

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A) KESIMPULAN

Sebagai penutup dari skripsi ini, berikut akan disajikan simpulan dari pembahasan skripsi pada bab sebelumnya. Berdasarkan identifikasi masalah dan hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa :

#### **5.1 Perkembangan Inovasi dan *Sustainability Report* pada perusahaan yang masuk dalam kategori perhitungan Jakarta Islamic Indeks (JII) yang tercatat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2013.**

##### **5.1.1 Perkembangan Inovasi**

- a. Berdasarkan perhitungan statistik deskriptif data penelitian 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 %. Sedangkan yang mengeluarkan nilai biaya tingkat investasi terbesar secara rata – rata adalah PT. Astra Agro Lestari Tbk. sebesar 77.46 % .
- b. Perusahaan yang mengeluarkan nilai biaya investasi keuangan terkecil selama kurun waktu 5 tahun dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 secara rata – rata adalah PT.PP London Sumatra Indonesia Tbk, dengan

biaya investasi keuangan sebesar 7,31%. Sedangkan yang mengeluarkan nilai biaya investasi keuangan terbesar secara rata-rata adalah PT Global Mediacom Tbk, sebesar 19,18%.

c. Perusahaan yang mengeluarkan nilai biaya investasi SDM terkecil selama kurun waktu 5 tahun dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 secara rata – rata adalah PT.PP London Sumatra Indonesia Tbk yaitu sebesar 12.29 %, Sedangkan yang mengeluarkan nilai biaya investasi sdm secara rata – rata adalah PT.Astra Agro Lestari Tbk, yaitu sebesar 27.48 %.

d. Perusahaan yang mengeluarkan nilai biaya investasi Teknologi terkecil selama kurun waktu 5 tahun dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 secara rata – rata adalah PT.PP London Sumatra Indonesia Tbk yaitu dengan jumlah sebesar 13.21 %. Dan yang mengeluarkan nilai biaya investasi teknologi terbesar secara rata – rata adalah PT.Astra Agro Lestari Tbk yang mengeluarkan biaya investasi Teknologi yaitu sebesar 49.7 %.

e. Perusahaan yang mengeluarkan nilai biaya pengembangan produk terkecil selama kurun waktu 5 tahun dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 secara rata – rata adalah PT.PP London Sumatra Indonesia Tbk yaitu sebesar 5.29 %. Sedangkan yang mengeluarkan nilai biaya pengembangan produk terbesar secara rata – rata adalah PT.Indofood Sukses Makmur Tbk sebesar 33,99 %.

- f. Perusahaan yang mengeluarkan nilai biaya internal terkecil selama kurun waktu 5 tahun dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 secara rata – rata adalah PT.PP London Sumatra Indonesia Tbk yaitu sebesar 10.04%. dan yang mengeluarkan nilai biaya internal terbesar secara rata – rata adalah PT.Astra Internasioanal Tbk, adalah sebesar 28,26%.

### **5.1.2 Perkembangan Pengungkapan *Sustainable Report***

- a. Berdasarkan perhitungan statistik deskriptif data penelitian perusahaan yang mengeluarkan nilai Pengungkapan Sustainability Report terkecil selama kurun waktu 5 tahun dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 secara rata-rata adalah PT.PP London Sumatra Indonesia Tbk, dengan hasil rata-rata sebesar 0,62%. Sedangkan yang mengeluarkan nilai biaya internal terbesar secara rata – rata adalah PT. Global Mediacom Tbk yaitu memiliki rata-rata sebesar 1,22%.

### **5.2 Perkembangan nilai perusahaan dengan metode Tobin's Q**

- a. 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%. Sedangkan yang memiliki nilai perusahaan terbesar adalah Astra Agro Lestari Tbk yaitu memiliki rata-rata sebesar 5,08%.

**5.3 Pengaruh Inovasi dan *Sustainability Report* terhadap nilai perusahaan dengan metode Tobin's Q baik secara parsial maupun simultan.**

- 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.
- c. 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).

**d. Variabel strategi inovasi =  $0,456 \times 0,460 \times 100\% = 20.98\%$**

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%.

**e. Variabel sustainability report =  $-0,084 \times -0,106 \times 100\% = 0.89\%$**

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%. SDSFB

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%.

**B) SARAN**

- a. Bagi pemimpin perusahaan, baik pada perusahaan yang besar maupun kecil sebaiknya dapat menentukan dimensi strategi inovasi yang tepat dan baik agar tetap dapat mempertahankan perusahaannya, Perusahaan juga sebaiknya mengembangkan inovasi bukan hanya pada dimensi Inovasi produk saja tapi lebih memperdalam lagi dimensi strategi inovasi yang lainnya contohnya dimensi strategi inovasi pada

teknologi dan SDM karena masing-masing dimensi memiliki kelebihan yang berbeda dan dampak yang berbeda-beda.

- b.** Bagi perusahaan diharapkan dapat melengkapkan lagi Pengungkapan *Sustainability Report* dan lebih meningkatkan kembali program CSR dan GCG dengan baik didalam perusahaan, karena walaupun tidak meningkatkan nilai perusahaan tapi dapat meningkatkan citra perusahaan dimata masyarakat, dan tenaga kerja di perusahaan akan merasa nyaman, selain itu juga dapat menjaga keseimbangan antara *profit-planet-people*.
- c.** Bagi peneliti lain disarankan bisa meneliti dimensi inovasi yang lainnya, dan mengembangkannya supaya pembahasan tentang dimensi strategi inovasi menjadi lebih luas. Selain itu disarankan juga untuk melakukan penelitian dengan periode pengamatan yang lebih panjang dan dengan objek penelitian yang lebih banyak untuk mendapatkan hasil yang lebih *valid*.