

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendapatkan bukti empiris pengaruh intensitas penelitian dan pengembangan inovasi produk terhadap profitabilitas, pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, pengaruh intensitas penelitian dan pengembangan inovasi produk terhadap nilai perusahaan, pengaruh intensitas penelitian dan pengembangan inovasi produk terhadap nilai perusahaan dengan mediasi profitabilitas. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data diambil dari laporan tahunan perusahaan seluruh sektor yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2020 sampai 2022.

Populasi pada penelitian ini sebanyak 661 perusahaan yang terdaftar di BEI Per 31 Desember 2020 sampai 2022. Sampel dipilih dengan menerapkan teknik *purposive sampling* sehingga hanya 46 perusahaan yang dapat digunakan dalam penelitian ini. Periode laporan tahunan selama 2 tahun sejak 2020 hingga 2022 sehingga total data yang dianalisis adalah 92 data. Intensitas penelitian dan pengembangan inovasi produk diukur dengan total pengeluaran kegiatan penelitian dan pengembangan untuk inovasi produk dibagi total penjualan. Profitabilitas diukur dengan rasio *return on assets* (ROA) dan nilai perusahaan diukur dengan rasio Tobin's q. Data diolah dengan WarpPLS 7.0.

Hasil penelitian ini menemukan bukti bahwa (1) intensitas penelitian dan pengembangan inovasi produk berpengaruh negatif terhadap profitabilitas. Kegiatan penelitian dan pengembangan bertujuan untuk memperbaiki atau menciptakan produk baru sesuai perkembangan dan kebutuhan konsumen. Namun kegiatan tersebut memerlukan biaya yang cukup banyak sehingga akan menambah beban operasional perusahaan dan profitabilitas perusahaan akan mengalami penurunan. Semakin tinggi intensitas penelitian dan pengembangan inovasi produk semakin rendah profitabilitas perusahaan. (2) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang mencapai tingkat profitabilitas tinggi dapat memicu meningkatnya permintaan saham. Semakin banyak permintaan saham dari para investor maka diikuti peningkatan pada nilai perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas semakin tinggi nilai perusahaan.

Hasil yang selanjutnya yaitu (3) intensitas penelitian dan pengembangan inovasi produk berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Penciptaan produk baru tidak mudah diterima oleh para konsumen bahkan produk tersebut kurang diminati. Inovasi tersebut berdampak negatif pada tingkat penjualan yang pada akhirnya diikuti menurunnya nilai perusahaan. Semakin tinggi intensitas penelitian dan pengembangan inovasi produk semakin rendah nilai perusahaan. (4) Profitabilitas mampu memediasi pengaruh positif intensitas penelitian dan pengembangan inovasi produk terhadap nilai perusahaan. Aktivitas penelitian dan pengembangan dapat berupa perbaikan produk atau menciptakan produk baru. Tindakan perbaikan atau inovasi produk, dapat menjadi perhatian para konsumen untuk mencoba memiliki produk baru dan mampu mempertahankan loyalitas konsumen. Semakin banyak konsumen yang tertarik produk inovatif, memicu meningkatnya penjualan perusahaan sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi akan menarik

para investor untuk berpartisipasi dalam meningkatkan permintaan saham. Ketika permintaan saham meningkat maka diikuti meningkatnya nilai perusahaan.

Implikasi dari penelitian ini adalah perusahaan diharapkan dapat melakukan penelitian dan pengembangan inovasi produk untuk jangka waktu pendek agar hasilnya dapat langsung dirasakan. Investor diharapkan mengetahui bahwa kegiatan penelitian dan pengembangan memerlukan biaya namun manfaatnya dapat dirasakan meskipun dalam jangka waktu yang cukup lama. Manfaat penelitian dan pengembangan yaitu dapat menaikkan kuantitas penjualan sehingga berdampak pada naiknya *return* yang investor peroleh. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa intensitas penelitian dan pengembangan inovasi produk dapat menurunkan nilai perusahaan. Perusahaan diharapkan dapat memperhatikan lagi kegiatan penelitian dan pengembangan yang cocok untuk dilakukan sesuai dengan bidang perusahaan maupun permasalahan yang dihadapi perusahaan. Hal tersebut untuk mengurangi kegagalan pada investasi penelitian dan pengembangan di masa depan.

Keterbatasan pada penelitian ini yang pertama yaitu rincian data investasi untuk penelitian dan pengembangan inovasi produk pada perusahaan tidak dapat diketahui, apakah investasi tersebut dilakukan pada awal tahun investasi atau tahun pertengahan maupun tahun terakhir untuk investasi. Berdasarkan data investasi penelitian dan pengembangan inovasi produk yang diperoleh maka investasi tersebut memberikan hasil pada investasi di awal tahun pertama. Keterbatasan yang kedua yaitu dari salah satu dari empat model penelitian dan pengembangan menurut Sugiyono (2019) tidak dapat dianalisis pada laporan tahunan perusahaan. Keterbatasan yang ketiga yaitu nilai koefisien determinasi (*R-Squared*) yang rendah. Variabel profitabilitas hanya mampu menjelaskan sebesar 3% dan variansi nilai perusahaan mampu menjelaskan sebesar 24,9%. Hal ini menandakan masih terdapat banyak variabel lain yang dapat digali untuk penelitian selanjutnya terkait faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Diharapkan pada penelitian selanjutnya mampu menambah variabel lain seperti *corporate social responsibility*, *good corporate governance* dan lain-lain.

Kata Kunci: Intensitas Penelitian dan Pengembangan Inovasi Produk, Profitabilitas, Nilai Perusahaan

SUMMARY

This research aims to analyze and obtain empirical evidence of the influence of the intensity of research and development of product innovation on profitability, the influence of profitability on company value, the influence of the intensity of research and development of product innovation on company value, the influence of the intensity of research and development of product innovation on company value with the mediation of profitability. This research uses quantitative methods. Data is taken from annual reports of companies in all sectors listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) for the period 2020 to 2022.

The population in this study was 661 companies registered on the IDX as of 31 December 2020 to 2022. The sample was selected by applying a purposive sampling technique so that only 46 companies could be used in this research. The annual reporting period is 2 years from 2020 to 2022 so the total data analyzed is 92 data. The intensity of research and development for product innovation is measured by total expenditure on research and development activities for product innovation divided by total sales. Profitability is measured by the return on assets (ROA) ratio and company value is measured by the Tobin's q ratio. Data is processed with WarpPLS 7.0.

The results of this study found evidence that (1) the intensity of research and development of product innovation has a negative effect on profitability. Research and development activities aim to improve or create new products according to developments and consumer needs. However, this activity requires quite a lot of money so it will increase the company's operational burden and the company's profitability will decrease. The higher the intensity of research and product innovation development, the lower the company's profitability. (2) Profitability has a positive effect on company value. Companies that achieve high levels of profitability can trigger increased demand for shares. The more demand for shares from investors, the greater the company value. The higher the profitability, the higher the company value.

The next result is (3) the intensity of research and product innovation development has a negative effect on company value. The creation of new products is not easily accepted by consumers and these products are even less popular. This innovation has a negative impact on sales levels which is ultimately followed by a decline in company value. The higher the intensity of research and product innovation development, the lower the company value. (4) Profitability is able to mediate the positive influence of research intensity and product innovation development on company value. Research and development activities can take the form of improving products or creating new products. Actions to improve or innovate products can attract the attention of consumers to try new products and be able to maintain consumer loyalty. More and more consumers are interested in innovative products, triggering increased company sales so that they can increase company profits. Companies that have a high level of profitability will attract investors to participate in increasing demand for shares. When demand for shares increases, the company value increases.

The implication of this research is that companies are expected to be able to carry out research and development of product innovations for a short period of time so that the results can be felt immediately. Investors are expected to know that research and development activities require costs but the benefits can be felt even over a long period of time. The benefit of research and development is that it can increase the quantity of sales so that it has an impact on increasing the returns that investors get. The results of this research prove that the intensity of research and development of product innovation can reduce company value. Companies are expected to pay more attention to research and development activities that are suitable to be carried out in accordance with the company's field and the problems faced by the company. This is to reduce failure in future research and development investments.

The first limitation of this research is that the detailed investment data for research and development of product innovation in companies cannot be known, whether the investment was made at the beginning of the investment year or the middle or final year of investment. Based on the research and product innovation development investment data obtained, the investment provided returns on investment at the beginning of the first year. The second limitation is that one of the four research and development models according to Sugiyono (2019) cannot be analyzed in the company's annual report. The third limitation is the low coefficient of determination (R-Squared). The profitability variable is only able to explain 3% and the variance in company value is able to explain 24.9%. This indicates that there are still many other variables that can be explored for further research regarding factors that influence company value. It is hoped that further research will be able to add other variables such as corporate social responsibility, good corporate governance and others.

Keywords: Product Innovation Research and Development Intensity, Profitability, Firm Value