

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

3.1.1 Metode Penelitian

Metode penelitian dapat menjadi landasan yang digunakan untuk menyelesaikan suatu masalah agar dapat memperoleh hasil yang jelas. Menurut Sugiyono, metode penelitian merupakan metode ilmiah yang digunakan agar dapat mendapatkan data dengan tujuan dan manfaat tertentu (Sugiyono, 2024:1).

Metode penelitian terbagi menjadi tiga kelompok, diantaranya yaitu metode kuantitatif, metode kualitatif, dan metode kombinasi (*mixed methods*) (Sugiyono, 2024:13). Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan mengumpulkan data historis dari suatu perusahaan yang hendak diteliti dan pendekatan deskriptif asosiatif dengan maksud untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan energi.

Menurut Sugiyono metode kuantitatif didefinisikan sebagai berikut:

“Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan” (Sugiyono, 2024:15).

3.1.2 Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan deskriptif asosiatif. Asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2024:51). Penelitian asosiatif digunakan karena dapat menjelaskan hubungan atau pengaruh antara variabel-variabel dalam penelitian ini, yaitu pengungkapan *corporate social responsibility*, pertumbuhan penjualan, dan nilai perusahaan.

Penelitian deskriptif baik secara kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi merupakan penelitian yang bersifat menggambarkan. Penelitian yang bersifat menggambarkan berarti mendeskripsikan apa yang terjadi pada objek yang sedang diteliti (Sugiyono, 2024:5). Penelitian deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana pengungkapan *corporate social responsibility*, pertumbuhan penjualan, dan nilai perusahaan pada perusahaan sektor energi.

3.1.3 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono, objek penelitian diartikan sebagai berikut:

“Objek yang alamiah adalah objek yang berkembang apa adanya, tidak dimanipulasi oleh peneliti dan kehadiran peneliti tidak mempengaruhi dinamika pada objek tersebut” (Sugiyono, 2024:18).

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pengungkapan *corporate social responsibility*, pertumbuhan penjualan, dan nilai perusahaan pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.

3.1.4 Unit Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi unit penelitian adalah perusahaan energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023. Data yang digunakan merupakan laporan tahunan serta laporan keberlanjutan yang dapat diakses melalui Bursa Efek Indonesia dan situs resmi dari masing-masing perusahaan energi.

3.1.4.1 Unit Observasi

Penelitian ini menggunakan sumber data sekunder yaitu berupa dokumen laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023. Untuk data pengungkapan *corporate social responsibility*, didapatkan melalui tabel GRI Index yang berada di laporan tahunan atau laporan keberlanjutan perusahaan. Data untuk pertumbuhan penjualan didapatkan melalui laporan laba rugi yang tersedia di laporan tahunan perusahaan, nilai penjualan dalam mata uang asing dikonversi ke dalam rupiah dengan menggunakan kurs rata-rata. Nilai *Price to Book Value* (PBV) didapatkan melalui ikhtisar saham dan laporan neraca pada laporan tahunan perusahaan.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

3.2.1 Definisi Variabel dan Pengukurannya

Penelitian ini menggunakan dua variabel bebas (*independen*) dan satu variabel terikat (*dependen*). Menurut Sugiyono, variabel *independen* didefinisikan sebagai berikut:

“Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)” (Sugiyono, 2024:57).

Sedangkan untuk variabel dependen dapat diartikan sebagai berikut:

“Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas” (Sugiyono, 2024:57).

Dalam penelitian ini, pengungkapan *corporate social responsibility* dan pertumbuhan penjualan digunakan sebagai variabel independen. Selain itu untuk variabel dependen, penelitian ini akan menggunakan nilai perusahaan.

3.2.1.1 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Meutia, definisi pengungkapan *corporate social responsibility* adalah sebagai berikut:

“Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu cara bagi perusahaan untuk mengomunikasikan kepada para stakeholder bahwa perusahaan memberi perhatian pada pengaruh sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan” (Meutia, 2021).

Dalam mengukur pengungkapan *corporate social responsibility*, penelitian ini menggunakan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* dengan acuan berdasarkan GRI standar. GRI standar yang digunakan sejumlah 144 item pengungkapan dengan kategori utama yaitu pengungkapan umum serta 3 kategori utama yaitu aspek ekonomi, lingkungan dan sosial.

Pengukuran yang digunakan untuk mengukur pengungkapan *corporate social responsibility*, adalah sebagai berikut:

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

$CSRDI_j$ = *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* Perusahaan j
 X_{ij} = Jumlah total pengungkapan CSR oleh perusahaan.

- 1 = jika item diungkapkan;
- 0 = jika item tidak diungkapkan.

n_j = Jumlah item untuk perusahaan j, $n_j \leq 144$ item (skor maksimal)

Sumber: (Delvia & Helmy, 2024)

3.2.1.2 Pertumbuhan Penjualan

Menurut Judijanto et al., definisi pertumbuhan penjualan adalah sebagai berikut:

“Persentase kenaikan atau penurunan dalam penjualan dibandingkan dengan periode sebelumnya” (Judijanto et al., 2024:63).

Berikut merupakan rumus pertumbuhan penjualan:

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan } (t) - \text{Penjualan } (t - 1)}{\text{Penjualan } (t - 1)}$$

Keterangan:

Penjualan (t) = Penjualan bersih perusahaan pada tahun t

Penjualan (t-1) = Penjualan bersih perusahaan pada tahun t-1

Sumber: (Putri et al., 2024)

3.2.1.3 Nilai Perusahaan

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan. Menurut Harmono, Nilai Perusahaan adalah sebagai berikut:

“Nilai Perusahaan merupakan kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran di pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan” (Harmono, 2020:233).

Pengukuran nilai perusahaan dapat menggunakan berbagai rasio, salah satunya seperti *Price to Book Value* (PBV) yang digunakan dalam penelitian ini.

Berikut merupakan rumus dari pengukuran PBV:

$$PBV = \frac{Price}{Nilai\ Buku\ per\ Lembar\ Saham}$$

Sumber: (Harmono, 2020:114).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Penggunaan operasionalisasi variabel berfungsi untuk menjadikan hasil penelitian relevan. Sesuai dengan judul yang diangkat yaitu “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan” terdapat tiga variabel yang digunakan yaitu sebagai berikut:

1. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (X_1)
2. Pertumbuhan Penjualan (X_2)
3. Nilai Perusahaan (Y)

Untuk lebih jelas dalam memahami variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 3. 1
Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (X ₁)	Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu cara bagi perusahaan untuk mengomunikasikan kepada para stakeholder bahwa perusahaan memberi perhatian pada pengaruh sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan (Meutia, 2021).	<i>Corporate Social Responsibility Disclosure Index</i> $CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$ (Delvia & Helmy, 2024)	Rasio
Pertumbuhan Penjualan (X ₂)	Pertumbuhan penjualan merupakan Persentase kenaikan atau penurunan dalam penjualan dibandingkan dengan periode sebelumnya (Judijanto et al., 2024:63).	<i>Pertumbuhan Penjualan</i> $= \frac{Penjualan(t) - Penjualan(t - 1)}{Penjualan(t - 1)}$ (Putri et al., 2024)	Rasio

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Nilai Perusahaan (Y)	Nilai Perusahaan merupakan kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran di pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan (Harmono, 2020:233).	<p><i>Price to Book Value (PBV)</i></p> $PBV = \frac{Price}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}}$ <p>(Harmono, 2020:114)</p>	Rasio

Sumber: Data diolah penulis

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Pengertian Populasi

Menurut Sugiyono, populasi penelitian dapat didefinisikan sebagai berikut:

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu” (Sugiyono, 2024:130).

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023, yaitu sebanyak 85 perusahaan, namun tidak semua populasi ini akan dijadikan sampel untuk penelitian, maka dari itu perlu dipilih kembali untuk penelitian yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Berikut merupakan daftar nama perusahaan populasi penelitian.

Tabel 3. 2
Daftar Populasi Penelitian

No	KODE	Nama Perusahaan
1	ABMM	ABM Investama Tbk
2	ADMR	Adaro Minerals Indonesia Tbk
3	ADRO	Adaro energy Indonesia Tbk
4	AIMS	Akbar Indo Makmur Stimec Tbk
5	AKRA	AKR Corporindo Tbk
6	APEX	Apexindo Pratama Duta Tbk
7	ARII	Atlas Resources Tbk
8	ARTI	Ratu Prabu Energi Tbk
9	BBRM	Pelayaran Nasional Bina Buana Raya Tbk
10	BESS	Batulicin Nusantara Maritim Tbk
11	BIPI	Astrindo Nusantara Infrastruktur Tbk
12	BOSS	Borneo Olah Sarana Sukses Tbk
13	BORN	Borneo Lumbung Energi Tbk
14	BSML	Bintang Samudera Mandiri Lines Tbk
15	ATPK	Bara Jaya Internasional Tbk
16	BSSR	Baramulti Suksessarana Tbk
17	BULL	Buana Lintas Lautan Tbk
18	BUMI	Bumi Resources Tbk
19	BYAN	Bayan resources Tbk
20	CANI	Capitol Nusantara Indoesia Tbk
21	CBRE	Cakra Buana Resources Energi Tbk
22	CNKO	Exploitasi Energi Indonesia Tbk
23	COAL	Black Diamond Resources Tbk
24	CUAN	Petrindo Jaya Kreasi Tbk
25	DEWA	Darma Henwa Tbk
26	DOID	Delta Dunia M akmur Tbk
27	DSSA	Dian Swastatika Sentosa Tbk
28	DWGL	Dwi Guna Laksana Tbk
29	ELSA	Elnusa Tbk
30	ENRG	Energi Mega Persada Tbk
31	FIRE	Alfa Energi Investama Tbk
32	GEMS	Golden Energy Mines Tbk
33	GTBO	Garda Tujuh Buana Tbk
34	GTSI	GTS Internasional Tbk
35	HILL	Hillcon Tbk

No	KODE	Nama Perusahaan
36	HITS	Humpuss Intermoda Transportasi Tbk
37	HRUM	Harum Energy Tbk
38	HUMI	Humpuss Maritim Internasional Tbk
39	IATA	MNC Energy Investments Tbk
40	INDY	Indika energy Tbk
41	INPS	Indah Prakasa Sentosa Tbk
42	ITMA	Sumber Energy Andalan Tbk
43	ITMG	Indo Tambangraya Megah Tbk
44	KKGI	Resource Alam Indonesia Tbk
45	KOPI	Mitra Energi Persada Tbk
46	LEAD	Logindo Samudramakmur Tbk
47	MAHA	Mandiri Herindo Adiperkasa Tbk
48	MBAP	Mitrabara Adiperdana Tbk
49	MBSS	Mitrabahtera Segara Sejati Tbk
50	MCOL	Prima Andalan Mandiri Tbk
51	MEDC	Medco Energi Internasional Tbk
52	MTFN	Capitalinc Investment Tbk
53	MYOH	Samindo Resources Tbk
54	PGAS	Perusahaan Gas Negara Tbk
55	PKPK	Perdana Karya Perkasa Tbk
56	PSSI	IMC Pelita Logistik Tbk
57	PTBA	Bukit Asam Tbk
58	PTIS	Indo Straits Tbk
59	PTRO	Petrosea Tbk
60	RAJA	Rukun Raharja Tbk
61	RGAS	Klan Santang Muliatama Tbk
62	RIGS	Rig Tenders Indonesia Tbk
63	RMKE	RMK Energy Tbk
64	RMKO	Royaltama Mulia Kontraktorindo Tbk
65	RUIS	Radiant Utama Interinsco Tbk
66	SGER	Sumber Global Energy Tbk
67	SHIP	Silo Maritime Perdana Tbk
68	SICO	Sigma energy Compressindo Tbk
69	SMMT	Golden Eagle Energy Tbk
70	SMRU	SMR Utama Tbk
71	SOCI	Soechi Lines Tbk
72	SUGI	Sugih Energy Tbk
73	SUNI	Sunindo Pratama Tbk

No	KODE	Nama Perusahaan
74	SURE	Super energy Tbk
75	TAMU	Pelayaran Tamarin Samudra Tbk
76	TCPI	Transcoal Pacific Tbk
77	TEBE	Dana Brata Luhur Tbk
78	TOBA	TBS Energi Utama Tbk
79	TPMA	Trans Power Marine Tbk
80	TRAM	Trada alam Minera Tbk
81	UNIQ	Ulima Nitra Tbk
82	WINS	Wintermar Offshore Marine Tbk
83	WOWS	Ginting Jaya Energi Tbk
84	JSKY	Sky Energy Indonesia Tbk
85	SEMA	Semacom Integrated Tbk

Sumber: www.idx.co.id

3.3.2 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik untuk pengambilan sampel. Menurut Sugiyono, teknik sampling dibagi menjadi dua kelompok yaitu probability sampling dan non probability sampling.

Menurut Sugiyono, *probability* sampling dapat didefinisikan sebagai berikut:

“*Probability* sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel” (Sugiyono, 2024:134).

Menurut Sugiyono, *non probability* sampling dapat didefinisikan sebagai berikut:

“*Non probability* sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel” (Sugiyono, 2024:136).

Teknik sampling yang akan digunakan dalam penelitian ini merupakan teknik *non probability* sampling (*purposive* sampling), karena pengambilan sampel ditentukan sesuai yang masuk dalam kriteria yang ditetapkan, sehingga tidak memberikan peluang kepada semua populasi untuk dijadikan sebagai sampel penelitian.

Kriteria yang digunakan dalam mengumpulkan sampel data untuk penelitian adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan sektor energi yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia sebelum tahun 2019.
2. Perusahaan sektor energi yang tidak *delisting* dari Bursa Efek Indonesia pada periode 2019-2023.
3. Perusahaan sektor energi yang mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* berdasarkan GRI standar pada laporan tahunan dan laporan keberlanjutan pada periode 2019-2023.

3.3.3 Sampel Penelitian

Dari data penelitian yang tersedia sebagai hasil pengumpulan sebelumnya, dipilih beberapa data perusahaan yang sesuai dengan kriteria yang ditetapkan untuk dijadikan sebagai sampel penelitian. Hasil pengolahan data yang terpilih ini kemudian dijadikan sebagai kesimpulan dari hasil penelitian.

Tabel 3. 3
Tahap Penyelesaian Untuk Penelitian

Keterangan	Jumlah
Jumlah perusahaan Energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023	85
Dikurangi:	
Perusahaan energi yang baru melakukan <i>Initial Public Offering</i> (IPO) di Bursa Efek Indonesia pada periode 2019-2023.	(22)
Perusahaan energi yang <i>delisting</i> dari Bursa Efek Indonesia pada periode 2019-2023.	(2)
Perusahaan energi yang tidak mengungkapkan <i>Corporate Social Responsibility</i> berdasarkan GRI standar pada laporan tahunan dan laporan keberlanjutan periode 2019-2023.	(47)
Total	14
Jumlah Sampel yang digunakan (14 x 5 tahun)	70

Sumber: Data diolah penulis

Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan pada tabel diatas, maka didapatkan sampel penelitian berjumlah 14 perusahaan energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023. Berikut merupakan daftar perusahaan yang akan digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3. 4
Daftar Sampel Perusahaan Energi Periode 2019-2023

No	KODE	Nama Perusahaan
1	ADRO	PT Adaro Energy Indonesia Tbk
2	PGAS	PT Perusahaan Gas Negara Tbk
3	PTBA	PT Bukit Asam Tbk
4	BUMI	PT Bumi Resources Tbk
5	DEWA	PT Darma Henwa Tbk
6	ABMM	PT ABM Investama Tbk
7	ELSA	PT Elnusa Tbk
8	INDY	PT Indika Energy Tbk
9	ITMG	PT Indo Tambangraya Megah Tbk

No	KODE	Nama Perusahaan
10	PTRO	PT Petrosea Tbk
11	WINS	PT Wintermar Offshore Marine Tbk
12	AKRA	PT AKR Corporindo Tbk
13	MEDC	PT Medco Energi Internasional Indonesia Tbk
14	MBSS	PT Mitrabahtera Segara Sejati Tbk

3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dengan beberapa cara seperti sumber primer dan sumber sekunder. Menurut Sugiyono, Sumber primer merupakan sumber data yang dapat memberikan data secara langsung kepada pihak pengumpul data, sedangkan sumber sekunder merupakan sumber yang secara tidak langsung memberikan data kepada pihak pengumpul data yang bisa diperoleh melalui orang lain maupun melalui dokumen (Sugiyono, 2024:213).

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini merupakan data sekunder yang bersifat kuantitatif. Data yang digunakan diperoleh dari laporan tahunan serta laporan keberlanjutan dari masing-masing perusahaan yang digunakan untuk penelitian ini. Data yang digunakan berasal dari situs resmi masing-masing perusahaan dan melalui Bursa Efek Indonesia.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini berfokus pada data sekunder dengan teknik pengumpulan data yaitu studi kepustakaan (*library research*). Teknik studi kepustakaan dilakukan dengan cara mengumpulkan data berupa dokumen perusahaan sektor energi periode

2019-2023. Data didapatkan melalui sumber situs resmi setiap perusahaan dan melalui Bursa Efek Indonesia, berupa dokumen laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan. Data yang telah dikumpulkan kemudian akan digunakan sebagai bahan untuk penelitian.

3.5 Analisis Data

Menurut Sugiyono, analisis data didefinisikan sebagai berikut:

“Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dari analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan” (Sugiyono, 2024:226).

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan dalam menganalisa data dengan mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2024:226).

Dalam penelitian ini, tahapan yang dilakukan untuk menganalisis pengungkapan *corporate social responsibility*, pertumbuhan penjualan, dan nilai perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

- a. Mengumpulkan data laporan tahunan serta laporan keberlanjutan perusahaan yang mengungkapkan *corporate social responsibility* berdasarkan GRI standar perusahaan energi periode 2019-2023.
- b. Menentukan jumlah *corporate social responsibility* yang diungkapkan perusahaan. Pengukuran dengan memberikan nilai 1 jika diungkapkan dan 0 jika tidak diungkapkan.
- c. Menjumlahkan total keseluruhan item yang telah diberi nilai 1.
- d. Menentukan indeks pengungkapan *corporate social responsibility* yang dibagi dengan 144 item dari total keseluruhan item yang diungkapkan (yang diberi nilai 1).
- e. Membandingkan hasil pengukuran indeks dengan kriteria penilaian perusahaan
- f. Menentukan kriteria penilaian pengungkapan *corporate social responsibility*.

Tabel 3. 5
Kriteria Penilaian Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Interval	Keterangan
$CSRDI < 20\%$	Tidak Lengkap
$20\% \leq CSRDI < 40\%$	Kurang Lengkap
$40\% \leq CSRDI < 60\%$	Cukup Lengkap
$60\% \leq CSRDI < 80\%$	Lengkap
$80\% \leq CSRDI$	Sangat Lengkap

Sumber: Data diolah penulis

- g. Menarik kesimpulan sesuai kriteria pengungkapan *corporate social responsibility*.

2. Pertumbuhan Penjualan

- a. Mengumpulkan data penjualan perusahaan energi periode 2019-2023.
- b. Menentukan data penjualan dan penjualan tahun sebelumnya periode 2019-2023.
- c. Menghitung nilai penjualan dikurangi penjualan tahun sebelumnya, lalu dibagi dengan penjualan tahun sebelumnya.
- d. Menjumlahkan total pertumbuhan penjualan.
- e. Membandingkan rasio pertumbuhan penjualan dengan kriteria penilaian perusahaan
- f. Menentukan kriteria penilaian pertumbuhan penjualan.

Menurut Karlina, standar industri untuk pertumbuhan penjualan perusahaan yaitu sejumlah 5 - 10% (Karlina et al., 2023). Berdasarkan aturan tersebut, penulis menurunkannya menjadi kriteria kesimpulan seperti berikut:

Tabel 3. 6
Kriteria Penilaian Pertumbuhan Penjualan

Interval	Keterangan
Pertumbuhan Penjualan $\geq 10\%$	Tinggi
$5\% \leq$ Pertumbuhan Penjualan $< 10\%$	Sedang
Pertumbuhan Penjualan $< 5\%$	Rendah

Sumber: Data diolah penulis

- g. Mengambil kesimpulan sesuai kriteria pertumbuhan penjualan yang sudah ditentukan.

3. Nilai Perusahaan

- a. Mengumpulkan data harga saham perusahaan energi periode 2019-2023.

- b. Menghitung nilai buku per lembar saham (BVPS).
- c. Menjumlahkan nilai saham dibagi dengan nilai buku per lembar saham (BVPS).
- d. Membandingkan hasil dari rasio nilai perusahaan dengan kriteria penilaian perusahaan. Tabel kriteria penilaian nilai perusahaan dapat dilihat pada tabel 3.7

Tabel 3. 7
Kriteria Penilaian Nilai Perusahaan

Interval	Standar
PBV > 1	Tinggi
PBV = 1	Sedang
PBV < 1	Rendah

Sumber:(Hadi, 2024:211)

- e. Menentukan kriteria penilaian nilai perusahaan.
- f. Menarik kesimpulan sesuai kriteria nilai perusahaan.

3.5.2 Analisis Asosiatif

Analisis Asosiatif digunakan untuk menunjukkan jika terdapat hubungan antara 2 variabel atau lebih. Dalam penelitian ini analisis asosiatif dilakukan untuk mengetahui jika terdapat pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility*, pertumbuhan penjualan, dan nilai perusahaan.

3.5.2.1 Uji Asumsi Klasik

Menurut Indartini dan Mutmainah, Uji asumsi klasik menjadi syarat untuk uji regresi linear berganda, dengan melakukan empat tahap uji asumsi klasik yaitu

uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, dan uji autokorelasi (Indartini and Mutmainah, 2024:9).

Oleh karena itu, pemenuhan uji asumsi klasik menjadi bagian yang penting agar model yang dihasilkan benar-benar mencerminkan bagaimana baiknya hubungan antar variabel dan dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan yang tepat pada akhir penelitian. Uji asumsi klasik dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 26.

1. Uji Normalitas

Dalam model regresi, uji normalitas dapat digunakan sebagai penentu apakah data berdistribusi normal atau tidak, penelitian dapat dilanjutkan jika data berdistribusi normal. Uji normalitas dapat diukur dengan menggunakan *Test Kolmogorov-Smirnov Goodness of Fit*. Menurut Indartini dan Mutmainah, pengambilan keputusan dalam menguji normalitas menggunakan *Test Kolmogorov-Smirnov Goodness of Fit*:

- a. Dapat dilihat dari nilai *asymptotic significance 2-tailed*, dengan kaidah keputusan jika lebih besar dari $\alpha = 0,05$ (taraf kesalahan 5%), maka data dapat dinyatakan berdistribusi normal sehingga penelitian dapat dilanjutkan.
- b. Jika nilai *asymptotic significance 2-tailed* lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, maka data dapat dinyatakan tidak berdistribusi normal sehingga penelitian tidak layak untuk dilanjutkan.

Sumber: (Indartini & Mutmainah, 2024:10)

2. Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk menguji apakah ada korelasi di antara variabel independen (bebas) dalam model regresi. Model regresi dapat dikatakan baik jika tidak terjadi multikolinearitas dalam uji data. Jika hasil dari variabel menunjukkan multikolinearitas, maka variabel yang digunakan memiliki hubungan antara satu dengan yang lainnya dalam variabel bebas (Sihabudin et al., 2021:141).

Terdapat beberapa cara untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dalam data yang diuji, salah satunya dengan melihat hasil dari *tolerance value* dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai *tolerance value* dan VIF dapat membantu untuk menunjukkan hasil yang relevan dalam menguji multikolinearitas.

Berikut merupakan syarat dalam pengambilan keputusan untuk uji multikolinearitas:

- a. Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ maka dapat dikatakan bahwa data tidak terjadi multikolinearitas. Namun sebaliknya jika nilai *tolerance* $< 0,10$ maka dapat dikatakan bahwa data yang diuji terjadi multikolinearitas.
- b. Dalam menguji nilai VIF: Jika nilai VIF $< 10,00$ dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas, sedangkan jika nilai VIF $> 10,00$ maka data menunjukkan terjadinya multikolinearitas dalam data yang diuji.

Sumber: (Sihabudin et al., 2021:141)

3. Uji Heterokedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan salah satu faktor yang dapat menyebabkan model regresi linear sederhana menjadi tidak efisien dan kurang akurat, serta dapat mengganggu proses estimasi parameter (koefisien) regresi apabila menggunakan metode kemungkinan maksimum. Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pelanggaran terhadap asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu kondisi di mana varian dari residual tidak sama untuk seluruh observasi dalam model regresi (Zahriyah et al., 2021:89).

Salah satu cara yang dapat digunakan dalam menguji heterokedastisitas merupakan metode uji Glejser. Dalam penggunaan metode uji Glejser, pengambilan keputusan dapat diukur apabila nilai signifikansi (Sig.), $> 0,05$ maka data yang diuji dapat dinyatakan tidak terjadi heterokedastisitas, begitu pun dengan sebaliknya jika nilai signifikansi (Sig.), $< 0,05$ maka data yang diuji dinyatakan terjadi heterokedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dapat digunakan sebagai penentu jika data terjadi atau tidaknya autokorelasi dalam penelitian. Autokorelasi dapat terjadi dikarenakan adanya kesalahan atau errors dalam data yang diuji pada tahun tertentu berkorelasi dengan tahun lainnya.

Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan metode Durbin-Watson. Uji Durbin-Watson merupakan uji yang diperkenalkan oleh J.

Durbin dan GS. Watson pada tahun 1951, uji ini sangat dikenal karena dapat menguji ada atau tidaknya autokorelasi dalam model empiris.

Untuk pengambilan keputusan dalam menguji autokorelasi, perlu memenuhi syarat sebagai berikut:

1. Terjadi autokorelasi positif, jika nilai DW dibawah - 2 ($DW < -2$)
2. Tidak terjadi autokorelasi, jika nilai DW berada diantara - 2 dan + 2
atau $-2 \leq DW \leq + 2$
3. Terjadi autokorelasi negatif jika nilai DW di atas + 2 atau $DW > + 2$

Sumber: (Sunyoto, 2020:121)

3.5.2.2 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Menurut Sugiyono, hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang harus dibuktikan melalui uji data yang telah dikumpulkan (Sugiyono, 2024:242). Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis akan menggunakan uji signifikan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a).

Dalam hipotesis nol (H_0) menyatakan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan hipotesis alternatif (H_a) merupakan hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Dalam penelitian ini uji t dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan dengan membandingkan hasil nilai t yang diperoleh dalam uji data kemudian membandingkannya dengan nilai t tabel dengan signifikansi sebesar 5%. Menurut Sugiyono, rumus dasar untuk uji t =, 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 = Total sampel

Sumber: (Sugiyono, 2024:275).

Dalam pengujian t parsial, terdapat beberapa dasar dalam pengambilan keputusan untuk menentukan pengaruh variabel. Dasar dalam penilaian uji t parsial adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai sig < 0,05, atau t hitung > t tabel maka H₀ ditolak dan H_α diterima.
2. Jika nilai sig > 0,05, atau t hitung < t tabel maka H₀ diterima dan H_α ditolak.

Penolakan H₀ mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh antara variabel X dengan variabel Y, sebaliknya jika H₀ diterima menunjukkan bahwa variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y. Dalam penelitian ini, pengambilan

keputusan dalam uji statistik t dapat diinterpretasikan pada rumus hipotesis sebagai berikut:

$H_{01}: (\beta_1 \leq 0)$: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

$H_{\alpha_1}: (\beta_1 > 0)$: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

$H_{02}: (\beta_2 \leq 0)$: Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

$H_{\alpha_2}: (\beta_2 > 0)$: Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Sumber: (Zahriyah et al., 2021)

3.5.2.3 Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara dua variabel. Menurut Sugiyono, rumus untuk pengujian analisis korelasi 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_1 = Variabel Independen

X_2 = Variabel Dependen

N = Banyak Sampel

Sumber: (Sugiyono, 2024:273).

Untuk mengukur tingkat hubungan antar variabel yang diuji, maka digunakan kriteria penilaian untuk uji korelasi sebagai berikut:

Tabel 3. 8
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi 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	Tinggi
0,80 – 1,000	Sangat Tinggi

Sumber: (Sugiyono, 2024:274)

3.5.2.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Dalam penelitian ini, uji koefisien determinasi digunakan dengan maksud untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Semakin besar persentase nilai R^2 menunjukkan bahwa semakin besar pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen (Sahir, 2021:54). Rumus untuk mengukur koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

KD = Nilai koefisien determinasi

r^2 = Nilai koefisien korelasi

3.5.2.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono, Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti ketika ingin memprediksi bagaimana perubahan (naik atau turunnya) variabel dependen, jika dua atau lebih variabel independen yang menjadi faktor prediktor dinaikturunkan nilainya (Sugiyono, 2024:307). Analisis regresi linear berganda dapat memberikan analisis bagaimana pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen.

Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini merupakan analisis regresi linear berganda, dikarenakan terdapat dua variabel independen yang digunakan. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan.

Persamaan regresi untuk dua variabel prediktor adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

a = Konstanta

b₁ b₂ = Koefisien regresi

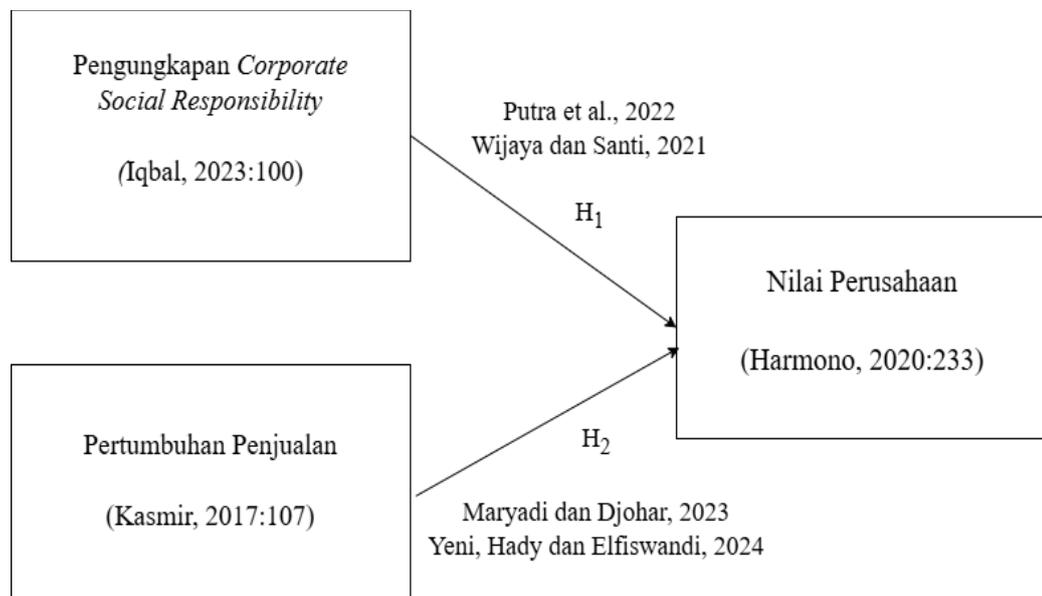
X₁ = Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

X₂ = Pertumbuhan Penjualan

e = Kesalahan baku estimasi regresi

3.6 Model Penelitian

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, maka didapatkan model penelitian topik yang diangkat, yaitu pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. Hubungan antar variabel tersebut, dapat digambarkan dalam model penelitian sebagai berikut ini:



Gambar 3. 1
Model Penelitian