

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia usaha dapat diartikan sebagai salah satu pelaku aktif pembangunan yang memiliki peran penting. Di dalam dunia usaha selain mempunyai tujuan agar selalu bisa memenuhi kebutuhan masyarakat akan barang dan jasa, dunia usaha juga punya peranan penting dalam menyumbang terhadap pendapatan nasional serta mendorong pertumbuhan ekonomi yang dibutuhkan oleh suatu Negara agar dapat terus maju dan lebih baik lagi dari sebelumnya. Akan tetapi, selain memberikan sumbangan yang positif terhadap perekonomian nasional, dunia usaha juga menghasilkan dampak negatif seperti kerusakan lingkungan akibat limbah yang dihasilkannya, serta dampak lanjutannya kepada masyarakat yang terpapar pencemaran yang ditimbulkan oleh limbah tersebut.

Selama 20 tahun terakhir pembangunan ekonomi Indonesia mengarah kepada industrialisasi. Safitri dalam Azizah (2013) berpendapat bahwa tidak kurang terdapat 30.000 industri yang beroperasi di Indonesia dari tahun ke tahun menunjukkan peningkatan. Peningkatan jumlah ini tentu saja berbanding lurus terhadap peningkatan pencemaran yang dihasilkan dari proses produksi industri. Berbagai kasus kerusakan lingkungan yang terjadi seperti PT Freeport, PT Lapindo Brantas, PT Newmont Minahasa Raya, Pabrik Gula Gempolkrep yang mengakibatkan 800 ribu ikan mati di sungai brantas yang dapat menyebabkan Pabrik Gula Gempolkrep tersebut terancam ditutup selamanya. Adapun isu-isu

terbaru yakni di Banten terdapat sekitar 78 pabrik kimia yang menghasilkan bahan berbahaya dan beracun, yang akan berdampak negatif/mengancam kesehatan warga di sekitar (www.sindonews.com).

Fakta permasalahan pencemaran lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur di Indonesia menyebabkan sebuah lingkungan bisnis harus mampu mempertahankan proses berjalannya suatu bisnis tersebut sehingga perusahaan harus menerapkan strategi yang sesuai demi tercapainya *going concern* perusahaan serta *sustainable development* (Rustika,2011). Untuk itu dalam penerapan strategi perusahaan mengenai lingkungan dibutuhkan sebuah konsep yang menunjang tercapainya rencana penanganan lingkungan dan membantu para *stakeholder* untuk mendapatkan informasi mengenai kinerja lingkungan secara detail dan jelas dalam berbagai alternatif keputusan. Konsep tersebut ialah Akuntansi Manajemen Lingkungan atau sering disebut *Enviromental Management Accounting* (EMA).

EMA adalah salah satu sub sistem dari akuntansi lingkungan yang menjelaskan mengenai persoalan pengukuran dari dampak-dampak bisnis perusahaan ke dalam sejumlah unit moneter. Adapun alasan yang mendasari mengapa sebuah organisasi dan akuntan harus memperhatikan masalah lingkungan adalah mulai tumbuhnya perhatian dan kepentingan para *stakeholders* dan *stockholders* berkaitan dengan kinerja lingkungan dari sebuah organisasi (Ikhsan, 2009:3). Beberapa alasan lain adalah adanya peraturan dari pemerintah terkait pengelolaan lingkungan, seperti Peraturan Kementerian Lingkungan Hidup nomor 06 tahun 2013 mengenai program penilaian kinerja perusahaan dalam

pengelolaan lingkungan hidup (PROPER) yang bertujuan untuk mendorong penataan perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup dan penandatanganan nota kesepahaman (MOU) dengan Badan Perlindungan Lingkungan Hidup Amerika Serikat pada Juni 2011 di Jakarta (suaramerdeka.com).

Adanya berbagai kebijakan di bidang lingkungan inilah yang menyebabkan berkembangnya suatu konsep yang bertujuan untuk menemukan solusi atas pemenuhan tujuan bisnis dan penyelesaian masalah lingkungan yang dinamakan dengan *eco-efficiency*. Prinsip ini mempelajari bagaimana organisasi dapat memproduksi barang dan jasa yang lebih bermanfaat, mengurangi dampak lingkungan yang negatif, konsumsi sumber daya maupun biaya melalui peningkatan efisiensi yang berasal dari perbaikan kinerja lingkungan. Mowen (2011) dalam Tirtakusumah (2013) yang mengatakan bahwa konsep ini mengandung tiga pesan penting. Pertama, perbaikan kinerja ekologi dan ekonomi yang saling melengkapi. Kedua, perbaikan kinerja lingkungan yang seharusnya tidak dipandang lagi sebagai amal dan derma melainkan kebersaingan. Ketiga, *eco-efficiency* merupakan pelengkap dan mendukung pengembangan yang berkelanjutan.

Oleh karena itu Akuntansi Manajemen Lingkungan dibutuhkan oleh setiap perusahaan untuk memberikan informasi kepada perusahaan berkaitan dengan kinerja lingkungan perusahaan. Ferreira et al (2010) dalam Ramadhani (2011) mengemukakan bahwa dalam mencapai praktek *sustainability* dan *eco-efficiency*, suatu organisasi berusaha mengembangkan produk baru dan meningkatkan proses produksi yang ada untuk mengurangi penggunaan sumber

daya yang dapat mengakibatkan kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh aktivitas organisasi. Inovasi itu sendiri merupakan suatu penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada atau yang sudah dikenal sebelumnya dengan tujuan menjadi lebih baik lagi dan bervariasi sesuai perkembangan jaman. Inovasi yang dibutuhkan saat ini, tidak hanya berfokus pada produk itu sendiri, bisa juga berfokus pada proses dan biaya yang terjadi dalam memproduksi barang tersebut. Dengan kata lain, inovasi sangat dibutuhkan oleh perusahaan, inovasi umumnya dianggap sebagai aspek penting dari sebagian proses bisnis karena dapat memberikan keunggulan kompetitif (Ramadhani, 2011). Ferrari dan Parker (2006) dalam Ramadhani (2011) mengatakan bahwa perusahaan-perusahaan yang lebih menekankan model bisnis berdasarkan inovasi cenderung memiliki angka pertumbuhan operasi yang lebih cepat dan pertumbuhan penjualan yang lebih tinggi. Kebanyakan perusahaan juga khususnya di Indonesia masih belum mampu menerapkan produk ramah lingkungan, padahal inovasi produk yang sesuai perkembangan teknologi dapat menjadi tumpuan utama perusahaan untuk bersaing di pasar. Hampir semua perusahaan kini berlomba-lomba untuk mengeluarkan produk baru sesuai dengan perkembangan saat ini. Akan tetapi, inovasi terkadang tidak bergandengan dengan dampak yang dihasilkan oleh perusahaan sehingga terjadinya risiko lingkungan. Menurut Ferreira et al (2009) dalam Rustika (2011), peningkatan kesadaran tentang isu-isu lingkungan telah mendorong organisasi untuk menggunakan akuntansi manajemen lingkungan (EMA), yang dikatakan memberikan banyak manfaat bagi pengguna termasuk peningkatan inovasi. Suatu organisasi/perusahaan juga perlu terus mengamati dan

mengerti apa yang diinginkan oleh konsumen, dan memperhatikan perubahan-perubahan yang terjadi dalam pasar dan lingkungan bisnisnya. Dengan adanya informasi yang diperoleh dari pemahaman akan hal-hal tersebut, manajemen dapat menyusun strategi agar perusahaannya mencapai keunggulan kompetitif. Suatu perusahaan dikatakan memiliki keunggulan kompetitif jika perusahaan itu mampu melakukan yang namanya inovasi sehingga dapat memenuhi keinginan maupun kebutuhan konsumen.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan, maka dapat diperoleh rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh akuntansi manajemen lingkungan terhadap keunggulan kompetitif ?
2. Apakah terdapat pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan kompetitif?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh akuntansi manajemen lingkungan terhadap keunggulan kompetitif.
2. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan kompetitif.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak yaitu :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan yang berguna bagi perusahaan, sehingga dapat menjadi pertimbangan dalam menentukan kebijakan selanjutnya.

2. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran, ide-ide untuk penelitian selanjutnya, dapat dijadikan sumber referensi dan bahan perbandingan untuk penelitian di masa yang akan datang.

E. Sistematika Penulisan

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi teori-teori mengenai variabel yang dipermasalahkan dalam penelitian ini dan variabel yang dibahas adalah Akuntansi Manajemen Lingkungan, Inovasi Produk dan Keunggulan Kompetitif.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang meliputi jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, pengukuran variabel, dan instrumen penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang proses penganalisaan data yang dikumpulkan meliputi data penelitian, hasil analisis data, hasil pengujian hipotesis, dan pembahasan terhadap objek penelitian

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan tentang hasil penelitian dan pada bab ini juga disebutkan keterbatasan dan saran-saran yang dapat dilakukan pada penelitian berikutnya.