

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam dunia bisnis, persaingan merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Setiap perusahaan berusaha mencapai puncak dan mempertahankan posisinya agar tetap unggul dibandingkan para pesaingnya. Perusahaan perlu terus mengamati dan mengerti apa yang diinginkan konsumen, serta memerhatikan perubahan-perubahan yang terjadi dalam pasar dan lingkungan bisnisnya. Dengan informasi yang diperoleh dari pemahaman akan hal-hal tersebut, manajemen dapat menyusun strategi agar perusahaannya mencapai keunggulan bersaing/kompetitif.

Suatu perusahaan dikatakan memiliki keunggulan kompetitif jika perusahaan itu mampu melakukan dan mencapai tingkat yang lebih baik dibandingkan pesaing. Untuk mencapai keunggulan kompetitif, perusahaan perlu memelihara sudut pandang nilai pelanggan yaitu pandangan bahwa pelanggan merasa mendapatkan nilai tertentu dari transaksi yang mereka lakukan. Ini berarti perusahaan perlu menciptakan produk yang sesuai harapan konsumen atau disebut juga berkualitas.

Dalam pandangan konvensional, perusahaan dapat mencapai keunggulan dengan menekan biaya serendah mungkin (*low cost*) untuk menetapkan harga produk yang rendah. Tetapi dengan persaingan yang sudah mencapai tahap global, menekan biaya serendah mungkin tanpa memperhatikan kualitas tidaklah mampu

membuat perusahaan unggul. Perusahaan perlu memproduksi produk berkualitas, tetapi dengan harga bersaing yang wajar.

Roth dan Keller (1997) dalam Andayani dan Riduwan (2011), mengemukakan bahwa kesuksesan perusahaan paling tidak ditentukan oleh tiga faktor, yaitu kualitas, profitabilitas, serta tanggungjawab sosial dan lingkungan. Faktor kualitas umumnya telah menjadi perhatian utama bagi banyak perusahaan dan diakui secara luas sebagai kunci utama bagi perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif. Kualitas menyediakan dasar bagi perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif dengan membangun dan mempertahankan posisi yang kuat dalam pasar produknya.

Faktor tanggungjawab lingkungan turut menentukan keberhasilan perusahaan. Berkembangnya isu permasalahan lingkungan selama dekade terakhir ini menyebabkan atribut ramah lingkungan menjadi hal penting dalam produk yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli. Beberapa negara telah menetapkan persetujuan bersama ISO 9001 dan ISO 14001 yang mengatur standar kualitas dan standar sistem manajemen lingkungan internasional untuk produk-produk yang memasuki negara mereka. Karena itu manajemen memerlukan informasi biaya lingkungan yang akurat untuk mendesain produk berkualitas sekaligus ramah lingkungan sambil menetapkan harga yang bersaing yang tepat.

Meskipun biaya lingkungan yang dikeluarkan perusahaan cukup signifikan, biaya ini seringkali tidak disadari oleh pihak manajemen karena akuntansi konvensional yang diterapkan hanya mengakui biaya lingkungan

sebagai biaya *overhead*. Mengatasi keterbatasan akuntansi tradisional, akuntansi manajemen lingkungan (AML) adalah cara agar informasi lingkungan dapat diidentifikasi dan dimanfaatkan untuk pengambilan keputusan internal. AML juga mengandung prinsip keefisiensi agar biaya lingkungan dapat ditekan sehingga harga produk berkualitas tetap bersaing.

Kualitas produk dikatakan sebagai kunci untuk mencapai keunggulan kompetitif, sedangkan AML dapat memperkuat kontribusi kualitas produk terhadap keunggulan kompetitif. Meskipun metode penggunaan AML masih dalam proses perkembangan, AML dikatakan penting untuk membantu pihak manajemen mengambil keputusan internal terkait dengan isu lingkungan (Debnath, et al. 2012). Penelitian yang membahas AML masih sedikit, terutama di Indonesia. Padahal adanya peraturan dan standar pengelolaan lingkungan yang mulai digalakkan di Indonesia menunjukkan perusahaan membutuhkan bantuan AML untuk dapat menghasilkan produk berkualitas yang ramah lingkungan dengan harga bersaing agar dapat bertahan dalam persaingan global. Oleh karena itu peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian terkait kualitas produk yang diinteraksikan dengan AML untuk meningkatkan keunggulan kompetitif di Indonesia khususnya di Palembang.

Penelitian studi kualitatif yang dilakukan Andayani dan Riduwan (2011) di Surabaya, Indonesia menunjukkan informasi biaya lingkungan bermanfaat untuk pengambilan keputusan internal dalam mendesain produk. Sedangkan Dunk (2007) telah melakukan penelitian empiris yang menunjukkan bahwa interaksi kualitas produk dan AML mempengaruhi keunggulan kompetitif secara

signifikan. Penelitian ini dilakukan di Canberra, Australia dengan sampel perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang elektronik, bahan kimia, obat-obatan, dan bahan makanan. Hasil positif yang diperoleh menunjukkan bahwa AML memiliki peran penting dalam perusahaan-perusahaan manufaktur di Canberra.

Peneliti tertarik untuk mereplikasi penelitian Dunk (2007) karena belum ditemukan penelitian serupa di Indonesia, khususnya di Palembang. Peneliti juga menambahkan syarat pengambilan sampel dan pembatasan responden yang belum ada pada penelitian sebelumnya agar hasil yang diperoleh menjadi lebih maksimal, yaitu sampel merupakan perusahaan manufaktur berbadan hukum Perseroan Terbatas dan responden yang dipilih adalah manajer produksi. Adapun judul yang diangkat untuk penelitian ini adalah, “Pengaruh Interaksi Kualitas Produk dan Persepsi Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan terhadap Keunggulan Kompetitif”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, masalah yang akan diteliti dirumuskan sebagai berikut: Apakah interaksi kualitas produk dan akuntansi manajemen lingkungan sebagai variabel moderasi dapat mempengaruhi keunggulan kompetitif?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh akuntansi manajemen lingkungan sebagai variabel moderasi terhadap hubungan antara kualitas produk dan keunggulan kompetitif.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak, khususnya bagi:

1. Perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berharga bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan terkait dengan kualitas produk dan penggunaan akuntansi manajemen lingkungan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan.
2. Akademisi, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan bagi para akademisi mengenai hubungan kualitas produk, akuntansi manajemen lingkungan, dan keunggulan kompetitif serta menjadi sumber tambahan untuk penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini berisikan latar belakang penelitian, perumusan masalah yang akan diteliti, tujuan penelitian, manfaat yang diharapkan dari penelitian, dan sistematika penulisan penelitian ini.

Bab II Landasan Teori

Bab ini memuat landasan teori penelitian yang terdiri dari cakupan teori yang terkait dengan kualitas produk, akuntansi manajemen lingkungan, serta keunggulan kompetitif. Selain itu memuat pengembangan hipotesis dan perumusan hipotesis yang akan diuji.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini menguraikan metode yang digunakan dalam penelitian ini yang mencakup jenis penelitian, ukuran populasi dan teknik pengambilan sampel, jenis data penelitian, teknik pengumpulan data penelitian, definisi variabel dan pengukurannya, instrumen penelitian, model penelitian, serta teknik analisis data penelitian.

Bab IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisikan proses dan hasil pengumpulan data penelitian, hasil analisis data penelitian, dan pembahasan hasil analisis yang diperoleh untuk menjawab permasalahan penelitian.

Bab V Simpulan dan Saran

Bab ini merupakan bab terakhir dari penelitian ini. Dalam bab ini memuat simpulan penelitian dan saran yang ditujukan untuk penelitian selanjutnya.