

## **BAB III**

### **METODA PENELITIAN**

#### **3.1. Strategi Penelitian**

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kausal komparatif. Menurut Kerlinger (dikutip Emzir, 2010:119) penelitian kausal komparatif (causal comparative research) yang disebut juga penelitian ex post facto adalah penyelidikan empiris yang sistematis di mana peneliti tidak mengendalikan variabel bebas secara langsung karena keberadaan dari variabel tersebut telah terjadi atau karena variabel tersebut pada dasarnya tidak dapat dimanipulasi.

Jenis penelitian ini adalah komparatif dengan pendekatan kuantitatif. Ferdinand (2006: 5) mendefinisikan bahwa “penelitian komparatif adalah penelitian yang dilakukan tidak untuk secara langsung menjelaskan hubungan sebab akibat, tetapi melakukan berbagai perbandingan antara beberapa situasi dan atas dasar itu dilakukan sebuah dugaan mengenai apa penyebab perbedaan situasi yang terjadi”. Menurut Sugiyono (2008: 13) menjelaskan bahwa “pendekatan kuantitatif lebih menitik beratkan pada pembuktian hipotesis. Pendekatan kuantitatif berupaya mengukur suatu konsep atau variabel sehingga mudah dipahami secara statistic”.

#### **3.2. Populasi dan Sampel**

##### **3.2.1. Populasi Penelitian**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang memiliki karakteristik tertentu yang dapat dipahami oleh peneliti untuk membuat kesimpulan (Sugiono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan periklanan dan media yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2019-2020 yang diperoleh dari website [idx.co.id](http://idx.co.id).

### 3.2.2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiono (2017) mengemukakan sampel merupakan sebagian elemen dari suatu populasi. Penelitian ini menggunakan metode non-probability sampling dengan teknik purposive sampling sebagai suatu pedoman dalam menggunakan sample penelitian.

Menurut Sugiyono (2016:82) terdapat dua teknik sampling yang dapat digunakan, yaitu:

1. “Probability Sampling Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (Anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi, simple random sampling, proportionate stratified random sampling, disproportionate stratified random sampling, sampling area (cluster).
2. Non Probability Sampling Non Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi, sampling sistematis, kuota, aksidental, purposive, jenuh, snowball.”

Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan yaitu nonprobability sampling dengan teknik purposive sampling. Menurut Sugiyono (2016:85) bahwa: “purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.”

Dalam penelitian ini yang menjadi sampel yaitu perusahaan yang memenuhi kriteria tertentu. Adapun kriteria yang dijadikan sebagai sampel penelitian yaitu:

1. Perusahaan Periklanan dan media yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara berturut-turut pada tahun 2019-2020.
2. Perusahaan periklanan dan media yang telah konsisten melaporkan tahunan untuk periode yang berakhir pada 31 Desember 2019-2020.

**Tabel 3.1. Prosedur Penentuan Sampel**

No.	Kriteria	Sampel
1	Perusahaan subsektor periklanan dan media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.	19
2	Perusahaan subsektor periklanan dan media yang tidak menerbitkan laporan keuangan secara lengkap dan konsisten pada tahun 2019-2020	0
Perusahaan yang memenuhi kriteria menjadi sampel		19
Jumlah tahun penelitian		2
Jumlah sampel penelitian		38

Sumber: Data diolah peneliti dan [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

Berdasarkan tabel diatas, jumlah sampel yang dapat diteliti sebanyak 38 sampel data perusahaan periklanan dan media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2019-2020.

### 3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan periklanan dan media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2020.

Metode dalam pengumpulan data ini menggunakan metode observasi non participant adalah observasi yang dilakukan tanpa menjadi bagian dari perusahaan dan hanya sebagai pengumpul data ( Sugiono, 2017 ). Dalam pengumpulan data ini peneliti melakukan dengan cara membaca, mencatat, serta mempelajari uraian dari beberapa sumber seperti karya ilmiah berupa skripsi, jurnal-jurnal, buku-buku serta mengakses internet yang relevan dengan kebutuhan peneliti.

Pada penelitian ini metode untuk analisis data yaitu statistik deskriptif, uji normalitas, sedangkan uji beda rata-rata yang digunakan adalah *paired sample t- test* dan *wilcoxon signed rank test*.

### 3.4. Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel merupakan konsep-konsep berupa kerangka yang kemudian diubah menjadi kata-kata yang menggambarkan perilaku atau gejala yang dapat diamati, dan dapat diuji kebenarannya oleh orang lain. Sugiyono (2017) mengatakan variabel dalam penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk kemudian dipelajari sehingga diperoleh informasi

tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya. Operasional variabel digunakan untuk menentukan jenis, indikator dan skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar sesuai dengan judul penelitian.

### 3.4.1. Operasionalisasi variabel

Pada dasarnya variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan. Dalam penelitian ini pendekatan pengukuran kinerja keuangan terbagi menjadi 2 yaitu :

#### 1. Market-based measure

Menurut Ra'ed Masa'deh et al. 2020 Berikut ini tiga rasio pendekatan berbasis pasar yang umum ialah :

##### a. Price to Earnings Ratio

$$PER = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Earning Per Share}}$$

##### b. Market to Book Ratio

$$\text{Market to Book Ratio} = \frac{\text{Market Value}}{\text{Book Value}} \times 100\%$$

##### c. Cash flow per Share

$$\text{Market to Book Ratio} = \frac{\text{Market Value}}{\text{Book Value}} \times 100\%$$

#### 2. Accounting-based measure

Accounting-based measure dibagi terbagi menjadi beberapa rasio keuangan dan ada pula yang memiliki variabel yang sama dengan yang lainnya. Maka dari itu tidak perlu melakukan perhitungan semua rasio untuk menganalisis kinerja keuangan perusahaan. Yang paling utama yaitu :

##### a. Rasio Profitabilitas,

##### i. Return On Asset (ROA)

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

ii. Return On Equity (ROE)

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}}$$

iii. Net Profit Margin (NPM)

$$NPM = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Hasil Penjualan Bersih}}$$

iv. Gross Profit Margin (GPM)

$$GPM = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Hasil Penjualan Bersih}}$$

b. Rasio Solvabilitas

$$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

c. Rasio Aktivitas

$$TATO = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aktiva}}$$

d. Rasio Likuiditas

i. Current Ratio (CR)

$$CR = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Utang Lancar}}$$

ii. Quick Ratio (QR)

$$CR = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Utang Lancar}}$$

e. Rasio Pasar

$$EPS = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Jumlah Saham yang Beredar}}$$

Dalam penelitian ini kinerja keuangan perusahaan diukur dengan melalui 5 (Lima) variabel yaitu, *market to book value (MBV)*, *gross profit margin (GPM)*, *debt to equity ratio (DER)*, *total asset turnover (TATO)*, *current ratio (CR)*.

### 3.5. Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu statistik deskriptif, uji normalitas, sedangkan uji beda rata-rata yang digunakan adalah paired sample t-test dan wilcoxon signed rank test.

### 3.5.1. Analisis Statistik Deskriptif

Sugiyono (2016:147) mengemukakan bahwa statistic deskriptif akan memberikan gambaran atas nilai variabel independen maupun variabel dependen. Statistic deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan data yang telah terkumpul yang bermaksud tanpa membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

### 3.5.2. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah data dari variabel penelitian terdistribusi secara normal atau tidak. Pengujian ini harus dilakukan karena untuk melakukan pengujian selanjutnya. Uji normalitas ini dilakukan menggunakan Uji Kolmogorof-Smirnov. Menurut Ghazali (2016) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Apabila suatu variabel tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Pada uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji One Sample Kolmogorov Smirnov yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikansi diatas 5% atau 0,05 maka data memiliki distribusi normal. Sedangkan jika hasil uji One Sample Kolmogorov Smirnov menghasilkan nilai signifikan dibawah 5% atau 0,05 maka data tidak memiliki distribusi normal.

### 3.5.3. Uji Beda Rata-Rata

Uji beda rata-rata ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan antara rasio keuangan sebelum dengan rasio keuangan selama pandemi Covid-19 pada perusahaan periklanan dan media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pengujian beda rata-rata ini dilakukan dengan dua cara pengujian yaitu *Paired Sample T-Test* dan *Wilcoxon Signed Rank Test*. Apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka data penelitian tidak terdistribusi secara normal. Apabila data berdistribusi normal, maka pengujian yang dilakukan adalah paired sample t-test. Sedangkan apabila data tidak berdistribusi normal, maka pengujian yang dilakukan adalah wilcoxon signed rank test.

### 3.5.3.1 Paired Sample t-Test

Penelitian ini membandingkan rasio keuangan sebelum dan selama pandemi Covid-19, maka pengujian yang dilakukan yaitu uji paired sample t-test. Uji paired sample t-test dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah perlakuan ataupun keadaan yang berbeda akan memberikan hasil yang berbeda pada rata-rata secara statistik. Menurut Mengkuningtyas (2015) Dari hasil pengujian, apabila signifikansi  $>0,05$ , maka data tidak berbeda, sedangkan apabila signifikansi  $<0,05$  maka data berbeda.

Berikut ini merupakan rumus untuk mencari perbandingan menggunakan paired sample t-test:

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} - 2r \left( \frac{S_1}{\sqrt{n_1}} \right) \left( \frac{S_2}{\sqrt{n_2}} \right)}}$$

Keterangan:

- $n_1$  : Jumlah data sebelum
- $n_2$  : Jumlah data selama
- $\bar{X}_1$  : Rata-rata sebelum
- $\bar{X}_2$  : Rata-rata selama
- $S_1$  : Simpangan baku sebelum
- $S_2$  : Simpangan baku selama
- $S_1^2$  : Varians sebelum
- $S_2^2$  : Varians selama
- $r$  : Korelasi antara sebelum dan selama

### 3.5.3.2 Wilcoxon Signed Rank Test

Pengujian wilcoxon signed rank test dilakukan apabila data penelitian tidak berdistribusi normal. Sama halnya dengan paired sample t-test, pengujian ini juga untuk mengetahui perbedaan pada suatu penelitian yang berbeda perlakuan atau keadaan. Menurut Utama (dikutip oleh Retnani, 2017, hal. 10) kriteria pengujian wilcoxon signed rank test yaitu:

- a. Taraf nyata yang digunakan adalah  $\alpha = 5\%$  (0,05)
- b. Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) kurang dari 0,05, maka terdapat perbedaan.
- c. Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih dari 0,05, maka tidak terdapat perbedaan.

Berikut ini merupakan rumus untuk mencari perbandingan menggunakan wilcoxon signed rank test:

$$Z = \frac{T - \frac{n(n+1)}{4}}{\sqrt{\frac{n(n+1)(2n+1)}{4}}}$$

$Z$  :  $Z$  score hasil perhitungan *Wilcoxon Signed Rank Test*

$T$  : Jumlah *ranking* positif

$n$  : Jumlah sampel