

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian (Objek)

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan-perusahaan properti yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Data yang digunakan meliputi laporan keuangan, laporan tahunan, laporan *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan informasi tata kelola perusahaan *Good Corporate Governance* (GCG) yang dipublikasikan oleh perusahaan-perusahaan tersebut.

Periode laporan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dari tahun 2019 hingga 2023. Data penelitian mencakup periode lima tahun tersebut untuk menganalisis hubungan CSR, GCG, dan respon pasar dengan reputasi perusahaan sebagai variabel pemoderasi. Pengumpulan data dilakukan mulai bulan Februari 2025 hingga April 2025 melalui metode dokumentasi dan sumber data sekunder.

Objek penelitian ini adalah perusahaan sektor properti yang terdaftar di BEI. Pemilihan perusahaan didasarkan pada ketersediaan data laporan keuangan, laporan tahunan, dan laporan CSR yang dipublikasikan secara konsisten selama periode penelitian (2019-2023).

B. Metode dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan *explanatory research*. Pendekatan *explanatory research* ini digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel independen (*Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance*) juga variabel dependen yaitu respon pasar, dengan variabel moderasi reputasi perusahaan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan, laporan tahunan, laporan CSR, serta publikasi resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam periode 2019 - 2023.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai

variabel independen. CSR diukur dengan menggunakan indeks GRI Standard, sedangkan GCG diukur berdasarkan mekanisme tata kelola seperti struktur dewan, kepemilikan manajerial, dan laporan audit. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu respon pasar. Respon pasar akan diukur dengan *Cumulative Abnormal Return* (CAR) dan volume perdagangan saham. Kemudian, untuk variabel pemoderinya adalah Reputasi perusahaan yang akan diukur dengan *Market to Book Ratio* (MtB).

C. Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, yang dijadikan sebagai populasi adalah seluruh perusahaan subsektor properti yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2019 - 2023. Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan berdasarkan kriteria berikut ini :

Tabel 3.1 Kriteria Sampel Penelitian

No.	Kriteria	Jumlah
1.	Jumlah Perusahaan Sektor Properti dan Real Estate di Bursa Efek Indonesia	94
2.	Jumlah Perusahaan dengan data tidak lengkap atau tidak bisa diakses	(55)
3.	Jumlah Perusahaan yang IPO setelah tahun 2019	(20)
4.	Jumlah Perusahaan yang tidak mengalami perubahan struktur bisnis signifikan (merger, akuisisi besar, suspend jangka panjang, delisting)	(6)

Sumber : IDX, 2025

D. Prosedur Penelitian

Penelitian ini dimulai dengan mengumpulkan berbagai dokumen pendukung yang relevan dengan fenomena penelitian dan variabel-variabel yang digunakan, seperti laporan tahunan perusahaan, laporan keberlanjutan, serta data pasar yang mencerminkan kinerja saham. Langkah awal ini

bertujuan untuk memahami konteks dan latar belakang fenomena yang diteliti, sekaligus memastikan bahwa data yang digunakan memiliki validitas dan reliabilitas yang memadai. Penelitian ini dirancang untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap respon pasar, dengan mempertimbangkan reputasi perusahaan sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat atau melemahkan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.

Pendekatan penelitian ini didukung oleh tinjauan empiris dari berbagai studi terdahulu yang relevan, untuk memberikan dasar yang kuat dalam menjelaskan fenomena tersebut. Selain itu, penelitian ini juga berlandaskan pada grand teori seperti teori legitimasi dan teori sinyal (*signaling theory*) yang menjelaskan bagaimana CSR dan GCG dapat memberikan sinyal positif kepada pasar. Kombinasi antara tinjauan empiris dan teori ini memberikan kerangka konseptual yang jelas dan memperkuat argumen penelitian dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode dokumentasi. Metode ini melibatkan pengumpulan data sekunder berupa laporan tahunan perusahaan, laporan keberlanjutan, dan informasi terkait lainnya yang dipublikasikan oleh perusahaan selama periode penelitian. Data tersebut akan digunakan untuk mengukur variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Good Corporate Governance* (GCG), reputasi perusahaan, dan respon pasar.

Setelah data terkumpul, analisis akan dilakukan menggunakan SPSS untuk menguji hubungan antara variabel. SPSS menyediakan berbagai metode analisis statistik, termasuk regresi berganda, yang cocok untuk menguji pengaruh CSR dan GCG terhadap respon pasar. Analisis moderasi akan dilakukan dengan menambahkan interaksi antara reputasi perusahaan dan variabel independen untuk menguji peran moderasi reputasi perusahaan.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ini dirancang untuk mengukur variabel-variabel utama, yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Good Corporate Governance* (GCG), respon pasar, dan reputasi perusahaan. Berikut adalah deskripsi masing-masing instrumen yang digunakan:

1. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

CSR diukur menggunakan indeks pengungkapan CSR yang mengacu pada pedoman *Global Reporting Initiative* (GRI Standards). Instrumen ini mencakup indikator yang terkait dengan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan, sosial, dan ekonomi. Setiap indikator diberi skor biner (1 jika diungkapkan, 0 jika tidak diungkapkan), yang kemudian dijumlahkan untuk menghasilkan skor total CSR. Pada penelitian ini perhitungan *Corporate Social Responsibility* ini diukur sebagai berikut:

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

Dimana :

$\sum X_{ij}$: Jumlah CSR yang di ungkapkan

nj : Jumlah Pengungkapan CSR menurut Standart GRI

2. *Good Corporate Governance* (GCG)

GCG diukur berdasarkan indikator yang mencerminkan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik, seperti transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi, dan kewajaran. Data untuk variabel ini diperoleh dari laporan tahunan perusahaan yaitu kepemilikan manajerial.

$$Kepemilikan Manajerial = \frac{\text{Saham Manajer}}{\text{Saham yang Beredar}} \times 100\%$$

3. Respon Pasar

Respon pasar diukur menggunakan indikator berbasis pasar, yaitu *Cumulative Abnormal Return* (CAR) menghitung perbedaan antara return aktual saham dengan return ekspektasi selama periode tertentu. CAR ini dihitung menggunakan rumus :

$$CAR = \frac{T_2}{t - T_1} (R_{it} - E(R_{it}))$$

Dimana :

R_{it} : Pengembalian Aktual saham perusahaan i pada waktu t

$E(R_{it})$: Pengembalian yang diharapkan

T_1 dan T_2 : Periode analisis

4. Reputasi Perusahaan

Reputasi perusahaan diukur dengan menggunakan peringkat atau penghargaan yang diterima oleh perusahaan, seperti penghargaan dari Anugerah Indonesia *Sustainability Reporting Awards* (ISRA) atau peringkat yang dikeluarkan oleh lembaga survei reputasi. Alternatif lain adalah analisis skor reputasi yang dikembangkan berdasarkan ulasan media atau survei terhadap laporan keberlanjutan perusahaan.

(Azzahra & Widiastuti, 2023) mengukur reputasi perusahaan menggunakan *Market to Book Ratio* (MtB).

$$\text{Market to Book Ratio} = \frac{\text{Market Value}}{\text{Book Value of Equity}}$$

5. Skala Pengukuran

- 1) CSR dan GCG menggunakan skala rasio (data kuantitatif terkait Jumlah pengungkapan CSR dan rasio Kepemilikan Manajerial)
- 2) Respon pasar menggunakan skala rasio (data kuantitatif terkait return dan volume perdagangan).
- 3) Reputasi perusahaan menggunakan skala rasio (data kuantitatif terkait *Market to Book Ratio*).

G. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kuantitatif dengan metode Regresi Linear Berganda (*Multiple Linear Regression*) dan Uji Moderasi atau *Moderate Regression Analysis* (MRA) untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap respon pasar dengan reputasi perusahaan sebagai pemoderasi. Analisis data dilakukan

menggunakan SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) untuk menguji hubungan antar variabel dan moderasi yang terjadi. Berikut adalah tahapan dalam teknik analisis data:

1. Tahap Persiapan Data

a) Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

- 1) CSR: Diukur menggunakan skor CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan atau laporan keberlanjutan perusahaan properti yang terdaftar di BEI pada periode 2019-2023.
- 2) GCG: Diukur menggunakan Kepemilikan Manajerial
- 3) Reputasi Perusahaan: Diukur menggunakan indikator *Market to Book Ratio* (MtB).
- 4) Respon Pasar: Diukur menggunakan *Cumulative Abnormal Return* (CAR) dan volume perdagangan saham yang dihitung berdasarkan data pasar saham perusahaan.

b) Transformasi Data

Data yang terkumpul akan diproses dan diolah untuk memenuhi kebutuhan analisis, yaitu penghitungan skor CSR dan GCG, serta CAR dan volume perdagangan saham sebagai indikator respon pasar.

2. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan salah satu metode analisis data yang digunakan untuk menyajikan, menggambarkan, serta merangkum karakteristik data penelitian secara sistematis. Analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai variabel-variabel yang diteliti melalui penyajian ukuran-ukuran statistik seperti nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), standar deviasi, maupun ukuran penyebaran data lainnya. Statistik deskriptif tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis atau menarik kesimpulan yang bersifat inferensial, tetapi lebih berfokus pada penyajian informasi yang mampu menggambarkan pola, tren, dan distribusi data secara ringkas. (Paramita, Rizal, & Sulistyan, 2021)

Penelitian di bidang akuntansi dan keuangan, statistik deskriptif menjadi tahap awal yang penting karena dapat membantu peneliti memahami karakteristik sampel yang digunakan, misalnya tingkat pengungkapan CSR, skor GCG, reputasi perusahaan, serta respon pasar dalam kurun waktu tertentu. Penyajian statistik deskriptif juga memudahkan pembaca dalam menginterpretasikan kondisi data sebelum dilakukan analisis lanjutan, seperti uji asumsi klasik maupun analisis regresi. Analisis statistik deskriptif berperan sebagai dasar untuk memberikan pemahaman awal terhadap data penelitian sekaligus menjadi landasan bagi tahap pengujian hipotesis selanjutnya.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk menentukan ketepatan model. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal dan juga harus bebas dari asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang akan digunakan dalam peneliti ini berupa:

a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data yang digunakan telah memenuhi asumsi tersebut, maka dalam penelitian ini menggunakan normal probability plot pada output SPSS. Jika data terletak disekitar garis lurus diagonal, maka telah memenuhi syarat distribusi normal. (Paramita, Rizal, & Sulistyan, 2021)

b) Uji Multikoloniaritas

(Paramita, Rizal, & Sulistyan, 2021) menyatakan bahwa multikolonieritas adalah terjadinya korelasi atau hubungan yang hampir sempurna diantara variable independent. Multikolonieritas dapat diketahui dengan melihat nilai VIF (*Varian Indlation Factor*), jika nilai VIF dibawah 10 maka bisa dikatakan multikolonieritas yang terjadi tidak berbahaya atau lolos dari uji multikolonieritas.

c) Uji Auto Korelasi

Auto korelasi dapat diartikan sebagai adanya korelasi antara anggota observasi satu dengan observasi lain yang berlainan waktu. (Paramita, Rizal, &

Sulistyan, 2021). Pengujian autokorelasi dilakukan dengan pengujian Durbin Waston dengan Tingkat pengujian sebagai berikut :

Tabel 3.2 Tabel Durbin Waston

Daerah Pengujian	Kesimpulan
$d < d_L$	Terdapat autokorelasi positif
$d_L < d < d_U$	Ragu-ragu
$d_U < d < 4 - d$	Tidak terdapat autokorelasi
$4 - d_L < d$	Terdapat autokorelasi negatif

Sumber : (Paramita, Rizal, & Sulistyan, 2021)

d) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Dalam SPSS, salah satu metode yang umum digunakan untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan Scatterplot antara nilai prediksi terstandarisasi (ZPRED) dan residual terstandarisasi (SRESID). Pola tertentu dalam scatterplot ini dapat mengindikasikan ada atau tidaknya heteroskedastisitas. (Indonesia, 2017)

4. Uji Kelayakan Model

a) Uji Statistik F

Uji Kelayakan Model atau sering disebut sebagai Uji F, digunakan dalam analisis regresi linear untuk menilai apakah variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dengan kata lain, Uji F menguji signifikansi model regresi secara keseluruhan. Jika nilai F yang dihasilkan signifikan, ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan cocok untuk memprediksi variabel dependen berdasarkan variabel independen yang ada. (BINUS, 2021)

b) Koefisiensi Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana model mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen. Nilai R^2 berkisar

antara 0 hingga 1. Jika nilai R^2 rendah, hal ini menunjukkan bahwa variabel independen memiliki keterbatasan dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Sebaliknya, jika nilainya mendekati 1, berarti variabel independen hampir sepenuhnya menyediakan informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi pada variabel dependen.

c) Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan Uji t. Uji t (Uji Parsial) digunakan untuk mengetahui apakah variable independent memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap variable dependen, baik secara langsung maupun melalui pengaruh moderasi. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap respon pasar, serta menguji apakah reputasi Perusahaan dapat memperkuat atau memperlemah hubungan tersebut melalui interaksi atau disebut moderasi.

(Sugiyono, 2021) uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variable independent terhadap variable dependen secara parsial, yaitu menguji satu per satu koefisien regresi pada model. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai p-value terhadap Tingkat signifikansi (α) yang ditentukan, umumnya sebesar 0,05 atau 5%.

Pengambilan Keputusan dalam uji t dilakukan sebagai berikut :

- Jika nilai signikansi (Sig. atau p-value) < 0.05 , maka H_0 ditolak (berarti terdapat pengaruh signifikan)
- Jika nilai signikansi (Sig. atau p-value) ≥ 0.05 , maka H_0 gagal ditolak (berarti tidak terdapat pengaruh signifikan)

d) Analisis Persamaan Regresi

Analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh variable independent terhadap variable dependen dengan variable moderasi. (Melani & Wahidahwati, 2020). Analisis persamaan regresi atau yang disebut *Moderate Regression Analysis* (MRA) digunakan untuk menguji efek moderasi reputasi Perusahaan terhadap hubungan antara CSR, GCG dan Respon Pasar.

(Ghozali, 2018) *Moderate Regression Analysis* (MRA) merupakan suatu Teknik analisis yang digunakan untuk melihat pengaruh variable moderator terhadap hubungan antara variable independent dan dependen dengan cara membuat variable interaksi antara variable independent dan moderator.

Kriteria pengambilan keputusan dalam analisis regresi ini, sebagai berikut :

- Jika nilai signifikansi (p-value) koefisien interaksi < 0.05 , reputasi perusahaan memoderasi hubungan variable independent dan dependen.
- Jika p-value ≥ 0.05 maka tidak terdapat efek moderasi.

5. Interpretasi Hasil

a) Menafsirkan Hasil Pengujian Model Pengukuran dan Struktural

Menafsirkan hasil uji validitas, reliabilitas, dan hubungan antar variabel untuk menjawab hipotesis penelitian.

b) Menjelaskan Pengaruh Langsung CSR dan GCG terhadap Respon Pasar

Menginterpretasikan bagaimana CSR dan GCG mempengaruhi respon pasar secara langsung, serta bagaimana reputasi perusahaan memoderasi pengaruh tersebut.

