

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Objek dan Ruang Lingkup Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2018. Adapun variabel-variabel yang diteliti adalah kepemilikan manajerial, ukuran dewan direksi, komisaris independen, *corporate social responsibility*, *intellectual capital*, ukuran perusahaan dan *leverage* terkait pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan yang diukur dengan *return on asset* (ROA). Data-data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data sekunder yang peneliti peroleh dari laporan keuangan dan laporan tahunan (*annual report*) perusahaan manufaktur yang tersedia di *website* masing-masing perusahaan dan di www.idx.co.id.

B. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian asosiatif yang mana bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan hubungan sebab akibat antara variabel bebas yaitu kepemilikan manajerial, ukuran dewan direksi, komisaris independen, *corporate social responsibility* dan *intellectual capital* terhadap variabel terikat yaitu kinerja perusahaan. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif (statistik), karena data yang digunakan berupa angka. Adapun regresi yang peneliti gunakan adalah regresi data panel karena observasi yang digunakan terdiri dari beberapa perusahaan (*cross*

section) dan dalam kurun waktu beberapa tahun (*time series*). Selanjutnya data yang telah diperoleh akan diolah, kemudian dianalisis secara kuantitatif dan diproses lebih lanjut menggunakan program *E-views* 10 serta ditarik kesimpulan berdasarkan landasan teori dan dengan hasil penelitian-penelitian terdahulu sebagai acuannya.

C. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat 3 (tiga) jenis variabel yang digunakan, yaitu variabel terikat, variabel bebas dan variabel kontrol. Adapun penjelasan dari variabel-variabel tersebut adalah sebagai berikut:

1. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Keberadaan variabel ini sebagai variabel yang dijelaskan dalam fokus/topik penelitian (Priyono, 2008). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kinerja perusahaan yang diukur dengan *return on asset* (ROA). ROA adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan total aset yang dimiliki perusahaan setelah disesuaikan dengan biaya-biaya untuk menandai aset tersebut (Hermiyetti & Katlanis, 2016). Mengacu pada penelitian Candradewi & Sedana (2016), Mandaci & Gumus (2010), Rimardhani *et al.* (2016), Wiranata & Nugrahanti (2013) bahwa ROA dapat diukur dengan membagi laba bersih setelah pajak dengan total aset.

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Aset}}$$

2. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab munculnya variabel terikat. Keberadaan variabel ini sebagai variabel yang menjelaskan terjadinya fokus/topik penelitian (Priyono, 2008). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial sebagai X_1 adalah pemegang saham dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan (Hermiyetti & Katlanis, 2016). Mengacu pada penelitian Candradewi & Sedana (2016), Fadillah (2017), Mandaci & Gumus (2010), Rosafitri (2017), Wiranata & Nugrahanti (2013) bahwa indikator untuk mengukur kepemilikan manajerial adalah persentase jumlah saham yang dimiliki pihak manajemen dibagi dengan jumlah saham yang beredar.

$$KM = \frac{\sum \text{Saham Yang Dimiliki Manajemen}}{\sum \text{Saham Yang Beredar}} \times 100\%$$

b. Ukuran Dewan Direksi

Ukuran dewan direksi sebagai X_2 merupakan jumlah keseluruhan dewan direksi dalam perusahaan yang telah dipilih oleh para pemegang saham dengan tujuan memberikan bentuk pengawasan terhadap kinerja perusahaan. Anggota dewan direksi yang termasuk direktur utama memiliki kedudukan yang setara. Mengacu pada penelitian Yermack (1996) bahwa ukuran dewan direksi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$UDD = Ln (\text{Jumlah Anggota Dewan Direksi})$$

c. Komisaris Independen

Komisaris independen sebagai X_3 merupakan anggota dewan komisaris yang berasal dari luar perusahaan yang tidak terafiliasi dengan manajemen dan bebas dari hubungan bisnis yang dapat mempengaruhi kemampuannya bertindak secara independen untuk kepentingan perusahaan (Candradewi & Sedana, 2016). Mengacu pada penelitian Fadillah (2017), Fitriani & Hapsari (2015), Hidayat & Utama (2016), Hisamuddin & Tirta (2012), Rini & Ghozali (2012), Rosafitri (2017) bahwa indikator untuk mengukur komisaris independen adalah persentase jumlah komisaris independen terhadap jumlah keseluruhan anggota dewan komisaris yang ada dalam perusahaan.

$$DKI = \frac{\sum \text{Komisaris Independen}}{\sum \text{Anggota Dewan Komisaris}} \times 100\%$$

d. Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai X_4 merupakan suatu bentuk kepedulian organisasi bisnis untuk bertindak dengan cara mereka sendiri dalam melayani kepentingan organisasi dan publik eksternal dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan (Fitriani & Hapsari, 2015). CSR sebagai suatu konsep sosial diharapkan mampu memberikan alternatif terobosan baru dalam pemberdayaan masyarakat di lingkungan perusahaan (Rahmawati *et al.*, 2017).

Menurut *Global Reporting Initiative* (GRI) dalam menilai CSR terdapat 6 (enam) indikator yang keseluruhannya memuat 79 item. Indikator-indikator tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Indikator kinerja ekonomi
- 2) Indikator kinerja lingkungan
- 3) Indikator praktik tenaga kerja dan pekerjaan yang layak
- 4) Indikator kinerja hak asasi manusia
- 5) Indikator kinerja kemasyarakatan/sosial
- 6) Indikator kinerja tanggung jawab produk

Perhitungan indeks CSRI_j dilakukan dengan memberi skor 1 jika item diungkapkan dan 0 jika item tidak diungkapkan sebagai tanda disetiap item. Selanjutnya skor dari keseluruhan item dijumlahkan untuk memperoleh total skor perusahaan yang nantinya akan dibagi dengan 79 item berdasarkan GRI. Perhitungan ini didukung oleh penelitian Rahmawati *et al.* (2017), Rosafitri (2017) dan Sari *et al.* (2016). Daftar indikator beserta item pengungkapan disajikan pada Lampiran 2.

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_{ij}}$$

Keterangan:

CSRI_j = CSR *disclosure index* perusahaan

X_{ij} = Jumlah item yang diungkapkan perusahaan. Skor 1 jika diungkapkan dan 0 jika tidak diungkapkan untuk setiap item

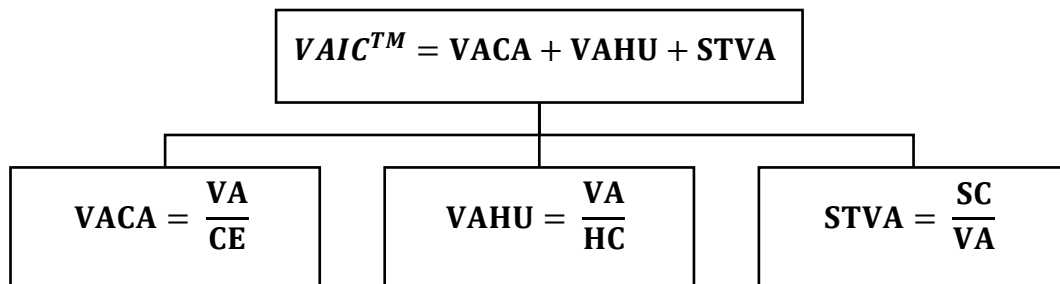
N_j = Jumlah item dalam GRI (79 item)

e. *Intellectual Capital*

Intellectual Capital (IC) sebagai X_5 merupakan materi intelektual yang telah diformalisasikan, ditangkap dan dimanfaatkan untuk memproduksi aset yang bernilai lebih tinggi (Agustina *et al.*, 2015). Pengukuran terhadap IC tidak dilakukan secara langsung, melainkan menggunakan suatu ukuran untuk menilai efisiensi dari nilai tambah sebagai hasil dari kemampuan intelektual perusahaan.

Model *Value Added Intellectual Coefficient* (VAIC) dikembangkan oleh Pulic (1998) yang didesain untuk menyajikan informasi mengenai *value creation efficiency* dari aset berwujud dan aset tidak berwujud yang dimiliki perusahaan. Metode VAIC ini digunakan sebagai alat ukur untuk mengukur *intellectual capital* dari suatu perusahaan. Pendekatan ini relatif mudah dan sangat mungkin dilakukan karena dikonstruksikan dari akun-akun dalam laporan keuangan perusahaan (Pratiwi *et al.*, 2018).

Model ini didukung oleh beberapa peneliti, terdahulu seperti Alviani & Purnamasari (2011), Devi *et al.* (2017), Firer & Williams (2003), Hermanus *et al.* (2013), Rosafitri (2017), Wasisto & Yuyetta (2016). Berikut adalah bagan perhitungan VAICTM:



Gambar III.1
Bagan Perhitungan VAICTM
 Sumber: Data diolah oleh penulis

Untuk menghasilkan formula VAICTM, ada beberapa langkah perhitungan yang harus dilakukan terlebih dahulu, di antaranya adalah sebagai berikut:

- 1) **Value Added (VA)** adalah indikator paling objektif untuk menilai keberhasilan bisnis dan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai. VA dihitung sebagai selisih antara *output* dan *input*, dimana:

Output (OUT) = Total penjualan dan pendapatan lain

Input (IN) = Total beban (kecuali beban karyawan)

- 2) **Value Added Capital Employed (VACA)** adalah indikator untuk VA yang diciptakan oleh suatu unit dari *physical capital*. Rasio ini menunjukkan kontribusi yang dibuat oleh setiap unit dari CE terhadap *value added* perusahaan, dimana:

Value Added (VA) = Selisih antara *output* dan *input*

Capital Employee (CE) = Total ekuitas

3) *Value Added Human Capital (VAHU)* menunjukkan berapa banyak VA dapat dihasilkan dari besarnya dana yang dikeluarkan perusahaan untuk para karyawannya. Rasio ini menunjukkan kontribusi yang dibuat oleh setiap rupiah yang diinvestasikan dalam HC terhadap *value added* perusahaan, dimana:

Value Added (VA) = Selisih antara *output* dan *input*

Human Capital (HC) = Beban karyawan (total gaji, upah dan pendapatan karyawan)

4) *Structural Capital Value Added (STVA)* mengukur jumlah SC yang dibutuhkan untuk menghasilkan Rp 1 dari VA dan merupakan indikasi keberhasilan SC dalam menciptakan nilai, dimana:

Structural Capital (SC) = Selisih antara VA dan HC

Value Added (VA) = Selisih antara *output* dan *input*

Human Capital (HC) = Beban karyawan (total gaji, upah dan pendapatan karyawan)

Menurut Ulum (2008) dalam Devi *et al.* (2017) metode VAICTM memiliki 4 kategori, yaitu:

- 1) *Top performance* – ketika skor VAIC di atas 3
- 2) *Good performance* – ketika skor VAIC di antara 2,0 sampai 2,99
- 3) *Common performance* – ketika skor VAIC di antara 1,5 sampai 1,99
- 4) *Bad performance* – ketika skor VAIC di bawah 1,5

3. Variabel Kontrol (*Control Variable*)

Variabel kontrol merupakan variabel yang dapat membatasi atau mengurangi pengaruh faktor-faktor luar yang tidak diteliti sehingga hubungan antara variabel bebas dan terikat tetap konstan. Ukuran perusahaan dan *leverage* digunakan sebagai variabel kontrol karena kinerja perusahaan dapat dipengaruhi secara langsung atau tidak langsung oleh faktor-faktor yang berkaitan dengan sifat perusahaan (Kamardin, 2014). Penjelasan dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

a. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan salah satu tolak ukur untuk memastikan seberapa besar perusahaan dapat menguasai pangsa pasar dan memperoleh keuntungan yang dihitung berdasarkan pada besaran total aset. Ukuran perusahaan yang besar dapat memberikan dampak positif terhadap keputusan perusahaan yang diyakini turut berkontribusi dalam peningkatan kinerja perusahaan (Ariani, 2019). Mengacu pada penelitian Lestari (2017), Melawati *et al.* (2016), Wiranata & Nugrahanti (2013), Yaparto *et al.* (2013) bahwa ukuran perusahaan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$SIZE = Ln (\text{Total Aset})$$

b. *Leverage*

Leverage merupakan sumber pendanaan perusahaan yang didapat melalui utang. Perusahaan yang menerapkan kebijakan utang (*leverage*) akan memperoleh keuntungan yang lebih besar dari biaya aset dan

sumber dananya, sehingga meningkatkan keuntungan pemegang saham (Wiariningsih *et al.*, 2019) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur besaran bentuk pembiayaan yang diperoleh melalui penggunaan pinjaman untuk menunjang pengelolaan perusahaan dalam meningkatkan volume produksi dan pendapatan (Ariani, 2019). Mengacu pada penelitian Satriadi *et al.* (2018), Wiranata & Nugrahanti (2013) bahwa *leverage* diinterpretasikan sebagai rasio yang membandingkan antara total utang dengan total aset yang dimiliki perusahaan.

$$LEV = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aset}}$$

Tabel III.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep	Indikator
<i>Return on Asset</i> (ROA)	Rasio yang membandingkan laba bersih setelah pajak dengan total aset yang dimiliki perusahaan	$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Aset}}$
Kepemilikan Manajerial (KM)	Menunjukkan persentase kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak manajemen (komisaris dan direksi)	$KM = \frac{\sum \text{Saham Yang Dimiliki Manajemen}}{\sum \text{Saham Yang Beredar}} \times 100\%$
Ukuran Dewan Direksi (UDD)	Menunjukkan logaritma natural dari anggota dewan direksi	$UDD = Ln (\text{Anggota Dewan Direksi})$
Komisaris Independen (DKI)	Rasio yang membandingkan jumlah komisaris independen dengan jumlah anggota dewan komisaris	$DKI = \frac{\sum \text{Komisaris Independen}}{\sum \text{Anggota Dewan Komisaris}} \times 100\%$

<i>Corporate Social Responsibility</i>	Indeks pengungkapan CSR dengan menjumlahkan item yang diungkapkan perusahaan dibagi dengan 79 item <i>Global Reporting Initiative (GRI)</i>	$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_{ij}}$
<i>Intellectual Capital</i>	Sebuah prosedur analitis yang dirancang untuk secara efektif mengawasi dan mengevaluasi efisiensi nilai tambah atau <i>value added (VA)</i> dengan total sumber daya perusahaan	$VAIC^{TM} = VACA + VAHU + STVA$
Ukuran perusahaan (SIZE)	Ukuran besar kecilnya perusahaan berdasarkan logaritma natural dari total aset yang dimiliki perusahaan	$SIZE = Ln(\text{Total Aset})$
<i>Leverage (LEV)</i>	Rasio yang membandingkan total utang dengan total aset yang dimiliki perusahaan	$LEV = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aset}}$

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2020

D. Metode Pengumpulan Data

1. Pengumpulan Data Sekunder

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber. Data sekunder yang digunakan adalah laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan dipublikasikan melalui *website* masing-masing perusahaan dan situs www.idx.co.id. Jangka waktu penelitian ini selama lima tahun, yaitu dari tahun 2014-2018. Dari laporan tersebut kemudian

peneliti akan mengolah dan melihat kembali data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

2. Penelitian Kepustakaan

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti juga melakukan penelitian kepustakaan. Penelitian kepustakaan bertujuan untuk mendapatkan landasan teori dan informasi lain yang dapat peneliti jadikan acuan atau tolak ukur serta menunjang penelitian. Penelitian kepustakaan diperoleh dengan cara mengumpulkan, membaca, mencatat dan mengkaji literatur-literatur seperti buku, jurnal, artikel, laman *website* serta sumber lain yang relevan dan sesuai dengan topik penelitian ini yaitu *corporate governance*, *corporate social responsibility* dan *intellectual capital* terhadap kinerja perusahaan.

E. Metode Penentuan Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan sekumpulan objek yang memiliki ciri dan karakteristik yang sesuai dengan yang telah ditetapkan oleh peneliti dan kemudian dijadikan bahan penelitian. Menurut Sekaran & Bougie (2017) populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian atau hal-hal menarik di mana peneliti ingin membuat opini berdasarkan statistik sampel. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2014-2018.

2. Sampel

Sampel merupakan sejumlah anggota dari populasi yang sesuai dengan kriteria yang digunakan oleh peneliti. Sampel dapat diartikan juga sebagai perwakilan dari populasi yang hasilnya mewakili keseluruhan penelitian yang diamati (Sekaran & Bougie, 2017). Teknik penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* adalah metode penentuan sampel dimana sampel yang terpilih sesuai dengan kriteria yang ditetapkan peneliti dan dipilih dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian sehingga mendapatkan sampel yang representatif. Sampel representatif adalah sampel yang karakteristiknya hampir sama dengan populasi yang dimiliki. Adapun kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Perusahaan manufaktur yang sudah *go public* dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2018
- b. Perusahaan manufaktur yang mengeluarkan laporan keuangan selama lima tahun berturut-turut pada periode 2014-2018
- c. Perusahaan manufaktur yang mengeluarkan laporan keuangan dengan satuan mata uang rupiah
- d. Perusahaan manufaktur yang menyediakan dan menampilkan data-data serta informasi yang dibutuhkan oleh peneliti mengenai variabel-variabel dalam penelitian ini secara lengkap

Tabel III.2
Proses Pemilihan Sampel

Kriteria Sampel	Jumlah Perusahaan
Perusahaan manufaktur yang sudah <i>go public</i> dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2018	138
Perusahaan manufaktur yang mengeluarkan laporan keuangan selama lima tahun berturut-turut pada periode 2014-2018	(12)
Perusahaan manufaktur yang mengeluarkan laporan keuangan dengan satuan mata uang rupiah	(30)
Perusahaan manufaktur yang menyediakan dan menampilkan data-data serta informasi yang dibutuhkan oleh peneliti mengenai variabel-variabel dalam penelitian ini secara lengkap	(54)
Total Sampel yang Digunakan	42
Jumlah Observasi (42 Perusahaan x 5 Tahun)	210

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2020

Berdasarkan Tabel III.2, terdapat 42 perusahaan manufaktur yang memenuhi kriteria sampel yang telah ditentukan. 42 perusahaan tersebut akan digunakan sebagai sampel penelitian dengan jumlah observasi sebanyak 210 data. Daftar sampel perusahaan beserta pengurangan kriteria disajikan pada Lampiran 1.

F. Metode Analisis

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah bagian dari ilmu statistika mengenai pengumpulan data, penyajian, penentuan nilai-nilai statistika, pembuatan diagram atau gambar yang bertujuan untuk menggambarkan atau menyajikan data ke dalam bentuk yang lebih sederhana dan lebih mudah diinterpretasikan. Menurut Nasution (2017), analisis deskriptif merupakan bentuk analisis data penelitian untuk menguji generalisasi hasil penelitian berdasarkan satu variabel. Sedangkan Ghazali (2016) menjelaskan bahwa

analisis statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), nilai tengah (*median*), standar deviasi, varian, nilai maksimum (*max*), nilai minimum (*min*), *sum*, *range*, kurtosis dan *skewness* (kemencengan distribusi).

2. Analisis Model Regresi Data Panel

Analisis regresi adalah metode untuk menghubungkan antara beberapa variabel bebas (*independent variable*) terhadap variabel terikat (*dependent variable*). Dalam penelitian ini analisis model yang digunakan adalah analisis regresi data panel. Regresi data panel adalah penggabungan antara data *cross section* dengan data *time series*.

Analisis regresi data panel memiliki keunggulan diantaranya yaitu menggabungkan data *cross section* dengan *time series*, memberikan lebih banyak informasi, bervariasi, sedikit kolinearitas antarvariabel, lebih sedikit *degree of freedom* dan lebih efisien (Fitriani & Hapsari, 2015).

Model persamaan regresi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\text{ROA}_{it} = \beta_0 + \beta_1 \text{KM}_{it} + \beta_2 \text{UDD}_{it} + \beta_3 \text{DKI}_{it} + \beta_4 \text{CSR}_{it} + \beta_5 \text{IC}_{it} \\ + \beta_6 \text{SIZE}_{it} + \beta_7 \text{LEV}_{it} + \varepsilon_{it}$$

Keterangan:

ROA = *Return on Asset* (ROA)

KM = Kepemilikan Manajerial

UDD = Ukuran Dewan Direksi

DKI = Komisaris Independen

CSR = *Corporate Social Responsibility*

IC	= <i>Intellectual Capital</i>
SIZE	= Ukuran Perusahaan
LEV	= <i>Leverage</i>
β_0	= Konstanta
ε	= Error

Analisis regresi data panel dapat dilakukan dengan beberapa langkah, yaitu sebagai berikut:

a. *Ordinary Least Square (OLS)*

Estimasi data panel dengan mengkombinasikan data *cross section* dan *time series* dengan menggunakan metode OLS sehingga dikenal dengan estimasi *common effect*. Pendekatan ini tidak memperhatikan dimensi individu ataupun waktu.

b. *Fixed Effect*

Estimasi data panel dengan mengasumsikan bahwa individu atau perusahaan memiliki *intercept* yang berbeda, tetapi memiliki *slope* regresi yang sama. Ketika individu atau perusahaan memiliki *intercept* yang sama besar untuk setiap perbedaan waktu demikian juga dengan koefisien regresinya yang tetap dari waktu ke waktu (*time invariant*). Untuk membedakan antara individu dan perusahaan lainnya digunakan variabel *dummy* (variabel contoh/semu) sehingga metode ini sering juga disebut *Least Square Dummy Variable (LSDV)*.

c. *Random Effect*

Estimasi data panel menggunakan residual yang diduga memiliki hubungan antarwaktu dan antarindividu. Setiap variabel pada model *random effect* diasumsikan memiliki perbedaan intercept, namun intercept tersebut bersifat *random* atau stokastik.

3. Pendekatan Model Estimasi

Untuk memilih model estimasi terbaik, terdapat dua pengujian yang dapat dilakukan, yaitu:

a. Uji *Chow*

Uji *Chow* bertujuan untuk menentukan model terbaik mana yang akan dipilih diantara *common effect* atau *fixed effect*. Pertimbangan pemilihan pendekatan yang digunakan menggunakan pengujian uji F statistik. Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$H_0: \text{Model } \textit{Common Effect}$$

$$H_1 : \text{Model } \textit{Fixed Effect}$$

Statistik pengujian uji *chow* menggunakan signifikansi 5% ($\alpha = 0.05$). Jika nilai probabilitas dari uji F/F-test $\geq 0,05$ maka H_0 diterima, artinya model pendekatan yang tepat untuk digunakan adalah *common effect*. Namun sebaliknya, jika nilai probabilitas dari uji F/F-test $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak, artinya model pendekatan yang tepat untuk digunakan adalah *fixed effect*.

b. Uji *Hausman*

Uji *hausman* dilakukan ketika hasil uji *chow* menyatakan bahwa H_0 ditolak yang artinya model *fixed effect* terpilih. Uji *hausman* bertujuan untuk menentukan model terbaik mana yang akan dipilih diantara *fixed effect* atau *random effect*. Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

H_0 : Model *Random Effect*

H_1 : Model *Fixed Effect*

Statistik pengujian uji *hausman* menggunakan nilai *Chi-square Statistics* dengan signifikansi 5% ($\alpha = 0.05$). Jika nilai probabilitas dari uji tes *hausman/p-value* $\geq 0,05$ maka H_0 diterima, artinya model pendekatan yang tepat untuk digunakan adalah *random effect*. Namun sebaliknya, jika nilai probabilitas dari uji tes *hausman/p-value* $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak, artinya model pendekatan yang tepat untuk digunakan adalah *fixed effect*.

4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk memastikan estimasi regresi yang digunakan berada dalam kondisi BLUE (*Best Linear Unbiased Estimate*). Uji asumsi klasik yang dilakukan adalah uji multikolinearitas.

Menurut Ghozali (2016) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi yang digunakan ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau tidak. Jika tidak terjadi korelasi atau hubungan di antara variabel maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut baik.

Sebaliknya, jika variabel bebas saling berkorelasi atau berhubungan maka variabel tersebut tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah nilai variabel bebas sama dengan nol.

Uji multikolinearitas dapat ditentukan dengan melihat koefisien korelasi antar variabel bebas. Apabila koefisien korelasi lebih dari 0,9 atau mendekati angka 1 maka terjadi multikolinearitas (Gujarati & Porter, 2013).

5. Uji Hipotesis (Uji T)

Uji hipotesis (uji t) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial ataupun simultan dapat mempengaruhi variabel dependen. Pada penelitian ini, pengaruh antarvariabel yang ingin diketahui adalah variabel kepemilikan manajerial, ukuran dewan direksi, komisaris independen, *corporate social responsibility*, *intellectual capital*, ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap kinerja perusahaan yang diukur dengan ROA secara parsial menggunakan uji t. Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 0,05 ($\alpha = 5\%$).

Kriteria yang mendasari pengambilan keputusan terhadap hipotesis adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Artinya secara parsial variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Artinya secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

6. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) memberikan informasi tentang kesesuaian ketepatan model regresi yang dalam hal ini adalah ukuran statistik seberapa baik garis regresi mendekati poin data sebenarnya. Nilai R^2 adalah persentase varians dalam variabel terikat yang dijelaskan dengan variasi dalam variabel bebas. Nilai R^2 adalah diantara nol hingga satu. Jika R^2 mendekati angka satu, menandakan kemampuan variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat. Disisi lain, jika R^2 mendekati angka nol, menandakan kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas (Sekaran & Bougie, 2017).

Ghozali (2016) menjelaskan kelemahan dasar dari penggunaan koefisien determinasi yaitu ditemukan adanya bias terhadap jumlah variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model. Bias yang dimaksudkan adalah setiap tambahan satu variabel bebas, maka nilai R^2 akan meningkat tanpa melihat apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Ghozali (2016) juga mengatakan bahwa disarankan menggunakan nilai *adjusted* R^2 pada saat mengevaluasi model regresi yang baik, hal ini dikarenakan nilai *adjusted* R^2 dapat naik dan turun bahkan dalam kenyataannya nilainya dapat menjadi negatif. Apabila terdapat nilai *adjusted* R^2 bernilai negatif, maka dianggap bernilai nol.