

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metodologi Penelitian

3.1.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Metode penelitian merupakan prosedur yang dimiliki dan dilaksanakan oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi atau data dan melakukan penelitian terhadap informasi yang diperoleh untuk memastikan kebenaran suatu fenomena melalui penalaran yang logis dan didukung dengan nyata sebagai bukti nyata. Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. (Sugiyono, 2022)

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif.

Menurut (sugiyono, 2013):

“Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada sampel filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.”

Sedangkan metode deskriptif dapat di jelaskan menurut sugiono (2013:147)

“Metode analisis deskriptif 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 penelitian ini metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan Strategi Lingkungan Proaktif, Transformasi Digital, Nilai Perusahaan.

Dengan metode penelitian, penulis bermaksud mengumpulkan data dan mengamati secara seksama mengenai aspek aspek tertentu yang berkaitan erat dengan masalah yang diteliti sehingga akan diperoleh data yang menunjang penyusunan laporan penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif. Berdasarkan hal tersebut yang perlu dipertimbangkan yaitu cara ilmiah, tujuan, dan kegunaan.

Metode penelitian ini juga menggunakan metode verifikatif. Adapun definisi metode verifikatif menurut (Sugiyono 2022:55) yang mengatakan bahwa:

“Metode verifikatif adalah suatu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan kausalitas antar variabel melalui suatu pengujian melalui perhitungan statistik didapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima”.

Kurniawan (2016:144) menyatakan bahwa metode verifikatif sebagai berikut:

“Suatu penelitian harus dapat diuji atau diverifikasi dalam makna dapat dikonfirmasi, direvisi dan diulang dengan cara yang sama atau berbeda. Artinya, peneliti bermaksud membuktikan apakah suatu teori berlaku atau dapat diamati pada objek penelitian tertentu.”

Dalam penelitian ini metode verifikatif digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Strategi Lingkungan Proaktif, dan Transformasi Digital terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat dijelaskan bahwa metode deskriptif dan verifikatif merupakan metode yang bertujuan untuk menggambarkan benar atau tidaknya fakta-fakta yang ada, serta menjelaskan hubungan antar variabel yang diteliti dengan cara mengumpulkan data, mengolah, menganalisis, dan menginterpretasi data dalam pengujian hipotesis statistik. Pada penelitian ini

metode deskriptif dan verifikatif digunakan untuk menguji korelasi antara variabel independen terhadap variabel dependen.

3.1.2 Objek Penelitian

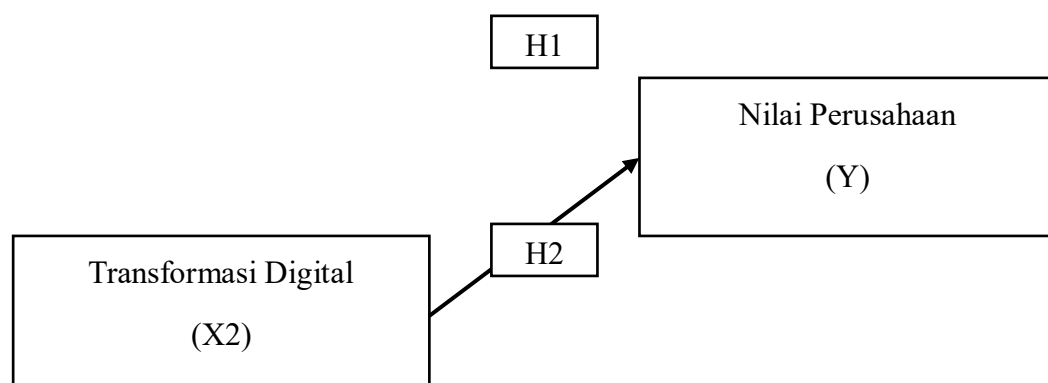
Objek penelitian adalah ruang yang menggambarkan atau menjelaskan keadaan objek penelitian untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang penelitian. Pengertian objek penelitian menurut Kurniawan (2016:58) adalah sebagai berikut:

“Objek penelitian adalah sifat keadaan dari suatu benda/orang yang menjadi pusat perhatian dan sasaran penelitian, atau yang hendak diselidiki di dalam kegiatan penelitian. Sifat keadaan yang dimaksud bisa berupa sifat, kuantitas, dan kualitas yang bisa berupa perilaku, kegiatan, pendapat, pandangan penilaian, sikap pro-kontra, simpati-antipati, keadaan batin, dan bisa juga berupa proses.”

Dalam peneliti ini, yang menjadi objek penelitian Adalah Strategi Lingkungan Proaktif, Transformasi Digital, dan Nilai Perusahaan.

3.1.3 Model Penelitian

Strategi Lingkungan Proaktif (X1) merupakan abstraksi dari fenomena-fenomena ini sesuai dengan judul skripsi yaitu ‘Analisis Pengaruh Strategi Lingkungan Proaktif, dan Transformasi Digital Terhadap Nilai Perusahaan’ Maka model penelitian yang bisa digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.1 Model Penelitian

Keterangan:

—————→ : Pengaruh parsial

Variabel penelitian ini harus didefinisikan dengan jelas supaya tidak menimbulkan makna yang ganda. Definisi variabel ini memberikan batasan sejauh mana penelitian ini akan dilakukan. Sedangkan operasional variabel diperlukan untuk mengubah masalah yang akan diteliti ke dalam bentuk variabel, sehingga peneliti dapat menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terikat.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2022:215) populasi merupakan domain umum yang terdiri atas subjek/objek dengan karakteristik tertentu sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh peneliti yang kemudian digunakan untuk dipelajari, dan kemudian ditarik kesimpulannya sehingga menjadi hasil penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor Perbankan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2020-2024.

Tabel 3. 1 Populasi Penelitian

No	Kode	Nama Perusahaan
1	AGRO	PT Bank Raya Indonesia Tbk
2	AGRS	PT Bank IBK Indonesia Tbk
3	AMAR	PT Bank Amar Indonesia Tbk
4	ARTO	PT Bank Jago Tbk
5	BABP	PT Bank MNC Internasional Tbk
6	BACA	PT Bank Capital Indonesia Tbk
7	BANK	PT Bank Aladin Syariah Tbk

8	BBCA	PT Bank Central Asia Tbk
9	BBKP	PT Bank KB Bukopin Tbk
10	BBMD	PT Bank Mestika Dharma Tbk
11	BBNI	PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk
12	BBRI	PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk
13	BBSI	PT Krom Bank Indonesia Tbk (d/h Bank Bisnis Internasional Tbk)
14	BBTN	PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk
15	BBYB	PT Bank Neo Commerce Tbk
16	BCIC	PT Bank JTrust Indonesia Tbk
17	BDMN	PT Bank Danamon Indonesia Tbk
18	BEKS	PT Bank Pembangunan Daerah Banten Tbk
19	BGTG	PT Bank Ganesha Tbk
20	BINA	PT Bank Ina Perdana Tbk
21	BJBR	PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk
22	BJTM	PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk
23	BKSW	PT Bank QNB Indonesia Tbk
24	BMAS	PT Bank Maspion Indonesia Tbk
25	BMRI	PT Bank Mandiri (Persero) Tbk
26	BNBA	PT Bank Bumi Arta Tbk
27	BNGA	PT Bank CIMB Niaga Tbk
28	BNII	PT Bank Maybank Indonesia Tbk
29	BNLI	PT Bank Permata Tbk
30	BRIS	PT Bank Syariah Indonesia Tbk
31	BSIM	PT Bank Sinarmas Tbk
32	BSWD	PT Bank of India Indonesia Tbk
33	BTPN	PT Bank BTPN Tbk
34	BTPS	PT Bank BTPN Syariah Tbk
35	BVIC	PT Bank Victoria International Tbk
36	DNAR	PT Bank Oke Indonesia Tbk
37	INPC	PT Bank Artha Graha Internasional Tbk
38	MASB	PT Bank Multiarta Sentosa Tbk
39	MAYA	PT Bank Mayapada Internasional Tbk
40	MCOR	PT Bank China Construction Bank Indonesia Tbk
41	MEGA	PT Bank Mega Tbk
42	NISP	PT Bank OCBC NISP Tbk
43	NOBU	PT Bank Nationalnobu Tbk
44	PNBN	PT Bank Pan Indonesia Tbk
45	PNBS	PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk

46	SDRA	PT Bank Woori Saudara Indonesia 1906 Tbk
----	------	--

Sumber: www.idnfinancial.com

3.2.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2022:215) sampel merupakan bagian dari populasi itu sendiri, adapun penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini diambil dengan menggunakan metode *purposive sampling* yang dimana penentuan sampel dilakukan atas dasar pertimbangan dan kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Adapun kriteria pengambilan sampel yang digunakan sebagai berikut.

1. Perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI secara berturut turut selama tahun 2020-2024.
2. Perusahaan yang mempublikasikan laporan tahunan (*annual report*) dan atau laporan keberlanjutan (*Sustainability Report*) secara konsisten selama periode 2020-2024.
3. Perusahaan yang tidak mengalami *deslisting* atau *suspensi* perdagangan saham selama periode 2020-2024.

4. Tabel 3. 2 Hasil Purposive Sampling

Kriteria-Kriteia	Jumlah
Jumlah Populasi Awal (Perusahaan Sektor Keuangan Subsektor Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024)	46
Dikurangi:	

Perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI secara berturut turut selama tahun 2020-2024.	(2)
Perusahaan yang tidak konsisten mempublikasikan <i>Annual Report</i> dan/atau <i>Sustainability Report</i> 2020–2024	-
Perusahaan yang mengalami <i>delisting/suspensi</i> perdagangan 2020–2024	(2)
Total Perusahaan yang dijadikan sampel	42
Total Sampel (42 x 5 Tahun)	210

Sumber: Data Diolah Oleh Penulis (2025)

Berdasarkan kriteria yang ditentukan terdapat 42 perusahaan perbankan yang memenuhi kriteria pengambilan sampel di atas, yang disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 3. 3 Sampe Penelitian

No	Kode	Nama Bank
1	BBCA	PT Bank Central Asia Tbk
2	BMRI	PT Bank Mandiri (Persero) Tbk
3	BBRI	PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk
4	BBNI	PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk
5	BBTN	PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk
6	BNGA	PT Bank CIMB Niaga Tbk
7	NISP	PT Bank OCBC NISP Tbk
8	BNLI	PT Bank Permata Tbk
9	BDMN	PT Bank Danamon Indonesia Tbk
10	MEGA	PT Bank Mega Tbk
11	ARTO	PT Bank Jago Tbk
12	BBYB	PT Bank Neo Commerce Tbk
13	AGRO	PT Bank Raya Indonesia Tbk
14	BRIS	PT Bank Syariah Indonesia Tbk
15	BTPS	PT Bank BTPN Syariah Tbk

16	BTPN	PT Bank BTPN Syariah Tbk
17	BVIC	PT Bank Victoria International Tbk
18	MCOR	PT Bank China Construction Bank Indonesia Tbk
19	BKSW	PT Bank QNB Indonesia Tbk
20	SDRA	PT Bank Woori Saudara Indonesia 1906 Tbk
21	MAYA	PT Bank Mayapada Internasional Tbk
22	MASB	PT Bank Multiarta Sentosa Tbk
23	BMAS	PT Bank Maspion Indonesia Tbk
24	NOBU	PT Bank Nationalnobu Tbk
25	PNBN	PT Bank Pan Indonesia Tbk

Sumber: Data Diolah Peneliti (2025)

3.3 Unit Analisis dan Unit Observasi

3.3.1 Unit Analisis

Dalam penelitian ini yang menjadi unit analisi adalah perusahaan atau institusi. Dalam hal ini perusahaan yang akan diteliti adalah sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2020-2024.

3.3.2 Unit Observasi

Dalam penelitian ini unit observasinya adalah laporan tahunan (*annual report*) dan Laporan Keberlanjutan (*Sustainability Report*) Perusahaan Sektor Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2020-2024.

3.4 Variabel dan Oprasional Variabel Penelitian

3.4.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian dapat diartikan sebagai objek, karakteristik, atribut atau nilai seseorang atau kegiatan yang memiliki variasi yang berbeda dari satu kelompok ke kelompok lain, yang ditetapkan oleh peneliti untuk tujuan penelitian dan penarikan kesimpulan.

Sugiyono (2022:38) mendefinisikan variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini, penulis mengelompokkan variabel dalam 2 (dua) variabel yaitu *variabel independent* (variabel bebas), *variabel dependen* (variabel terikat), masing masing variabel didefinisikan dan dibuat operasional variabelnya berdasarkan indikator ukuran dan skala pengukuran yang akan di uraikan sebagai berikut:

3.4.2 *Variabel Independen* (Variabel Bebas)

Variabel bebas bersifat mempengaruhi variabel lain yang tidak bebas. Variabel ini memiliki nilai yang tidak tergantung pada variabel lainnya.

Sugiyono (2022:39) menyatakan bahwa variabel bebas (*independent variable*) adalah sebagai berikut:

“Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).”

Dalam penelitian ini terdapat dua (2) variabel independen yang di teliti yaitu sebagai berikut:

1. Strategi Lingkungan Proaktif (X1)

Menurut Aragón-Correa, J. A., & Sharma, S. (2003). Mendefinisikan Strategi Lingkungan Proaktif sebagai berikut:

“Strategi lingkungan proaktif adalah upaya sukarela perusahaan untuk mengelola dampak lingkungan secara menyeluruh, melampaui sekadar

kepatuhan regulasi, demi meningkatkan kinerja lingkungan maupun daya saing bisnis”

Pengukuran yang dapat dipakai untuk Strategi Lingkungan Proaktif yaitu:

$$PES = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

Keterangan:

PES Index = Indeks Strategi Lingkungan Proaktif (*Proactive Environmental Strategy Index*), yaitu nilai rata-rata yang menggambarkan sejauh mana perusahaan menerapkan strategi lingkungan secara proaktif.

Σ (Sigma) = Tanda penjumlahan, menunjukkan bahwa semua skor indikator dijumlahkan.

X_i = Skor untuk setiap indikator strategi lingkungan proaktif ke- i (misalnya skor dari hasil kuesioner atau penilaian setiap aspek lingkungan seperti inovasi, pencegahan polusi, dan sebagainya).

N = Jumlah indikator atau butir penilaian yang digunakan untuk mengukur strategi lingkungan proaktif.

2. Transformasi Digital (X2)

Menurut Vial. G, (2019) mendefinisikan Transformasi Digital sebagai berikut:

“Transformasi digital adalah proses perubahan mendasar dalam bisnis melalui pemanfaatan teknologi digital untuk menciptakan nilai baru dan meningkatkan kinerja organisasi”

Pengukuran yang dapat dipakai untuk Transformasi Digital yaitu:

$$DTI = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

Keterangan:

- DTI = *Digital Transformation Index*, yaitu indeks yang menggambarkan tingkat penerapan dan kematangan transformasi digital di perusahaan.
- Σ (Sigma) = Tanda penjumlahan, menunjukkan bahwa semua skor indikator dijumlahkan.
- X_i = Skor untuk setiap indikator strategi lingkungan proaktif ke-*i* (misalnya skor dari hasil kuesioner atau penilaian setiap aspek lingkungan seperti inovasi, pencegahan polusi, dan sebagainya).
- N = Jumlah indikator atau butir penilaian yang digunakan untuk mengukur strategi lingkungan proaktif.

3.4.3 Variabel *Dependen* (Variabel Terikat)

Dalam penelitian ini variabel *dependen* yang digunakan adalah ‘Nilai Perusahaan’ Menurut Harmono (2018:50) Nilai Perusahaan merupakan gambaran kinerja perusahaan yang dapat diukur oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran dipasar modal yang merefleksikan penilaian publik terhadap kinerja perusahaan secara nyata. Nilai Perusahaan yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik, sehingga memberikan persepsi baik kepada investor, agar tertarik untuk menanamkan modalnya dengan tujuan mendapat *return* tinggi dan dapat memberikan kemakmuran.

3.4.4 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel adalah suatu cara untuk mengukur suatu konsep yang dalam hal ini terdapat variabel-variabel yang langsung mempengaruhi dan dipengaruhi, yaitu variabel yang dapat menyebabkan masalah-masalah terjadi atau variabel yang situasi dan kondisi tergantung variabel lain. Selain itu, operasionalisasi variabel dimaksudkan untuk menentukan skala pengukuran dari

masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu statistik dapat dilakukan dengan benar.

Tabel 3. 4 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
Strategi Lingkungan Proaktif (X1)	sebagai pendekatan strategis perusahaan yang bersifat sukarela dalam mengintegrasikan isu-isu lingkungan ke dalam praktik bisnisnya, tidak hanya sekadar mematuhi regulasi minimum, tetapi juga melakukan inovasi dan pengembangan yang ramah lingkungan. Aragón-Correa & Sharma, (2003); dan Martín-Tapia et al., (2010).	$PES = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$ Aragón-Correa & Sharma, (2003) dan Martín-Tapia et al., (2010).	Rasio

Transformasi Digital (X2) Vial, G. (2019).	Proses pemanfaatan teknologi digital yang mengubah struktur ekonomi dan sosial, mempercepat pertumbuhan, serta mendorong transisi menuju ekonomi hijau dan berkelanjutan. Vial, G. (2019).	$DTI = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$ Vial, G. (2019).	Rasio
Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
Nilai Perusahaan (Y) (Damas et al., 2021)	Nilai perusahaan adalah persepsi investor atas keberhasilan perusahaan dalam menciptakan kemakmuran pemegang saham yang tercermin melalui harga saham di pasar. (Damas et al., 2021)	$PBV = \frac{\text{Market Price per Share}}{\text{Book Value per Share}}$ (Damas et al., 2021)	

3.5 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

3.5.1 Metode Analisis Data

3.5.1.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono, (2022) analisis deskriptif adalah sebagai berikut:

“Analisis deskriptif 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”.

Analisis terhadap rasio-rasio untuk mencari nilai dari variabel X (penerapan Strategi Lingkungan Proaktif dan Transformasi Digital) dan variabel Y (Nilai Perusahaan). Untuk mencari nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata (mean) dapat dilakukan dengan menentukan kategori penilaian rata-rata perubahan pada variabel penelitian. Berikut ini tahapan-tahapan yang dilakukan untuk menentukan kriteria penilaian setiap variabel penelitian adalah sebagai berikut:

Penerapan Strategi Lingkungan Proaktif

Dalam penelitian ini, pengukuran variabel dilakukan menggunakan metode *content analysis* terhadap laporan keberlanjutan (*sustainability report*) perusahaan. Pendekatan ini dipilih karena data yang digunakan bersifat sekunder dan bersumber dari dokumen publik perusahaan. Krippendorff, K. (2018) Berikut langkah-langkahnya:

Untuk menilai tingkat penerapan indikator pada setiap variabel, digunakan skala dikotomis (0–1), di mana skor 1 diberikan apabila suatu indikator ditemukan atau diungkapkan dalam laporan, dan skor 0 apabila indikator tersebut tidak ditemukan. Metode ini digunakan untuk memberikan penilaian yang objektif terhadap keberadaan praktik atau kebijakan yang berkaitan dengan variabel penelitian Krippendorff, K. (2018).

Selanjutnya, skor dari seluruh indikator dijumlahkan dan dibagi dengan jumlah indikator untuk memperoleh nilai indeks setiap variabel dengan rumus:

$$PES = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

Pendekatan ini memungkinkan pengukuran yang sederhana namun konsisten dalam membandingkan tingkat penerapan antarperusahaan.

Tabel 3. 5 Kriteria Penilaian Stragtegi Lingkungan Proaktif

Interval (Presentase)	Kriteria
0%– 20%	Tidak Lengkap
20.1%– 40%	Kurang Lengkap
40.1%– 60%	Cukup Lengkap
60.1%– 80%	Lengkap
80.1%– 100%	Sangat Lengkap

Sumber: Corporate Governance Perception Index (CGPI)

$$\text{Interval (Presentase)} = \frac{100\%}{\text{Jumlah Kriteria}}$$

1. Penerapan Transformasi Digital

Sama hal nya, dalam penelitian ini pengukuran variabel dilakukan menggunakan metode *content analysis* terhadap laporan keberlanjutan (*sustainability report*) perusahaan. Pendekatan ini dipilih karena data yang digunakan bersifat sekunder dan bersumber dari dokumen publik perusahaan. Krippendorff, K. (2018) Berikut langkah-langkahnya:

Untuk menilai tingkat penerapan indikator pada setiap variabel, digunakan skala dikotomis (0–1), di mana skor 1 diberikan apabila suatu indikator ditemukan atau diungkapkan dalam laporan, dan skor 0 apabila indikator tersebut tidak ditemukan. Metode ini digunakan untuk memberikan penilaian yang objektif terhadap keberadaan praktik atau kebijakan yang berkaitan dengan variabel penelitian.

Selanjutnya, skor dari seluruh indikator dijumlahkan dan dibagi dengan jumlah indikator untuk memperoleh nilai indeks setiap variabel dengan rumus:

$$DTI = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

Pendekatan ini memungkinkan pengukuran yang sederhana namun konsisten dalam membandingkan tingkat penerapan antarperusahaan.

Tabel 3. 6 Kriteria Penilaian Transformasi Digital

Interval (Presentase)	Kriteria
0%– 20%	Tidak Lengkap
20.1%– 40%	Kurang Lengkap
40.1%– 60%	Cukup Lengkap
60.1%– 80%	Lengkap
80.1%– 100%	Sangat Lengkap

Sumber: Corporate Governance Perception Index (CGPI)

$$\text{Interval (Presentase)} = \frac{100\%}{\text{Jumlah Kriteria}}$$

2. Penerapan Nilai Perusahaan

Untuk menentukan kriteria penilaian nilai perusahaan, dapat dilihat dari table kriteria penilaian dibawah ini, dengan Langkah langkah sebagai berikut:

- a. Mengunduh annual report dari setiap perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024
- b. Menentukan nilai pasar saham dengan mengkalikan Harga saham dengan Jumlah saham yang beredar.

- c. Menentukan total kewajiban atau liabilities
- d. Menentukan total asset
- e. Menentukan Tobin's Q dengan cara menambahkan anantara nilai pasar saham dengan total kewajiban kemudian dibagi total asset
- f. Menentukan kriteria
- g. Kesimpulan

Tabel 3. 7 Kriteria Penilaian Nilai Perusahaan

Standar	Kriteria
$Q > 1$	Overvalued
$Q = 1$	Fairvalued
$Q < 1$	Undervalued

Sumber: (Christiaan & Abdulkarim, 2021)

3.5.1.2 Pemilihan Effect Model Regresi

Permodelan dengan menggunakan teknik data panel dapat dilakukan dengan menggunakan tiga pendekatan alternatif metode pengolahannya. Menurut (Basuki & Prawoto, 2019) tiga pendekatan tersebut yaitu metode *Common Effect/Pooled Least Square* (CEM), *Fixed Effect Model* (FEM), dan *Random Effect Model* (REM) sebagai berikut:

a. *Common Effect Model*

Teknik yang digunakan dalam metode ini adalah menggabungkan data *time series* dan *cross section*. Dengan menggabungkan kedua jenis data tersebut, maka metode OLS dapat digunakan untuk mengestimasi model data panel. Dalam pendekatan ini tidak memperhatikan dimensi individu ataupun waktu, dan dapat diasumsikan bahwa perilaku data antar perusahaan sama

dalam berbagai rentang waktu. Asumsi ini jelas sangat jauh dari realita sebenarnya karena karakteristik antar perusahaan baik dari segi kewilayahan jelas sangat berbeda.

b. *Fixed Effect Model (FEM)*

Fixed Effect Model adalah metode yang akan mengestimasi data panel dimana variabel gangguan mungkin saling berhubungan antar waktu dan antar individu. Program Eviews 13 dengan sendirinya mengajukan pemakaian model FEM, namun untuk lebih pastinya penulis menguji lagi dengan uji Likelihood Ratio menunjukkan nilai *probability Chi Square* 0,0000 signifikan yang artinya pengujian dengan model FEM paling baik.

Metode ini mengasumsikan bahwa terdapat perbedaan antar individu variabel (cross section) dan perbedaan tersebut dapat dilihat melalui perbedaan interceptnya. Keunggulan yang dimiliki metode ini adalah dapat membedakan efek individu dan efek waktu. Metode ini tidak perlu menggunakan asumsi bahwa komponen error tidak berkorelasi dengan variabel bebas.

c. *Random Effect Model (REM)*

Dengan metode ini efek spesifik individu variabel merupakan bagian dari *error-term*. Model ini berasumsi bahwa *error-term* akan selalu ada dan mungkin berkorelasi sepanjang time series dan *cross section*. Metode ini lebih baik digunakan pada data panel apabila jumlah individu lebih besar daripada jumlah kurun waktu yang ada.

Dengan menggunakan program Eviews terdapat beberapa pengujian yang akan membantu untuk menentukan metode apa yang paling efisien digunakan

dari ketiga model persamaan tersebut. Dalam penelitian ini hanya menggunakan Uji Chow dan Uji Hausman. Untuk menguji persamaan regresi yang akan diestimasi dapat digunakan pengujian sebagai berikut:

a. Uji Chow

Chow test atau Uji chow yakni pengujian untuk memilih pendekatan terbaik antara model pendekatan *Common Effect Model* (CEM) dengan *Fixed Effect Model* (FEM) yang paling tepat digunakan dalam mengestimasi data panel. Kriteria:

- 1) Jika nilai *p-value* $> 0,05$ maka model yang paling tepat digunakan adalah *Common Effect Model*.
- 2) Jika nilai *p-value* $< 0,05$ maka model yang paling tepat digunakan adalah *Fixed Effect Model*.

b. Uji Hausman

Untuk memilih data model terbaik antara model pendekatan *Fixed Effect Model* (FEM) dan *Random Effect Model* (REM), maka digunakan Uji Hausman dengan kriteria, yaitu:

- 1) Jika nilai *p-value* $> 0,05$ maka model yang paling tepat digunakan adalah *Random Effect Model*.
- 2) Jika nilai *p-value* $< 0,05$ maka model yang paling tepat digunakan adalah *Fixed Effect Model*.

c. Uji Lagrange

Multiplayer (LM) Lagrange Multiplier (LM) adalah uji untuk mengetahui apakah model *Random Effect* lebih baik daripada model

Common Effect yang paling tepat digunakan. Uji signifikansi Random Effect ini dikembangkan oleh Bruesch Pagan. Metode Bruesch Pagan untuk uji signifikan *Random Effect* didasarkan pada nilai residual dari metode OLS. Dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *LM statistic* lebih besar dari nilai statistic chi-square sebagai nilai kritis dan p-value signifikan $< 0,05$, maka estimasi yang tepat untuk model regresi data panel adalah model *Random Effect*.
- 2) Jika nilai *LM statistic* lebih kecil dari nilai statistic chi-square sebagai nilai kritis dan p-value signifikan $> 0,05$, maka estimasi yang tepat untuk model regresi data panel adalah *Common Effect*.

3.5.1.3 Analisis Verifikatif

Menurut Abdullah et al. (2022:91) Metode Analisis Verifikatif adalah metode menganalisis model serta pembuktiaan untuk mencari kebenaran hipotesis yang disusun pada awal penelitian.

Analisis data verifikatif merupakan metode yang digunakan untuk menguji kebenaran dalam suatu bidang ilmu yang ada melalui pemecahan masalah. Analisis verifikatif dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Penerapan Strategi Lingkungan Proaktif dan Transformasi Digital terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2024 melalui pemecahan masalah.

3.5.1.4 Uji Asumsi Klasik

Menurut Sugiyono, (2022) uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ada tidaknya normalitas residual, multikolinearitas, autokorelasi dan heteroskeastisitas pada model regresi. Agar model regresi dengan estimasi yang tidak bias dan pengujian dapat dipercaya maka pengujian asumsi klasik harus terpenuhi. Apabila ada satu syarat tidak terpenuhi, maka hasil analisis regresi tidak dapat dikatakan bersifat BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*). Terdapat empat jenis pengujian pada uji asumsi klasik ini, yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas (untuk regresi linier berganda), uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

1. Uji Normalitas

Pada model regresi, uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah distribusi variabel terikat untuk variabel bebas terdistribusi normal. Dalam model regresi linier, asumsi ini diajukan oleh nilai error yang berdistribusi normal atau hampir normal, sehingga pengujian layak secara statistik., pengujian normalitas Kolmogorov-Smirnov (K.S) digunakan untuk menguji normalitas data.

Menurut Purnomo, (2016) dasar pengambilan keputusan uji normalitas dapat dilakukan berdasarkan probabilitasnya, yaitu:

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

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi yang dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya $(t-1)$. Problem autokorelasi adalah masalah yang muncul ketika terjadi korelasi. Model regresi yang baik adalah yang bebas autokorelasi.

Metode uji Durbin-Waston (*DW test*) dapat digunakan untuk mendeteksi masalah autokorelasi. Pengambilan keputusan pada uji Durbin-Watson menurut (Purnomo, 2016) yakni:

- a. Jika $du < dw < 4 - du$ artinya tidak terjadi autokorelasi
- b. Jika $dw < dl$ atau $dw > 4 - dl$ artinya terjadi autokorelasi
- c. $dl < dw < du$ atau $4 - du < dw < 4 - dl$ artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

3. Uji Multikolineartias

Menurut Purnomo, (2016) Uji Multikolineartitas berarti bahwa ada hubungan linier yang sempurna atau bahkan hampir sempurna (koefisien korelasi tinggi atau bahkan 1) antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna antar variabel bebasnya. Dasar pengambilan keputusan uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu:

1. Melihat nilai tolerance:
 - a. Jika nilai tolerance $> 0,10$ artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

b. Jika nilai tolerance $< 0,10$ artinya terjadi multikolineartitas terhadap data yang diuji.

2. Melihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF):

a. Jika nilai VIF < 10 artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diteliti.

b. Jika nilai VIF > 10 artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang diteliti.

4. Uji Heterodastisitas

Uji heterodastisitas dilakukan dengan tujuan untuk memeriksa apakah terjadi ketidaksamaan variasi dari residual (error) pada suatu pengamatan ke pengamatanlain. Apabila ada kesamaan dalam varians antara residu dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya disebut homokedastisitas, jika berbeda disebut heteroskedastisitas, persamaan regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Heterokedastisitas dapat diuji dengan melihat titik penyebaran dari varians pada grafik scatterplot. Menurut (Purnomo, 2016) Dasar dalam pengambilan keputusan uji heterokedastisitas adalah sebagai berikut: Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heterokedastisitas.

Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heterokedastisitas.

3.5.1.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Purnomo, (2016) Uji Koefisien Determinasi (R^2 atau R Square) digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial digunakan Koefisien Determinasi (KD) sebagai berikut:

$$KD = \beta \times \text{Zero Order} \times 100\%$$

Keterangan:

KD : Koefisien Determinasi

β : Koefisien Beta (Nilai *Standardized Coefficients*)

Zero Order : Matriks korelasi

Menurut Sugiyono, (2022) untuk melihat seberapa besar tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan dapat menggunakan rumus berikut:

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

Keterangan:

KD : Nilai Koefisien Determinasi

R^2 : Nilai Koefisien Korelasi

Adapun kriteria pengujian uji koefisien determinasi (R^2) sebagai berikut:

1. Jika Kd mendekati nol (0) maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lemah.
2. Jika Kd mendekati satu (1) maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat.

3.5.2 Pengujian Hipotesis

3.5.2.1 Pengujian Secara Parsial (Uji t - Parsial)

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan pengujian secara parsial (Uji t- Parsial). Uji t- Parsial ini digunakan untuk menyatakan signifikansi pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terkait. Untuk menguji variabel yang berpengaruh antara Strategi Lingkungan Proaktif (X_1) dan Transformasi Digital (X_2) terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Perbankan yang Terdaftar di BEI Tahun 2020-2024, maka dilakukan pengujian dengan t-test. Menurut (Sugiyono, 2022) pengujian Uji t- Parsial dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

t = Nilai uji yang dihitung

r = koefisien korelasi

r² = Koefisien determinasi

N = Jumlah anggota sampel

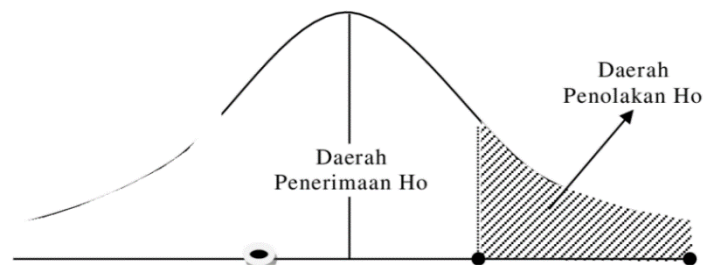
Apabila H_0 diterima maka hal ini menunjukkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen, dan sebaliknya apabila H_0 ditolak, maka variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Adapun rancangan hipotesis dalam penelitian ini:

$H_{a1}: (\beta_1 \leq 0)$: Tidak terdapat pengaruh positif Strategi Lingkungan Proaktif terhadap Nilai Perusahaan.

$H_{o1}: (\beta_1 > 0)$: Terdapat pengaruh positif Strategi Lingkungan Proaktif terhadap Nilai Perusahaan.

$H_{a2}: (\beta_2 \leq 0)$: Tidak terdapat pengaruh positif Transformasi Digital terhadap Nilai Perusahaan.

$H_{o2}: (\beta_2 > 0)$: Terdapat pengaruh positif Transformasi Digital terhadap Nilai Perusahaan.



Gambar 3. 2
Daerah Penerimaan Dan Penolakan Uji t

Adapun rancangan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut: Kriteria pengambilan Keputusan Uji t- Parsial yaitu sebagai berikut:

1). Jika kriteria thitung bernilai positif

a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, pada $\alpha=5\%$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

b. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ pada $\alpha=5\%$ maka H_0 diterima H_a ditolak