

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Berdasarkan pendekatan analisisnya, desain penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif dengan menguji besar kecilnya suatu pengaruh atau hubungan antar variabel yang dinyatakan dalam angka, dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik yaitu tentang pengaruh profitabilitas, *leverage*, manajemen laba, dan *media exposure* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2016.

3.2 Tempat dan Waktu

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014 sampai dengan 2016 dengan mengakses website www.idx.co.id. Waktu penelitian dilakukan selama 3 (tiga) bulan mulai dari bulan November 2017 sampai dengan bulan Januari 2018.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa data kuantitatif, yaitu data yang diukur dalam suatu skala numerik dan analisis data menggunakan statistik. Sumber data merupakan asal dari suatu data penelitian diperoleh. Sumber data dalam penelitian dibagi menjadi dua, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah sumber data sekunder. Alasan pemilihan data sekunder dibandingkan data primer adalah data sekunder lebih mudah diperoleh, biaya yang lebih murah, adanya penelitian terdahulu yang menggunakan data sekunder, dan lebih dapat dipercaya keabsahannya, seperti laporan keuangan yang terdapat dalam laporan tahunan (*annual report*), telah diaudit oleh akuntan publik.

Data sekunder dalam penelitian ini yaitu data-data keuangan yang dilaporkan pada laporan keuangan perusahaan seperti proporsi profitabilitas, *leverage*, dan item pengungkapan CSR yang dilaporkan pada laporan tahunan (*annual report*) perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang telah dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2016 dan diunduh melalui www.idx.co.id.

Studi pustaka atau literatur melalui teks, jurnal ilmiah, artikel dan majalah, serta sumber tertulis lainnya yang berkaitan dengan informasi yang dibutuhkan, juga dijadikan sumber pengumpulan data.

Adapun alasan digunakannya laporan tahunan tahun 2014-2016 adalah didasarkan pertimbangan bahwa data tersebut relatif terbaru, sehingga dapat menunjukkan praktik pengungkapan pertanggungjawaban sosial terkini oleh perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi di Indonesia. Data dapat diperoleh karena perusahaan yang *go public* mempunyai kewajiban untuk melaporkan laporan tahunannya kepada pihak eksternal perusahaan.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tiga tahun dari tahun 2014 hingga tahun 2016. Perusahaan manufaktur yang terklasifikasi dalam kelompok industri barang konsumsi terbagi menjadi beberapa sub sektor, yaitu sub sektor makanan dan minuman (10), sub sektor rokok (4), sub sektor farmasi (10), sub sektor kosmetik (6), sub sektor peralatan rumah tangga (4), dan sub sektor lainnya (1). Jadi, total perusahaan yang dijadikan populasi pada penelitian ini yakni berjumlah 35 perusahaan.

3.4.2 Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah pemilihan sampel secara tidak acak, dengan berbagai kriteria yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

Kriteria yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur yang termasuk dalam sektor industri barang konsumsi yang telah mempublikasikan laporan tahunan (*annual report*) secara berturut-turut dari tahun 2014-2016
2. Perusahaan manufaktur yang termasuk dalam sektor industri barang konsumsi yang telah melaporkan pengungkapan CSR perusahaan dalam laporan tahunannya secara berturut-turut dari tahun 2014-2016
3. Perusahaan manufaktur yang termasuk dalam sektor industri barang konsumsi yang memiliki laba positif secara berturut-turut pada kurun waktu 2014-2016
4. Perusahaan manufaktur yang termasuk dalam sektor industri barang konsumsi yang memiliki data lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian pada kurun waktu 2014-2016

Tabel 3.1
Prosedur Pengambilan Sampel

Identifikasi Perusahaan	Jumlah
Perusahaan sektor industri barang konsumsi pada tahun 2014-2016	35
Menerbitkan laporan tahunan tetapi tidak rutin pertahunnya	(4)
Tidak menerbitkan laporan tahunan dalam periode 2014-2016	(3)
Melaporkan pengungkapan CSR tetapi tidak rutin pertahunnya	(4)
Tidak memiliki laba positif dalam periode 2014-2016	(4)
Jumlah Sampel Penelitian	20

Sumber : data diolah dari www.idx.co.id (2017)

Populasi perusahaan sektor industri barang konsumsi periode tahun 2014-2016 sebanyak 35 industri dan berdasarkan kriteria diatas, perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian adalah sebanyak 20 perusahaan dengan total penerbitan *annual report* sebanyak 60 laporan dari tahun 2014 hingga tahun 2016.

3.5 Teknik Pengambilan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan data dengan cara observasi terstruktur. Teknik observasi terstruktur adalah observasi yang telah dirancang secara sistematis, tentang apa yang akan diamati, kapan, dan dimana tempatnya. Observasi dilakukan dengan objek penelitian berupa laporan tahunan masing-masing perusahaan selama tiga tahun berturut-turut dari tahun 2014 hingga 2016.

3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasional

3.6.1 Definisi Variabel

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari satu variabel dependen dan empat variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), sedangkan variabel independennya adalah Profitabilitas, *Leverage*, Manajemen Laba, dan *Media Exposure*.

3.6.1.1 Variabel Independen

1) Profitabilitas

Profitabilitas adalah suatu angka yang menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan aset, dan modal saham tertentu. Profitabilitas dapat digunakan sebagai salah satu indikator dalam penilaian prestasi perusahaan, selain itu juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan dimasa yang akan datang sehingga profitabilitas menjadi salah satu pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya.

2) *Leverage*

Leverage merupakan rasio untuk mengatur besarnya aktiva yang dibiayai oleh utang atau proporsi total utang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi mempunyai kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas dibanding perusahaan dengan tingkat *leverage* yang lebih rendah.

3) **Manajemen Laba**

Manajemen laba dalam artian sempit didefinisikan sebagai perilaku manajer untuk bermain dengan komponen *discretionary accrual* dalam menentukan besarnya laba. Sedangkan definisi secara luas manajemen laba diartikan sebagai tindakan manajer untuk meningkatkan (mengurangi) laba yang dilaporkan saat ini atas suatu usaha dan manajer bertanggungjawab tanpa mengakibatkan peningkatan (penurunan) profitabilitas ekonomi jangka panjang unit tersebut.

4) *Media Exposure*

Media merupakan alat bagi perusahaan untuk melakukan komunikasi dengan para *stakeholders*-nya, melalui media perusahaan dapat membagikan informasi mengenai kondisi perusahaan tersebut. Jika perusahaan ingin mendapat kepercayaan dan legitimasi melalui kegiatan CSR, maka perusahaan harus mempunyai kapasitas untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan dan berkomunikasi dengan pemangku kepentingannya secara efektif. Perusahaan bisa mengungkapkan aktivitas CSR melalui berbagai media, dimana media untuk mengungkapkan aktivitas CSR sangat beragam, namun terdapat tiga media yang biasanya digunakan perusahaan dalam pengungkapan CSR perusahaan, yaitu melalui televisi, koran, serta *internet*.

3.6.1.2 Variabel Dependen

1) **Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah pengungkapan informasi yang berkaitan dengan dengan lingkungan di dalam laporan tahunan perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan bukan menjadi hal yang bersifat sukarela tetapi sudah menjadi kegiatan wajib dinyatakan dalam laporan tahunan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu tanggung jawab yang dilakukan perusahaan atau organisasi dengan *stakeholder*-nya terhadap dampak yang ditimbulkan dari kegiatan dan keputusan yang telah diambil perusahaan, dengan menfokuskan pada tiga aspek yaitu lingkungan, sosial, dan keuangan, dimana diharapkan dari tiga aspek tersebut perusahaan atau organisasi mendapatkan pengakuan dan keberadaannya di tengah-tengah masyarakat, dan sebagai wujud dari tanggung jawab perusahaan terhadap sektor lingkungan, ekonomi, dan sosial untuk meningkatkan reputasi dan citra perusahaan.

3.6.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya.

3.6.2.1 Variabel Independen

1) Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, asset, dan modal saham tertentu. Ada tiga rasio yang sering dibicarakan, yaitu *Profit Margin*, *Return On Asset* (ROA), dan *Return On Equity* (ROE). Pada penelitian ini indikator yang digunakan untuk mengukur variabel profitabilitas perusahaan adalah *Return On Asset* (ROA).

Return On Asset menunjukkan kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak atau *earning after interest and tax*. Rasio ini penting bagi pihak manajemen untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi manajemen perusahaan dalam mengelola seluruh aktivitas perusahaan. Formulasi dari *Return On Asset* (ROA) sebagai berikut:

$\text{Return On Asset (ROA)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}}$	sebagai berikut:
---	------------------

2) Leverage

Rasio *leverage* merupakan rasio untuk mengukur seberapa bagus struktur permodalan perusahaan. Struktur permodalan merupakan pendanaan permanen yang terdiri dari hutang jangka panjang, saham preferen dan modal pemegang saham. Pada penelitian ini indikator yang digunakan untuk mengukur variabel *leverage* perusahaan adalah *Total Debt to Total Assets* (TDA).

Total Debt to Total Assets (TDA) merupakan rasio yang mengukur besarnya total aktiva yang dibiayai oleh kreditur perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin banyak uang kreditur yang digunakan perusahaan untuk menghasilkan laba. Hal ini akan menyebabkan perusahaan yang mempunyai beban utang besar, tetapi aktiva yang dibeli dengan utang tersebut memberi penghasilan yang lebih besar dibanding biaya utangnya sehingga *leverage* mampu menambah laba perusahaan. Rumus dari *Total Debt to Total Assets* adalah sebagai berikut:

$\text{Total Debt to Total Assets} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aktiva}}$	sebagai berikut: ut:
--	----------------------

3) Manajemen Laba

Manajemen laba adalah suatu usaha manajer untuk melakukan manipulasi laporan keuangan dengan sengaja dalam batasan yang dibolehkan oleh prinsip-prinsip

akuntansi yang bertujuan untuk memberikan informasi yang menyesatkan kepada para pengguna laporan keuangan untuk kepentingan para manajer.

Manajemen laba dapat diukur dengan menggunakan model De Angelo (1986) yaitu dengan metode *discretionary accrual*. Model De Angelo merumuskan bahwa selisih total akrual antara periode t dan t-1 merupakan tingkat akrual *discretionary*. Dalam model ini, De Angelo menggunakan total akrual t-1 sebagai akrual *nondiscretionary*. *Discretionary Accrual* dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$DA_{it} = (TA_{it} - TA_{it-1}) / A_{it-1}$$

Keterangan:

- TA_{it} = Total Accrual perusahaan i pada periode t
 TA_{it-1} = Total Accruals perusahaan ii pada periode t-1
 A_{it-1} = Total Aset perusahaan pada tahun t-1
 DA_{it} = Discretionary Accrual perusahaan i periode ke t

4) Media Exposure

Pengungkapan media adalah merupakan alat bagi perusahaan untuk melakukan komunikasi dengan *stakeholder* dalam menyampaikan informasi dan prospek perusahaan, Jika perusahaan ingin mendapat kepercayaan dan legitimasi melalui kegiatan CSR, maka perusahaan harus mempunyai kapasitas untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan dan berkomunikasi dengan pemangku kepentingannya secara efektif. Media *exposure* diukur dengan menggunakan variabel *dummy*, yaitu dengan memberikan nilai 1 (satu) untuk perusahaan yang mengungkapkan kegiatan CSR di web (internet) dan 0 (nol) untuk perusahaan yang tidak mengungkapkan kegiatan CSR di web (internet).

3.6.2.2 Variabel Dependen

1) Pengungkapan Corporate Social Responsibility Disclosure

Pengungkapan *Social Responsibility* adalah pengungkapan informasi yang berkaitan dengan dengan lingkungan di dalam laporan tahunan perusahaan. CSR diukur menggunakan *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI). Instrument pengukuran CSRI yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada instrument *Global Reporting Initiative* (GRI).

Global Reporting Initiative (GRI) adalah pelaporan, pengungkapan standar yang berindikator tanggung jawab sosial yang diemban oleh perusahaan untuk memberikan manfaat pelaporan kepada para *stakeholder* perusahaan. Saat ini standar GRI versi terbaru yaitu G4 telah banyak digunakan oleh beberapa perusahaan di Indonesia. Dalam standar GRI-G4 indikator kinerja dibagi menjadi tiga komponen

utama, yaitu ekonomi, lingkungan hidup dan sosial. Kategori sosial mencakup hak asasi manusia, praktek ketenagakerjaan dan lingkungan kerja, tanggung jawab produk dan masyarakat. Total indikator yang terdapat dalam GRI mencapai 91 item.

Penilaian yang dilakukan dalam mengukur luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan pemberian skor 0 dan 1. Dimana nilai 0 untuk item yang tidak diungkapkan dan nilai 1 untuk item yang diungkapkan oleh perusahaan. Apabila perusahaan mengungkapkan aktivitas CSR secara penuh maka nilai maksimal yang dicapai yaitu 91. Rumus perhitungan CSRI sebagai berikut:

$$\frac{\text{Rumlah}}{\text{CSRI}_j} = \frac{\sum_{i=1}^{n_j} X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSRI_j : Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility Index* perusahaan j

n_j : Jumlah *item* untuk perusahaan j, n_j = 91 (skor maksimal)

X_{ij} : Jumlah total pengungkapan CSR oleh perusahaan.

1 = jika *item* diungkapkan.

0 = jika *item* tidak diungkapkan. Dengan demikian, 0 < CSRI_j < 1

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Keterangan	Ukuran
1.	Profitabilitas (X1)	ROA (X1.1)	ROA: rasio laba bersih dibandingkan dengan total aset.	Rasio
2.	<i>Leverage</i> (X2)	TDA (X2.1)	TDA: rasio total aktiva dibandingkan dengan total utang	Rasio
3.	<i>Media Exposure</i> (X3)	ME (X3.1)	ME: Pengungkapan CSR perusahaan lewat media perusahaan.	<i>Dummy</i>
4.	Manajemen Laba (X4)	DA (X4.1)	DA: selisih laba bersih setelah pajak dengan arus kas operasi	Rasio
5.	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (Y)	Indikator GRI-G4 (<i>Global Reporting Indonesia</i>)	Indikator yang ditetapkan GRI: -Indikator Kinerja Ekonomi = 9 -Indikator Kinerja Lingkungan = 34 -Indikator Kinerja Sosial = 16 -Indikator Kinerja HAM = 12 -Indikator Kinerja Masyarakat = 11 -Indikator Kinerja Tanggung Jawab Atas Produk = 9	Rasio

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data serta informasi yang dilakukan oleh penulis untuk mengumpulkan data dengan cara teknik dokumentasi. Dokumentasi adalah kumpulan dari dokumen yang dapat memberikan keterangan atau bukti yang berkaitan dengan proses pengumpulan dan pengelolaan dokumen secara sistematis.

Dalam penelitian ini, metode dokumentasi yang digunakan berupa data dan informasi laporan keuangan yang telah diaudit dan laporan tahunan selama kurun waktu 3 tahun, mulai dari tahun 2014 hingga 2016 pada tiap perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui situs resmi www.idx.co.id.

3.8 Proses Pengolahan Data

Pengolahan data adalah suatu proses dalam penelitian yang dilakukan setelah proses pengumpulan data. Data diolah sedekimian rupa sehingga dapat disimpulkan kebenaran-kebenaran yang dapat digunakan untuk menjawab masalah dalam penelitian yang akan dilakukan. Dalam proses pengolahan data, tahap awal yang dilakukan yaitu dimulai dari membuat tabulasi. Tabulasi yaitu sebuah proses perhitungan frekuensi ke dalam masing-masing kategori atau bisa diartikan sebagai proses penyusunan data ke dalam bentuk tabel.

Dalam penelitian yang akan dilakukan untuk mempermudah menghitung indikator dari semua variabel maka perhitungan tersebut disajikan dalam bentuk tabel. Sehingga diperoleh hasil tabulasi data yang akan terlihat ringkas dan bersifat rangkuman serta tersusun dalam suatu tabel yang baik sehingga dapat dibaca dengan mudah dan mudah dipahami. Kemudian akan dilakukan entri data. Entri data adalah proses memasukkan data yang terkumpul ke dalam sebuah komputer.

3.9 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

3.9.1 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan pengolahan data yang telah dikumpulkan sebelumnya. Pemilihan alat analisis yang tepat dan memadai akan memberikan hasil uji yang benar dan dapat dipercaya. Dalam penelitian ini alat uji yang digunakan adalah *Statistical Product and Service Solution* (SPSS). Pengolahan data ini digunakan untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas (X1), *Leverage* (X2), Manajemen Laba (X3), dan *Media Exposure* (X4) terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Y).

Berdasarkan tujuan-tujuan penelitian, maka rancangan hipotesis yang telah dibuat merupakan rancangan uji hipotesis yang dalam penelitian ini disajikan berdasarkan tujuan penelitian. Pengujian hipotesis dapat didasarkan dengan menggunakan dua hal, yaitu signifikansi atau probabilitas dan tingkat kepercayaan atau *confidence interval*. Didasarkan tingkat signifikansi pada umumnya menggunakan 0,05. Kisaran tingkat signifikansi mulai dari 0,01 sampai dengan 0,1. Tingkat kepercayaan pada umumnya adalah sebesar 95% yang dimaksud dengan tingkat kepercayaan ialah tingkat dimana 95% nilai sampel akan mewakili nilai populasi dimana sampel berasal.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Pengujian regresi berganda dapat dilakukan setelah model dari penelitian ini memenuhi syarat-syarat lolos dari asumsi klasik. Syarat-syarat tersebut adalah data harus terdistribusi secara normal, ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain, tidak adanya korelasi antar variabel bebas dan tidak ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya), oleh karena itu perlu dilakukan pengujian asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolinearitas, uji normalitas, uji auto korelasi, dan uji heteroskedastisitas sebelum pengujian hipotesis.

3.9.1.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif didefinisikan sebagai metode dalam menganalisis data kuantitatif, sehingga diperoleh gambaran rinci suatu data. Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan informasi mengenai karakteristik variabel penelitian, ukuran yang digunakan dalam deskripsi antara lain berupa frekuensi, tendensi sentral (mean, median, modus), dispersi (deviasi standar dan varian) dan koefisien korelasi antar variabel penelitian.

3.9.1.2 Uji Asumsi Klasik

Model regresi yang baik harus memiliki distribusi data normal atau mendekati normal dan bebas dari asumsi klasik yang terdiri dari uji autokorelasi, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Setelah data berhasil dikumpulkan, sebelum dilakukan analisis terlebih dahulu dilakukan pengujian terhadap penyimpangan asumsi klasik.

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Alat uji yang digunakan adalah dengan analisis grafik histogram dan grafik *normal probability plot* dan uji statistik dengan Kolmogorov-

Smirnov Z (1-Sample K-S). Dasar pengambilan keputusan dengan analisis grafik *normal probability plot* adalah

- a. Jika titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika titik menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Dasar pengambilan keputusan uji statistik dengan Kolmogorov-Smirnov Z (1- Sample K-S) adalah

- a. Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) kurang dari 0,05, maka H_0 ditolak. Hal ini berarti data residual terdistribusi tidak normal.
- b. Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih dari 0,05, maka H_0 diterima. Hal ini berarti data residual terdistribusi normal.

2) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas terjadi jika ada hubungan linear yang sempurna atau hampir sempurna antara beberapa atau semua variabel independen dalam model regresi. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dalam model regresi sebagai berikut:

- a. Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi sangat tinggi tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- b. Menganalisis matrix korelasi variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 9,0) maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinieritas.
- c. Multikolinieritas dapat juga dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran tersebut menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen lainnya. Jadi, nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Nilai yang umum dipakai adalah nilai toleransi 0,10 atau sama dengan nilai $VIF < 10$.

Walaupun nilai multikolinieritas dideteksi dengan nilai *tolerance* dan VIF, tetapi masih tetap tidak dapat mengetahui variabel-variabel independen mana sajakah yang saling berkorelasi. Jika nilai $VIF < 10$ maka tidak terdapat multikolinieritas.

3) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu

pada periode $t-1$ (sebelumnya) maka digunakan uji autokorelasi. Autokorelasi akan muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain, ini timbul karena residual tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya biasanya ditemukan pada data *time series*. Salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi adalah dengan menguji model regresi dengan uji Durbin-atson (DW test). Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi dengan uji Durbin-Watson sebagai berikut:

Hipotesis yang akan diuji adalah:

H_0 : Tidak ada autokorelasi

H_A : Ada autokorelasi

Tabel 3.3
Tabel Uji Autokorelasi

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	<i>No disicion</i>	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada korelasi negative	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada korelasi negative	<i>No disicion</i>	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi positif atau negatif	Tidak ditolak	$du < d < 4 - du$

Sumber: Ghozali (2013:99)

Uji Durbin-watson menggunakan alat bantu berupa tabel durbin-watson d statistic untuk melihat dl dan du dari penelitian, du dan dl didapatkan dari tabel durbin-watson dengan melihat kriteria dl dan du sesuai dengan jumlah variabel independen penelitian (k') dan jumlah sampel penelitian (n).

4) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual tetap maka disebut homoskedastisitas, namun apabila berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Kebanyakan data *crosssection* mengandung heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran mulai dari kecil, sedang, dan besar. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED di mana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi- Y sesungguhnya) yang telah di-*studentized*.

Dasar analisis yang digunakan sebagai berikut:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik yang menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis menggunakan grafik plot memiliki kelemahan oleh karena jumlah pengamatan yang mempengaruhi hasil plotting. Semakin sedikit jumlah pengamatan semakin sulit menginterpretasikan hasil grafik plot, karenanya diperlukan uji statistik yang lebih dapat menjamin keakuratan hasil. Pengukuran ada tidaknya heteroskedastisitas juga dapat dilihat dengan uji *glejtser*. Uji *glejtser* dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan absolut residual (ABS_RES). Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

3.9.1.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik yang digunakan dalam analisis data adalah model regresi linier berganda. Hal ini disebabkan penelitian ini dirancang untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen (Profitabilitas, *Leverage*, Manajemen Laba, dan *Media Exposure*) terhadap variabel dependen (Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*). Model dasarnya dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

y	: Pengungkapan CSR	X2	: <i>Leverage</i>
	: Konstanta Persamaan Regresi	X3	: Manajemen Laba
	: Koefisien Regresi	X4	: <i>Media Exposure</i>
X1	: Profitabilitas	e	: Error

3.9.2 Pengujian Hipotesis

Analisis statistik inferensial digunakan untuk pengujian hipotesis yang dilakukan. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan juga digunakan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Variabel dependen diasumsikan acak, yang berarti mempunyai distribusi probabilistik. Variabel independen diasumsikan memiliki nilai tetap (pengambilan sampel yang berulang).

3.9.2.1 Uji Parsial (t)

Uji Parsial (t) digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen pada penelitian secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Kriteria yang digunakan ketika melakukan uji t yaitu:

1. Variabel *predictor* jika memiliki nilai lebih kecil dari nilai $t_{\alpha/2}$ = 0,05, maka dapat dikatakan bahwa variabel tersebut secara parsial berpengaruh dan hipotesis diterima, jika nilainya lebih besar maka dapat dikatakan hipotesis tersebut ditolak karena nilainya lebih dari nilai $t_{\alpha/2}$ atau tingkat kepercayaan.
2. Membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. Jika nilai statistik t hasil perhitungan lebih tinggi dibanding nilai t tabel maka kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

3.9.2.2 Uji Koefisien Determinasi (R)

Koefisien determinasi (R) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variasi variabel dependen. Nilai R yang kecil berarti kemampuan variasi variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.