- e. Menentukan selisih nilai maksimum dan minimum.
- f. Menentukan jarak interval kelas (*range*) = $\frac{\text{nilai max} - \text{nilai min}}{5 \text{ kriteria}}$
- g. Menentukan nilai rata-rata perubahan kesempatan investasi.

- h. Membuat tabel frekuensi nilai perubahan untuk kesempatan investasi.

Tabel 3.5
Kriteria Penilaian Kesempatan Investasi

Skala	Kriteria
11,33% – 147,78%	Sangat Rendah
147,78% – 284,25%	Rendah
284,26 % – 420,71%	Cukup
420,72% – 557,18%	Tinggi
557,19% – 693,65%	Sangat Tinggi

Sumber : Data Olahan Peneliti

- i. Menarik kesimpulan.

4. Kinerja Perusahaan

- a. Memperoleh data mengenai jumlah saham beredar, harga per lembar saham, dan jumlah hutang perusahaan.
- b. Menghitung nilai kinerja perusahaan dengan indikator *Excess Value of Firm* (EXVAL).
- c. Menentukan nilai rata-rata (*mean*) kinerja perusahaan untuk perusahaan selama 3 tahun.
- d. Menentukan jumlah kriteria yaitu 5 kriteria diantaranya sangat rendah, rendah, cukup, tinggi, sangat tinggi.
- e. Menentukan selisih nilai maksimum dan minimum.
- f. Menentukan jarak interval kelas (*range*) = $\frac{\text{nilai max}-\text{nilai min}}{5 \text{ kriteria}}$
- g. Menentukan nilai rata-rata perubahan kinerja perusahaan.
- h. Membuat tabel frekuensi nilai perubahan untuk kinerja perusahaan.

Tabel 3.6
Kriteria Penilaian Kinerja Perusahaan

Skala	Kriteria
(3,85) – (2,40)	Sangat Rendah
(2,41) – (0,62)	Rendah
(0,63) – 0,96	Cukup
0,97 – 2,57	Tinggi
2,57 – 4,19	Sangat Tinggi

Sumber : Data Olahan Peneliti

- i. Menarik kesimpulan

3.5.2 Analisis Verifikatif

3.5.2.1 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji data yang dihasilkan oleh variabel independen dan variabel dependen berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Dalam model regresi linear, ditunjukkan dengan nilai *error* yang berdistribusi normal. Nilai distribusi normal atau mendekati normal dianggap baik sehingga layak untuk dilakukan pengujian secara statistik.

Jika jumlah data cukup banyak dan penyebarannya tidak 100% normal (tidak normal sempurna), maka kesimpulan yang ditarik kemungkinan akan salah. Maka dari itu, saat ini sudah banyak cara yang dikembangkan oleh para ahli untuk melakukan uji normalitas, diantaranya adalah dengan Uji Kolmogorov-Smirnov dan Uji Lilliefors (Usmadi, 2020).

Pada penelitian ini, uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan *Test Normality* Kolmogorov-Smirnov. Uji Kolmogorov-Smirnov adalah uji beda antara data yang diuji normalitasnya dengan data normal baku. Uji Kolmogorov-

Smirnov merupakan metode statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis dari dua atau lebih variabel independen yang berbentuk data ordinal yang disusun dalam tabel distribusi frekuensi kumulatif dengan sistem interval kelas. Uji Kolmogorov-Smirnov memiliki toleransi yang lebih tinggi dibandingkan uji Liliefors (Purnomo, 2016:90). Menurut Ismanto & Pebruary (2021:62), untuk melihat kriteria variabel memiliki distribusi normal atau tidak adalah dengan melihat normalitas pada nilai residual. Kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Jika *Asymp. Sig* (nilai probabilitas) $< 0,05$ maka nilai residual yang dihasilkan tidak berdistribusi normal.
- b. Jika *Asymp. Sig* (nilai probabilitas) $\geq 0,05$ maka nilai residual yang dihasilkan berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas artinya antar variabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna (koefisien korelasi tinggi atau bahkan 1). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebasnya (Purnomo, 2016:116). Uji multikolinearitas dapat diuji dengan dua metode, yaitu:

- a. Membandingkan nilai koefisien determinasi individual (r^2) dengan nilai determinasi secara serentak (R^2).
- b. Melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*.

Uji multikolinearitas pada penelitian ini akan dideteksi menggunakan besaran *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$VIF = \frac{1}{Tolerance} \text{ atau } Tolerance = \frac{1}{VIF}$$

Kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* \geq 0,10 maka tidak terjadi gejala multikolinearitas.
2. Jika nilai VIF \geq 10 dan nilai *tolerance* < 0,10 maka tidak terjadi gejala multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi dimana regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas (Purnomo, 2016:125). Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas dengan menggunakan metode grafik *scatterplot* dengan melihat pola titik-titik pada grafik regresi. Kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

4. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan korelasi antara anggota observasi yang disusun menurut waktu dan tempat (Purnomo, 2016:159). Uji autokorelasi digunakan untuk menguji korelasi antara residual satu pada waktu tertentu dengan residual lain pada waktu sebelumnya. Jika terdapat keterkaitan antara residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya maka hal tersebut disebut autokorelasi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi. Uji autokorelasi dapat diketahui dengan menggunakan metode uji *Durbin-Watson (DW-test)*. Kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Jika $du < d < 4-du$ maka tidak terdapat autokorelasi
- b. Jika $d < dl$ atau $d > 4-dl$ maka terdapat autokorelasi
- c. Jika $dl < d < du$ atau $4-du < d < 4-dl$ maka tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

Tabel 3.7
Kriteria Pengambilan Keputusan DW-Test

Hipotesis Nol	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi negatif	$dl < d < du$
Tidak ada korelasi positif	$4-dl < d < 4-du$
Tidak ada korelasi negatif	$4-du \leq d \leq d-dl$
Tidak ada autokorelasi, positif atau negatif	$du < d < 4-du$

Sumber : (Ghozali, 2018)

3.5.2.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Harlan (2018:22) regresi linear berganda (*multiple linear regression*) adalah model regresi linear dengan satu variabel dependen kontinu

beserta k (dua atau lebih) variabel independen kontinu dan/atau kategorik. Penggunaan analisis regresi linear berganda dalam penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau arah hubungan antara variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat). Suyono (2018:99) merumuskan bentuk umum model regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_n X_n + \varepsilon$$

Penerapan model regresi linear berganda pada penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$EXVAL = \beta_0 + \beta_1 DIVER + \beta_2 DUMSEG + \beta_3 MVBVA + \varepsilon$$

Keterangan:

EXVAL	= Kinerja perusahaan yang diukur dengan <i>excess value of firm</i>
DIVER	= Level diversifikasi yang diukur dengan Indeks Herfindahl
DUMSEG	= Segmentasi usaha yang diukur dengan variabel <i>dummy</i>
MVBVA	= Kesempatan investasi yang diukur dengan <i>Market Value to Book Value of Assets</i>
β_0	= Konstanta
ε	= <i>Error</i> , variabel gangguan

3.5.2.3 Analisis Korelasi

Analisis korelasi adalah metode untuk mengetahui bagaimana arah dan seberapa besar hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Arah hubungan antara variabel dinyatakan dalam bentuk positif dan negatif, sedangkan seberapa besarnya hubungan antara variabel dinyatakan dalam besarnya nilai koefisien korelasi.

Menurut Sugiyono (2019:212) terdapat beberapa macam teknik korelasi untuk menguji hubungan korelasi antara variabel yang dibedakan berdasarkan jenis data yang ada. Teknik-teknik tersebut adalah sebagai berikut:

1. Koefisien Kontingensi (C), digunakan untuk data berbentuk nominal.
2. Korelasi *Spearman Rank* (ρ) dan Korelasi *Kendall's Tau* (τ), digunakan untuk data berbentuk ordinal.
3. Korelasi *Pearson* atau Korelasi *Product Moment* (r), digunakan untuk data berbentuk interval atau rasio.

Untuk menguji hubungan antara satu variabel independen dengan variabel dependen secara linear adalah dengan menggunakan korelasi *Pearson* (r). Rumus korelasi *Pearson* atau Korelasi *Product Moment* menurut Sugiyono (2019:246) adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien Korelasi Pearson
 X_i = Variabel Independen
 Y_i = Variabel Dependen
 n = Jumlah sampel yang diteliti

Nilai koefisien korelasi berkisar antara 0 sampai 1 atau 0 sampai -1. Dari kisaran tersebut memberikan tiga hasil analisis sebagai berikut:

1. Jika $r = 1$ atau r mendekati angka 1, maka artinya korelasi antara variabel adalah korelasi positif, dimana setiap perubahan nilai variabel independen akan diikuti dengan perubahan nilai variabel dependen secara linear.

2. Jika $r = 0$, maka artinya korelasi antara variabel sangat lemah atau tidak ada korelasi sama sekali antara variabel independen dan variabel dependen.
3. Jika $r = -1$ atau mendekati angka -1 , maka artinya korelasi antara variabel adalah korelasi negatif, dimana setiap perubahan nilai variabel independen akan diikuti dengan perubahan nilai variabel dependen secara berlawanan.

Tabel 3.8
Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan Korelasi
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2019:248)

3.5.3 Uji Hipotesis

3.5.3.1 Uji Koefisien Regresi secara Parsial (t-test)

Uji koefisien regresi secara parsial atau t hitung adalah pengujian signifikansi untuk mengetahui pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial (Purnomo, 2016:170). Nilai signifikansi (α) adalah 0,05 atau 5%. Rumus uji t atau t hitung menurut Sugiyono (2019:248) adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

- t = Nilai Uji t
- r = Koefisien korelasi
- r^2 = Koefisien determinasi
- n = Jumlah sampel

Adapun rancangan hipotesis konseptual yang dibangun dari uji t pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. $H_{01} : \beta_1 \leq 0$, artinya level diversifikasi tidak berpengaruh secara positif terhadap kinerja perusahaan.

$H_{a1} : \beta_1 > 0$, artinya level diversifikasi berpengaruh secara positif terhadap kinerja perusahaan.

2. $H_{01} : \beta_2 \leq 0$, artinya segmentasi usaha tidak berpengaruh secara positif terhadap kinerja perusahaan.

$H_{a1} : \beta_2 > 0$, artinya segmentasi usaha berpengaruh secara positif terhadap kinerja perusahaan.

3. $H_{01} : \beta_3 \leq 0$, artinya kesempatan investasi tidak berpengaruh secara positif terhadap kinerja perusahaan.

$H_{a1} : \beta_3 > 0$, artinya kesempatan investasi berpengaruh secara positif terhadap kinerja perusahaan.

Kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi (α) $\geq 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} <$

$-t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

2. Jika nilai signifikansi (α) $< 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} >$

$-t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.5.3.2 Uji Signifikansi Simultan (F-test)

Uji signifikansi simultan atau uji F digunakan untuk menguji signifikansi variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Purnomo,

2016:167). Nilai signifikansi (α) adalah 0,05 atau 5%. Rumus uji F atau F hitung menurut Sugiyono (2019:257) adalah sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

- R^2 = Koefisien determinasi
 k = Jumlah variabel independen
 n = Jumlah sampel

Adapun rancangan hipotesis konseptual yang dibangun dari uji F pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. $H_0 : (\beta_1: \beta_2: \beta_3) \leq 0$, artinya level diversifikasi, segmentasi usaha dan kesempatan investasi tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.
2. $H_{a1} : (\beta_1: \beta_2: \beta_3) > 0$, artinya level diversifikasi, segmentasi usaha dan kesempatan investasi berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

3.5.3.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar variabel dependen secara simultan mampu menjelaskan variabel independen atau mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi diberi simbol *R Square* (R^2) atau disebut sebagai korelasi berganda. Berikut rumus perhitungan koefisien determinasi (R^2):

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

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel level diversifikasi, segmentasi usaha, dan kesempatan investasi terhadap kinerja perusahaan yang dinyatakan dalam bentuk persentase.

Nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1. Dari kisaran angka tersebut, didapat dua hasil analisis sebagai berikut:

1. Jika R^2 mendekati angka 1, maka terdapat hubungan yang erat antara variabel independen dan variabel dependen dimana variabel independen dianggap mampu memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.
2. Jika R^2 mendekati angka 0, maka tidak terdapat hubungan yang erat antara variabel independen dan variabel dependen dimana variabel independen dianggap kurang mampu dalam memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen atau terbatas.

3.5.3.4 Analisis Tambahan

Analisis yang digunakan adalah *Independent Sample t-Test*. *Independent Sample t-Test* adalah pengujian parametrik untuk mengetahui perbedaan rata-rata dua kelompok data pada subjek yang berbeda. Analisis tersebut akan digunakan pada variabel independen kedua yaitu segmentasi usaha yang diukur dengan variabel dummy. Analisis ini diperlukan karena terdapat dua kelompok dalam variabel segmentasi usaha yaitu kelompok *multi-segment* dan kelompok *single-segment*.

3.6 Model Penelitian

Gambar 3.1
Model Penelitian

