

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Metode penelitian merupakan metode yang digunakan untuk memberikan gambaran mengenai tindakan yang harus ditempuh oleh peneliti dalam memecahkan suatu masalah guna mencapai suatu masalah dan memudahkan dalam menarik kesimpulan.

Menurut Sugiyono (2018:1) menyatakan bahwa:

“Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”.

Metode penelitian digunakan untuk mengetahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kuantitatif dengan analisis deskriptif dan verifikatif.

Menurut Sugiyono (2018:15) mendefinisikan metode penelitian kuantitatif sebagai berikut:

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

Penelitian kuantitatif dilakukan berdasarkan fenomena atau keadaan yang sebenarnya terjadi. Fenomena tersebut dapat diamati dan diukur serta memiliki hubungan sebab akibat. Penelitian kuantitatif menggunakan populasi atau sampel tertentu yang bersifat representatif karena pada umumnya sampel yang digunakan random atau acak sehingga kesimpulan dapat digeneralisasikan pada populasi dima sampel tersebut diambil.

Pengertian metode analisis deskriptif menurut Sugiyono (2018:48) yaitu:

“Metode penelitian deskriptif ini dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri yang bebas) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain.”

Metode penelitian deskriptif ini merupakan metode yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan faktual tentang fakta – fakta serta hubungan antar variabel yang diselidiki dengan cara mengumpulkan data, mengolah, menganalisis dan menginterpretasi data dalam pengujian hipotesis statistik. Dalam penelitian ini, metode deskriptif digunakan untuk menjawab bagaimana kondisi *Media Exposure*, *Environmental Sensitivity*, Kepemilikan Institusional dan Independensi Dewan Komisaris dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur tahun 2016-2020 yang digunakan dalam penelitian ini.

Sugiyono (2018:8) mendefinisikan bahwa penelitian verifikatif merupakan penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode pendekatan verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data. Metode pendekatan verifikatif digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Media Exposure*, *Environmental Sensitivity*, Kepemilikan Institusional dan Independensi Dewan Komisaris terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur tahun 2016-2020.

3.1.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian, objek penelitian ini menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban ataupun solusi dari permasalahan yang terjadi. Kemudian, hasil pengamatan tersebut akan dipelajari dan ditarik suatu kesimpulan.

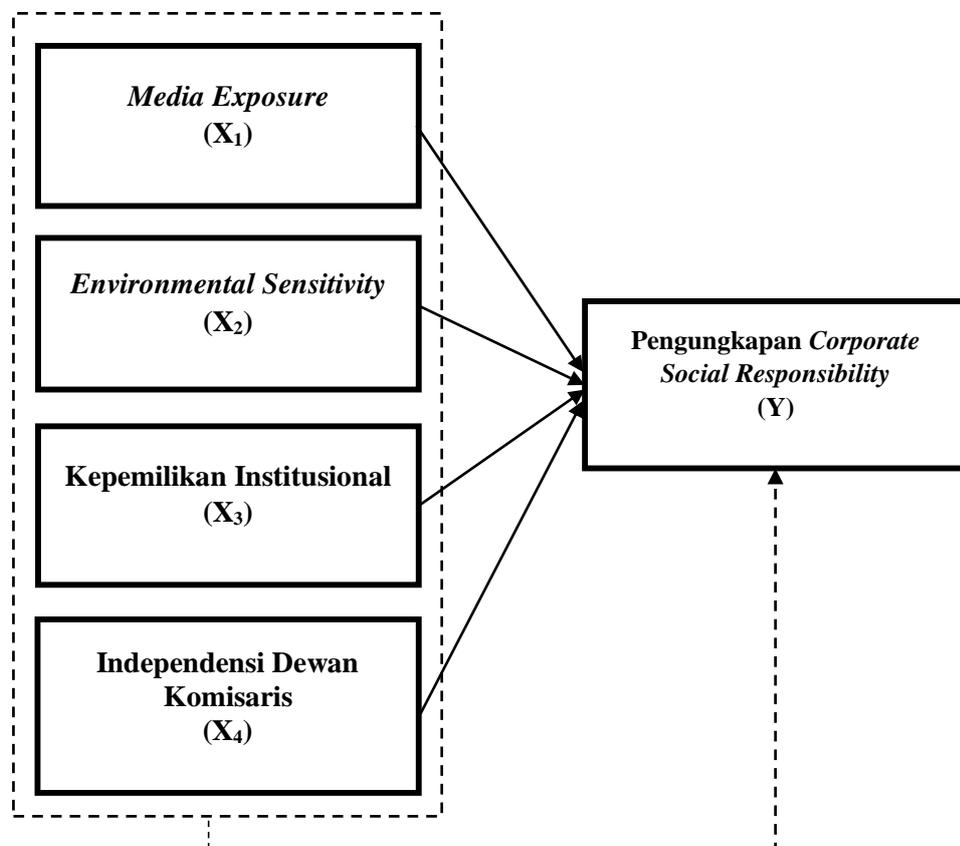
Menurut Sugiyono (2018:57) menyatakan bahwa:

“Objek penelitian merupakan suatu akibat atau sifat atau nilai dari orang, obyek, organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”

Objek dalam penelitian ini adalah pengaruh *Media Exposure*, *Environmental Sensitivity*, Kepemilikan Institusional dan Independensi Dewan Komisaris sebagai variabel independen serta pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel dependen pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2016-2020.

3.1.2 Model Penelitian

Penelitian ini akan menerangkan pengaruh langsung antara variabel independen dan variabel dependen. Model penelitian yang akan digunakan adalah sebagai berikut:



Gambar 3. 1
Model Penelitian

3.2 Variabel dan Operasional Variabel

3.2.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:57). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen dan variabel dependen.

3.2.1.1 Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2018:57) variabel Independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel Independen dalam penelitian ini yaitu *Media Exposure*, *Environmental Sensitivity*, Kepemilikan Institusional dan Independensi Dewan Komisaris.

a. *Media Exposure*

Dalam penelitian ini penulis menggunakan definisi *media exposure* yang disampaikan oleh Widiastuti (2018) yang menjelaskan bahwa:

“*Media exposure* didefinisikan dengan kejadian atau kegiatan perusahaan berdampak sosial dan lingkungan yang diliput oleh media atau dipublikasikan oleh media. *Media exposure* mengindikasikan tekanan publik maupun bentuk penghargaan publik maupun bentuk penghargaan publik atau masyarakat terhadap perusahaan melalui pemberitaan media.”

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Widiastuti (2018) maka pengukuran *media exposure* dapat dilakukan dengan menghitung jumlah

media yang digunakan perusahaan atau artikel tentang aktivitas CSR perusahaan yang diterbitkan oleh media massa.

b. *Environmental Sensitivity*

Dalam penelitian ini penulis menggunakan definisi *environmental sensitivity* yang dikemukakan oleh Kustina (2020) yang menjelaskan bahwa:

“*Environmental sensitivity* atau sensitivitas industri merupakan karakteristik yang dimiliki perusahaan manufaktur yang berkaitan dengan bidang usaha, risiko usaha, karyawan yang dimiliki dan lingkungan perusahaan.”

Berdasarkan penelitian Kustina (2020) pengukuran *environmental sensitivity* diukur dengan menggunakan variabel *dummy* dengan memberikan nilai 1 untuk perusahaan *high profile* dan 0 untuk perusahaan *low profile*.

c. Kepemilikan Institusional

Menurut Singal dan Putra (2019) menyatakan bahwa:

“Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham yang dimiliki institusi atau lembaga seperti asuransi, bank, perusahaan asset manajemen dan kepemilikan institusi lainnya.”

Berdasarkan penelitian Singal dan Putra (2019) kepemilikan institusional dapat diukur sesuai dengan kepemilikan saham yang dimiliki oleh institusi atau lembaga dibagi dengan jumlah saham yang beredar, dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$KI = \frac{\text{Jumlah kepemilikan saham pihak institusional}}{\text{jumlah saham yang beredar}} \times 100$$

d. Independensi Dewan Komisaris

Dewan komisaris independen adalah anggota dewan komisaris yang berasal dari luar perusahaan dan tidak memiliki hubungan dengan perusahaan yang berfungsi untuk melakukan pengawasan, memberikan masukan serta bertindak independen atau bertindak semata-mata demi kepentingan perusahaan.

Menurut Pirmayanthi, dkk (2021) independensi dewan komisaris dapat diprosikan dengan persentase independensi dewan komisaris di dalam perusahaan. Pengukuran variabel ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$IDK = \frac{\text{Independensi Dewan Komisaris}}{\text{Dewan Komisaris}} \times 100\%$$

3.2.1.2 Variabel Dependen

Variabel Dependen sering disebut sebagai variabel terikat, merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel Dependen dalam penelitian ini adalah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Menurut Sholihin, dkk (2018) menjelaskan bahwa:

“Pengungkapan informasi CSR (*Corporate Social Responsibility*) dalam annual report merupakan salah satu cara perusahaan dalam membangun berkontribusi, dan mempertahankan perusahaan dari sisi politis dan ekonomi. Dengan melakukan *social disclosure* perusahaan merasa aktivitas dan keberadaanya terlegitimasi, kemudian perusahaan berusaha mencari pembenaran dari *stakeholder* dalam menjalankan aktivitas perusahaanya, sebab semakin kuat komposisi *stakeholder* maka akan semakin besar pula kecenderungan untuk dapat mengadaptasi diri terhadap keinginan stakeholdernya. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat dihitung dengan Perhitungan indeks pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSRDI) berdasarkan indikator GRI (*Global Reporting initiative*”

Pengukuran CSRDI menggunakan *content analysis* dalam mengukur variety dari CSRDI. *Content analysis* adalah salah satu metode pengukuran CSRDI yang sudah banyak digunakan dalam penelitian-penelitian sebelumnya. Pendekatan ini pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 apabila diungkapkan, dan nilai 0 apabila tidak diungkapkan. Kemudian, skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Adapun rumus untuk perhitungan CSRDI adalah sebagai berikut :

$$\text{CSRDI}_j = \frac{\sum X_{IJ}}{n_j}$$

Keterangan:

CSRDI_j : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan J

n_j : jumlah item untuk perusahaan j, n_j = 113 (Skor Maksimal)

ΣX_{ij} : jumlah total pengungkapan CSR oleh perusahaan

3.2.2 Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis dan indikator variabel yang terlibat dalam penelitian ini. Selain itu, pengoperasian variabel bertujuan untuk mengetahui range pengukuran dari masing-masing variabel sehingga alat dapat digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis dengan baik. Lebih jelasnya, untuk mengetahui variabel penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini, dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. 1
Operasional Variabel

Variabel	Konsep	Indikator	Skala
<i>Media Exposure</i> (X ₁)	<i>Media exposure</i> didefinisikan dengan kejadian atau kegiatan perusahaan berdampak sosial dan lingkungan yang diliput oleh media atau dipublikasikan	Jumlah media atau artikel tentang aktivitas CSR perusahaan yang diterbitkan oleh media massa.	Rasio

Variabel	Konsep	Indikator	Skala
	<p>oleh media. <i>Media exposure</i> mengindikasi tekanan publik maupun bentuk penghargaan publik maupun bentuk penghargaan publik atau masyarakat terhadap perusahaan melalui pemberitaan media Widiastuti (2018)</p>	<p>Widiastuti (2018)</p>	
<p><i>Environmental sensitivity</i> (X₂)</p>	<p><i>Environmental sensitivity</i> atau sensitivitas industri merupakan karakteristik yang dimiliki perusahaan</p>	<p>Variabel <i>dummy</i>. 1. Nilai 1 untuk <i>High Profile</i>. 2. 0 untuk <i>low profile</i>.</p>	<p>Nominal</p>

Variabel	Konsep	Indikator	Skala
	<p>manufaktur yang berkaitan dengan bidang usaha, risiko usaha, karyawan yang dimiliki dan lingkungan perusahaan.</p> <p>Kustina (2020)</p>	<p>Kustina (2020)</p>	
<p>Kepemilikan Institusional (X₃)</p>	<p>Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham yang dimiliki institusi atau lembaga seperti asuransi, bank, perusahaan asset manajemen dan kepemilikan institusi lainnya.</p> <p>Singal dan Putra (2019)</p>	<p>Persentase Kepemilikan Saham.</p> $\frac{\text{Jumlah kepemilikan saham pihak institusional}}{\text{jumlah saham yang beredar}} \times 100$ <p>Singal dan Putra (2019)</p>	<p>Rasio</p>

Variabel	Konsep	Indikator	Skala
Independensi Dewan Komisaris (X ₄)	Independensi dewan komisaris adalah anggota komisaris yang berada dari luar perusahaan (tidak memiliki hubungan afiliasi dengan perusahaan) Pirmayanthi (2021)	Persentase independensi dewan komisaris. $IDK = \frac{\text{Independensi Dewan Komisaris}}{\text{Dewan Komisaris}} \times 100\%$ Pirmayanthi, dkk (2021)	Rasio
Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (Y)	Pengungkapan informasi CSR (<i>Corporate Social Responsibility</i>) dalam annual report merupakan salah satu cara perusahaan dalam membangun berkontribusi, dan mempertahankan perusahaan dari	Rumus untuk perhitungan CSRDI adalah sebagai berikut : $CSRDI_j = \frac{\sum X_{IJ}}{n_j}$ Keterangan: CSRDI _j : <i>Corporate Social Responsibility Disclosure Index</i> perusahaan J n _j : jumlah item untuk perusahaan j, n _j = 113 (Skor Maksimal) Σ X _{ij} : jumlah total pengungkapan CSR oleh perusahaan.	Rasio

Variabel	Konsep	Indikator	Skala
	<p>sisi politis dan ekonomi.</p> <p>Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> dapat dihitung dengan Perhitungan indeks pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSRDI)</i> berdasarkan indikator GRI (<i>Global Reporting initiative</i>)</p> <p>Sholihin (2018)</p>	<p>Sholihin (2018)</p>	

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:119) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, populasi penelitian yaitu Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.

Tabel 3. 2
Populasi Penelitian

Sektor Industri Dasar dan Kimia		
Sub Sektor Semen		
1	INTP	Indocement Tunggal Prakasa Tbk
2	SMBR	Semen Baturaja Tbk
3	SMCB	Solusi Bangun Indonesia Tbk
4	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk
5	WTON	Wijaya Karya Beton Tbk
6	WSBP	Waskita Beton Precast Tbk
Sub Sektor Keramik, Porselen dan Kaca		
1	AMFG	Asahimas Flat Glass Tbk
2	ARNA	Arwana Citramulia Tbk
3	KIAS	Keramika Indonesia Assosiasi Tbk
4	MLIA	Mulia Industrindo Tbk
5	TOTO	Surya Toto Indonesia Tbk
Sub Sektor Logam dan Sejenisnya		
1	ALKA	Alakasa Industrindo Tbk
2	ALMI	Alumindo Light Metal Industry Tbk
3	BAJA	Saranacentral Bajatama Tbk
4	BTON	Betonjaya Manunggal Tbk
5	CTBN	Citra Tubindo Tbk
6	GDST	Gunawan Dianjaya Steel Tbk
7	INAI	Indal Aluminium Industry Tbk

8	ISSP	Steel Pipe Industry of Indonesia Tbk
9	JKSW	Jakarta Kyoei Steel Works Tbk
10	KRAS	Krakatau Steel (Persero) Tbk
11	LION	Lion Metal Works Tbk
12	LMSH	Lionmesh Prima Tbk
13	NIKL	Pelat Timah Nusantara Tbk
14	PICO	Pelangi Indah Canindo Tbk
15	TBMS	Tembaga Mulia Semanan Tbk
Sub Sektor Sektor Kimia		
1	AGII	Aneka Gas Industri Tbk
2	BRPT	Barito Pasific Tbk
3	BUDI	Budi Starch and Sweetener Tbk
4	DPNS	Duta Pertiwi Nusantara Tbk
5	EKAD	Ekadharma International Tbk
6	ETWA	Eterindo Wahanatama Tbk
7	INCI	Intan Wijaya International Tbk
8	SRSN	Indo Acitama Tbk
9	TPIA	Chandra Asri Petrochemical
10	UNIC	Unggul Indah Cahaya Tbk
Sub Sektor Plastik dan Kemasan		
1	AKPI	Argha Karya Prima Industry Tbk
2	ALPI	Asiaplast Industries Tbk
3	BRNA	Berlina Tbk
4	FPNI	Lotte Chemical Titan Tbk
5	IGAR	Champion Pacific Indonesia Tbk
6	IMPC	Impack Pratama Industri Tbk
7	IPOL	Indopoly Swakarsa Industry Tbk
8	TALF	Tunas Alfin Tbk
9	TRST	Trias Sentosa Tbk
10	YPAS	Yanaprima Hastapersada Tbk
Sub Sektor Pakan Ternak		
1	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk
2	CPRO	Central Proteina Prima Tbk
3	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk
4	MAIN	Malindo Feedmill Tbk
5	SIPD	Sreeya Sewu Indonesia Tbk
Sub Sektor Indusrti Kayu		
1	SULI	SLJ Global Tbk
2	TIRT	Tirta Mahakam Resources Tbk

Sub Sektor Bubur Kertas		
1	ALDO	Alkindo Naratama Tbk
2	FASW	Fajar Surya Wisesa Tbk
3	INKP	Indah Kiat Pulp & Paper Tbk
4	INRU	Toba Pulp Lestari Tbk
5	KBRI	Kertas Basuki Rachmat Indonesia Tbk
6	KSDI	Kedawung Setia Industrial Tbk
7	SPMA	Suparma Tbk
8	TKIM	Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk
Sub Sektor Lainnya		
1	INCF	Indo Komoditi Korpora Tbk
Sektor Aneka Industri		
Sub Sektor Mesin dan Alat Berat		
1	AMIN	Ateliers Mecaniques D'Indonesie Tbk
2	KRAH	Grand Kartech Tbk
Sub Sektor Otomotif dan Komponen		
1	ASII	Astra International Tbk
2	AUTO	Astra Otoparts Tbk
3	BOLT	Garuda Metalindo Tbk
4	BRAM	Indo Kordsa Tbk
5	GDYR	Goodyear Indonesia Tbk
6	GJTL	Gajah Tunggal Tbk
7	IMAS	Indomobil Sukses Internasional Tbk
8	INDS	Indospring Tbk
9	LPIN	Multi Prima Sejahtera Tbk
10	MASA	Multistrada Arah Sarana Tbk
11	NIPS	Nipress Tbk
12	PRAS	Prima Alloy Steel Universal Tbk
13	SMSM	Selamat Sempurna Tbk
Sub Sektor Tekstil dan Garmen		
1	ADMG	Polychem Indonesia Tbk
2	ARGO	Argo Pantes Tbk
3	CNTX	Century Textile Industry Tbk
4	ERTX	Eratex Djaja Tbk
5	ESTI	Ever Shine Tex Tbk
6	HDTX	Panasia Indo Resources Tbk
7	INDR	Indorama Synthetics Tbk
8	MYTX	Asia Pacific Investama Tbk
9	PBRX	Pan Brothers Tbk

10	POLY	Asia Pacific Fibers Tbk
11	RICY	Ricky Putra Globalindo Tbk
12	SRIL	Sri Rejeki Isman Tbk
13	SSTM	Sunson Textile Manufacture Tbk
14	STAR	Star Petrochem Tbk
15	TFCO	Tifico Fiber Indonesia Tbk
16	TRIS	Trisula International Tbk
17	UNIT	Nusantara Inti Corpora Tbk
Sub Sektor Alas Kaki		
1	BATA	Sepatu Bata Tbk
2	BIMA	Primarindo Asia Infrastructure Tbk
Sub Sektor Kabel		
1	IKBI	Sumi Indo Kabel Tbk
2	JECC	Jembo Cable Company Tbk
3	KBLI	KMI Wire & Cable Tbk
4	KLBM	Kabelindo Murni Tbk
5	SCCO	Supreme Cable Manufacturing Corporation Tbk
6	VOKS	Voksel Electric Tbk
Sub Sektor Elektronika		
1	PSTN	Sat Nusapersada Tbk
Sektor Industri Barang Konsumsi		
Sub Sektor Makanan dan Minuman		
1	ADES	Akasha Wira International Tbk
2	AISA	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk
3	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk
4	BTEK	Bumi Teknokultura Unggul Tbk
5	BUDI	Budi Starch Sweetener Tbk
6	CEKA	Cahaya Kalbar Tbk
7	DLTA	Delta Djakarta Tbk
8	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
9	IIKP	Inti Agri Resources Tbk
10	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
11	MGNA	Magna Investama Mandiri Tbk
12	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk
13	MYOR	Mayora Indah Tbk
14	PSDN	Prasidha Aneka Niaga Tbk
15	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk
16	SKBM	Sekar Bumi Tbk
17	SKLT	Sekar Laut Tbk

18	STTP	Siantar Top Tbk
19	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry and Trading Company Tbk
Sub Sektor Pabrik Tembakau		
1	GGRM	Gudang Garam Tbk
2	HMSP	Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk
3	RMBA	Bentoel Internasional Investama Tbk
4	WIIM	Wismilak Inti Makmur Tbk
Sub Sektor Farmasi		
1	DVLA	Darya Varia Laboratoria Tbk
2	INAF	Indofarma Tbk
3	KAEF	Kimia Farma Tbk
4	KBLF	Kalbe Farma Tbk
5	MERK	Merck Indonesia Tbk
6	PYFA	Pyridam Farma Tbk
7	SCPI	Merck Sharp Dohme Pharma Tbk
8	SIDO	Industri Jamu dan Farmasi Sido Tbk
9	TSPC	Tempo Scan Pacific Tbk
Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga		
1	KINO	Kino Indonesia Tbk
2	MBTO	Martina Berto Tbk
3	MRAT	Mustika Ratu Tbk
4	TCID	Mandom Indonesia Tbk
5	UNVR	Unilever Indonesia Tbk
Sub Sektor Peralatan Rumah Tangga		
1	CINT	Chitose International Tbk
2	KICI	Kedaung Indah Can Tbk
3	LMPI	Langgeng Makmur Industri Tbk

3.3.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:116) menjelaskan bahwa sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang memiliki populasi tersebut. Pengukuran sampel ini merupakan langkah-langkah untuk menentukan besarnya sampel yang akan dipilih untuk melaksanakan suatu penelitian. Pemilihan sampel ini harus benar-benar dapat mewakili dan dapat menggambarkan populasi sebenarnya. Teknik

sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan *Purposive Sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan yang penulis tentukan, oleh karena itu penulis memilih teknik pengambilan sampel ini teknik *Purposive Sampling*. Adapun kriteria yang ditentukan dalam menentukan sampel pada penelitian ini adalah:

1. Perusahaan Manufaktur yang terdaftar berurut turut di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.
2. Perusahaan manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020 yang belum menerbitkan *annual report* dan *sustainability report* secara berturut-turut.

Tabel 3. 3

Hasil *Purposive Sampling*

Keterangan	Jumlah Perusahaan
Perusahaan Manufaktur yang terdaftar berurut turut di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.	143
Perusahaan manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020 yang belum menerbitkan <i>annual report</i> dan <i>sustainability report</i> secara berturut-turut.	(128)
Jumlah Perusahaan yang dijadikan sampel	15
Tahun 2016-2020	5 Tahun
Total Sampel	75

Berdasarkan populasi penelitian diatas, maka sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020 yang memiliki kriteria pada tabel 3.3 yaitu sebanyak 15 perusahaan.

Tabel 3. 4
Sampel Penelitian

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan	Alamat
1	ASII	PT Astra Internasional Tbk.	Menara Astra Lt. 59. Jl. Jenderal Sudirman Kav 5-6. Jakarta 10220. Indonesia. Telepon : (021) 5084 3888
2	INTP	PT Indocement Tunggul Prakasa Tbk.	Wisma Indocement Lantai 13, Jl. Jenderal Sudirman Kav. 70-71, Kel.Setia Budi, Kec. Setiabudi, Kota Adm. Jakarta Selatan, Provinsi DKI Jakarta, Kode Pos: 12910
3	MLBI	PT Multi Bintang Indonesia Tbk	Talavera Office Park, 20th fl Jl. Let Jend TB Simatupang kav. 22-26 Po Box 3264 JKT 10032 Jakarta-12430
4	SMCB	PT Solusi Bangun Indonesia Tbk.	Talavera, Jl. TB Simatupang No.22-26, RT.4/RW.9, West Cilandak, Cilandak, South Jakarta City, Jakarta 12430
5	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk.	Gedung Utama Semen Gresik Jl. Veteran Gresik 61122
6	WTON	PT Wijaya Karya Beton Tbk.	Jl. D.I. Panjaitan Kav. 9-10 Jakarta 13340 DKI Jakarta, Indonesia
7	WSBP	PT Waskita Beton Precast Tbk.	Jl. MT Haryono Kav No.10 A Jakarta Timur 13340
8	UNVR	PT Unilever Indonesia Tbk.	Grha Unilever , Green Office Park Kav. 3, Jl BSD Boulevard Barat, BSD City, Tangerang 15345 Indonesia
9	AMFG	PT Asahimas Flat Glass Tbk	Jl. Ancol IX No.5, RT.1/RW.3, Ancol, Kec. Pademangan, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14430

10	ARNA	PT Arwana Citramulia Tbk	Sentra Niaga Puri Indah Blok T2 No. 24, Kembangan, Jakarta Barat 11610, dan pabriknya berlokasi di Tangerang dan Serang (Banten), Gresik dan Mojokerto (Jawa Timur) serta Ogan Ilir (Sumatera Selatan) – Indonesia.
11	KLBF	PT Kalbe Farma Tbk	Gedung KALBE, Jl. Let. Jend. Suprpto Kav. 4, Cempaka Putih, Jakarta 10510 – Indonesia
12	SIDO	PT Industri Jamu Dan Farmasi Sido Muncul Tbk.	Jl Cipete Raya No 81 Jakarta 12410, Indonesia. Nomor Telepon: 021 765 3535 Fax 765 6522.
13	WIIM	PT. Wismilak Inti Makmur Tbk	Jl. Dr. Soetomo No. 27 Surabaya 60264, Indonesia
14	TPIA	PT Chandra Asri Petrochemical Tbk	Wisma Barito Pacific Tower A, Lantai 7, Jl. Let. Jend. S. Parman Kav. 62-63, Jakarta 11410 – Indonesia
15	SMBR	PT Semen Baturaja (Persero) Tbk	Jl. Abikusno Cokrosuyoso PO BOX 1175 Kertapati Palembang Sumatera Selatan 30258 Nama Nama

3.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang bersifat kuantitatif. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang tersusun dalam arsip (data dokumenter). Data sekunder untuk penelitian ini berupa laporan tahunan (*annual report*). Adapun pengumpulan data pada penelitian ini diperoleh dengan cara :

1. Data diperoleh dari www.idx.co.id, www.sahamok.net dan website masing-masing perusahaan untuk periode 2016-2020.

2. Buku-buku literatur dan jurnal ekonomi yang berhubungan dengan topik yang diteliti.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Adapun cara untuk memperoleh data dan informasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Dalam penelitian ini penulis memperoleh informasi dari ilmu pengetahuan yang dapat digunakan sebagai dasar penelitian yaitu mengkaji, meneliti, meneliti dan mengomentari jurnal, buku, berita ekonomi dan bentuk literatur lain yang berhubungan dengan penelitian melalui studi pustaka, literatur, dan materi sebagai landasan teori.

3.5 Metode Analisis Data

Teknik analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Adapun kegiatan dalam analisis data adalah : mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2016:147).

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Analisis deskriptif bertujuan memberikan penjelasan mengenai variabel-variabel yang akan diamati. Analisis statistik deskriptif merupakan teknik analisa data untuk menjelaskan data secara umum atau generalisasi, dengan menghitung nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*), dan standar deviasi (*standard deviation*) (Sugiyono, 2017:147).

Rumus Rata-rata hitung (*mean*):

$$X = \frac{X_1 + X_2 + X_3 + \dots + X_n}{n} \text{ atau } X = \frac{\sum X_i}{n}$$

Keterangan:

X = *Mean* data

X_n = Variabel ke-n

n = Banyak data atau jumlah sampel

Rumus standar deviasi (*standard deviation*):

$$S = \sqrt{\frac{\sum f_i (x_i - \bar{x})^2}{n - 1}}$$

Keterangan:

S = standar deviasi sampel

\bar{x} = rata-rata (*mean*)

$\sum f_i$ = Jumlah frekuensi data ke i yang mana $i = 1,2,3\dots$

N = banyaknya data

x_i = data ke i yang $i = 1,2,3\dots$

Adapun analisis deskriptif terkait variabel-variabel yang diteliti adalah sebagai berikut:

3.5.1.1 Media Exposure

Langkah-langkah penilaian atas *media exposure* dapat dilihat pada penjelasan dibawah ini, yaitu:

1. Mencari pemberitaan kegiatan *corporate social responsibility* perusahaan yang diterbitkan oleh media massa.
2. Menghitung Jumlah liputan atau artikel tentang aktivitas CSR perusahaan yang diterbitkan oleh media massa.
3. Menentukan nilai rata-rata *media exposure* untuk seluruh perusahaan selama 5 tahun.
4. Menarik kesimpulan.

3.5.1.2 Environmental Sensitivity

Langkah-langkah penilaian atas *environmental sensitivity* dapat dilihat pada penjelasan dibawah ini, yaitu:

1. Menentukan perusahaan yang termasuk ke dalam *high profile* dan perusahaan yang termasuk ke dalam *low profile* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.
2. Memberikan score 1 untuk perusahaan yang termasuk ke dalam kategori *high profile* dan 0 untuk perusahaan yang termasuk ke dalam kategori *low profile*.
3. Menentukan nilai rata-rata *environmental sensitivity* untuk seluruh perusahaan selama 3 tahun.
4. Menarik kesimpulan.

3.5.1.3 Kepemilikan Institusional

Penilaian atas kepemilikan institusional hal tersebut dapat dilihat dari tabel penilaian di bawah ini. Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:

- 1) Menentukan jumlah saham yang dimiliki lembaga dan jumlah saham yang ditempatkan pada Perusahaan.
- 2) Membagi jumlah saham yang dimiliki institusi-institusi lembaga dengan jumlah saham yang beredar pada Perusahaan.
- 3) Menentukan kriteria nilai Kepemilikan Institusional.
- 4) Menentukan nilai rata-rata kepemilikan institusional untuk seluruh perusahaan yang menjadi sampel
- 5) Menarik kesimpulan.

Tabel 3. 5**Kriteria Kepemilikan Institusional**

Interval	Kriteria
< 2,50%	Sangat Rendah
2,51% - 5,00%	Rendah
5,01% - 7,50%	Sedang
7,51% - 10,00%	Tinggi
> 10%	Sangat Tinggi

Sumber : Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No.11/POJK.04/2017

3.5.1.4 Independensi Dewan Komisaris

Penilaian atas independensi dewan komisaris dapat dilihat dari tabel penilaian di bawah ini. Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:

1. Menentukan jumlah dewan komisaris independen yang ada pada perusahaan.
2. Menentukan jumlah dewan komisaris yang ada pada perusahaan.
3. Membagi jumlah dewan komisaris independen dengan jumlah anggota dewan komisaris.
4. Menentukan kriteria penilaian komisaris independen. Menurut peraturan BAPEPAM No.Kep-305/BEJ/07-2004. Komisaris independen dalam perusahaan sekurang-kurangnya 30% dari jumlah keseluruhan dewan komisaris yang ada.
5. Menentukan nilai rata-rata dewan komisaris independen untuk seluruh perusahaan yang menjadi sampel.

6. Menarik kesimpulan.

Tabel 3. 6

Tabel Kriteria Dewan Komisaris Independen

Komisaris Independen	Kriteria
< 19 %	Sangat Tidak Memadai
20% - 29%	Tidak Memadai
20% - 39%	Cukup Memadai
40% - 59%	Memadai
>50%	Sangat Memadai

Sumber: Peraturan BAPEPAM No.Kep-305/BEJ/07-2004

3.5.1.5 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

1. Mengunduh *annual report* atau *sustainability report* dari masing-masing *website* perusahaan manufaktur yang menjadi sampel.
2. Memberi point 1 untuk setiap item CSR yang diungkapkan dan 0 untuk untuk item CSR yang tidak diungkapkan oleh perusahaan menggunakan metode *content analyze* berdasarkan indikator GRI-Standar.
3. Melakukan perhitungan *CSR Indeks* untuk masing-masing perusahaan yang menjadi sampel.
4. Menentukan nilai rata-rata *corporate social responsibility* untuk seluruh perusahaan selama 5 tahun.
5. Menetapkan kriteria *corporate social responsibility*.
6. Menarik kesimpulan.

Tabel 3. 7

Kriteria Penilaian Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Kriteria	Interval
Sangat Tidak Lengkap	0% - 20%
Tidak Lengkap	21% - 40%
Cukup Lengkap	41% - 60%
Lengkap	61% - 80 %
Sangat Lengkap	81% - 100%

Sumber: *Global Reporting Initiative (GRI)*

3.5.2 Analisis Verifikatif

Definisi metode analisis verifikatif menurut Sugiyono (2017:8):

“Penelitian verifikatif merupakan penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.”

Analisis verifikatif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk menguji kebenaran hipotesis yang berarti menguji kebenaran teori yang sudah ada, yaitu dengan menganalisis:

1. Seberapa besar pengaruh *media exposure* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2020.
2. Seberapa besar pengaruh *environmental sensitivity* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2020.

3. Seberapa besar pengaruh kepemilikan institusional terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2020.
4. Seberapa besar pengaruh independensi dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2020.
5. Seberapa besar pengaruh *media exposure, environmental sensitivity*, kepemilikan institusional dan independensi dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2020.

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Dalam model regresi, untuk mengetahui adanya hubungan antar variabel penelitian diperlukan uji asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik yang digunakan adalah Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas dan Uji Autokorelasi.

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016:154) tujuan uji normalitas adalah sebagai berikut:

“Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.”

Uji normalitas digunakan untuk menguji data variabel terikat untuk setiap nilai variabel bebas tertentu berdistribusi normal atau tidak. Dalam

model regresi linier, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai error yang berdistribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik.

Menurut Santoso (2012:393) dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan pada probabilitas (*Asymptotic Significance*), yaitu:

- 1) Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal.
- 2) Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali (2016:103) definisi uji multikolinieritas sebagai berikut:

“Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi diantara variabel bebas (*independen*). Jika antarvariabel *independen* saling berkorelasi maka variabel-variabel ini tidak ortogonal sehingga tidak bisa diuji menggunakan model regresi. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas di antara variabel *independen* dapat dilihat dari nilai toleran maupun varian inflation factor (VIF).”

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat pada besaran *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Dasar pengambilan keputusan dengan *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF) menurut Ghazali (2016: 104) dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai toleran $> 0,10$ atau nilai VIF < 10 maka tidak ada multikoleniaritas di antara variabel *independen*.
- 2) Jika nilai toleran $\leq 0,10$ atau nilai VIF ≥ 10 maka ada multikoleniaritas di antara variabel *independen*.

Menurut Singgih Santoso (2012:236), rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$VIF = \frac{1}{Tolerance} \text{ atau } Tolerance = \frac{1}{VIF}$$

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016:134) definisi uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

“Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variasi dan residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homokedastisitas dan jika variasi berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.”

Untuk menguji heteroskedastisitas salah satunya dengan melihat penyebaran dari varians pada grafik scatterplot pada output SPSS. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

1. Jika pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik menyebar diatas dan dibawah angka nol, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2016:107) uji autokolerasi adalah sebagai berikut:

“Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Permasalahan ini muncul karena residual

tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Model regresi yang baik adalah model regresi yang bebas dari autokorelasi.”

Menurut Danang Sunyoto (2016:97) definisi uji autokorelasi adalah:

“Persamaan regresi yang baik adalah tidak memiliki masalah autokorelasi, jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi. Masalah autokorelasi baru timbul jika ada korelasi secara linear antara kesalahan pengganggu periode t (berada) dengan kesalahan pengganggu periode $t-1$ (sebelumnya). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa uji asumsi klasik autokorelasi dilakukan untuk data time series atau data yang mempunyai seri waktu, misalnya data dari tahun 2000 s/d 2012.”

Pendeteksian adanya autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji Durbin-Watson (DW test). Hipotesis yang akan di uji adalah:

H_0 = tidak ada autokorelasi ($\rho = 0$)

H_a = ada autokorelasi ($\rho \neq 0$)

Menurut Danang Sunyoto (2016:98) salah satu kriteria untuk menentukan ada atau tidaknya terjadi autokorelasi dengan uji Durbin-Watson (DW) adalah sebagai berikut:

- a. Terjadi autokorelasi positif, jika nilai DW dibawah -2 ($DW < -2$).
- b. Tidak terjadi autokorelasi, jika nilai DW berada di antara -2 dan +2 atau $-2 < DW < +2$.
- c. Terjadi autokorelasi negatif jika DW di atas +2 atau $DW > +2$.

3.6 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis

3.6.1 Rancangan Analisis

3.6.1.1 Analisis Regresi Berganda

Menurut Sugiyono (2018:307) definisi analisis regresi berganda adalah sebagai berikut:

“Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediator di manipulasi (di naik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua.”

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *media exposure*, *environmental sensitivity*, kepemilikan institusional dan independensi dewan komisaris. Sedangkan variabel dependennya adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Tabel 3. 8

Teknik Dependensi Analisis Multivariat

Jenis Analisis Multivariat	Variabel Dependent (Terikat)		Jenis Variabel Independent (Bebas)
	Jumlah Variabel	Jenis Dependent (Terikat)	
Regresi Linear	1	Metrik	Metrik / Non Metrik
Regresi Logistik	1	Non Metrik	Metrik / Non Metrik
Analisis Deskriminan	1	Non Metrik	Metrik / Non Metrik
Analisis Konjoin	1	Non Metrik	Non Metrik

Analisis Kanonikal	>1	Metrik	Metrik
Manova	>1	Metrik	Non Metrik

Adapun persamaan untuk menguji hipotesis secara keseluruhan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y = Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

a = konstanta

X1 = *Media Exposure*

X2 = *Environmental Sensitivity*

X3 = Kepemilikan Institusional

X4 = Independensi Dewan Komisaris

e = error

b1-b4 = koefisien arah regresi yang menyatakan perubahan nilai Y apabila terjadi perubahan nilai X

3.6.1.2 Analisis Korelasi

Uji korelasi digunakan untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan antara seluruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersamaan. Arahnya dinyatakan dalam bentuk hubungan positif dan negatif, sedangkan kuat atau lemahnya hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dapat dihitung dengan koefisien korelasi. Jenis korelasi hanya bisa digunakan pada hubungan variabel garis lurus (linier) adalah korelasi Product Moment (r). Untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dapat dihitung dengan koefisien korelasi. Jenis korelasi hanya bisa digunakan pada hubungan variabel garis lurus (linier) adalah korelasi *Product Moment* (r). Jenis korelasi hanya bisa digunakan pada hubungan variabel garis lurus (linear) adalah korelasi *Product Moment* (r). Korelasi product moment dengan rumus simpangan (deviasi):

$$r_{xy} = \frac{\sum x \cdot y}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Dalam hal ini :

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

x = deviasi dari mean untuk nilai variabel X

y = deviasi dari mean untuk nilai variabel Y

$\sum x \cdot y$ = jumlah perkalian antara nilai X dan Y

x^2 = kuadrat dari nilai x

y^2 = kuadrat dari nilai y

Tabel 3. 9
Interpretasi Koefisien Korelasi Parsial

Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, 2014:184

3.6.2 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel independen kepada variabel dependen.

Menurut Sugiyono (2018:242) hipotesis adalah:

“Secara statistik hipotesis diartikan sebagai pernyataan mengenai keadaan populasi (parameter) yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian (statistik). Jadi maksudnya adalah taksiran keadaan populasi melalui data sampel.”

Hipotesis nol (H_0) adalah suatu hipotesis yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara variabel independen dan variabel dependen sedangkan hipotesis alternatif (H_a) adalah hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui korelasi dari keempat variabel, dalam hal ini adalah *media exposure*, *environmental sensitivity*, kepemilikan institusional dan independensi dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dengan menggunakan perhitungan statistik secara parsial (uji t) maupun secara simultan (uji f).

3.6.2.1 Uji Hipotesis Secara Parsial (t-test)

Uji statistik t disebut juga uji signifikan individual. Uji ini menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Menurut Sugiyono (2018:275) rumus uji t adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

- T = nilai uji t
 n = jumlah sampel
 r = koefisien korelasi
 r² = koefisien determinasi

Kriteria pengambilan keputusan:

- a. Ho ditolak jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau jika $\alpha < 0,05$
- b. Ho diterima jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau jika $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ atau jika $\alpha > 0,05$

Adapun rancangan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Ho1 : $\beta_1 = 0$: Tidak terdapat pengaruh *Media Exposure* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
2. Ha1 : $\beta_1 \neq 0$: Terdapat pengaruh *Media Exposure* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
3. Ho2 : $\beta_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh *Environmental Sensitivity* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

4. $H_{a2} : \beta_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh *Environmental Sensitivity* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
5. $H_{o3} : \beta_3 = 0$: Tidak terdapat pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
6. $H_{a3} : \beta_3 \neq 0$: Terdapat Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
7. $H_{o4} : \beta_4 = 0$: Tidak terdapat pengaruh Independensi Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
8. $H_{a4} : \beta_4 \neq 0$: Terdapat pengaruh Independensi Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

3.6.2.2 Uji Hipotesis Simultan (F test)

Uji simultan ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Uji statistik yang digunakan pada pengujian simultan adalah uji F atau yang biasa disebut dengan *Analysis of Variance (ANOVA)*.

Menurut Sugiyono (2018:284) uji pengaruh simultan (Uji F) dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$F_h = \frac{R^2/K}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan :

- R² = Koefisien Korelasi
 K = Jumlah Variabel Independen
 n = Jumlah sampel

Uji F menggunakan beberapa dasar analisis untuk menentukan pengaruh serta hubungan variabel dalam penelitian. Berikut dasar analisis yang digunakan pada uji F.

- a. Ho ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai sig $< \alpha$
- b. Ho diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai sig $> \alpha$

Adapun rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ho5 : ($\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 = 0$) : Tidak terdapat pengaruh *Media Exposure*, *Environmental Sensitivity*, Kepemilikan Institusional dan Independensi Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
2. H α 5 : ($\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 \neq 0$) : Terdapat pengaruh *Media Exposure*, *Environmental Sensitivity*, Kepemilikan Institusional dan Independensi Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

3.6.3 Koefisien Determinasi

Analisis determinasi merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen dan variabel dependen. Menurut Sugiyono (2017:257), koefisien determinasi diperoleh dari koefisien korelasi pangkat dua, sebagai berikut:

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

Keterangan:

KD : Koefisien determinasi

R² : Koefisien korelasi yang dikuadratkan

Koefisien Determinasi (kd) merupakan kuadrat dari koefisien korelasi sebagai ukuran untuk mengetahui kemampuan masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian. Nilai kd yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas.

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah:

1. Jika Kd mendeteksi nol (0), maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat lemah.
2. Jika Kd mendeteksi satu (1), maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat kuat.