



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa perbandingan harga saham dan *trading volume activity* sebelum dan setelah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2018. Perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia dibagi menjadi tiga sektor yaitu sektor industri dasar dan kimia, sektor aneka industri, dan sektor industri barang konsumsi. Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang mengubah bahan mentah menjadi barang jadi yang memiliki nilai jual dan karena proses pengolahan tersebut perusahaan manufaktur berpotensi menghasilkan limbah yang dapat merugikan lingkungan sekitar. Daftar perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia meliputi: (sumber : Bursa Efek Indonesia)

1. Sektor industri dasar dan kimia.

Sektor ini terbagi dalam beberapa sub sektor, yaitu sub sektor semen, keramik, porselen dan kaca, logam dan sejenisnya, kimia, plastik dan kemasan, pakan ternak, kayu dan pengolahannya, pulp dan kertas.

2. Sektor aneka industri.

Sektor ini terbagi dalam beberapa sub sektor, yaitu sub sektor mesin dan alat berat, otomotif dan komponen, tekstil dan garmen, alas kaki, kabel, elektronika, serta lainnya.

### 3. Sektor industri barang konsumsi.

Sektor ini terbagi dalam beberapa sub sektor, yaitu sub sektor makanan dan minuman, rokok, farmasi, kosmetik dan barang keperluan rumah tangga, serta peralatan rumah tangga.

## **3.2 Research Design**

### **3.2.1 Research Data**

Menurut Cooper (2014) terdapat 2 jenis data dalam penelitian yaitu *primary data* dan *secondary data*. *Primary data* merupakan data yang didapatkan oleh peneliti aslinya, dimana data tersebut merupakan koleksi data baru, sedangkan *secondary data* merupakan data yang diperoleh melalui orang lain yang sudah melakukan sebuah penelitian untuk tujuan mereka sendiri. Penelitian ini menggunakan data sekunder. Data sekunder dalam penelitian ini adalah data tanggal pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang terdapat dalam *annual report*, serta harga saham penutupan (*close price*) dan *trading volume* pada 5 hari sebelum dan 5 hari sesudah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* melalui yahoo finance untuk perusahaan manufaktur yang melakukan *Corporate Social Responsibility* tahun 2017-2018 dan mengungkapkan dalam *annual report* tahun 2018-2019.

Penggunaan 5 hari sebelum dan 5 hari setelah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dihitung sebelum dan setelah tanggal pengungkapan, seperti pada tahun 2018 sebanyak 44 perusahaan mengungkapkan pada tanggal 3 Mei 2018, pada

5 hari sebelum digunakan tanggal 25 April 2018 hingga 2 Mei 2018, dengan tidak memasukan tanggal 1 Mei 2018 yang merupakan hari buruh serta tanggal 28 April 2018 dan 29 April 2018 yang merupakan hari Sabtu dan Minggu, dimana dalam ketiga tanggal tersebut tidak ada transaksi perdagangan. Pada 5 hari setelah dimulai dari tanggal 4 Mei 2018 hingga 10 Mei 2018, dengan tidak memasukan tanggal 5 Mei 2018 dan 6 Mei 2018 yang merupakan hari Sabtu dan Minggu. Terdapat 2 perusahaan yang mengungkapkan tanggal *CSR* pada tanggal 28 Februari 2018 dan 9 Juli 2018. Pada tanggal 28 Februari 2018 5 hari sebelum diamati dari tanggal 21 Februari 2018 hingga 27 Februari 2018, dengan tidak memasukan hari Sabtu dan Minggu dan pada 5 hari setelah di mulai dari tanggal 1 Maret 2018 hingga 7 Maret 2018, dengan tidak memasukan hari Sabtu dan Minggu. Pada tahun 2019 sebanyak 33 perusahaan mengungkapkan *CSR* pada tanggal 30 April 2019. Pada 5 hari sebelum pengungkapan *CSR* diamati dari tanggal 23 April 2019 hingga 29 April 2019, dengan tidak memasukan hari Sabtu dan Minggu yaitu tanggal 27 April 2019 dan 28 April 2019. Pada 5 hari setelah pengungkapan *CSR* dimulai tanggal 2 Mei 2019 hingga 8 Mei 2019, dengan tidak memasukan tanggal 1 Mei 2019 yang merupakan hari buruh, 4 Mei 2019 yang merupakan hari sabtu, dan 5 Mei 2019 yang merupakan hari Minggu, dimana tidak ada transaksi pada hari tersebut. Terdapat perusahaan yang mengungkapkan pada tanggal 22 April 2019, dimana pada 5 hari sebelum diamati mulai tanggal 11 April 2019, dengan tidak memasukan tanggal 17 April 2019 yang merupakan hari pemilu dan tanggal 19 April 2019 yang merupakan hari Jumat Agung, dimana tidak ada transaksi dalam tanggal tersebut. Pada 5 hari

setelah diamati dimulai tanggal 23 April 2019, dengan tidak memasukan hari Sabtu dan Minggu. Pengungkapan tanggal 24 April 2019 juga tidak memasukan hari besar dan hari Sabtu serta Minggu, dimana pada hari tersebut tidak ada transaksi perdagangan. Pengungkapan tanggal 1 Maret 2019, 8 Maret 2019, dan 12 Maret 2019, tidak memasukan tanggal 7 Maret 2019 yang merupakan hari Waisak dan hari Sabtu serta Minggu, dimana tidak adanya transaksi dalam perdagangan saham. Penggunaan 5 hari sebelum dan 5 hari setelah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam penelitian ini karena jika terlalu luas akan ada peristiwa lain yaitu aksi korporasi yang dilakukan perusahaan seperti *stock split*, pembagian dividen, merger, atau pengumuman perusahaan lainnya yang dapat mempengaruhi harga saham. Jika penggunaan tanggal terlalu luas maka penelitian ini akan terjadi bias.

### **3.2.2 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *event study*. Menurut Bodie *et al* (2014) *event study* merupakan teknik penelitian yang secara empiris yang memungkinkan peneliti untuk mempelajari reaksi pasar terhadap suatu peristiwa. Pada penelitian ini ingin melihat perbedaan harga saham dengan menggunakan *close price* dan *Trading Volume Activity* sebelum dan setelah pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

### **3.3 Ruang Lingkup Penelitian**

#### **3.3.1 Populasi**

Cooper (2014) menyatakan bahwa target populasi merupakan orang-orang, peristiwa, atau catatan yang berisi informasi yang diinginkan untuk dapat menjawab pertanyaan pengukuran. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah perusahaan manufaktur yang melakukan *Corporate Social Responsibility* tahun 2017-2018 secara berturut-turut dan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* dalam *annual report* pada tahun 2018-2019 secara berturut-turut.

#### **3.3.2 Teknik Sampling**

Penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Menurut Cooper (2014) *judgement sampling* (*purposive sampling*), teknik ini digunakan peneliti dengan memilih anggota sampel yang memenuhi beberapa kriteria. Berikut ini merupakan kriteria dalam penelitian:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2018.
2. Perusahaan manufaktur yang melakukan *Corporate Social Responsibility* pada tahun 2017-2018 secara berturut-turut.
3. Perusahaan manufaktur yang mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* dalam *annual report* di tahun 2018 dan 2019 secara berturut-turut.

4. Perusahaan manufaktur sahamnya aktif diperdagangkan pada 5 hari sebelum dan 5 hari setelah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam *annual report*.
5. Perusahaan manufaktur yang tidak melakukan aksi korporasi lain, seperti *stock split* dan pembagian dividen pada 5 hari sebelum dan setelah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam *annual report* agar tidak terjadi bias terhadap penelitian ini.

### **3.4 Variabel Operasional**

1. *Corporate Social Responsibility*

Menurut Chandler & Werther(2014) *corporate social responsibility* merupakan aktivitas yang mencakup hubungan antara perusahaan dengan masyarakat termasuk pemangku kepentingan (*stakeholder*) yang saling berinteraksi yang bertujuan untuk mempertahankan minat operasi perusahaan yang berkelanjutan. Dalam melakukan penilaian *corporate social responsibility* terdapat 6 indikator dalam *ISO 26000* yang menjadi acuan dalam pemilihan sampel yaitu tata kelola perusahaan, lingkungan, keterlibatan masyarakat, perilaku bisnis, sumber daya manusia, dan hak asasi manusia (HAM).

## 2. Harga Saham

Harga dari suatu saham ditentukan berdasarkan *supply* dan *demand* dari saham suatu perusahaan. Menurut Thomsett (2015) harga saham dibagi menjadi 4 jenis yaitu *open price*, *high price*, *low price*, dan, *close price*. Dalam penelitian ini harga saham dihitung dengan menggunakan rata-rata *close price* 5 hari sebelum pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan rata-rata 5 hari setelah pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

## 3. *Trading Volume Activity (TVA)*

Menurut Budiman & Supatmi (2009) dalam Nugrahanti & Linuwih (2014) *trading volume activity* merupakan indikator yang digunakan untuk menggambarkan besarnya minat investor terhadap suatu saham. Husnan (2009) dalam Tan *et al* (2016) menyatakan bahwa *trading volume activity* merupakan rasio perbandingan antara jumlah saham yang diperdagangkan pada waktu tertentu dengan jumlah saham yang beredar pada waktu tertentu, sehingga dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$TVA_{i,t} = \frac{\text{Number of shares traded } j \text{ at time } t}{\text{Number of shares outstanding at the time } jt}$$

## 3.5 Teknik Analisis Data

### 3.5.1 Analisa Deskriptif

Ghozali (2016) menyatakan bahwa analisa deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dapat dilihat dari nilai rata-rata (*mean*),



standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, *kurtoris* dan *skewness* (kemencengan distribusi).

### 3.5.2 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016), uji normalitas merupakan uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi atau residual sudah terdistribusi normal atau tidak. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik dalam suatu penelitian akan menjadi tidak valid untuk jumlah sampel yang kecil. Ghozali (2016) menyatakan bahwa terdapat dua cara untuk mengetahui model regresi sudah terdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

Ghozali (2016) juga menyatakan bahwa untuk mendeteksi normalitas data dapat dilakukan dengan Non-parametrik statistik yaitu dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Uji *Kolmogorov-Smirnov* dilakukan dengan membuat uji hipotesis, yaitu:

H<sub>0</sub> : data terdistribusi secara normal.

H<sub>1</sub> : data tidak terdistribusi secara normal.

Dasar pengambilan keputusan normal atau tidaknya data yang akan diolah adalah sebagai berikut:

1. Apabila hasil signifikansi lebih besar ( $\geq$ ) dari 0,05, maka data terdistribusi normal.
2. Apabila hasil signifikansi lebih kecil ( $<$ ) dari 0,05, maka data tersebut tidak terdistribusi normal.

### 3.5.3 Uji Beda *T-test* dengan *Sample Berhubungan (Paired sample T-test)*

Menurut Ghozali (2016) uji beda *T-test* dengan sampel berhubungan ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat perbedaan antara rata-rata dua sampel yang saling berhubungan. Uji beda *T-test* dengan sampel berhubungan ini diukur dengan menggunakan *paired sample T-test*. Penelitian ini ingin mengetahui apakah ada perbedaan harga saham dan *trading volume activity* sebelum dan setelah pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, dimana sampel saling berhubungan. Dasar pengambilan keputusan dalam uji beda *T-test* dengan sampel berhubungan adalah sebagai berikut:

1. Apabila probabilitas  $> 0.05$ , maka  $H_0$  diterima, artinya tidak terdapat perbedaan sebelum dan setelah.
2. Apabila probabilitas  $< 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak, artinya terdapat perbedaan sebelum dan setelah.