

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah perusahaan yang melaksanakan CSV dan melaporkan dalam bentuk laporan pengungkapan *Creating Shared Value (CSV)*, penilaian kinerja perusahaan, dan reputasi perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman Nestlé S.A. Sumber data yang digunakan adalah data laporan tahunan yang diperoleh dari situs resmi perusahaan. Laporan tahunan tersebut terdiri dari Nestlé S.A *annual review, corporate governance and compensation reports, financial statements*, dan *creating shared value and sustainability report*.

3.1.1 Sejarah Perusahaan Nestlé S.A

Nestlé S.A, merupakan perusahaan makanan dan minuman multinasional Swiss, didirikan pada tahun 1867 oleh Henri Nestlé. Awalnya, perusahaan fokus memproduksi makanan bayi setelah Henri Nestlé mengembangkan formula makanan bayi berbahan dasar susu untuk menyelamatkan nyawa anak tetangga yang tidak dapat disusui. Pada tahun 1905, Nestlé S.A bergabung dengan Perusahaan Susu Kental Anglo-Swiss, mendiversifikasi lini produknya dengan memasukkan susu kental manis. Sepanjang abad ke-20, Nestlé S.A memperluas portofolionya melalui akuisisi dan inovasi, termasuk pengenalan merek ikonik seperti Nescafé, KitKat, dan Perrier. Pertumbuhan Nestlé S.A ditandai dengan akuisisi strategis, seperti pembelian Alcon Laboratories dan Purina, yang memperkuat kehadirannya di sektor nutrisi, kesehatan, dan kebugaran. Saat ini, Nestlé S.A adalah perusahaan makanan dan minuman terbesar di dunia, dengan

lebih dari 2.000 merek dan kehadiran global di 189 negara, terus beradaptasi terhadap perubahan preferensi konsumen dan menekankan keberlanjutan dan tanggung jawab sosial.

Pada tahun 2024, Nestlé S.A tetap menjadi pemimpin global dalam industri makanan dan minuman. Perusahaan terus mendiversifikasi portofolio produknya, dengan fokus pada nutrisi, kesehatan, dan kebugaran. Nestlé S.A beroperasi di 189 negara, dengan lebih dari 2.000 merek, termasuk nama-nama terkenal seperti Nescafé, KitKat, dan Purina. Nestlé S.A juga telah berinvestasi pada produk-produk nabati yang bersfat berkelanjutan, sejalan dengan meningkatnya permintaan konsumen akan pilihan produk yang lebih sehat dan ramah lingkungan. Perusahaan berkomitmen terhadap inisiatif keberlanjutan, bertujuan untuk mencapai emisi gas rumah kaca nol pada tahun 2050 dan berupaya mengurangi sampah plastik dengan meningkatkan daur ulang dan menggunakan bahan kemasan yang lebih ramah lingkungan. Inovasi teknologi dan transformasi digital juga menjadi fokus utama Nestlé S.A. Perusahaan ini memanfaatkan analisis data dan pemasaran digital untuk meningkatkan keterlibatan konsumen dan menyederhanakan operasi. Meskipun menghadapi tantangan seperti gangguan rantai pasokan dan perubahan preferensi konsumen, Nestlé S.A terus beradaptasi dan mempertahankan posisinya sebagai perusahaan makanan dan minuman global terkemuka.

3.2 Metode Penelitian

Menurut Creswell dalam (Sugiyono, 2019) menyatakan bahwa “*research methods involve the form of data collection, analysis, an interpretation that research proposes for the studies*”. Sugiyono (2019: 1) mengungkapkan juga bahwa

secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam sebuah metode penelitian harus dilakukan dengan cara ilmiah yang berarti sebuah penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yang bersifat rasional, empiris, dan sistematis. Sebuah penelitian harus rasional yang menandakan penelitian dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Penelitian yang dilaksanakan secara empiris berarti penelitian yang dilakukan itu dapat diamat oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengetahui dan mengamati cara-cara yang digunakan. Dan penelitian yang sistematis adalah penelitian yang prosesnya menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis.

3.2.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif kausal. Menurut Sugiyono (2019) pendekatan kuantitatif kausal adalah metode penelitian yang bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel, khususnya berfokus pada hubungan sebab-akibat. Pendekatan ini menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya untuk menentukan dampak variabel independen terhadap variabel dependen.

3.2.2 Operasionalisasi Penelitian

Menurut Creswell dalam (Sugiyono, 2019) *“Variable refer to characteristic or attribute of individual or organization that can be measureed or observed and that varies among the people or organization being studied.”* Berdasarkan pengertian tersebut Sugiyono (2019: 57) merumuskan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, organisasi atau kegiatan

yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulanya.

1. Variabel Independen

Variabel independen atau seringkali disebut sebagai variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen dilambangkan dengan huruf “X” dan pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah *Creating Shared Value (CSV)*.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen atau seringkali disebut sebagai variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2019:57). Variabel dependen dilambangkan dengan huruf “Y” dan pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah Reputasi Perusahaan.

3. Variabel *Intervening*

Variabel *intervening* adalah variabel yang secara teoretis memengaruhi, memperkuat, atau memperlemah hubungan antara variabel independen dengan dependen (Sinambela, 2023:87). Variabel *intervening* dilambangkan dengan huruf “Z” dan pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah Penilaian Kinerja Perusahaan.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Penelitian

No	Variabel	Definisi Operasionalisasi		Indikator	Satuan	Skala
(1)	(2)	(3)		(4)	(5)	(6)
1	<i>Creating Shared Value</i> (CSV) (X)	Corporate Disclosure (CSDI) adalah kuantitatif yang digunakan untuk menilai dan membandingkan tingkat dan kualitas pengungkapan informasi sosial, lingkungan, dan ekonomi oleh perusahaan.	Social Index	$CSDI_j = \frac{\sum x_{IJ}}{N_j}$	Nominal	Rasio
2	Penilaian Kinerja Perusahaan (M)	Rasio PEG merupakan perluasan dari rasio P/E, yang dihitung dengan membagi rasio P/E dengan tingkat pertumbuhan laba jangka panjang.	PEG	$PEG = \frac{PER}{Pertumbuhan Laba}$	Nominal	Rasio
3	Reputasi Perusahaan (Y)	Shareholder Return adalah tingkat pengembalian yang diterima pemegang saham melalui dividen atau kenaikan nilai sahamnya.	Return	$TSR_t = \frac{P_t - P_{t-1}}{P_t} + D_t$	Nominal	Rasio

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Untuk menyelesaikan penelitian ini, penulis mengumpulkan data dan informasi melalui studi kepustakaan. Hal ini dilakukan dengan mengumpulkan data sekunder dan menganalisis Laporan Tahunan dan Laporan Berkelanjutan Nestlé S.A yang dirilis di situs resminya dan laporan data finansial dari situs *Yahoo Finance*, *Google Finance*, dan *Marketwatch*. Penulis juga mempelajari dan membaca literatur yang berkaitan dengan topik penelitian.

3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder. Menurut Wibisono (2013: 154) data sekunder adalah data yang didapat dan disimpan oleh orang lain yang biasanya merupakan data masa lalu atau historis. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan di sektor makanan dan minuman yaitu Nestlé S.A. Data yang digunakan adalah data laporan tahunan dan laporan berkelanjutan yang diperoleh dari situs resmi Nestlé S.A (Nestlé S.A.com). Data-data yang terkait tentang finansial perusahaan diperoleh juga melalui situs *Yahoo Finance* (finance.yahoo.com), *Google Finance* (google.com/finance), dan *MarketWatch* (marketwatch.com).

3.2.3.2 Populasi Sasaran

Menurut Sugiyono (2019: 130) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi ini meliputi data yang berkaitan dengan perusahaan yang menjalankan dan melaporkan kegiatan atau program CSV beserta laporan tahunan nya. Perusahaan yang akan digunakan sebagai populasi sasaran adalah perusahaan multinasional sektor industri makanan dan minuman Nestlé S.A.

3.2.3.3 Penentuan Sampel

Menurut Sugiyono (2019: 131) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Data yang digunakan sebagai sampel adalah data sekunder dari setiap akhir periode laporan tahunan perusahaan Nestlé S.A. Laporan tersebut terdiri dari *annual review*, *corporate governance and*

compensation reports, financial statements, dan creating shared value and sustainability report pada tahun 2018 hingga 2023.

3.2.4 Model Penelitian

Penulis menggunakan judul penelitian tentang “Pengaruh *Creating Shared Value* dan Penilaian Kinerja Perusahaan terhadap Reputasi Perusahaan.” Penulis memaparkan model penelitian, termasuk indikator pada masing-masing variabel penelitian. variabel independennya adalah *Creating Shared Value* (X), variabel *intervening* penilaian kinerja perusahaan (Z) dengan variabel terikatnya adalah Reputasi Perusahaan (Y).

3.2.5 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan penelitian yang dilakukan setelah terkumpulnya data untuk mendapatkan hasil penelitian yang sesuai dengan tujuan penelitian. Menurut Sugiyono (2019: 226) analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. 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. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif, yang bertujuan untuk memperkirakan secara kuantitatif pengaruh beberapa variabel independen baik secara simultan maupun individual. Metode analisis pada penelitian ini menggunakan aplikasi komputer SPSS Statistics Versi 27.

3.2.5.1 Uji Asumsi Klasik

Tujuan pengujian asumsi klasik adalah untuk mengetahui apakah hasil analisis regresi berganda memenuhi asumsi yang diperlukan. Menurut Ghazali (2016) caranya adalah dengan melakukan uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, dan uji linearitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji ini meliputi pengujian sebaran data tiap variabel dengan menggunakan uji sumbu diagonal Kolmogorov-Smirnov. Asumsi normalitas dianggap terpenuhi dalam model regresi jika nilai probabilitas lebih besar dari 0,05; jika tidak, maka sebaliknya.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terentuk ada korelasi yang tinggi atau sempurna di antara variabel bebas atau tidak. Jika dalam model regresi tersebut dinyatakan mengandung gejala multikolinier. Pada model regresi yang baik tidak terjadi korelasi diantara variabel bebasnya. Gejala ini dapat di deteksi dengan nilai Tolerance dan nilai Variance Inflation Factor (VIF). - Jika nilai tolerance $> 0,10$ dan $VIF < 10$, maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolinearitas pada penelitian tersebut. - Jika nilai tolerance $< 0,10$ dan $VIF > 10$, maka dapat diartikan bahwa terdapat multikolinearitas pada penelitian tersebut..

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam penelitian ini metode park digunakan untuk melakukan regresi terhadap nilai absolut residu variabel independen (X) dan nilai signifikansi (α). Jika nilai signifikansinya lebih besar dari α , maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode sebelumnya. Mendeteksi autokorelasi menggunakan Uji Durbin Watson (DW) melibatkan perbandingan statistik DW dengan nilai kritis d_U dan d_L , yang dapat ditemukan pada tabel nilai DW.

- Jika ($d < d_L$) atau ($d > 4 - d_L$), maka terdapat autokorelasi pada model regresi.
- Jika ($d_U < d < 4 - d_U$), maka tidak terjadi autokorelasi pada model regresi.
- Jika ($d_L < d < d_U$) atau ($4 - d_U < d < 4 - d_L$), maka belum dapat disimpulkan terjadi autokorelasi atau tidak.

5. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui model yang dibuktikan merupakan model linier atau tidak. Hasil dari uji linieritas ini adalah informasi apakah model empiris sebaiknya linier, kuadrat atau kubik.

Apabila nilai F hitung < nilai F tabel maka model regresi dinyatakan linier.

Sebaliknya, apabila nilai F hitung > nilai F tabel maka model regresi dinyatakan tidak linier.

3.2.5.2 Regresi Intervening

Untuk menguji pengaruh variabel intervening, digunakan analisis jalur. Menurut Ghozali (2016:237), analisis jalur merupakan perluasan dari regresi linier berganda, yang membantu memperkirakan hubungan kausal antara variabel. Dalam konteks ini, pengujian hipotesis digunakan untuk menentukan bagaimana *Creating Shared Value* (CSV) memengaruhi reputasi perusahaan, dengan kinerja perusahaan sebagai variabel mediasi. Pengujian hipotesis mediasi menggunakan uji sobel yang dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung X ke Y lewat M. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini disusun sebagai berikut:

$$sab = \sqrt{b^2sa^2 + a^2sb^2 + sa^2sb^2}$$

Keterangan:

Sa : Standar error koefisien a

Sb : Standar error koefisien b

b : Koefisien Variabel mediasi

a : Koefisien Variabel Bebas

Untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung, maka perlu menghitung nilai t dari koefisien ab dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{ab}{sab}$$

Pendekatan ini memungkinkan analisis efek langsung dan tidak langsung, membantu memahami mekanisme yang melaluinya CSV dapat memengaruhi reputasi, khususnya dengan memeriksa peran kinerja perusahaan dalam hubungan ini.

3.2.5.3 Koefisien Determinasi

Menurut Ghazali (2016: 95) koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Perolehan hasil nilai koefisien determinasi didapat dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Koefisien Determinasi} = R^2 \times 100\%$$

3.2.5.4 Uji Kesesuaian Model (Uji F)

Menurut Ghazali (2016: 96) uji F menguji join hipotesis bahwa b_1, b_2 dan b_3 secara simultan sama dengan nol. Uji F dilakukan untuk menilai kesesuaian model regresi linier berganda. Nilai F diperoleh dari output menggunakan program SPSS. Hipotesis untuk uji kesesuaian model adalah sebagai berikut:

1. $H_0: b_1 = b_2 = 0$ artinya variabel independen tidak dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen.
2. $H_a: b_1 \neq b_2 \neq 0$ artinya variabel independen dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen.

Kriteria pengujian untuk uji F adalah sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka model fit.

- Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka model tidak fit.

3.2.5.5 Uji Signifikansi Koefisien Regresi (Uji T)

Menurut Ghozali (2016: 97) pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau nilai signifikansi uji $t < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Hipotesis pengujian signifikansi koefisien regresi adalah sebagai berikut:

H_{01} : $b_1 = 0$ Variabel independen tidak memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel dependen.

H_{a1} : $b_1 \neq 0$ Variabel independen memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel dependen

Kriteria keputusan pengujian sebagai berikut:

- Tolak H_0 , Terima H_a : Jika signifikansi $t < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- Terima H_0 , Tolak H_a : Jika signifikansi $t > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.3 Penarikan Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian di atas, penulis akan melakukan analisa secara kuantitatif. Dari hasil analisa tersebut akan ditarik kesimpulan, apakah hipotesis yang telah ditetapkan itu diterima atau ditolak