

## **PENGARUH CUSTOMER VALUE DISCLOSURE (CVD) DAN RESEARCH & DEVELOPMENT DISCLOSURE (RDD) TERHADAP LABA**

**Zulfikar Ikhsan Pane**

Rayakahyan Group

\*e-mail: rayakahyan@gmail.com

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh *Customer Value Disclosure* (CVD) dan *Research and Development Disclosure* (RDD) terhadap laba. Tujuannya untuk mengetahui komponen mana yang lebih dapat menciptakan laba khususnya di era transformasi bisnis saat ini. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan tiga kriteria menghasilkan 211 observasi setelah dikurangi *outlier*, periode 2015 – 2020 pada perusahaan di tiga kategori industri berdasarkan *IDX Industrial Classification* (IDX-IC) serta menggunakan database OSIRIS dan laporan tahunan. Hasilnya, hanya *Research and Development Disclosure* (RDD) yang dapat menciptakan laba bagi perusahaan. Seluruh aktivitas riset contohnya duplikasi bibit unggul, pengembangan produk berbasis kedelai, pengembangan *biosecurity* dan pakan ikan serta alokasi biaya riset justru dapat meningkatkan laba di era transformasi bisnis yang terus berjalan.

**Kata kunci:** *disclosure; customer; research*

### **PENDAHULUAN**

Transformasi bisnis menjadi kata yang sering muncul dalam setiap diskusi khususnya pasca terjadinya pandemi Covid – 19. Beberapa kajian sebelumnya setidaknya memberikan perhatian besar terhadap tiga komponen besar dari transformasi. Pertama, transformasi digital. Transformasi ini merubah perilaku orang per orang semakin dekat dengan penggunaan teknologi contohnya peningkatan jumlah wajib pajak yang melaporkan SPT Tahunan secara daring (Widiiswa et al., 2021). Transformasi juga mengubah perilaku masyarakat yang berada di pedesaan untuk mengelola Badan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Desa (BUMDes) untuk mengelola arsip secara internet, pembukuan dan pencatatan administrasi secara digital serta berintegrasi dalam menyusun SOP keuangan (Rosari et al., 2022). Bagi perusahaan, sejak 2018 Pricewaterhouse coopers (PwC) menemukan 3 – 5 tahun kedepan perbankan berencana melakukan investasi di bidang teknologi untuk menghasilkan layanan terbaik (Widharto et al., 2022). Kedua, transformasi model bisnis contohnya PT Berdikari (Persero). Perusahaan ini awalnya memiliki bisnis inti yaitu perdagangan umum (komoditi pertanian, rempah – rempah, pupuk dan logistik) menjadi bisnis pertanian (Jamil 2019). Transformasi bisnis yang lain yaitu kolaborasi melalui empat kategori (Steiber & Alänge 2020) yaitu akuisisi contohnya akuisisi PT Bank Royal Indonesia oleh PT Bank Central Asia Tbk untuk difokuskan pada layanan digital perbankan (Marcellina & Soeroto, 2022), *lean startup* yang dilakukan oleh JavaHands untuk menjembatani pengrajin kerajinan tangan Yogyakarta dengan pasar luar negeri (Maulana & Papatungan 2022), *co-creation* yang dilakukan pemerintah kota Bandung

untuk menjaga rantai pasok kopi (Umaran et al., 2022), *co-location* perusahaan pertambangan migas dengan provider data center untuk mengelola infrastruktur networking dan server (Basry & Malays 2017) serta *startup program* yang diberikan perusahaan besar kepada *entrepreneur* untuk mengakses produk, jasa atau asset yang dimiliki (Steiber & Alänge, 2020).

Transformasi dilakukan sebagai bentuk respon perubahan lingkungan dan teknologi, ketidakpuasan atas hal yang lama dan percaya dengan hal yang baru (Kilman et al.1988 dalam Lamsihar & Huseini, 2019) demikian juga dengan cara perusahaan menegaskan pentingnya pelanggan serta aktivitas riset dan pengembangan. Ada dua kategori yang sering menjadi perhatian penuh perusahaan yaitu kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan merupakan komitmen tertentu terhadap suatu perilaku pembelian (Oliver, 2010 dalam Novianti et al.,2018) sedangkan kepuasan pelanggan merupakan perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk dan jasa (Novianti et al., 2018). Keduanya berawal dari perilaku konsumen yang saat ini berubah contohnya membandingkan harga sekaligus mengenal merk sebelum melakukan pembelian (Finansyah & Gunawan, 2019), adaptasi terhadap teknologi untuk kelas tertentu (Maulina & Hendrayani, 2018). Aktivitas riset dan pengembangan juga menjadi bagian penting sehingga harus selalu berubah karena beragam alasan contohnya *re-branding* produk karena perubahan peta persaingan (Nastain, 2017).

Seluruh kegiatan perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan dan kegiatan riset sebaiknya diungkapkan. Secara umum tujuan pengungkapan ada dua menurut *Security Exchange Commission* (SEC). Pertama, *protective disclosure*, artinya sebagai upaya perlindungan kepada investor. Kedua, *informative disclosure*, artinya untuk memberikan informasi yang layak kepada pengguna laporan (Sulistiana, 2017). Kegiatan riset dan pengembangan serta kemampuan perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan termasuk kedalam *informative disclosure* sekaligus memunculkan dua keterbaruan dalam kajian ini.

Pertama, *Customer Value Disclosure* (CVD) merupakan penjabaran proposisi nilai yang diterima oleh pelanggan, memiliki kemampuan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan serta memenuhi target yang diinginkan. CVD berisi *outcome* indikator yang langsung merujuk kepada konsumen contohnya kepuasan, loyalitas, pangsa pasar produk, keunggulan produk, keamanan produk serta program yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan matriks yang dibentuk oleh Kaplan dan Norton tahun 2004 (Ledoux et al., 2014).

Interaksi hubungan antara CVD dengan kinerja perusahaan masih jarang dilakukan. Namun, tiga kajian sebelumnya menghubungkan CVD dengan variabel *Cost of Capital*, hasilnya semakin banyak informasi mengenai pelanggan yang diterima oleh partisipan di pasar maka tingkat pengembalian yang diharapkan akan semakin menurun sebab mereka percaya perusahaan telah menjalin komunikasi yang transparan dengan pelanggan (Orens et al., 2013). Selanjutnya jika CVD dihubungkan dengan *analyst forecast*, hasilnya perusahaan akan lebih banyak diikuti oleh analis dan meningkatkan kemampuan *forecast earnings* analis (Ledoux et al., 2014). Yang ketiga adalah jika CVD dihubungkan dengan nilai perusahaan, hasilnya semakin tinggi pengungkapan maka akan meningkatkan nilai perusahaan (Pane et al., 2021).

Dari tiga kajian sebelumnya, *Customer Value Disclosure* (CVD) memberikan hasil yang positif bagi *stakeholder*, baik analis sekuritas maupun investor, sehingga kuat dugaan *Customer Value Disclosure* (CVD) akan meningkatkan nilai penjualan dan

meningkatkan laba sehingga hipotesis yang diajukan ialah H<sub>1</sub>: *Customer Value Disclosure* (CVD) berpengaruh positif signifikan terhadap laba.

Kedua, pengungkapan riset dan pengembangan. PSAK No 19 memberikan definisi penelitian adalah penyelidikan asli dan terencana yang dilaksanakan dengan harapan memperoleh pembaruan pengetahuan dan pemahaman teknis atas ilmu yang baru. Pengembangan adalah penerapan temuan penelitian atau pengetahuan lain pada suatu rencana atau rancangan produksi bahan baku, alat, produk, proses, sistem atau jasa yang baru atau yang mengalami perbaikan substansial sebelum dimulainya produksi komersial atau pemakaian.

Pengungkapan riset dan pengembangan masih jarang dikaji hubungannya dengan kinerja perusahaan. Empat kajian sebelumnya menunjukkan peningkatan beban penelitian dan pengembangan akan menyebabkan analis merevisi nilai prediksinya karena adanya tambahan informasi (Ho et al., 2007) sehingga akurasi menjadi lebih baik dan berkualitas (Merkley, 2014). Selain itu, alokasi biaya ini dapat meningkatkan nilai perusahaan (Sukiati et al., 2015) dan memberikan hasil yang sama bila perusahaan aktivitas riset dan pengembangan ini diungkapkan dalam laporan tahunan (Nekhili et al., 2016).

Dari empat kajian sebelumnya, aktivitas riset dan pengembangan memberikan hasil yang positif bagi *stakeholder*, baik analis sekuritas maupun investor, sehingga kuat dugaan aktivitas ini akan meningkatkan laba perusahaan sehingga hipotesis yang diajukan ialah H<sub>2</sub>: pengungkapan riset dan pengembangan (R&D) berpengaruh positif signifikan terhadap laba.

## METODE PENELITIAN

Kedua hipotesis diatas diuji menggunakan sampel perusahaan berdasarkan IDX *Industrial Classification* (IDX-IC) dengan kategori sektor barang konsumen primer (IDXNONCYC), barang konsumen non-primer (IDXCYCLIC) dan sektor kesehatan (IDXHEALTH) dari periode 2015 – 2020 sebanyak 128 perusahaan. Terdapat dua sumber data yang digunakan. Pertama, *database* OSIRIS untuk memperoleh nilai laba perusahaan. *Database* OSIRIS merupakan database perusahaan publik dan solusi informasi analitis yang terintegrasi secara penuh. *Database* OSIRIS diproduksi oleh *Bureau van Dijk Electronic Publishing, SA* (BvDEP) yaitu sebuah perusahaan penyedia informasi perusahaan dan bisnis yang berpusat di Brussels. Pusat pemasaran BvDEP berada di London dan memiliki kantor cabang diseluruh dunia (Wardani & Hermuningsih, 2011). Kedua, laporan tahunan yang diunduh melalui Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk memperoleh indikator terkait CVD dan *Research and Development Disclosure* (RDD).

Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* dengan tiga kriteria, yaitu: pertama, memiliki laporan keuangan dan laporan tahunan lengkap selama periode 2015 – 2020; kedua, tidak mengalami kerugian selama periode tersebut; ketiga, menyajikan laporan keuangan dalam mata uang rupiah. Periode tahun 2015 – 2020 dipilih karena mencerminkan kondisi terbaru serta sesuai dengan masa transformasi bisnis.

Kajian ini menggunakan satu variabel dependen yaitu laba, dua variabel independen yaitu CVD dan RDD serta dua variabel pengendali yaitu ukuran perusahaan (SIZE) dan total hutang (TD). Untuk mendapatkan nilai laba, diperoleh melalui WVB

*analyst report* yang berasal dari *database* OSIRIS. CVD dihitung dengan skoring 0 – 3 (Ledoux et al., 2014).

Tabel 1. Detail perhitungan variabel independen dan dependen

Variabel	Perhitungan
Dependen <ul style="list-style-type: none"> <li>Laba bersih (LABA)</li> </ul>	Laba bersih
Independen (X <sub>1</sub> ) <i>Customer Value Disclosure</i> (CVD) (Ledoux et al. 2014)	$CVDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$ dimana, CVDI <sub>j</sub> : <i>Customer Value Disclosure Index</i> X <sub>ij</sub> : <ul style="list-style-type: none"> <li>3 : elemen dalam moneter / penjelasan secara angka,</li> <li>2 : elemen diberikan penjabaran saja</li> <li>1 : elemen hanya penjelasan singkat</li> <li>0 : elemen tidak ada pejelasan</li> </ul> N <sub>j</sub> : jumlah item yang diungkapkan.
Independen (X <sub>2</sub> ) <ul style="list-style-type: none"> <li><i>Research and Development Disclosure</i> (RDD) (Ledoux and Cormier 2013)</li> </ul>	$RDDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$ dimana : RDDI <sub>j</sub> : <i>Research and Development Disclosure Index</i> X <sub>ij</sub> : <ul style="list-style-type: none"> <li>3 : elemen dalam moneter / penjelasan secara angka,</li> <li>2 : elemen diberikan penjabaran saja</li> <li>1 : elemen hanya penjelasan singkat</li> <li>0 : elemen tidak ada pejelasan</li> </ul> N <sub>j</sub> : jumlah item yang diungkapkan
Pengendali <ul style="list-style-type: none"> <li>Ukuran perusahaan (SIZE)</li> <li>Total utang (TD)</li> </ul>	Logaritma Natural Total asset (ln_total asset) Logaritma Natural Total utang (ln_total utang)

Sumber: diolah, 2022

RDD dihitung dengan skoring 0 – 3 (Ledoux dan Cormier, 2013). Cara ini berbeda dengan kajian sebelumnya yang menggunakan biaya riset dan pengembangan (Sukiati et al., 2015) atau biaya langsung dan tidak langsung (Setiono dan Hartomo, 2016). Untuk variabel pengendali, ukuran perusahaan (SIZE) dihitung dengan logaritma natural dari total asset (Kristanti & Priyadi, 2016) sedangkan total utang (TD) umumnya dibagi dengan total asset (Hantono, 2016) namun kajian ini menggunakan logaritma natural dari total utang.

Dari variabel di atas, bila diformulasikan akan menjadi persamaan sebagai berikut :

$$LABA = \alpha + \beta_1CVD + \beta_2RDD + \beta_3SIZE - \beta_4TD + \varepsilon$$

Pengungkapan nilai pelanggan (CVD) dapat meningkatkan laba bersih. Hasil yang positif signifikan menunjukkan bila seluruh upaya perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan dapat menguntungkan perusahaan sekaligus memperkuat transformasi bisnis yang berjalan. Demikian juga, hasil positif signifikan pengungkapan aktivitas riset (RDD) terhadap laba bermanfaat proses transformasi bisnis di dalam perusahaan. Secara detail seluruh perhitungan dijelaskan dalam Tabel 1.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian ini menggunakan 211 data setelah dikurangi *outlier* karena adanya nilai laba yang berbeda secara ekstrem diantara perusahaan yang diteliti salah satu contohnya PT Indofarma, Tbk yang mengalami penurunan laba sebesar 99,6% dari tahun 2019 ke 2020 karena kenaikan beban pajak. Alasan kedua yaitu banyak nilai nol dalam skor pengungkapan karena tidak adanya informasi di dalam laporan tahunan perusahaan.

Uji asumsi klasik melewati empat tahap yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas dan uji autokorelasi dengan hasil tampak dalam Tabel 2. Berdasarkan Tabel 2, nilai probabilitas 0,189 > 0,05 artinya data berdistribusi normal.

Tabel 2. Uji normalitas

Uji	Statistik	Probability
<i>Kolmogorov-Smirnov</i>	0,071	0,189

Sumber: data diolah, 2022

Tabel 3. Uji heteroskedastisitas

Variabel	t-statistik	Probability	Hasil
CVD	-0,893	0,403	Tidak terjadi heteroskedastisitas
RDD	-0,320	0,749	Tidak terjadi heteroskedastisitas
SIZE	0,770	0,443	Tidak terjadi heteroskedastisitas
TD	-0,857	0,393	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: data diolah, 2022

Tabel 4. Uji multikolinearitas

Variabel	Statistic	
	Tolerance	VIF
<b>CVD</b>	0,809	1,236
<b>RDD</b>	0,985	1,015
<b>SIZE</b>	0,107	9,353
<b>TD</b>	0,115	8,700

Sumber: data diolah, 2022

Tabel 5. Uji autokorelasi

Uji	Signifikansi
<i>Run test</i>	0,001

Sumber: data diolah, 2022

Dari Tabel 2 hingga Tabel 5 diperoleh hasil data berdistribusi normal ( $p > 0,05$ ), tidak terjadi masalah heteroskedastisitas ( $probability > 0,05$ ) dan multikolinearitas ( $Tolerance < 0,10$  dan  $VIF < 10$ ) namun terjadi masalah autokorelasi karena signifikansi dengan *run test* bernilai  $0,001 < 0,05$  namun penelitian tetap masih dapat dilanjutkan karena autokorelasi lebih sesuai untuk data time series (Basuki & Prawoto 2017)

Tabel 6. Hasil perhitungan skala *Customer Value Disclosure (CVD)*

No	Deskripsi Elemen	Skor
1	Keunggulan kompetitif Keunggulan yang di tampilkan dan di klaim lebih baik dibandingkan pesaing contohnya kualitas layanan terbaik, keamanan produk lebih baik, teknologi termuktahir, keunggulan berinovasi, ketahanan produk,	0,07
2	Reliabilitas : kesalahan produk / produk retur Kesalahan produk termasuk antisipasi untuk meminimalkan kesalahan contohnya pengujian secara berkala.	0,00
3	Harga Informasi mengenai harga termasuk kenaikan / penurunannya.	0,00
4	Waktu pengantaran Komitmen perusahaan untuk memberikan pelayanan antar yang optimal contohnya pembagian zona transportasi.	0,01
5	Penghargaan yang diterima Penghargaan yang diraih dari pihak ketiga khusus terkait dengan produk contohnya Indonesia Best Brand, Top Brand Index, WOW brand	0,25
6	Keamanan produk Komitmen perusahaan untuk selalu menjaga keamanan produk termasuk sertifikasi, standarisasi yang diikuti contohnya BPOM, SNI. Bila terkait jasa dapat berupa ketaatan mengikuti protokol kesehatan contohnya protokol kesehatan Covid 19 untuk jasa hotel.	0,02
7	Siklus hidup produk (diluncurkan, tumbuh, dewasa, turun) Peluncuran produk baru termasuk produk yang dihentikan produksinya.	0,14
8	Iklan dan promosi produk Aksi promosi dan iklan yang dilakukan termasuk partisipasi perusahaan pada event tertentu.	0,17
9	Profil / segmentasi / pangsa pasar / jumlah pelanggan Segmentasi yang di tetapkan perusahaan untuk produk yang dihasilkan termasuk pangsa pasar produk tersebut di masyarakat.	0,20
10	<i>Pre-sales</i> : informasi / konsultasi / pengecekan order Komitmen perusahaan untuk memberikan informasi seluas	

	mungkin kepada konsumen termasuk fasilitas yang diberikan contohnya layanan informasi 24 jam, pengadaan seminar.	0,07
11	<i>After-sales</i> : perbaikan / asuransi / perawatan Komitmen perusahaan untuk melayani konsumen setelah pembelian contohnya keluhan setelah pembelian termasuk	0,09
12	infrastruktur yang dibangun contohnya penambahan gerai / outlet. Kepuasan pelanggan / komplain kepada manajemen	
13	Komitmen untuk selalu menjaga keinginan kosumen termasuk penghargaan atas kepuasan, survey kepuasan terhadap produk	0,00
14	Loyalitas pelanggan Informasi mengenai loyalitas dari konsumen	0,00
15	Program loyalitas Program yang diluncurkan khusus untuk bagi para pelanggan tertentu contohnya diskon harga, program keanggotaan, komunitas tertentu, kemudahan untuk kredit.	0,01
	<i>Order backlog</i> Informasi mengenai pekerjaan untuk menyelesaikan produk yang telah direncanakan contohnya pembangunan kompleks perkantoran.	0,00

Sumber : diolah, 2022

Tabel 7. Hasil perhitungan *Research and Development Disclosure* (RDD)

No	Deskripsi item	skor
1	Pengeluaran riset Jumlah pengeluaran dana untuk membiayai riset dan pengembangan	0,547
2	Deskripsi dari pengembangan produk (merek / paten / hak cipta / lisensi ) Pengembangan produk termasuk kerjasama pengembangan dengan pihak ketiga.	0,022
3	Produk percobaan / simulasi / advance training Fasilitas yang dibangun untuk menciptakan produk untuk diuji coba.	0,022
4	Penghargaan / capaian aktivitas riset / Keluaran hasil riset Penghargaan dari pihak ketiga karena capaian hasil riset dan pengembangan contohnya penghargaan dari Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI)	0,007
5	Aktivitas lain dari riset Komitmen, strategi dalam riset dan pengembangan serta alokasi dana untuk membiayai riset yang dilakukan oleh pihak ketiga.	0,401

Sumber : diolah, 2022

Tabel 6 merupakan persentase jumlah item yang diungkapkan perusahaan. Hasilnya, 25% item yang banyak diungkapkan yaitu mengenai penghargaan yang diterima contohnya Most Valuable Indonesia Brand yang diraih PT Tunas Ridean, Tbk, Halal Top Brand yang diraih PT Nippon Indosari Corporindo, Tbk, Top Brand Award

yang diraih PT Sekar Laut, Tbk. Diurutan kedua sebesar 20% yaitu segmentasi produk contohnya segmentasi produk untuk pasar ekspor yang diungkapkan oleh PT Astra Agro Lestari, Tbk, segmentasi untuk produk anak dan dewasa yang diungkapkan oleh PT Sekar Laut, Tbk. Diurutan ketiga sebesar 17% yaitu pengungkapan iklan dan promosi contohnya promosi pada Turnamen Golf yang diungkapkan PT Multi Bintang Indonesia, Tbk, iklan dengan memanfaatkan popularitas kartun Upin & Ipin untuk produk pasta gigi dan vitamin anak yang diungkapkan PT Millenium Pharmacom International, Tbk.

Tabel 7 merupakan persentase jumlah item yang diungkapkan perusahaan. Hasilnya, 54,7% item yang banyak diungkapkan yaitu besaran biaya riset yang dibebankan oleh perusahaan. Diurutan kedua sebesar 40,1% yaitu aktivitas lain dari riset contohnya pembagian bidang riset menjadi empat pilar yaitu riset dibidang pemuliaan tanaman, kesuburan tanah, hama dan penyakit serta pengembangan laboratorium penunjang yang diungkapkan oleh PT Astra Agro Lestari, Tbk, komitmen untuk mengembangkan produk-produk sesuai dengan keadaan pandemik yang diungkapkan oleh PT Astra Otoparts, Tbk, inisiatif untuk mengembangkan formula alternatif untuk menekan jumlah kematian ayam yang diungkapkan oleh PT Japfa Comfeed Indonesia, Tbk. Diurutan ketiga sebesar 2,2% item yang diungkapkan pada kategori produk percobaan contohnya pengembangan Double Safety Valve yang diungkapkan PT Tigaraksa Satria, Tbk dan kategori deskripsi dari pengembangan produk contohnya penerapan pola pengembangan ayam dengan sistem perkandangan *close house* yang diungkapkan PT Japfa Comfeed Indonesia, Tbk.

Untuk menjelaskan pengaruh dan arah variabel independen ke variabel dependen, maka dijabarkan dalam tabel berikut :

Tabel 8. Uji Hipotesis

Variabel	Koefisien	Prediksi	Signifikansi	Hasil
<b>Konstanta</b>				
CVD	0,010	( + )	0,893	Tidak Signifikan
RDD	3,075	( + )	0,001*	Signifikan
SIZE	1,393		0,000*	Signifikan
TD	-0,325		0,058***	Signifikan
<i>Adjusted R Square</i>			0,697	
Variabel dependen : laba bersih				
Tingkat signifikansi : 1% (*), 5% (**), 10% (***)				

Sumber : diolah, 2022

Dari Tabel 8 diatas, terdapat dua pembahasan yang dapat diuraikan yaitu :

a. Koefisien determinasi.

Hasil pengujian menunjukkan nilai *adjusted R-Square* sebesar 0,697, artinya CVD, RDD beserta dua variabel pengendali mampu menjelaskan terjadinya laba bersih sebesar 69,7% sedangkan sisanya sebesar 30,3% dijelaskan oleh faktor lainnya.

b. Uji hipotesis.

Uji hipotesis pertama menunjukkan CVD tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih (*p value* 0,893 > 0,05) sehingga hipotesis pertama ditolak ( $H_1$  ditolak). Hasil pengujian ini menunjukkan indikator harapan pelanggan yang berhasil diraih dan



diungkapkan tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Upaya perusahaan untuk menambah jumlah varian produk, kemampuan meraih *Top Brand Award*, iklan di beragam media serta selalu konsisten menjaga keamanan produk, belum tentu menciptakan laba bersih. Hasil ini mengindikasikan seluruh upaya tersebut membutuhkan waktu yang panjang untuk melekat di benak konsumen. Indikasi lain yaitu adanya faktor lain yang lebih mempengaruhi penjualan contohnya regulasi ketat pemerintah yang dihadapi PT Delta Djakarta Tbk untuk penjualan bir, membanjirnya produk impor *sweetener* yang dialami PT Budi Starch & Sweetener Tbk, serta terjadinya kasus perdana Covid 19 hingga menurunkan penjualan seluruh perusahaan. Untuk itu di tahun 2020, perusahaan mempersiapkan berbagai program pemasaran baru contohnya layanan *delivery* dalam waktu 3 jam yang dilakukan PT Erajaya Swasembada Tbk, pemesanan secara online dan diteruskan kepada mitra terdekat dengan konsumen yang dilakukan oleh PT Nippon Indosari Corporindo Tbk, serta seremoni *digital* yang dilakukan PT Merk Tbk, untuk mendekatkan diri dengan konsumen melalui diskusi isu kesehatan dan sains.

Uji hipotesis kedua menunjukkan RDD berpengaruh positif signifikan terhadap laba bersih ( $p\ value\ 0,001 < 0,05$ ) sehingga hipotesis kedua diterima ( $H_2$  diterima). Hasil ini sejalan dengan kajian Nekhili et al., (2016) serta menegaskan bila aktivitas ini tidak hanya bermanfaat untuk investor atau calon investor (Sukiati et al., 2015) dan analisis sekuritas (Ho et al., 2007; Merkley, 2014) namun juga bagi manajer dan direksi yang menjalankan perusahaan. Hasil ini juga mengindikasikan seluruh aktivitas termasuk biaya riset yang dialokasikan setiap tahun direspon positif oleh pelanggan sehingga dapat meningkatkan penjualan. Aktivitas riset seperti pemuliaan tanaman dan duplikasi bibit unggul yang dilakukan PT Astra Agro Lestari Tbk, pengembangan produk berbasis kedelai yang dilakukan PT Akasha Wira International Tbk, pengembangan *biosecurity* dan pakan ikan serta udang di Cianjur yang dilakukan PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, mampu meningkatkan penjualan dan laba. Selain itu alokasi biaya riset sekitar 0,16% - 0,18% yang dikeluarkan oleh PT Mayora Indah Tbk, 5,7% - 8,0% yang dikeluarkan oleh PT Unilever Tbk dari penjualannya sepanjang tahun 2015 – 2020 memberikan dampak positif bagi peningkatan laba.

Hasil pengujian dua variabel pengendali juga menunjukkan ukuran perusahaan positif signifikan ( $p\ value\ 0,000 < 0,05$ ) terhadap laba, artinya semakin besar total asset yang dimiliki maka perusahaan memiliki peluang menciptakan penjualan dan laba. Selain itu total utang berpengaruh negatif signifikan ( $p\ value\ 0,058 < 0,10$ ) terhadap laba artinya perusahaan memiliki banyak hambatan menciptakan laba bila beban utang semakin besar baik dari jumlah pokok utang maupun beban bunganya.

Rangkuman dari pengujian yang telah dilakukan, maka terdapat tiga poin utama yang dapat diamati. Yaitu, pertama, pada era transformasi bisnis hanya RDD yang dapat diunggulkan dalam mencetak laba. Aktivitas riset beserta biaya riset menjadi salah satu cara perusahaan untuk menjadikan bisnis lebih baik khususnya di era selama sebagian Covid-19 walaupun sebagian perusahaan menolaknya karena alokasi biaya yang dapat menjadikan perusahaan merugi, bahkan berpotensi mengurangi nilai perusahaan di mata investor.

Kedua, pada era transformasi saat ini maupun di masa datang, kemampuan perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan bukan lagi menjadi tujuan utama, namun menjadi sebuah kewajiban karena persaingan yang kompetitif ditambah penurunan daya beli serta inflasi yang akan muncul di masa datang. Untuk karena itu, perusahaan harus meningkatkan strategi atau cara baru (contohnya lebih banyak

menggunakan selebgram sebagai *brand ambassador* saat iklan dibandingkan artis ibukota), karena atensi konsumen tidak lagi tertuju kepada televisi namun media sosial seperti Youtube dan Instagram. Contoh lain, waktu pengantaran produk dan pembayaran lebih cepat dan instan sehingga perusahaan sebaiknya menciptakan aplikasi khusus di *google playstore* untuk menjual produknya atau bekerjasama dengan aplikasi *marketplace*. Ketiga, pengelolaan utang yang baik dan penambahan asset tetap menjadi kunci keberhasilan menciptakan laba. Kemampuan perusahaan untuk mendapatkan *cost of equity* yang rendah, tenor pelunasan utang yang tidak memberatkan serta asset yang produktif tetap merupakan faktor pendukung keberhasilan menciptakan laba.

## KESIMPULAN

Terdapat dua simpulan dari riset yang telah dilakukan tersebut, yaitu: pertama, RDD dapat menciptakan laba sehingga peningkatan aktivitas pada era transformasi sangat dibutuhkan; kedua, pemenuhan harapan pelanggan melalui CVD ternyata masih belum mampu menciptakan laba karena beragam faktor, misalnya regulasi, banyaknya persaingan dari produk impor, serta kondisi pandemi Covid-19. Adapun keterbatasan dari kajian ini ialah seluruh pengungkapan yang dinilai tidak dapat mencerminkan keadaan sesungguhnya di dalam perusahaan, khususnya pada perhitungan RDD karena aktivitas ini bersifat rahasia sehingga rawan diketahui oleh pesaing. Oleh sebab itu, terdapat saran yang dapat dilakukan pada riset lanjutan agar menghasilkan riset yang lebih baik, yaitu: diperlukan tambahan pengungkapan biaya terkait aktivitas CVD dengan contoh biaya marketing, dan biaya penjualan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini merupakan pengembangan dari disertasi penulis. Untuk itu, ucapan terima kasih diberikan kepada Prof. Ir. Roy H.M Sembel, MBA, Ph.D., CSA., CIB sebagai *promotor*, Dr. Khomsiyah, Ak., CA dan Dr. Yvonne Augustine Sudiby, Ak., MM., CMA sebagai *co-promotor*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Basry, A. & Malays, E. (2017). Implementasi Co-Location Server Pada Data Center (Studi Kasus Di Perusahaan Eksplorasi MIGAS). *Ikraith-Informatika* 1(1), 56–61.
- Basuki, A.T., dan Prawoto, N. (2017). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi Dan Bisnis (Dilengkapi Aplikasi SPSS & Eviews)*.
- Finansyah, F.F., & Gunawan, J. (2019). Analisis Perbedaan Perilaku Pelanggan dan Pengguna Media Sosial Maskapai Penerbangan Low-Cost Indonesia. *Jurnal Sains Dan Seni ITS* 8(2).
- Hantono. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Total Hutang, Current Ratio, Terhadap Kinerja Keuangan Dan Harga Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil* 6(1), 35–44.

- Ho, L.C.J., Liu, C.S., & Schaefer, T.F. (2007). Analysts' Forecast Revisions and Firms' Research and Development Expenses. *Review of Quantitative Finance and Accounting* 28(3), 307–326.
- Jamil, A.M. (2019). Analisis Implementasi Transformasi Bisnis Peternakan Terhadap Kinerja PT Berdikari ( PERSERO ). *Jurnal Manajemen Dan Organisasi (JMO)* 10(1), 13–23.
- Kristanti, E. W., & Priyadi, M. (2016). Pengaruh Good Corporate Governance Sebagai Pemoderasi Hubungan Manajemen Laba Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi* 5, 1–16.
- Lamsihar, A.T., & Huseini, M. (2019). Transformasi Budaya Dan Inovasi Perusahaan BUMN. *Inovbiz : Jurnal Inovasi Bisnis* 7, 64–70.
- Ledoux, M.J., & Cormier, D. (2013). Market Assessment of Intangibles and Voluntary Disclosure about Innovation: The Incidence of IFRS. *Review of Accounting and Finance* 12(3), 286–304.
- Ledoux, M.J., Cormier, D., & Houle, S. (2014). Customer Value Disclosure and Analyst Forecasts: The Influence of Environmental Dynamism. *Management Decision* 52(3), 460–81.
- Marcellina, R.K.M., & Soeroto, W.M. (2022). Analisis Akuisisi Bank Royal Oleh BCA Melalui Perbandingan Rasio Keuangan Dan Uji Hipotesis Statistik. *Sebatik* 26(1), 17–25.
- Maulana, K.T., & Papatungan, I.V. (2022). Pengembangan Model Ide Bisnis Startup JavaHands Menggunakan Pendekatan Lean Startup. *Automata* , 3 (3).
- Maulina, E., & Hendrayani, C. (2018). 7Ss McKinsey Model to Responding Milleneal Customer Buying Behaviour at PT Rabbani Hypno Fashion. *AdBispreneur : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan* 3(3), 219–27.
- Merkley, K.J. (2014). Narrative Disclosure and Earnings Performance: Evidence from R&D Disclosures. *Accounting Review* 89(2), 725–57.
- Nastain, M. (2017). Branding Dan Eksistensi Produk (Kajian Teoritik Konsep Branding Dan Tantangan Eksistensi Produk). *Channel* 5(1), 14–26.
- Nekhili, M, *et.al.* (2016). R&D Narrative Disclosure, Corporate Governance And Market Value: Evidence From France. *The Journal of Applied Business Research* 32(1), 2016.
- Novianti, Endri., and Darlius. (2018). Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualiatas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *MIX : Jurnal Ilmiah Manajemen* VIII(1), 90–108.
- Orens, R., Aerts, W., & Lybaert, N. (2013). Customer Value Disclosure and Cost of Equity Capital. *Review of Accounting and Finance* 12(2), 130–47.
- Pane, Z.I., Sembel, R., & Agustine, Y. (2021). Street Earnings as a Mediator of the Effect of Intellectual Capital Disclosure, Customer Value, and Research Development Activities on Firm Value. *Technium Social Sciences Journal* 25, 242–59.

- Rosari, R. *et.al.* (2022). Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Pengelolaan Keuangan BUMDES Di Era Digitalisasi. *Owner : Riset & Jurnal Akuntansi* 6(3), 2921–30.
- Setiono, A.P., & Hartomo, D.D. (2016). R&D, Nilai Perusahaan Dan Karakteristik Perusahaan. *Fokus Manajerial* 14(2), 39–50.
- Steiber, A & Alänge, S. (2020). Corporate-Startup Collaboration: Effects on Large Firms' Business Transformation. *European Journal of Innovation Management* 24(2), 235–57.
- Sukiati, W., Nuryani, N., & Leviany, T. (2015). Pengaruh Modal Intelektual, Kinerja Keuangan, Investasi Pada Riset dan Pengembangan Terhadap Nilai Perusahaan (Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei). *Jurnal ASET (Akuntansi Riset)* 7(2), 29.
- Sulistiana, I. (2017). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Rasio Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi* 4(2), 65–74.
- Umaran, T., Perdana, T., Kurniadie, D., & Parikesit, P. (2022). Co-Creation Approach in Designing a Sustainable Coffee Supply Chain (a Case in Bandung Regency, West Java, Indonesia). *Sustainability (Switzerland)* 14(1), 1–13.
- Wardani, D.K., & Hermuningsih, S. (2011). Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan dan Kebijakan Hutang Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Siasat Bisnis* 15(1), 27–36.
- Widharto, P., Suhatman, Z., & Aji, R.F. (2022). Measurement of Information Technology Governance Capability Level: A Case Study of PT Bank BBS. *Telkomaika (Telecommunication Computing Electronics and Control)* 20(2), 296–306.
- Widiiswa, R.A., Prihambudi, H., & Kosasih, A. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Aktivitas Perpajakan (Penggunaan Layanan Daring, Intensitas Layanan Administrasi Pajak & Perilaku Kepatuhan Pajak). *Jurnal Kajian Ilmiah Perpajakan Indonesia* 2(2), 160.