

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis yang semakin maju dan modern membuat persaingan antara perusahaan semakin ketat, sehingga perusahaan perlu meningkatkan kemampuan yang dimiliki untuk memperoleh keunggulan dalam bersaing. Daya saing suatu negara dapat ditentukan dari kemampuan industri dalam melakukan pengembangan inovasi (Porter, 2011). Inovasi memiliki peran dalam meningkatkan daya saing sebuah negara dan menjadi aspek penting bagi industri untuk memperoleh keunggulan dalam bersaing. Dalam kompetitif global saat ini, inovasi sangat perlu dilakukan oleh perusahaan dengan menciptakan ide baru, proses baru, produk baru, dan rangka meningkatkan kualitas bisnis. Dari kegiatan inovasi, perusahaan dapat mendapatkan beberapa keunggulan yang dibutuhkan untuk berkembang, tetap kompetitif, berkontribusi pada pembangunan ekonomi nasional, dan peningkatan kinerja dalam hal keuangan (Wijaya, Qurratu'aini, & Paramastri, 2019).

Tanpa adanya inovasi perusahaan tidak akan dapat bertahan lama. Hal ini disebabkan kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan berubah-ubah. Pelanggan tidak selamanya akan mengkonsumsi produk yang sama. Pelanggan akan mencari produk lain dari perusahaan lain yang dirasakan dapat memuaskan kebutuhan mereka. Untuk itulah diperlukan adanya inovasi terus menerus jika perusahaan ingin bertahan lebih lanjut dan tetap berdiri dengan usahanya (Larsen & Lewis, 2007). Perusahaan yang tidak melakukan inovasi artinya tidak mampu

menyelamatkan bisnisnya. Perusahaan yang cepat puas dengan keberhasilan saat ini cenderung akan gagal dalam merencanakan kegiatan bisnis selanjutnya sehingga gagal pula mendapatkan laba di masa depan. Sebagai contoh, Nokia pernah menjadi *leader* bagi semua perusahaan ponsel yang ada di dunia. Pada tahun 2011 ketika Google sudah mengembangkan perangkat lunak Android, Nokia dengan tetap bersikeras untuk mempertahankan Symbian sebagai sistem operasi gawainya sementara Sony dan Samsung sudah beralih menggunakan Android. Kegagalan tersebutlah yang Nokia alami dan membuat bisnisnya harus terpuruk.

Saat ini, di mana pasar penjualan sudah mulai bergerak ke pasar pembeli, peran inovasi tampak semakin penting dan sangat menentukan untuk bisa memenangkan persaingan. Sedangkan pada abad dua puluh satu, yang bisa dikatakan sebagai era globalisasi yang sesungguhnya, peran inovasi tentunya akan lebih penting dan menentukan lagi, meskipun formatnya tampak sedikit berbeda karena adanya pergeseran pasar dari pasar lokal dan regional ke pasar global. Seperti telah diketahui bahwa pasar global tidak hanya menghasilkan persaingan yang lebih ketat tetapi juga lebih tidak berpola dan kompleks dengan diwarnai perkembangan teknologi informasi yang pesat, sebagai pasar persaingan sempurna.

Korea Selatan yang merupakan salah satu negara di benua ASIA dengan tingkat inovasi tertinggi, bahkan berdasarkan *Bloomberg Innovation Index 2021*, Korea Selatan berada di urutan pertama sebagai negara dengan ekonomi paling inovatif mengalahkan Amerika dan China yang merupakan ekonomi terbesar di

dunia. Korea Selatan yang mendapat peringkat teratas dalam paten, membanggakan portofolio manufaktur kelas dunia yang dihuni oleh merek global seperti Samsung, Hyundai, LG, dan SK. Secara sektoral, Korea Selatan adalah pemimpin global dalam semikonduktor, perangkat dan kapal digital, dan pemain penting dalam otomotif, elektronik konsumen, petrokimia, dan bahkan produk budaya populer. Korsel menjadi negara pertama yang meluncurkan jaringan nirkabel 5G di seluruh negeri dan merupakan rumah bagi dunia startup.

Contoh inovasi yang dilakukan di Indonesia yaitu robot RAISA. Robot ini merupakan hasil kolaborasi antara Institut Teknologi Sepuluh Nopember dan Universitas Airlangga. Dua kampus ini saling bekerja sama untuk membuat Robot medis yang diberi nama RAISA (Robot Medical Assistant). Dimana teknologi dapat membantu pasien dalam memenuhi kebutuhannya. Seperti obat, makanan, alat pelindung diri, dan lain sebagainya. Selain itu, robot ini bisa dikendalikan dari jarak jauh dengan menggunakan *joystick*. Ada juga robot buatan UNESA ini dilengkapi dengan tujuh fitur keunggulan. Dimana fitur-fitur tersebut dapat membantu para petugas medis data menangani pasien Covid-19. Adapun fungsi dari robot ini sendiri yaitu dapat berkomunikasi dua arah, dapat mengukur suhu dengan jarak 5 meter (maksimal), terapi music, rak pembawa logistic, dan *oxymeter wireless*.

Tabel 1. 1 Skor Kemampuan Inovasi Negara ASEAN

Negara	Kemampuan Inovasi				
	2015	2016	2017	2018	2019
ASEAN					
Indonesia	56	57	57	37	38
Malaysia	69	67	67	55	55
Filipina	50	49	47	37	38
Singapore	74	76	76	75	75
Thailand	49	49	50	42	44
Vietnam	46	47	47	33	37

Sumber : World Economic Forum Report 2015-2019 (diolah)

Dalam penilaian indeks daya saing global terdapat 12 pilar yang menjadi penilaian salah satunya yaitu kemampuan inovasi, di mana Indonesia dalam kemampuan inovasi mendapatkan skor yang kurang baik bisa terlihat pada tabel di atas. Berdasarkan laporan yang dikeluarkan *Global Innovation Index* tahun 2021, Indonesia berada di peringkat 87 dari 132 negara, posisi tersebut bahkan mengalami penurunan yang sebelumnya berada di peringkat 85 dari 131 negara dan tidak mengalami perbuahan sejak 2018 yang berada di peringkat 85 dari 129 negara dan tahun 2019 di peringkat 85 dari 124 negara. Laporan tersebut menjelaskan bahwa selama 4 tahun terakhir, tingkat inovasi di negara Indonesia tidak mengalami perubahan.

Untuk menghadapi lingkungan yang semakin kompetitif, keberhasilan perusahaan dalam berinovasi dapat dilihat dari kemampuan perusahaan memperkenalkan produk baru ke pasar (Delgado-Verde et al., 2020). Untuk memperkenalkan produk baru perusahaan perlu meningkatkan kemampuan inovasi yang dimiliki untuk mempertahankan usaha yang dijalani. Banyak jenis

indikator yang digunakan untuk mengukur inovasi, termasuk survei, langkah-langkah yang terkait dengan masukan inovasi (misalnya penelitian dan pengembangan), dan langkah-langkah yang terkait dengan keluaran inovasi (misalnya paten) (Greenhalgh & Rogers, 2010). Untuk mencapai keberhasilan inovasi, perusahaan memerlukan strategi yang mapan, ukuran perusahaan yang memadai, dan adanya kegiatan *Research and Development* (R&D) dalam perusahaan (Becheikh, Landry & Amara, 2006). Penelitian dan pengembangan (*Research and Development*) internal memiliki kontribusi penting terhadap keunggulan kompetitif perusahaan, sehingga perusahaan perlu memiliki pengetahuan yang luas. Dalam konteks negara maju, terdapat banyak perusahaan memiliki sumber daya yang unggul (baik keuangan dan non-keuangan), sehingga membuat perusahaan menggunakan R&D internal sebagai ciri dari aktivitas inovasi yang dilakukan atau dengan kata lain aktivitas inovasi yang dilakukan berbasis *Research and Development*.

Dalam melaksanakan kegiatan penelitian dan pengembangan (*Research & Development*) membutuhkan dana atau biaya. Besar kecilnya kegiatan penelitian dan pengembangan yang diusung oleh perusahaan tergantung dari biaya atau dana yang dialokasikan perusahaan terhadap kegiatan tersebut. Biaya penelitian dan pengembangan (*Research & Development*) menjadi salah satu biaya bisnis yang wajib perusahaan anggarkan dalam perencanaan manajemen pembiayaan bisnisnya, karena pembiayaan ini sangat penting dalam proses penelitian dan pengembangan produk. Biaya *Research and Development* sendiri berfungsi untuk menciptakan maupun mengembangkan inovasi terbaru terkait produk atau

layanan perusahaan. Kinerja perusahaan merupakan salah satu faktor penting dalam pelaksanaan program-program untuk inovasi perusahaan. Adapun kinerja perusahaan yang diduga mempengaruhi inovasi perusahaan (*corporate innovation*) di antaranya adalah profitabilitas, *growth*, *leverage*, kebijakan dividen, dan *board gender diversity*.

Salah satu faktor yang mempengaruhi yang mempengaruhi *corporate innovation* yaitu *board gender diversity* (keragaman gender). Hampir tidak ada penelitian yang menyelidiki dampak keragaman gender pada inovasi perusahaan dalam konteks pasar negara berkembang. Sebaliknya, studi yang ada berfokus pada dampak keragaman ruang rapat pada hasil keuangan perusahaan, seperti kinerja atau nilai pasar. Saat ini, terlepas dari kenyataan bahwa ketidaksetaraan gender masih ada dan bertahan di Indonesia, namun semakin berkurang. Ini menunjukkan bahwa peluang bagi pria dan wanita menjadi lebih setara. Kecenderungan yang serupa dapat dilihat pada peran perempuan yang semakin meluas dalam angkatan kerja. Perempuan diberi kewenangan lebih selama pemerintahan Presiden Joko Widodo 2014-2019 berkat undang-undang yang menetapkan kuota 30% bagi perempuan dalam politik. Pemerintah Indonesia berfokus pada empat sektor utama, termasuk pendidikan, kesehatan, ketenagakerjaan, dan yang terkait dengan pencegahan kekerasan, sebagai pengakuan atas peran penting perempuan dalam pembangunan. Untuk mengatasi masalah pemberdayaan perempuan dan kesetaraan gender dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan, khususnya tujuan kelima, yaitu

kesetaraan gender, telah disusun pula inisiatif-inisiatif strategis. (kemenkopmk, 2019).

Keragaman dewan terkait gender telah menjadi perhatian pemerintah di seluruh dunia. Komposisi gender dewan telah mendapatkan perhatian besar selama dekade terakhir sehubungan dengan meningkatnya tekanan peraturan pada perusahaan untuk mengatasi kurangnya perwakilan perempuan di ruang dewan. Beberapa negara seperti Norwegia, Prancis, dan Italia telah memberlakukan kuota gender. Di Prancis, sejak diundangkan pada tahun 2011, undang-undang tentang keterwakilan perempuan dan laki-laki yang seimbang di dewan perusahaan dan pengawas, yang dikenal sebagai “*Undang-Undang Copé-Zimmermann*”.

Membawa lebih banyak perempuan ke eselon atas menyiratkan bahwa keputusan strategis akan dievaluasi dari perspektif pragmatis yang berbeda yang mempengaruhi pengeluaran penelitian dan pengembangan yang lebih tinggi (Post & Byron, 2015). Literatur yang ada menunjukkan bahwa direktur perempuan meningkatkan efektivitas tata kelola internal karena representasi perempuan yang lebih besar di dewan dikaitkan dengan lebih banyak upaya pemantauan, peningkatan pengungkapan publik dan keinformatifan harga saham, kemandirian dan aktivisme dewan yang lebih besar, dan pertimbangan dewan yang lebih baik tentang isu-isu kompleks. Dengan demikian, masuk akal bahwa jika direktur wanita membantu mengurangi masalah perusahaan dan dapat mendorong inovasi perusahaan dengan memberikan pemantauan yang efektif (Chen, Leung, & Evans, 2018).

Selanjutnya faktor lain yang mempengaruhi *corporate innovation* yaitu profitabilitas. Sangat penting untuk menentukan apakah suatu perusahaan telah mengelola operasinya secara efektif dengan menggunakan profitabilitas sebagai salah satu tolak ukur untuk menghitung jumlah laba. Menghasilkan keuntungan sebanyak mungkin adalah tujuan utama perusahaan. Profitabilitas merupakan konsep yang menghubungkan antara pendapatan dengan beban (Martono & Harjito, 2010). Sementara itu, profitabilitas dapat digunakan oleh bisnis untuk mengukur seberapa baik kinerja manajemen mereka. Tujuan perusahaan akan tercapai dengan memiliki kapasitas untuk menghasilkan pendapatan dengan memanfaatkan semua sumber dayanya. Sebagai contoh Samsung Electronics membukukan kenaikan laba operasi 53% dalam kuartal keempat 2021 di tengah pandemi COVID-19. Untuk chip memori, diperkirakan permintaan server akan tumbuh karena peningkatan investasi teknologi informasi dan prosesor komputer inti tinggi baru, sementara permintaan chip seluler kemungkinan akan meningkat karena peningkatan model berkemampuan 5G (Kontan, 2022). Perusahaan memiliki potensi untuk menghasilkan pendapatan yang signifikan dari pengguna semua sumber dayanya.

Profitabilitas perusahaan adalah fungsi dari biaya dan pendapatan (Pettersson dan Segerstedt, 2013). Perusahaan memiliki sumber modal internal yang cukup besar jika memperoleh laba yang besar, sehingga perusahaan dapat mengalokasikan dananya untuk membuat inovasi perusahaan. Ada alasan mengapa inovasi memiliki hubungan positif dengan profitabilitas. Perusahaan yang inovatif dapat memiliki tingkat profitabilitas yang lebih tinggi karena

produk baru mereka menciptakan pasar baru atau menawarkan manfaat eksplisit atas produk yang ada di pasar yang sudah mapan sehingga produk ini mampu mendapatkan harga premium, menghasilkan pertumbuhan penjualan dengan margin yang lebih tinggi (Ulhoi, 2012). Khachoo dan Sharma, (2017) adanya pengaruh positif antara profitabilitas terhadap *corporate innovation*. Hal ini disebabkan oleh inovasi perusahaan yang berisiko lebih baik didanai dengan profitabilitas yang cenderung tidak berisiko dibandingkan pendanaan eksternal.

Faktor selanjutnya yaitu *sales growth*. Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) salah satu indikator kinerja terpenting untuk menggambarkan daya saing industri, peluang pasar dan bagaimana perusahaan diposisikan secara strategis untuk menambah nilai, kemampuan perusahaan untuk melanjutkan aktivitasnya dan kinerja relatif perusahaan di antara perusahaan sejenis. Analisis pertumbuhan penjualan dapat membantu melihat perubahan akhir dalam strategi perusahaan dan penetapan harga saham (Serra & Fávero, 2017). Di enam negara Amerika Latin (Argentina, Brasil, Chili, Kolombia, Meksiko, dan Peru) antara 2012 dan 2015. Pertumbuhan penjualan disebabkan oleh faktor perusahaan, industri, dan negara dengan 77,2% untuk faktor industri, perusahaan 16,1% dan 6,7% untuk negara (Favero et al, 2018).

Perusahaan dengan inovasi berdasarkan aktivitas R&D menunjukkan tingkat pertumbuhan penjualan yang lebih tinggi (Spescha & Woerter, 2018). Dengan melihat data penjualan dimasa lalu, perusahaan dapat mengoptimalkan sumber daya yang ada. Penjualan suatu produk dipengaruhi oleh inovasi dan keunikan produk itu sendiri. Hal ini terjadi karena kapasitas perusahaan untuk melakukan

penelitian dan pengembangan meningkat seiring dengan kapasitasnya untuk mengembangkan dan mengirimkan barang-barang yang cukup inovatif untuk memenuhi kebutuhan pasar (Darmawan, Suharyono, & Iqbal, 2015).

Miscrosoft sebagai sebuah perusahaan inovatif mengakui bahwa *sales growth* merupakan sebuah indikator peningkatan harga saham perusahaan karena meningkatnya penjualan sekaligus menandakan peningkatan laba. Ketika *sales growth* positif meningkat, perusahaan juga harus meningkatkan aset, rangkaian produk yang ada, atau bahkan gaji karyawan. Dengan begitu, perusahaan dapat tetap berkembang dan bersaing di pasar yang ada (Wilson & Storz, 2022). Dalam kaitannya dengan *corporate value* yang mengindikasikan *corporate innovation*, *sales growth* dalam penelitian Tarmidi et al, (2020) menemukan pengaruh positif pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut menjelaskan bahwa informasi *sales growth* perusahaan pertambahan direspon positif oleh pasar sehingga meningkatkan nilai saham perusahaan di pasar. *Sales growth* merupakan kinerja manajemen dalam meningkatkan operasional perusahaan, yang juga dapat memberikan informasi prediksi omzet usaha di masa yang akan datang. Dengan hasil tersebut manajemen dapat terdorong untuk meningkatkan omset setiap periode sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan karena adanya respon positif dari investor yang akan mendapatkan umpan balik terhadap peningkatan nilai investasi pada perusahaan yang mendukung peningkatan laba, dan kegiatan operasional perusahaan.

Selanjutnya yang mempengaruhi *corporate innovation* yaitu *leverage*. Perusahaan dapat memperoleh dana melalui hutang tetapi, para kreditur enggan

untuk masuk ke dalam proyek penelitian dan pengembangan (Shahzad, Ali, & Zhao, 2021). Ketika sebuah perusahaan menggunakan hutang dalam jumlah yang berlebihan, hal itu menempatkan perusahaan dalam bahaya karena termasuk dalam kategori leverage yang ekstrim, di mana perusahaan akan terjebak dengan banyak hutang dan sulit untuk keluar dari beban utang tersebut (Fahmi, 2015).

Perusahaan yang memiliki utang besar cenderung mengurangi investasi R&D perusahaan (Nathanael & Murhadi, 2022). Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertimbangkan sumber pendanaan untuk proyek dengan menggunakan hutang. Hubungan negatif antara inovasi dan *leverage*, mendukung pandangan bahwa perusahaan yang lebih inovatif cenderung lebih bergantung pada sumber daya internal, karena tingginya ketidakpastian yang terkait dengan investasi inovatif yang membuat pembiayaan eksternal menjadi lebih mahal (Bartoloni, 2011).

Terakhir faktor yang mempengaruhi *corporate innovation* yaitu kebijakan dividen. Kebijakan pembayaran dividen menjadi topik yang banyak dibicarakan dalam pengelolaan keuangan negara-negara berkembang, khususnya negara-negara ASEAN karena struktur kepemilikannya yang unik. Sebagian besar perusahaan ASEAN adalah milik keluarga (Tahir, Masri & Rahman, 2020). Salah satu kebijakan pengelola keuangan (manajer) adalah kebijakan pembagian dividen, khususnya bagi usaha yang modalnya berupa saham yang besarnya perlu diperhitungkan dengan melihat unsur-unsur yang mempengaruhinya (Feriyanto & Triana, 2015). Di Amerika Serikat, perusahaan yang membayar

lebih sedikit deviden lebih banyak melakukan investasi untuk inovasi (Bates, Kahle, & Slutz, 2009).

Kebijakan dividen dapat mempengaruhi alokasi dana, dengan perusahaan memutuskan untuk membagikan deviden maka sumber dana perusahaan akan berkurang juga, sehingga dapat mempengaruhi dana untuk kegiatan-kegiatan yang dilakukan perusahaan termasuk kegiatan untuk berinovasi. Dengan membayar dividen lebih sedikit atau menahan laba, perusahaan dapat meningkatkan jumlah pengeluaran lainnya yang telah dibuat dan sebaliknya. Pembayaran deviden berpengaruh negatif terhadap *research and development* (Billings, Cheol, dan Jaegul, 2018).

Selain dari faktor diatas, ada variabel lain seperti variabel kontrol dalam studi analisis ukuran perusahaan, juga dapat berdampak pada inovasi perusahaan. Ukuran perusahaan menunjukkan sumber daya yang dimiliki perusahaan. Oleh karena itu, ukuran perusahaan menjadi gambaran bagaimana karakteristik keuangan dari perusahaan. Ukuran perusahaan dinyatakan dalam total aset dimana ketika suatu perusahaan memiliki nilai total aset yang tinggi maka perusahaan juga dianggap besar dan diasumsikan ukuran perusahaannya juga semakin signifikan. Perusahaan yang lebih besar biasanya berkinerja lebih baik dan lebih inovatif daripada perusahaan yang lebih kecil dikarenakan perusahaan mudah untuk mendapatkan dana.

Penelitian tentang corporate innovation sudah ada dilakukan oleh beberapa orang ahli contohnya Griffin, Li, dan Xu, (2019) meneliti tentang *board gender diversity* yang mempengaruhi *corporate innovation* di 42 Negara, Attah-Boakye

et al. (2020) yang meneliti di 21 negara berkembang, dan namun masih jarang penelitian dilakukan di negara berkembang seperti Inonesia. Melihat bagaimana inovasi di Indonesia masih rendah, oleh karenanya peneliti tertarik untuk meneliti tentang *corporate innovation* yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Alasan peneliti memilih perusahaan manufaktur sebagai subjek penelitian adalah karena perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terdiri dari berbagai sub sektor industri sehingga dapat mencerminkan reaksi secara keseluruhan. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut tentang subjek ini menarik bagi para peneliti. Penulis mengangkat judul berdasarkan materi yang telah dijelaskan sebelumnya dengan judul yaitu “**Analisis Pengaruh *Board Gender Diversity*, *Profitabilitas*, *Growth*, *Leverage*, dan Kebijakan Deviden Terhadap *Corporate Innovation*”.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *board gender diversity* terhadap *corporate innovation* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2021?
2. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap *corporate innovation* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2021?

3. Bagaimana pengaruh *growth sales* terhadap *corporate innovation* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2021?
4. Bagaimana pengaruh *leverage* terhadap *corporate innovation* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2021?
5. Bagaimana pengaruh kebijakan deviden terhadap *corporate innovation* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2021?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut diatas maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh *board gender diversity* terhadap *corporate innovation* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2021.
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh profitabilitas terhadap *corporate innovation* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2021.
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh *growth sales* terhadap *corporate innovation* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2021.

4. Untuk mengetahui adanya pengaruh *leverage* terhadap *corporate innovation* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2021.
5. Untuk mengetahui adanya pengaruh kebijakan deviden antara terhadap *corporate innovation* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2021.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat bagi akademisi

Penelitian ini dapat berfungsi sebagai sumber daya yang berguna untuk studi masa depan tentang dampak profitabilitas, *growth*, *leverage*, kebijakan deviden, dan *board gender diversity*, terhadap *corporate innovation* di mana ukuran perusahaan menjadi sebagai variabel kontrolnya.

2. Manfaat bagi para calon investor

Calon investor dapat menggunakan studi ini sebagai informasi untuk menilai kinerja perusahaan dalam inovasi untuk bisnis mereka.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penulis penelitian ini membatasi topik perdebatan pada dampak *board gender diversity*, profitabilitas, *growth*, *leverage*, dan kebijakan deviden terhadap *corporate innovation* pada perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2021. Penulis memutuskan pembatasan ini

karena ingin berkonsentrasi pada studi untuk menentukan ruang lingkup yang sesuai.

1.6 Sistematika Penulisan

Bab I : Pendahuluan

Bab ini berisikan pembahasan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian serta sistematika penulisan.

Bab II : Tinjauan Literatur

Bab ini meliputi landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis serta kerangka penelitian.

Bab III : Metode Penelitian

Bab ini menguraikan gambaran objek penelitian, metode penelitian yang terdiri dari desain penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, deferensiasi operasional penelitian, serta teknik analisis data.

Bab IV : Analisis data dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan mengenai hasil analisis dari data serta pembahasan dari penelitian yang dilakukan meliputi deskriptif awal dari hasil analisis dan pengujian data.

Bab V : Penutup

Bab ini berisi kesimpulan, implikasi penelitian serta saran yang penulis diberikan penulis.