

PENGELUARAN R&D DAN KINERJA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BURSA EFEK INDONESIA YANG DIMODERASI OLEH USIA PERUSAHAAN

Denny Hardiko Harmasanto¹
Rahmat Setiawan

ABSTRAK

The purpose of this study is to examine the effect of research and development expenditure on the company's financial performance and prove the influence of corporate age moderation. The research population consisting of 140 manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange was selected using the purposive sampling method. The final sample size is 113 companies that provide annual financial statements from 2012-2017. The unbalanced panel data analysis uses variables in the company's annual reports that are tested using OLS regression. The results found that companies investing in R&D experienced a 3% increase in sales compared to companies that did not spend in R&D. Further testing also found that the age of the company moderated the relationship between R&D expenditure and financial performance, where older companies that invest in R&D produced 0.1% more sales and 0.6% higher profits than younger companies in the manufacturing industry. The conclusion of this study is that the effect of R&D expenditure on sales and net profit cannot be directly felt in the current year. R&D spending like other types of investment requires time to be able to contribute to the company's sales and net profit. The findings of this study provide support that R&D spending is a driving force for innovation in endogenous growth theories.

Keyword : *Endogenous growth, R&D, Profitability*

ARTICLE INFO

Article History :

Received 19 August 2019

Accepted 07 October 2019

Available online 30 November 2019

Pendahuluan

Perkembangan ekonomi yang semakin luas dan tingkat persaingan yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk melakukan kebijakan investasi yang fleksibel. Investasi yang tepat dapat meningkatkan daya saing perusahaan di tingkat lokal maupun saat menghadapi tekanan perusahaan asing di tingkat global. Indikator keberhasilan melalui keunggulan komparatif saat ini tidak lagi menjadi pendorong memenangkan persaingan. Kunci untuk memenangkan persaingan, mempertahankan daya saing, meningkatkan kinerja dan pertumbuhan adalah inovasi (Dereli, 2015). Inovasi adalah kunci untuk memperluas pangsa pasar saat ini, memasuki pasar yang baru dan menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Persaingan di tingkat global dan perkembangan teknologi yang pesat turut mendorong pentingnya inovasi. Oleh karena itu, strategi perusahaan harus

Page | 1

Jurnal Riset
Akuntansi dan
Bisnis Airlangga
Vol.1 No.1
2016

¹ Corresponden Author : Mahasiswa Magister FEB Universitas Airlangga
Telp. 081226597630
Email : denny.hardiko@gmail.com

mengarah pada inovasi dengan menerapkan proses produksi yang lebih efektif, meningkatkan kinerja lebih baik di pasar dan menanamkan reputasi positif dalam persepsi pelanggan sehingga menghasilkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Gunday *et al.*, 2011).

Tingkat persaingan dan tantangan yang besar terlebih dirasakan oleh perusahaan yang bergerak di industri manufaktur. Perusahaan ini dituntut untuk memiliki kemampuan menciptakan produk baru sebagai indikator sukses tidaknya memperoleh penjualan. Industri manufaktur memberi dan menambah nilai di pasar dengan mengolah bahan mentah menjadi barang jadi. Perusahaan manufaktur memiliki cara standar untuk memproduksi barang secara massal di lingkungan pabrik atau gudang dimana spesifikasi antar produk jadi tidak jauh berbeda dibanding yang lainnya.

Teori Pertumbuhan Endogen (TPE) yang diprakarsai oleh Romer (1994) menyatakan bahwa perkembangan ilmiah tidak hanya menghasilkan teknologi namun kebijakan pemerintah yang mendorong investasi pada R&D dan menerbitkan regulasi tentang hak atas kekayaan intelektual menjadi inovasi endogen yang akan mendorong pertumbuhan ekonomi. Tingkat kesejahteraan menurut teori ini dipengaruhi oleh proses internal seperti *human capital*, investasi dan inovasi yang berasal dari dalam perusahaan dan bukan melalui kekuatan diluar perusahaan. Teori ini menyatakan bahwa produktivitas berhubungan langsung dengan kecepatan inovasi dan investasi pada *human capital* melalui pengeluaran pada penelitian dan pengembangan (R&D) dan hak paten (Furukawa, 2010).

Munculnya teori ini memotivasi banyak peneliti melakukan riset untuk membuktikan peran inovasi endogen di tingkat perusahaan. Penelitian Coad *et al.*, (2016) misalnya mengukur inovasi pada perusahaan manufaktur melalui pengeluaran R&D. R&D merupakan elemen penting dalam meningkatkan profitabilitas dan menciptakan keunggulan kompetitif pada berbagai usaha bisnis (Wang *et al.*, 2013). Hal ini yang memicu terjadinya perlombaan inovasi antar perusahaan. Saat perusahaan menyelesaikan proyek R&D secara efektif dan lebih awal daripada pesaing maka lebih mungkin bagi perusahaan untuk mendapatkan pangsa pasar terkait produk inovatif itu. Melihat hal itu maka perusahaan lain dapat mengurangi atau bahkan menghentikan investasi R&D pada proyek yang sama karena hanya akan memperoleh arus kas rendah yang terkait dengan proyek itu (Gu, 2015).

R&D berbeda dari sebagian besar kegiatan perusahaan karena tidak dimaksudkan untuk menghasilkan keuntungan langsung. Umumnya R&D membawa risiko lebih besar dan pengembalian investasi yang tidak pasti. Investasi R&D meski demikian sangat penting untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih besar melalui pemasaran produk-produk baru yang dihasilkan. Risiko investasi pada R&D yang besar dan imbal hasil yang tidak pasti ini menyebabkan perusahaan sulit memperoleh pendanaan eksternal. Ada risiko ketidakpastian yang tinggi atas hasil proyek R&D karena selalu ada kemungkinan kegagalan yang besar sehingga memunculkan pandangan umum bahwa kegiatan R&D sulit untuk dibiayai di pasar bebas. Hal ini terjadi karena output utama dari investasi R&D adalah pengetahuan tentang cara membuat produk baru dan pengetahuan ini

