

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Perkembangan Dimensi Strategi Inovasi dan Pengungkapan *Sustainability Report* pada 9 Perusahaan yang masuk dalam kategori *Jakarta Islamic Index (JII)* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2009-2013

Variabel bebas adalah variabel yang dapat mempengaruhi variabel terikat, didalam penelitian ini penulis telah menggunakan 2 (dua) buah variabel bebas, yaitu Strategi Dimensi Inovasi dan Pengungkapan *Sustainability Reporting* . Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variable bebas, dimana pada penelitian ini variabel terikat yang digunakan penulis adalah Nilai Perusahaan yang diukur dengan menggunakan metode Tobin's Q.

4.1.1 Perkembangan Dimensi Strategi Inovasi

Strategi inovasi sangatlah penting, seorang wirausahawan tidak hanya dituntut untuk bisa melihat target pasar, atau peluang pasar tapi juga harus selalu berupaya melakukan pengembangan pada produk dan jasanya. Salah satunya dengan terus berinovasi melakukan perbaikan pada produk atau jasa yang akan ditawarkan, menyajikan sesuatu yang baru, unik, kreatif, agar tetap bisa unggul diantara kompetitor lainnya. Perkembangan inovasi saat ini sudah mulai maju dengan ambil contoh di kota Bandung sendiri banyak pengusaha-pengusaha yang berinovasi dengan baik misalnya gojek, dimana dalam mengembangkan produk jasanya dibantu dengan inovasi teknologi berupa aplikasi panggilan untuk gojek

sehingga memudahkan pelanggan untuk menggunakan jasanya. Dalam bidang kuliner banyak yang berinovasi dalam tempat dimana *café* di Bandung sekarang banyak yang mengambil tema yang variatif dari mulai *café* dengan tema rumah sakit, rumah hantu, kamar mandi, kamar tidur, dan hidangan yang unik-unik, dan masih banyak contoh lainnya.

Dalam berinovasi dengan baik tentunya diperlukan strategi inovasi yang tepat dan diperlukan pemahaman yang luas tentang dimensi strategi inovasi. Didalam strategi inovasi terdapat suatu konsep multidimensional yang terdiri dari empat dimensi yaitu :

1. orientasi kepemimpinan perusahaan terhadap inovasi,
2. tingkat investasi yang dibutuhkan dalam inovasi,
3. tipe inovasi yang dilakukan dan terakhir
4. sumber – sumber inovasi,

Konsep ini menghasilkan pengukuran yang lebih baik dari pada hanya pada satu dimensi inovasi saja. Tingkat inovasi perusahaan dapat secara akurat dijelaskan dengan inovasi yang komprehensif dalam berbagai dimensi (strategi inovasi) dibandingkan konsep inovasi tunggal (*single innovation*). Karena semakin banyak kita berinovasi dalam berbagai aspek semakin unik juga produk dan jasa yang ditawarkan dan dapat menambah nilai tambah pada perusahaan.

4.1.1.1 Analisis Biaya Tingkat Investasi Perusahaan

Data perhitungan yang diolah adalah pada 9 perusahaan yang masuk dalam kategori perhitungan *Jakarta Islamic Index* (JII) yang tercatat di Bursa

Efek Indonesia Pada Tahun 2009 sampai dengan 2013, data tersebut dihitung untuk mengetahui mengenai hasil perhitungan rata-rata biaya tingkat investasi perusahaan, data diolah dengan cara:

$$\frac{TP - I}{I} \times 100\%$$

I

Dimana : TP : Total penjualan

I : Investasi

Maka hasil dari perhitungan diatas dapat dilihat pada table di bawah ini :

Tabel 4.1.1.1
Nilai Rata-rata biaya tingkat Investasi Perusahaan (X1)
dalam persen (%)

No	Kode	Perusahaan	2009	2010	2011	2012	2013	Rata-rata
1	AALI	Astra Agro Lestari Tbk	40,73	50,4	42,82	50,35	36,73	77,46
2	PTBA	Tambang Batu Bara Bukit Asam Tbk	21,47	17,89	16,39	18,92	17,46	38,93
3	ASII	Astra Internasional Tbk	19,65	17,85	19,9	18,8	19,65	39,3
4	BMTR	Global Mesdiacom Tbk	30,57	30,81	25,05	21,49	12,41	42,98
5	EXCL	XL Axiata Tbk	17,09	24,87	17,32	10,95	16,64	33,73
6	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk	26,97	24,09	30,61	16,71	13,08	40,05
7	ITMG	Indo Tambang Raya Megah Tbk	15,37	17,67	42,75	43,98	27,29	42,66
8	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tbk	13,16	24,01	10,13	31,16	20,6	33,76
9	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk	19,32	24,1	18,86	25,48	27,75	47,07

Sumber : Data Laporan Keuangan yang sudah diolah.

Dilihat pada tabel diatas bila dibandingkan dengan yang lain maka perusahaan yang mengeluarkan biaya tingkat investasi terkecil selama kurun waktu 5 tahun dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 secara rata – rata adalah PT. XL Axiata Tbk yaitu sebesar 33.73 %. Hal ini berarti bahwa PT. XL Axiata Tbk kurang memiliki kemampuan untuk mengarahkan yang pertama untuk menjual yang didasarkan pada kepemimpinan teknologi yang paling rendah diantara perusahaan yang lainnya, dengan memiliki hasil nilai biaya tingkat

investasi pada tahun 2009 sebesar 17.09 % , pada tahun 2010 sebesar 24.87 % , pada tahun 2011 sebesar 17.32 % , pada tahun 2012 sebesar 10.95 % dan pada tahun 2013 sebesar 16.64 %.

Sedangkan yang mengeluarkan nilai biaya tingkat investasi terbesar selama kurun waktu lima tahun dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 secara rata – rata adalah PT. Astra Agro Lestari Tbk. PT. Astra Agro Lestari Tbk. Dimana perusahaan Astra mengeluarkan biaya tingkat investasi secara rata-rata dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 adalah sebesar 77.46 % . hal ini berarti bahwa PT. Astra Agro Lestari Tbk memiliki kemampuan untuk mengarahkan yang pertama untuk menjual yang di dasarkan pada kepemimpinan teknologi yang paling efisien dibandingkan dengan perusahaan – perusahaan yang lainnya . untuk tahun 2010 dan 2012 PT. Astra Agro Lestari Tbk memiliki nilai biaya tingkat investasi yang sangat tinggi yaitu sebesar 50.4 % untuk tahun 2010 dan sebesar 50.35 % untuk tahun 2012. Sementara di tahun 2009 PT. Astra Agro Lestari Tbk memiliki nilai biaya investasi sebesar 40,37%, di tahun 2011 mencapai 42, 82%, dan di tahun 2013 sebesar 36,73%.

4.1.1.2 Analisis Biaya Investasi Inovasi

A. Analisis Biaya Investasi Keuangan

Data perhitungan yang diolah adalah pada 9 perusahaan yang masuk dalam kategori perhitungan *Jakarta Islamic Index* (JII) yang tercatat di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2009 sampai dengan 2013, data tersebut dihitung untuk

mengetahui mengenai hasil perhitungan rata-rata biaya investasi keuangan, data diolah dengan cara:

$$\frac{\text{Pembayaran Beban Keuangan}}{\text{Laba Sebelum Pajak}} \times 100\%$$

Hasil perhitungan diatas dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.1.1.2 (A)
Nilai rata-rata biaya Investasi keuangan (X2)
dalam persen (%)

No	Kode	Perusahaan	2009	2010	2011	2012	2013	Rata-rata
1	AALI	Astra Agro Lestari Tbk	3,56	19,0	16,18	14,06	12,77	16,33
2	PTBA	Tambang Batu Bara Bukit Asam Tbk	5,3	9,3	6,5	8,3	2,54	7,84
3	ASII	Astra Internasional Tbk	4,25	3,41	12,17	20,78	9,25	13,5
4	BMTR	Global Mediacom Tbk	5,4	2,78	12,35	11,82	13,78	19,18
5	EXCL	XL Axiata Tbk	4,3	3,33	9,53	12,08	7,18	11,48
6	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk	8,84	15,03	7,89	7,72	5,94	14,78
7	ITMG	Indo Tambang Raya Megah Tbk	5,12	2,28	12,06	11,4	2,8	7,92
8	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tbk	4,27	9,32	4,18	2,69	3,04	7,31
9	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk	12,51	19,03	5,74	4,95	3,17	15,68

Sumber : Data Laporan Keuangan yang sudah diolah

Dilihat pada tabel diatas maka perusahaan yang mengeluarkan biaya investasi keuangan yang paling rendah selama kurun waktu 5 tahun yakni dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 secara rata-rata adalah PT.PP London Sumatra Indonesia Tbk yaitu sebesar 7.31 %. Hal ini berarti bahwa PT.PP London Sumatra Indonesia Tbk Memiliki kekuatan untuk membeli proyek riset dan pengembangan untuk di kembangkan di tempat lain paling rendah dibandingkan dengan perusahaan – perusahaan lainnya , dengan biaya investasi keuangan pada tahun 2009 sebesar 4.27 % , tahun 2010 sebesar 9.32 % , tahun 2011 sebesar 4.18% , tahun 2012 sebesar 2.69 % dan pada tahun 2013 sebesar 3.04 %.

Sedangkan yang mengeluarkan nilai biaya investasi keuangan terbesar selama kurun waktu 5 tahun dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 secara

rata – rata adalah PT Global Mediacom Tbk, dengan mengeluarkan biaya investasi keuangan secara rata-rata dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 sebesar 19,18%. Hal ini membuktikan bahwa PT Global Mediacom memiliki kekuatan untuk membeli proyek riset dan pengembangan untuk dikembangkan ditempat lainnnya yang paling efisien dibandingkan dengan perusahaan laiinya, walaupun pada tahun 2010 memiliki biaya investasi keuangan yang lebih kecil yaitu hanya 2,78% berbeda apabila dibandingkan dengan tahun lainnya, namun PT Global Mediacom langsung bisa meningkatkan biaya investasinya dengan pada tahun 2011 meningkat menjadi sebesar 12,35%, ditahun 2012 turun sedikit menjadi 11,82%, dan pada tahun 2013 menjadi 13,78%.

B. Analisis Biaya Investasi SDM

Data perhitungan yang diolah adalah pada 9 perusahaan yang masuk dalam kategori perhitungan *Jakarta Islamic Index* (JII) yang tercatat di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2009 sampai dengan 2013, data tersebut dihitung untuk mengetahui mengenai hasil perhitungan rata-rata biaya investasi sumber daya manusia (SDM), data diolah dengan cara:

$$\frac{\text{pembayan Karyawan}}{\text{Laba sebelum Pajak}} \times 100\%$$

Hasil perhitungan diatas dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.1.1.2 (B)
Nilai rata-rata biaya Investasi SDM (X2)
dalam persen (%)

No	Kode	Perusahaan	2009	2010	2011	2012	2013	Rata-rata
1	AALI	Astra Agro Lestari Tbk	13,5	18,97	13,75	14,06	13,98	27,48
2	PTBA	Tambang Batu Bara Bukit Asam Tbk	13,33	12,41	13,35	13,72	13,18	26,51
3	ASII	Astra Internasional Tbk	13,44	10,33	14,62	18,6	13,44	26,88
4	BMTR	Global Mediacom Tbk	7,45	4,92	4,05	3,24	5,93	13,38
5	EXCL	XL Axiata Tbk	12,88	20,33	13,1	12,05	6,52	19,4
6	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk	6,07	5,49	5,34	6,09	10,22	16,29
7	ITMG	Indo Tambang Raya Megah Tbk	2,93	2,51	8,16	9,44	19,95	22,88
8	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tbk	9,66	7,03	10,29	17,44	2,63	12,29
9	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk	5,86	6,67	4,7	5,15	7,36	13,22

Sumber : Data Laporan Keuangan yang telah diolah.

Dilihat pada tabel diatas maka perusahaan yang mengeluarkan biaya investasi sdm yang paling rendah selama kurun waktu 5 tahun yakni dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 secara rata-rata adalah PT.PP London Sumatra Indonesia Tbk yaitu sebesar 12.29 %. Hal ini berarti bahwa PT.PP London Sumatra Indonesia Tbk Memiliki Memiliki kekuatan untuk menggaji karyawan , melakukan pelatihan-pelatihan dan melakukan penelitian yang berhubungan dengan pengembangan karyawan atau staf paling rendah dibandingkan dengan perusahaan – perusahaan lainnya , dengan biaya investasi SDM pada tahun 2009 sebesar 9.66 % , tahun 2010 sebesar 7.03% , pada tahun 2011 sebesar 10.29 % , pada tahun 2012 sebesar 17.44 % dan pada tahun 2013 sebesar 2.63 %.

Sedangkan yang mengeluarkan nilai biaya investasi sdm terbesar selama kurun waktu 5 tahun dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 secara rata – rata adalah PT.Astra Agro Lestari Tbk, dengan mengeluarkan biaya investasi SDM secara rata-rata dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 sebesar 27.48 %. Hal ini berarti bahwa PT.Astra Agro Lestari Tbk. Memiliki kekuatan untuk menggaji

karyawan, melakukan pelatihan-pelatihan dan melakukan penelitian yang berhubungan dengan pengembangan staf paling efisien dibandingkan dengan perusahaan – perusahaan lainnya, walaupun pada tahun 2009 biaya investasi SDMnya lebih kecil dibandingkan dengan tahun tahun yang lainnya , pada tahun 2009 sebesar 13.5 %. Tetapi untuk tahun berikutnya semakin meningkat dari tahun ke tahun, PT.Astra Agro Lestari Tbk memiliki biaya investasi keuangan yang tinggi yaitu pada tahun 2010 sebesar 18.97 %, pada tahun 2012 naik menjadi 14,06%, dan pada tahun 2013 sebesar 13.98 %.

C. Analisis Biaya Investasi Teknologi

Data perhitungan yang diolah adalah pada 9 perusahaan yang masuk dalam kategori perhitungan *Jakarta Islamic Index* (JII) yang tercatat di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2009 sampai dengan 2013, data tersebut dihitung untuk mengetahui mengenai hasil perhitungan rata-rata biaya investasi teknologi, data diolah dengan cara:

$$\frac{\text{pembelian asset tetap}}{\text{Laba sebelum Pajak}} \times 100$$

Hasil perhitungan diatas dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.1.1.2 (C)
Nilai rata-rata biaya Investasi Teknologi (X2)
dalam persen (%)

No	Kode	Perusahaan	2009	2010	2011	2012	2013	Rata-rata
1	AALI	Astra Agro Lestari Tbk	31,37	20,73	25,48	12,08	18,33	49,7
2	PTBA	Tambang Batu Bara Bukit Asam Tbk	23,23	16,03	23,4	20,42	14,53	37,76
3	ASII	Astra Internasional Tbk	7,06	7,27	5,16	6,36	7,06	14,12
4	BMTR	Global Mediacom Tbk	11,01	12,5	13,4	5,44	6,17	17,18
5	EXCL	XL Axiata Tbk	12,43	14,24	16,87	12,71	5,32	17,75
6	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk	12,04	4,76	4,57	7,02	11,48	23,52
7	ITMG	Indo Tambang Raya Megah Tbk	5,81	12,97	6,68	8,21	11,18	16,99
8	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tbk	10,8	16,25	11,62	13,91	2,41	13,21
9	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk	13,51	7,63	4,17	14,42	5,38	18,89

Sumber : Data Laporan Keuangan yang telah diolah.

Dilihat pada tabel diatas maka perusahaan yang mengeluarkan biaya investasi teknologi yang paling rendah selama kurun waktu 5 tahun yakni dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 secara rata-rata adalah PT.PP London Sumatra Indonesia Tbk yaitu dengan jumlah sebesar 13.21 %. Hal ini berarti bahwa PT.PP London Sumatra Indonesia Tbk Memiliki kekuatan untuk membeli peralatan, infrastruktur dan fasilitas dasar yang dibutuhkan untuk melakukan inovasi paling rendah dibandingkan dengan perusahaan – perusahaan lainnya , dengan biaya investasi teknologi pada tahun 2009 sebesar 10.8 % , sempat menjadi naik di tahun tahun 2010 yaitu sebesar 16.25 % , pada tahun 2011 mengalami peningkatan kembali mesti sedikit yaitu menjadi sebesar 16.62 % , pada tahun 2012 sebesar 13.91 % dan pada tahun 2013 menurun drastis sebesar 2.41 %.

Sedangkan yang mengeluarkan nilai biaya investasi teknologi terbesar selama kurun waktu 5 tahun dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 secara rata – rata adalah PT.Astra Agro Lestari Tbk . PT.Astra Agro Lestari Tbk mengeluarkan biaya investasi Tekhnologi secara rata-rata dari tahun 2009 sampai

dengan tahun 2013 adalah sebesar 49.7 %. Hal ini berarti bahwa PT.Astra Agro Lestari Tbk. Memiliki kekuatan untuk membeli peralatan , infrastruktur dan fasilitas dasar yang dibutuhkan untuk melakukan inovasi paling efisien dibandingkan dengan perusahaan – perusahaan lainnya , walaupun pada tahun 2013 biaya investasi Teknologinya sempat menurun lebih kecil dibandingkan dengan tahun tahun yang lainnya, pada tahun 2013 sebesar 12.08 %. Tetapi untuk tahun 2009 sampai tahun 2011 cukup besar , PT.Astra Agro Lestari Tbk memiliki biaya investasi Tekhnologi yang sangat tinggi yaitu pada tahun 2009 sebesar 31.37 % , dirahun 2010 mencapai 20,73%, dan pada tahun 2011 sebesar 25.48 % sementara ditahun 2012 menurut berhasil naik kembali pada tahun 2013 menjadi 18,33%.

4.1.1.3 Analisis Biaya Pengembangan Produk

Data perhitungan yang diolah adalah pada 9 perusahaan yang masuk dalam kategori perhitungan *Jakarta Islamic Index* (JII) yang tercatat di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2009 sampai dengan 2013, data tersebut dihitung untuk mengetahui mengenai hasil perhitungan rata-rata biaya pengembangan produk, data diolah dengan cara:

$$\frac{\text{Beban RND}}{\text{Asset Lancar}} \times 100\%$$

Hasil perhitungan diatas dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.1.1.3
Nilai rata-rata biaya Pengembangan Produk (X3)
dalam persen (%)

No	Kode	Perusahaan	2009	2010	2011	2012	2013	Rata-rata
1	AALI	Astra Agro Lestari Tbk	15,61	27,01	25,48	11,37	5,17	20,78
2	PTBA	Tambang Batu Bara Bukit Asam Tbk	5,6	10,6	5,24	6,46	12,9	18,5
3	ASII	Astra Internasional Tbk	11,9	4,8	13,47	22,61	11,9	23,8
4	BMTR	Global Mediacom Tbk	4,6	11,68	11,57	7,25	12,61	17,21
5	EXCL	XL Axiata Tbk	12,43	14,46	10,26	3,85	6,01	18,44
6	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk	19,87	14,08	7,32	7,09	14,12	33,99
7	ITMG	Indo Tambang Raya Megah Tbk	4,07	8,82	12,05	9,09	3,17	7,24
8	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tbk	2,33	8,07	6,41	12,91	2,96	5,29
9	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk	12,73	13,74	12,27	13,28	11,7	24,43

Sumber : Data Laporan Keuangan yang telah diolah.

Dilihat pada tabel diatas maka perusahaan yang mengeluarkan biaya pengembangan produk yang paling rendah selama kurun waktu 5 tahun yakni dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 secara rata-rata adalah PT.PP London Sumatra Indonesia Tbk yaitu sebesar 5.29 %. Hal ini berarti bahwa PT.PP London Sumatra Indonesia Tbk Memiliki kekuatan untuk mengembangkan produk yang sudah ada maupun mengembangkan produk yang baru paling rendah dibandingkan dengan perusahaan – perusahaan lainnya , dengan biaya investasi teknologi pada tahun 2009 sebesar 2.33 % , ditahun 2010 mengalamik peningkatan sebesar 8.07 % , pada tahun 2011 turun kembali menjadi sebesar 6.41 % , pada tahun 2012 naik sebesar 12.91 % dan pada tahun 2013 turun drastic menjadi sebesar 2.96 %.

Sedangkan yang mengeluarkan nilai biaya pengembangan produk terbesar selama kurun waktu 5 tahun dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 secara rata – rata adalah PT.Indofood Sukses Makmur Tbk. PT.Indofood Sukses Makmur Tbk mengeluarkan biaya pengembangan produk secara rata-rata dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 adalah sebesar 33,99 %. Hal ini berarti

bahwa PT.Indofood Sukses Makmur Tbk Memiliki kekuatan untuk mengembangkan produk yang sudah ada maupun mengembangkan produk yang baru paling efisien dibandingkan dengan perusahaan – perusahaan lainnya, walaupun pada perkembangannya banyak mengalami naik turun, yaitu pada tahun 2009 cukup baik sebesar 19,87%, ditahun 2010 mengalami penurunan menjadi sebesar 14,08, dan turun cukup banyak pada tahun 2011 menjadi 7,32%, pada tahun 2012 sebesar 7,09, mengalami peningkatan kembali di tahun 2013 menjadi sebesar 14,12%.

4.1.1.4 Analisa Biaya Internal

Data perhitungan yang diolah adalah pada 9 perusahaan yang masuk dalam kategori perhitungan *Jakarta Islamic Index* (JII) yang tercatat di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2009 sampai dengan 2013, data tersebut dihitung untuk mengetahui mengenai hasil perhitungan rata-rata biaya pengembangan produk, data diolah dengan cara:

$$\frac{\text{Beban RND}}{\text{Asset Lancar}} \times 100\%$$

Hasil perhitungan diatas dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.1.1.4
Nilai rata-rata biaya internal (X4)
dalam persen (%)

No	Kode	Perusahaan	2009	2010	2011	2012	2013	Rata-rata
1	AALI	Astra Agro Lestari Tbk	13,45	7,8	9,02	17,84	4,28	17,73
2	PTBA	Tambang Batu Bara Bukit Asam Tbk	12,98	13,67	10,25	13,08	9,65	22,63
3	ASII	Astra Internasional Tbk	14,13	15,3	15,68	19,32	14,13	28,26
4	BMTR	Global Mediacom Tbk	12,54	20,35	5,7	8,2	5,86	18,4
5	EXCL	XL Axiata Tbk	3,76	4,73	2,22	2,13	7,08	10,84
6	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk	10,21	17,27	9,36	8,21	11,25	21,46
7	ITMG	Indo Tambang Raya Megah Tbk	15,5	12,24	12,17	14,51	12,07	27,57
8	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tbk	4,86	2,66	6,97	4,89	5,18	10,04
9	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk	20,04	23,3	7,17	12,54	6,02	26,06

Sumber : Data Laporan Keuangan yang telah diolah.

Dilihat pada tabel diatas maka perusahaan yang mengeluarkan biaya internal yang paling rendah selama kurun waktu 5 tahun yakni dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 secara rata-rata adalah PT.PP London Sumatra Indonesia Tbk yaitu sebesar 10.04%. Hal ini berarti bahwa PT.PP London Sumatra Indonesia Tbk Memiliki kekuatan untuk mengandalkan pada usaha sendiri yang di miliki antara lain peralatan , tekhnologi , dan investasi serta usaha – usaha penelitian dan pengembangan untuk menghasilkan inovasi produk atau inovasi proses paling rendah dibandingkan dengan perusahaan – perusahaan lainnya , dengan biaya investasi tekhnologi pada tahun 2009 sebesar 4.86 % , tahun 2010 mengalami penurunan menjadi sebesar 2.66 % , pada tahun 2011 naik kembali menjadi sebesar 6.97 % , pada tahun 2012 turun menjadi sebesar 4.89 % dan pada tahun 2013 mengalami sedikit peningkata sebesar 5.18 %.

Sedangkan yang mengeluarkan nilai biaya internal terbesar selama kurun waktu 5 tahun dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 secara rata – rata adalah PT. Astra Internasional Tbk . PT.Astra Internasioanal Tbk mengeluarkan biaya internal secara rata-rata dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 adalah

sebesar 28,26%. Hal ini berarti bahwa PT.Astra Internasional Tbk Memiliki kekuatan untuk mengandalkan pada usaha sendiri yang di miliki antara lain peralatan , teknologi , dan investasi serta usaha – usaha penelitian dan pengembangan untuk menghasilkan inovasi produk atau inovasi proses lebih efisien dibandingkan dengan perusahaan – perusahaan lainnya , perkembangan nilai rata-rata biaya internal pada PT Astra Internasional Tbk sangat stabil dari tahun ke tahun, pada tahun 2009 sebesar 14,13%, pada tahun 2010 sebesar 15,3%, pada tahun 2011 sebesar 15,68, pada tahun 2012 sebesar 19,32% , pada tahun 2013 mengalami penurunan menjadi sebesar 14,13%.

4.1.2 Perkembangan Pengungkapan *Sustainable Report*

Sustainability Reporting adalah pelaporan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengukur, mengungkapkan (*disclose*), serta upaya perusahaan untuk menjadi perusahaan yang akuntabel bagi seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*) untuk tujuan kinerja perusahaan menuju pembangunan yang berkelanjutan. Perusahaan yang telah *go public* memiliki kewajiban membuat laporan keberlanjutan (*sustainability report*) sesuai dengan amanat Pasal 66 Ayat 2 Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Laporan keberlanjutan (*sustainability report*) menjadi trend dan kebutuhan bagi perusahaan progresif untuk menginformasikan perihal kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungannya sekaligus kepada seluruh pemangku kepentingan (*stakeholders*) perusahaan (Chariri,2009). Menurut Elkington (1997), perusahaan harus bertanggung jawab atas dampak positif maupun negative yang ditimbulkan

terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan hidup. *Sustainability* tidak saja memuat informasi kinerja keuangan tetapi juga informasi non keuangan yang terdiri dari informasi aktivitas sosial dan lingkungan yang memungkinkan perusahaan bisa bertumbuh secara berkesinambungan (*sustainable performance*), (Elkington:1997). Masih menurut Elkington (1997), perusahaan harus bertanggung jawab atas dampak positif maupun negatif yang ditimbulkan terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup.

Pengungkapan (*disclosure*) mengandung arti bahwa laporan keuangan harus memberikan informasi dan penjelasan yang cukup jelas mengenai hasil dari aktifitas suatu unit usaha (Ghozali dan Chariri, 2007). Informasi yang dapat dimuat dalam laporan tahunan ada dua jenis. Yaitu adalah :

1. Pertama yaitu laporan tahunan dengan pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) yaitu pengungkapan informasi yang wajib diberitahukan sebagai mana diatur dalam Keputusan Ketua Bapepam dan LK.
2. Kedua, laporan tahunan dengan pengungkapan informasi yang sukarela (*voluntary disclosure*) yaitu suatu pengungkapan informasi diluar pengungkapan wajib yang diberikan dengan sukarela oleh perusahaan kepada para pemakai (Yularto dan Chariri, 2003 dalam Fauzan, 2010).

Global Reporting Initiative (GRI) merupakan salah satu organisasi internasional yang berpusat di Amsterdam, Belanda. Aktivitas utamanya difokuskan kepada pencapaian transparansi dan pelaporan suatu perusahaan,

melalui pengembangan *standard* dan pedoman pengungkapan *sustainability*. Menurut GRI (dalam *judges*, 2009) mendefinisikan *sustainability report* sebagai praktik dalam mengukur dan mengungkapkan aktivitas perusahaan, sebagai tanggung jawab kepada stakeholder internal maupun eksternal mengenai kinerja organisasi dalam mewujudkan tujuan pembangunan berkelanjutan. Sesuai dengan kriteria menurut *Global Reporting Initiative* (GRI), yaitu ekonomi, *Environment*, *Human Right*, *Labor Practise*, & *Desent Work Society*, dan *Product Responsibility*. Dari keenam aspek pengungkapan *Sustainability Reporting* terdapat 79 item yang kemudian disesuaikan dengan masing-masing perusahaan . pehitungan dilakukan dengan memberikan skor 1 jika satu item diungkapkan, dan 0 jika tidak diungkapkan. Setelah dilakukan pemberian skor pada seluruh item, skor tersebut kemudian dijumlahkan untuk memperoleh jumlah keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Sustainability Report} = \frac{\text{Jumlah pengungkapan}}{\text{Standar Pengungkapan}} \times 100\%$$

Tabel 4.1.2
Data nilai Pengungkapan Sustainability Report
dalam persen(%)

No	Kode	Perusahaan	2009	2010	2011	2012	2013	Rata-rata
1	AALI	Astra Agro Lestari Tbk	0,68	0,73	0,75	0,81	1,57	0,91
2	PTBA	Tambang Batu Bara Bukit Asam Tbk	0,57	0,95	0,99	1,59	1,76	1,17
3	ASII	Astra Internasional Tbk	0,75	0,77	0,82	0,84	1,57	0,95
4	BMTR	Global Mediacom Tbk	0,96	1,39	1,14	1,20	1,43	1,22
5	EXCL	XL Axiata Tbk	0,46	0,57	0,79	1,10	1,15	0,81
6	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk	0,68	0,69	0,72	0,72	0,84	0,73
7	ITMG	Indo Tambang Raya Megah Tbk	0,66	0,72	0,90	0,97	1,13	0,88
8	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tbk	0,53	0,54	0,62	0,66	0,77	0,62
9	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk	0,89	0,91	1,07	1,13	1,29	1,06

Sumber : Data Laporan Keuangan yang telah diolah.

Dilihat pada tabel diatas maka perusahaan yang melakukan pengungkapan *sustainability report* yang paling rendah selama kurun waktu 5 tahun yakni dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 secara rata-rata adalah PT.PP London Sumatra Indonesia Tbk, dengan hasil rata-rata sebesar 0,62%. Hal ini membuktikan bahwa PT.PP London Sumatra Indonesia Tbk memiliki kriteria menurut *Global Reporting Initiative (GRI)*, yaitu ekonomi, *Environment*, *Human Right*, *Labor Practise*, & *Desent Work Society*, dan *Product Responsibility* paling rendah diantara perusahaan-perusahaan lainnya. Dengan memiliki nilai rata-rata pada tahun 2009 sebesar 0,53%, ditahun 2010 sebesar 0,54%, pada tahun 2011 sebesar 0,62, dan pada tahun 2012 mengalami sedikit kemajuan menjadi sebesar 0,66%, dan pada tahun 2013 sebesar 0,77%.

Sedangkan yang melakukan pengungkapan *Sustainability Report* terbesar selama kurun waktu 5 tahun dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 secara rata – rata adalah PT. Global Mediacom Tbk yaitu memiliki rata-rata sebesar 1,22%. PT.Global Mediacom Tbk dalam hal ini membuktikan bahwa perusahaan memiliki kriteria menurut *Global Reporting Initiative (GRI)*, yaitu ekonomi, *Environment*, *Human Right*, *Labor Practise*, & *Desent Work Society*, dan *Product Responsibility* paling besar apabila dibandingkan dengan perusahaan laiinya. Dengan memiliki nilai rata-rata yang baik yaitu di tahun 2009 sebesar 0,96%, pada tahun 2010 sebesar 1,39, pada tahun 2011 sebesar 1,14, pada tahun 2012 sebesar 1,20, dan pada 2013 mengalami peningkatan yang baik yaitu menjadi sebesar 1,43%.

4.2 Perkembangan Nilai perusahaan dengan Metode Tobin's Q

Samuel (2000) menjelaskan bahwa *enterprise value* (EV) atau dikenal juga sebagai *firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Indikator-indikator yang dapat mempengaruhi suatu nilai perusahaan diantaranya adalah PER (*price earning ratio*). PER adalah rasio yang mengukur seberapa besar perbandingan antara harga saham perusahaan dengan keuntungan yang diperoleh para pemegang saham (Sutrisno, 2000 dalam Mohammad Usman, 2001 dalam Malla Bahagia, 2008)

Nurlela dan Islahuddin (2008) menjelaskan bahwa *enterprise value* (EV) dikenal juga sebagai *firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Wahyudi (2006) mengatakan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut di jual. Suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik apabila kinerja perusahaannya juga baik. Nilai perusahaan dapat terlihat dari harga saham yang dimikinya. Apabila nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaannya baik. Karena tujuan pokok perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham (Wahidahwati, 2002).

Menghitung nilai perusahaan menggunakan rasio Tobin's Q, Tobin's Q dikenal oleh James Tobin (Tobin 1969,1978 dalam Bambang dan Ellen 2010), secara sederhana Tobin's Q adalah pengukuran kinerja dengan membandingkan

dua penilaian dari asset yang sama. Tobin's Q merupakan rasio dari nilai pasar asset perusahaan yang diukur oleh nilai pasar dari jumlah saham yang beredar dan hutang (*enterprise value*) terhadap *replacement cost* dari aktiva perusahaan (Fiakas, 2005). Apabila perusahaan memiliki nilai lebih besar dari nilai dasar sebelumnya, maka akan memiliki biaya untuk meningkatkan kembali, dan laba kemungkinan akan didapatkan. Berdasarkan pemikiran Tobin, bahwa insentif untuk membuat modal investasi baru adalah tinggi ketika surat berharga (saham) memberikan keuntungan dimassa depan dapat dijual dengan harga yang lebih tinggi dari biaya investasinya (Fiakas, 2005).

Pada dasarnya Tobin's Q (Q) adalah *market value* dari saham yang beredar dan hutang perusahaan terhadap *replacement cost aset* perusahaan. Namun karena data perusahaan yang sulit diperoleh, beberapa peneliti berusaha merumuskan Q dengan melakukan beberapa perhitungan penting, seperti Lindenberg dan Ross (1981), Lang dan Litzanberger (1989) serta Pruitt dan Stephen W (1994). Menggunakan modifikasi dari Pruitt dan Stephen W (1994) untuk mengukur Tobin's Q menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Tobin's Q} = \frac{(\text{MVE} + \text{DEBT})}{\text{Total Aktiva}}$$

Dengan :

MVE = Jumlah harga saham x harga saham akhir tahun (*closing price*)

DEBT = Hutang perusahaan

TA = Total aset

Dengan devinisi *market value ekuitas* merupakan nilai dari hasil perkalian antara harga saham dengan jumlah lembar saham beredar diakhir tahun, *debt* adalah buku dari *total liabilities* perusahaan di neraca, total aktiva adalah nilai buku *total asset* perusahaan yang ada dineraca.

Tabel 4.2
Data Nilai perusahaan dengan metode Tobin's Q
Dalam persen (%)

No	Kode	Perusahaan	2009	2010	2011	2012	2013	Rata-rata
1	AALI	Astra Agro Lestari Tbk	4,73	4,10	7,60	5,79	3,20	5,08
2	PTBA	Tambang Batu Bara Bukit Asam Tbk	9,92	6,06	3,47	2,73	2,01	4,83
3	ASII	Astra Internasional Tbk	1,06	1,71	1,17	0,76	0,64	1,07
4	BMTR	Global Mesdiacom Tbk	0,53	1,06	1,19	1,97	1,63	0,96
5	EXCL	XL Axiata Tbk	1,28	2,22	1,80	1,94	1,72	1,79
6	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk	0,66	1,08	0,91	0,999	1,00	4,65
7	ITMG	Indo Tambang Raya Megah Tbk	3,52	6,20	3,37	3,58	2,58	3,85
8	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tbk	0,68	0,81	2,40	2,25	1,82	1,59
9	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk	0,52	0,99	1,07	1,78	1,75	1,22

Sumber : Data Laporan Keuangan yang telah diolah.

Dilihat pada tabel diatas maka perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang paling rendah selama kurun waktu 5 tahun yakni dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 secara rata-rata adalah PT Global Mediacom Tbk, dengan hasil rata-rata sebesar 0,96%. Dengan memiliki nilai rata-rata pada tahun 2009 sebesar 0,53%, ditahun 2010 sebesar 1,06%, pada tahun 2011 sebesar 1,19%, dan pada tahun 2012 mengalami sedikit kemajuan menjadi sebesar 1,97%, dan pada tahun 2013 sebesar 1,63%.

Sedangkan yang memiliki nilai perusahaan terbesar selama kurun waktu 5 tahun dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 secara rata – rata adalah Astra Agro Lestari Tbk yaitu memiliki rata-rata sebesar 5,08%, PT. Astra Agro Lestari dalam hal ini membuktikan bahwa perusahaan memiliki kemampuan yang

mumpuni untuk meningkatkan nilai perusahaan. Dengan memiliki nilai rata-rata yang baik yaitu di tahun 2009 sebesar 4,73%, pada tahun 2010 sebesar 4,10, pada tahun 2011 sebesar 7,60%, pada tahun 2012 sebesar 5,79%, dan pada 2013 mengalami penurunan yaitu menjadi sebesar 3,20%.

4.3 Pengaruh Inovasi dan Sustainability report Terhadap Nilai perusahaan dengan menggunakan metode Tobin's Q

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis menggunakan analisis *regresi linier*, ada beberapa asumsi yang harus terpenuhi agar kesimpulan dari regresi tersebut tidak bias, diantaranya adalah uji *normalitas*, uji *multikolinieritas* (untuk regresi linear berganda) dan uji *heteroskedastisitas*. Pada penelitian ini ketiga asumsi yang disebutkan tersebut diuji karena variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini lebih dari satu (berganda). Semua tahapan pengujian tersebut dilakukan dengan bantuan *Software SPSS Statistics 17*.

4.3.1 Uji Asumsi Klasik dan Uji hipotesis

A) Uji Asumsi Klasik

Asumsi klasik yang akan diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1) Uji Asumsi Normalitas

Asumsi normalitas merupakan persyaratan yang sangat penting pada pengujian kebermaknaan (signifikansi) koefisien regresi, apabila model regresi tidak berdistribusi normal maka kesimpulan dari uji F dan uji t masih meragukan, karena statistik uji F dan uji t pada analisis regresi diturunkan dari distribusi

normal. Pada penelitian ini digunakan uji satu sampel *Kolmogorov-Smirnov* untuk menguji normalitas model regresi.

Tabel 4.3.1 (A1)
Hasil Pengujian Asumsi Normalitas

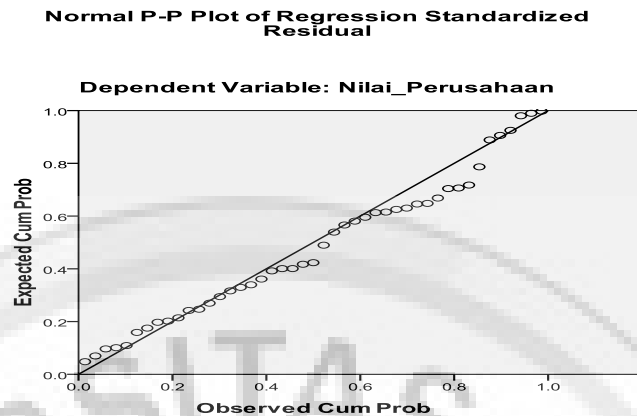
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		SR	Nilai_Perusahaan	Strategi_Inovasi
N		45	45	45
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.9284	2.2722	75.8944
	Std. Deviation	.31642	1.74328	22.66354
Most Extreme Differences	Absolute	.143	.182	.160
	Positive	.143	.182	.160
	Negative	-.082	-.135	-.071
Kolmogorov-Smirnov Z		.962	1.221	1.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.313	.101	.198

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Pada tabel 4.3.1 (A1) dapat dilihat nilai probabilitas (*Asymp.sig.2-tailed*) yang diperoleh dari uji *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,313 untuk variabel *Sustainability Report*, 0,101 untuk variabel Nilai Perusahaan, dan sebesar 0,198 untuk variabel nilai Inovasi. Karena nilai probabilitas pada uji *Kolmogorov-Smirnov* masih lebih besar dari tingkat kekeliruan 5% (0,05), maka disimpulkan bahwa model regresi berdistribusi normal.



Grafik 4.3.1 (A1) Uji normalitas data

2) Uji Asumsi Multikolinieritas

Multikolinieritas berarti adanya hubungan yang kuat di antara beberapa atau semua variabel bebas pada model regresi. Jika terdapat multikolinieritas maka koefisien regresi menjadi tidak tentu, tingkat kesalahannya menjadi sangat besar dan biasanya ditandai dengan nilai koefisien determinasi yang sangat besar tetapi pada pengujian parsial koefisien regresi, tidak ada ataupun kalau ada sangat sedikit sekali koefisien regresi yang signifikan. Pada penelitian ini digunakan nilai *variance inflation factors* (VIF) sebagai indikator ada tidaknya multikolinieritas diantara variabel independen.

Tabel 4.3.1 (A2)
Hasil Pengujian Asumsi Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Strategi inovasi	.998	1.002
Sustainability report	.998	1.002

Berdasarkan nilai VIF yang diperoleh seperti terlihat pada tabel diatas menunjukkan tidak ada korelasi yang kuat antara sesama variabel strategi inovasi dan *sustainability report*, dimana nilai VIF dari kedua variabel independen lebih kecil dari 10 sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat gejala multikolinieritas diantara kedua variabel independen.

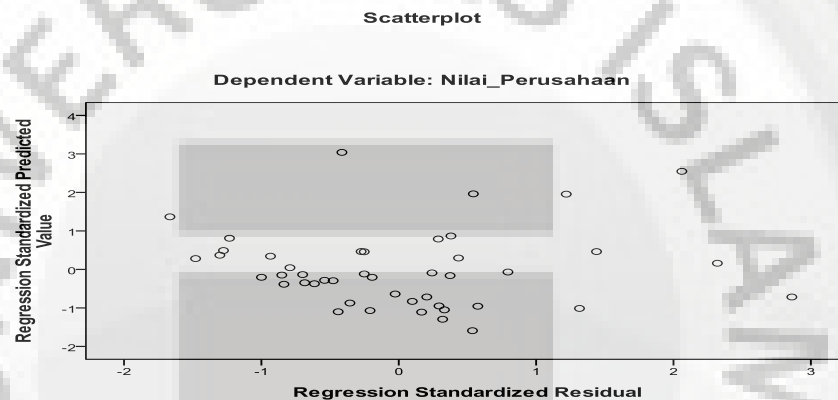
3) Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *varians* dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk menguji apakah varian dari residual homogeny digunakan uji *rank Spearman*, yaitu dengan mengkorelasikan variabel independen terhadap nilai residual (*error*). Apabila ada koefisien korelasi yang signifikan pada tingkat kekeliruan 5%, mengindikasikan terjadinya heteroskedastisitas. Pada tabel 4.3.1 (A3) berikut dapat dilihat nilai signifikansi masing-masing koefisien korelasi variabel independen terhadap nilai residual.

**Tabel 4.3.1 (A3)
Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas**

			Unstandardized Residual
Spearman's rho	SR	Correlation Coefficient	.055
		Sig. (2-tailed)	.721
		N	45
Strategi_Inovasi		Correlation Coefficient	-.132
		Sig. (2-tailed)	.389
		N	45
Unstandardized Residual		Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.
		N	45

Berdasarkan koefisien korelasi yang diperoleh seperti disajikan pada tabel diatas memberikan suatu indikasi bahwa residual (*error*) yang muncul dari persamaan regresi mempunyai varians yang sama (tidak terjadi heteroskedastisitas). Hal ini terlihat dari nilai signifikansi masing-masing korelasi kedua variabel independen dengan nilai residual (yaitu 0.721; dan 0.389) masih lebih besar dari 0,05.



Grafik 4.3.1 (A2) Uji Heteroskedastisitas

4) Uji Autokorelasi

Autokorelasi didefinisikan sebagai korelasi antar observasi yang diukur berdasarkan waktu dalam model regresi atau dengan kata lain *error* dari observasi yang satu dipengaruhi oleh error dari observasi yang sebelumnya. Akibat dari adanya autokorelasi dalam model regresi, koefisien regresi yang diperoleh menjadi tidak efisien, artinya tingkat kesalahannya menjadi sangat besar dan koefisien regresi menjadi tidak stabil. Untuk menguji ada tidaknya autokorelasi, dari data residual terlebih dahulu dihitung nilai statistik Durbin-Watson (D-W):

$$D-W = \frac{\sum(e_t - e_{t-1})}{\sum e_t^2}$$

(Gujarati, 2003: 467)

Kriteria uji: Bandingkan nilai D-W dengan nilai d dari tabel Durbin-Watson:

- Jika $D-W < d_L$ atau $D-W > 4 - d_L$, kesimpulannya pada data terdapat autokorelasi
- Jika $d_U < D-W < 4 - d_U$, kesimpulannya pada data tidak terdapat autokorelasi
- Tidak ada kesimpulan jika : $d_L \leq D-W \leq d_U$ atau $4 - d_U \leq D-W \leq 4 - d_L$

(Gujarati, 2003: 470)

Apabila hasil uji Durbin-Watson tidak dapat disimpulkan apakah terdapat autokorelasi atau tidak maka dilanjutkan dengan *runs test*. Untuk mengetahui bahwa terjadinya autokorelasi digunakan uji Durbin-Watson dengan bantuan program SPSS 17.0 pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.3.1 (A4)
Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	2.321

Dari tabel 4.5 diperoleh nilai d sebesar 2.321. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai d_L dan d_U pada tabel Durbin-Watson. Untuk $\alpha=0.05$, $k=2$ dan $n=45$, diperoleh $d_L= 1.4298$ dan $d_U= 1.6148$. Nilai $d > d_U$, maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tersebut tidak terdapat autokorelasi.

B) Uji Hipotesis

Selanjutnya untuk menjawab hipotesis penelitian, dilakukan pengujian pengaruh Strategi inovasi dan *Sustainability report* terhadap Nilai perusahaan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hubungan strategi inovasi dan *sustainability report* terhadap nilai perusahaan

Adapun variabel yang diukur adalah strategi inovasi dan *sustainability report* dengan nilai perusahaan. Hasil pengukuran besarnya hubungan terdapat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.3.1 (B1)
Korelasi antara strategi inovasi dan sustainability report terhadap nilai perusahaan

		Correlations		
		Nilai_Perusahaan	SR	Strategi_Inovasi
Pearson Correlation	Nilai_Perusahaan	1.000	-.106	.460
	SR	-.106	1.000	-.047
	Strategi_Inovasi	.460	-.047	1.000

Dari hasil perhitungan, didapat koefisien korelasi strategi inovasi dan *sustainability report* dengan nilai perusahaan sebagai berikut:

- a. Koefisien korelasi antara strategi inovasi dengan nilai perusahaan $r = 0.460$, ini berarti terdapat hubungan yang cukup kuat antara strategi inovasi dengan nilai perusahaan. jika diinterpretasikan menurut kriteria dalam sugiono (2004:216) maka eratnya korelasi strategi inovasi dengan nilai perusahaan adalah cukup kuat karena berkisar antara 0,400 sampai dengan 0,699, dan arahnya positif, ini berarti

apabila strategi inovasi meningkat maka nilai perusahaan juga akan meningkat.

- b. Koefisien korelasi antara *sustainability report* dengan nilai perusahaan $r = -0,106$, ini berarti terdapat hubungan yang sangat rendah antara *sustainability report* dengan nilai perusahaan. jika diinterpretasikan menurut kriteria dalam sugiono (2004:216) maka eratnya korelasi *sustainability report* dengan nilai perusahaan adalah sangat rendah karena berkisar antara 0,00 sampai dengan 0,199, dan arahnya negatif, ini berarti apabila *sustainability report* meningkat maka nilai perusahaan menurun.

1) Analisis Korelasi Berganda

Korelasi berganda digunakan untuk mengukur seberapa kuat hubungan antara Strategi inovasi dan *Sustainability report* terhadap Nilai perusahaan secara simultan. berdasarkan hasil pengolahan diperoleh koefisien korelasi berganda antara Strategi inovasi dan *Sustainability report* terhadap Nilai perusahaan adalah sebagai berikut.

Tabel 4.3.1 (B2)
Korelasi berganda antara Strategi inovasi dan *Sustainability report* terhadap Nilai perusahaan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.468 ^a	.219	.182	1.57680

Pada tabel 4.3.1 (B2) di atas dapat dilihat bahwa nilai koefisien korelasi antara Strategi inovasi dan *Sustainability report* terhadap Nilai perusahaan adalah

sebesar 0,468. Data ini menunjukkan terdapat hubungan yang cukup kuat antara Strategi inovasi dan *Sustainability report* terhadap Nilai perusahaan karena berkisar antara 0.40-0.599 (Sugiono,2012).

2) Analisis Regresi Linier Berganda

Guna mengetahui bentuk hubungan strategi inovasi (X₁) dan *sustainability report* (X₂) dan nilai perusahaan (Y) digunakan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan software SPSS 17 for windows, diperoleh hasil regresi sebagai berikut.

Tabel 4.3.1 (B3)
Hasil Analisis Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.039	1.109		.035	.972
SR	-.464	.752	-.084	-.618	.540
Strategi_Inovasi	.035	.011	.456	3.344	.002

Nilai perusahaan = 0.039 + 0.035Strategi inovasi - 0.464 *Sustainability report*

Untuk itu dari hasil perhitungan tersebut maka dapat diinterpretasikan adalah sebagai berikut:

- Apabila diasumsikan untuk strategi inovasi sebesar 1 dan *sustainability report* sebesar 0 maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar: $0.039 + 0.035(1) - 0.464 (0) = 0.074$.
- Apabila diasumsikan untuk *sustainability report* sebesar 1 dan strategi inovasi sebesar 0 maka nilai perusahaan akan menurun sebesar: $0.039 - 0.035(0) + 0.464 (1) = -0.425$.

3) Koefisien Determinasi

Setelah diuji dan terbukti bahwa strategi inovasi dan *sustainability report* secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, selanjutnya akan dihitung seberapa besar pengaruh strategi inovasi dan *sustainability report* terhadap nilai perusahaan. Nilai koefisien determinasi yang diperoleh melalui hasil pengolahan menggunakan *software spss 17 for windows* disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.3.1 (B4)
Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.468 ^a	.219	.182	1.57680

Pada tabel 4.3.1 (B4) di atas dapat dilihat bahwa nilai koefisien korelasi berganda (R) strategi inovasi dan *sustainability report* terhadap nilai perusahaan adalah sebesar 0,468. Selain koefisien korelasi, pada tabel diatas juga disajikan nilai *R-square* (0,219) yang dikenal dengan istilah koefisien determinasi (KD) yang dihitung dari mengkuadratkan koefisien korelasi:

$$KD = (0.468^2 \times 100\%) = 21.9\%$$

Variabel nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel strategi inovasi dan *sustainability report* sebesar 21.9%, sedangkan sisanya 78.1% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti seperti harga, kualitas pelayanan, dan saluran distribusi. Besar pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap nilai perusahaan dapat dihitung dengan cara mengkalikan nilai *standardized coefficients* dengan *zerro-order correlation* yang terdapat pada tabel 4.3.1 (B5) berikut :

Tabel 4.3.1 (B5)
Koefisien Determinasi secara parsial antara
Strategi inovasi dan *sustainability report* terhadap nilai perusahaan

Model	Standardized Coefficients	Correlations			
		Beta	Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)					
SR	-.084	-.106	-.095		-.084
Strategi_Inovasi	.456	.460	.459		.456

Berikut disajikan hasil penerapan secara parsial antara strategi inovasi dan *sustainability report* terhadap nilai perusahaan dengan rumus *beta x zero order* :

a. **Variabel strategi inovasi = $0,456 \times 0,460 \times 100\% = 20,98\%$**

Dari hasil di atas, diketahui nilai koefisien determinasi strategi inovasi terhadap nilai perusahaan sebesar 20.98%. Artinya variabel strategi inovasi secara parsial mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan sebesar 20.98%.

b. **Variabel *sustainability report* = $-0,084 \times -0,106 \times 100\% = 0,89\%$**

Dari hasil di atas, diketahui nilai koefisien determinasi *sustainability report* terhadap nilai perusahaan sebesar 0.89%. Artinya variabel *sustainability report* secara parsial mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan sebesar 0.89%.

Berdasarkan hasil perhitungan besar pengaruh/kontribusi masing-masing variabel independen terhadap nilai perusahaan dapat diketahui bahwa diantara kedua variabel independen, strategi inovasi memberikan pengaruh yang paling

besar terhadap nilai perusahaan sebesar 20.98%. Sebaliknya *sustainability report* memberikan pengaruh yang paling kecil terhadap nilai perusahaan sebesar 0.89%.

4.3.2 Pengujian Hipotesis

4.3.2.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang akan diuji dan dibuktikan kebenarannya. Untuk mengetahui hipotesis secara simultan maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

- a. $H_0: \rho = 0$, (tidak ada pengaruh antara Strategi inovasi dan *Sustainability report* terhadap Nilai perusahaan)
- b. $H_1: \rho \neq 0$, (ada pengaruh antara Strategi inovasi dan *Sustainability report* terhadap Nilai perusahaan)

Dengan ketentuan adalah jika : signifikansi $< \alpha$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dan jika signifikansi $> \alpha$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Selain itu juga dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} dimana : jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Tabel 4.3.2.1
Pengujian Secara Simultan pengaruh antara Strategi inovasi dan
***Sustainability report* terhadap Nilai perusahaan**

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	29.293	2	14.647	5.891	.006 ^a
	Residual	104.425	42	2.486		
	Total	133.718	44			

a. Predictors: (Constant), Strategi_Inovasi, SR

b. Dependent Variable: Nilai_Perusahaan

Hasil perhitungan pada tabel Anova, menunjukkan nilai F_{hitung} dengan $df_1 = 2$ dan $df_2 = 42$ adalah $= 5.891$ dengan $sig = 0,000$. Pengujian dengan membandingkan $sig = 0,000$ dengan $\alpha = 5\%$ (0,05) maka H_0 ditolak. Apabila pengujian dengan membandingkan $F_{hitung} = 5.891 > F_{tabel} = 3.22$ dengan $df_1 = 2$ dan $df_2 = 42$ pada $\alpha = 5\%$ maka H_0 ditolak. Oleh karena itu dapat disimpulkan dari uji ini bahwa secara bersama-sama (simultan) terdapat pengaruh yang signifikan antara strategi inovasi dan *sustainability report* terhadap Nilai perusahaan

4.3.2.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

Untuk mengetahui hipotesis secara parsial maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

- a. $H_{01}: \rho = 0$, (tidak ada pengaruh secara parsial antara Strategi inovasi terhadap Nilai perusahaan).
- b. $H_{11}: \rho \neq 0$, (ada pengaruh secara parsial antara Strategi inovasi terhadap Nilai perusahaan).
- c. $H_{02}: \rho = 0$, (tidak ada pengaruh secara parsial antara *sustainability report* terhadap Nilai perusahaan).
- d. $H_{12}: \rho \neq 0$, (ada pengaruh secara parsial antara *sustainability report* terhadap Nilai perusahaan).

Dalam pengujian hipotesis menggunakan uji t, taraf signifikansi yang digunakan 5%. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut :

$$t = \frac{b}{sb}$$

Keterangan:

b = Koefisien regresi

sb = Standar error

t = t_{hitung} yang selanjutnya dikonsultasikan dengan t_{tabel}

(Natsir, 2005 : 460)

Setelah pengujian dilakukan, maka hasil perhitungan untuk masing-masing hipotesis (t_{hitung}), dibandingkan dengan t_{tabel} . Untuk kesalahan 5% uji two tailed dan $dk = n - k - 1 = 45 - 2 - 1 = 42$, maka diperoleh $t_{tabel} = 1.99$ dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Terima H_0 jika $-t_{(1-\frac{1}{2}\alpha)} < t < t_{(1-\frac{1}{2}\alpha)}$, di mana $t_{(1-\frac{1}{2}\alpha)}$
- b. Tolak H_0 jika $-t_{(1-\frac{1}{2}\alpha)} > t > t_{(1-\frac{1}{2}\alpha)}$, di mana $t_{(1-\frac{1}{2}\alpha)}$

Tabel 4.3.2.2
Hasil Uji-t Variabel Strategi inovasi dan sustainability report terhadap Nilai perusahaan

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.039	1.109		.035	.972
	SR	-.464	.752	-.084	-.618	.540
	Strategi_Inovasi	.035	.011	.456	3.344	.002

- a. Untuk uji hipotesis pengaruh antara strategi inovasi dengan nilai perusahaan diperoleh $t_{hitung} = 3.344 > t_{tabel} = 2.02$, maka H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh antara strategi inovasi dengan nilai perusahaan.
- b. Untuk uji hipotesis pengaruh antara *sustainability report* dengan nilai perusahaan diperoleh $t_{hitung} = -0.618 < t_{tabel} = 2.02$, maka H_0 diterima, artinya tidak terdapat pengaruh antara *sustainability report* dengan nilai perusahaan.

Pengaruh Dimensi Strategi Inovasi dan Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Nilai Perusahaan baik secara Parsial maupun Simultan

Pengujian hipotesis secara parsial, untuk uji hipotesis pengaruh antara strategi inovasi dengan nilai perusahaan diperoleh $t_{hitung} = 3.344 > t_{tabel} = 2.02$, maka H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh antara strategi inovasi dengan nilai perusahaan. Sedangkan untuk uji hipotesis pengaruh antara *sustainability report* dengan nilai perusahaan diperoleh $t_{hitung} = -0.618 < t_{tabel} = 2.02$, maka H_0 diterima, artinya tidak terdapat pengaruh antara *sustainability report* dengan nilai perusahaan.

Sementara hasil pengujian hipotesis simultan, menunjukkan nilai menunjukkan nilai F_{hitung} dengan $df_1 = 2$ dan $df_2 = 42$ adalah $= 5.891$ dengan $sig = 0,000$. Pengujian dengan membandingkan $sig = 0,000$ dengan $\alpha = 5 \%$ (0,05) maka H_0 ditolak. Apabila pengujian dengan membandingkan $F_{hitung} = 5.891 > F_{tabel} = 3.22$ dengan $df_1 = 2$ dan $df_2 = 42$ pada $\alpha = 5 \%$ maka H_0 ditolak.

Oleh karena itu dapat disimpulkan dari uji ini bahwa secara bersama-sama (simultan) terdapat pengaruh yang signifikan antara strategi inovasi dan *sustainability report* terhadap Nilai perusahaan.

A. Dimensi Strategi Inovasi berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Rasionalisasi yang bisa dijelaskan bahwa adanya pengaruh dari Dimensi Strategi Inovasi terhadap Nilai Perusahaan adalah karena dengan perusahaan memiliki dimensi strategi inovasi yang baik dan tepat maka secara langsung maupun tidak langsung akan memberikan dampak terhadap nilai perusahaan seperti yang dikemukakan oleh peneliti terdahulu mengatakan bahwa dalam melakukan inovasi perusahaan perlu mengembangkan suatu strategi inovasi menyeluruh. Strategi ini menetapkan tujuan-tujuan perusahaan dalam menjalankan inovasi dengan menggambarkan bagian-bagian (*what to innovative*) dan cara-cara (*how to achiev it*), mengintegrasikan berbagai macam kegiatan yang menimbulkan kreasi, pengembangan, dan komersialisasi produk serta teknologi yang memungkinkan perusahaan memaksimalkan hasilnya dari usaha – usaha inovasi (Zahra & Das, 1993).

Mengambil contoh dari kehidupan kita sehari-hari misalnya perusahaan dodol garut yang terus berinovasi dalam produknya, merubah dodol makanan tradisional yang cenderung bentuk dan rasaya sudah lumrah maka perusahaan berinovasi dengan menciptakan aneka rasa dodol yang unik seperti cokodot (coklat dodol) dengan varian rasa yang unik, inovasi produk ini mampu menarik perhatian banyak konsumen baik lokal maupun luar sehingga pendapatan yang

masuk cukup meningkat dan memberi dampak yang baik terhadap nilai perusahaan, maka dalam berwirausahaan inovasi sangatlah penting untuk mempertahankan nilai suatu perusahaan baik inovasi produk, sdm, teknologi dan lain-lain.

B. *Sustainability Report* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Pada analisis yang dilakukan terhadap variabel *Sustainability Report* pada 9 Perusahaan Jakarta Islamic Indeks (JII) menunjukkan bahwa pengungkapan *Sustainability Report* tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Jadi pengungkapan *Sustainability Report* perusahaan secara transparan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang rendah dapat saja memiliki pengungkapan *Sustainability Report* yang lebih lengkap di bandingkan dengan perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang tinggi. tetapi pengungkapan *Sustainability Report* bisa meningkatkan citra perusahaan di konsumen atau dimata masyarakat luas, sehingga bisa meningkatkan Profitabilitas tetapi tidak untuk nilai perusahaan.

Beberapa perusahaan memiliki *Sustainability Report* yang tinggi dikarenakan memang usahanya bergerak dibidang media sosial, mengambil contoh perusahaan PT Global Mediacom Tbk yang memiliki nilai rata-rata Pengungkapan *Sustainability Report* terbesar selama kurun waktu 2009-2013 yaoutu sebesar 1, 22%, ini dikarenakan perusahaan bergerak dibidang media sosial, seperti acara televisi yang berupa hiburan, bantuan sosial, program yang bersifat sosial, sehingga menghasilkan *Sustainability Report* yang tinggi namun bila

dilihat dari Nilai perusahaannya maka PT Global Mediacom bukanlah perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang tinggi.

C. Pengaruh Dimensi Strategi Inovasi dan *Sustainability Report* terhadap Nilai Perusahaan dengan menggunakan Metode Tobin's Q

Koefisien korelasi antara Strategi inovasi dan *Sustainability report* terhadap Nilai perusahaan adalah sebesar 0,468. Data ini menunjukkan terdapat hubungan yang cukup kuat antara Strategi inovasi dan *Sustainability report* terhadap Nilai perusahaan karena berkisar antara 0.40-0.599 (Sugiono,2012). Dan arahnya menunjukkan positif. Selanjutnya disajikan nilai *R-square* (0,219) yang dikenal dengan istilah koefisien determinasi (KD) yang dihitung dari mengkuadratkan koefisien korelasi: $KD = (0.468^2 \times 100\%) = 21.9\%$, Variabel nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel strategi inovasi dan *sustainability report* sebesar 21.9%, sedangkan sisanya 78.1% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti seperti harga, kualitas pelayanan, saluran distribusi dan lain-lain. Besar pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap nilai perusahaan diketahui nilai koefisien determinasi strategi inovasi terhadap nilai perusahaan sebesar 20.98%. Artinya variabel strategi inovasi secara parsial mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan sebesar 20.98%.

Sedangkan nilai koefisien determinasi *sustainability report* terhadap nilai perusahaan diketahui sebesar 0.89%. Artinya variabel *sustainability report* secara parsial mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan sebesar 0.89%. Berdasarkan hasil perhitungan besar pengaruh/kontribusi masing-masing variabel

independen terhadap nilai perusahaan dapat diketahui bahwa diantara kedua variabel independen, strategi inovasi memberikan pengaruh yang paling besar terhadap nilai perusahaan sebesar 20.98%. Sebaliknya *sustainability report* memberikan pengaruh yang paling kecil terhadap nilai perusahaan sebesar 0.89%.

