

BAB I

PENDAHULUAN

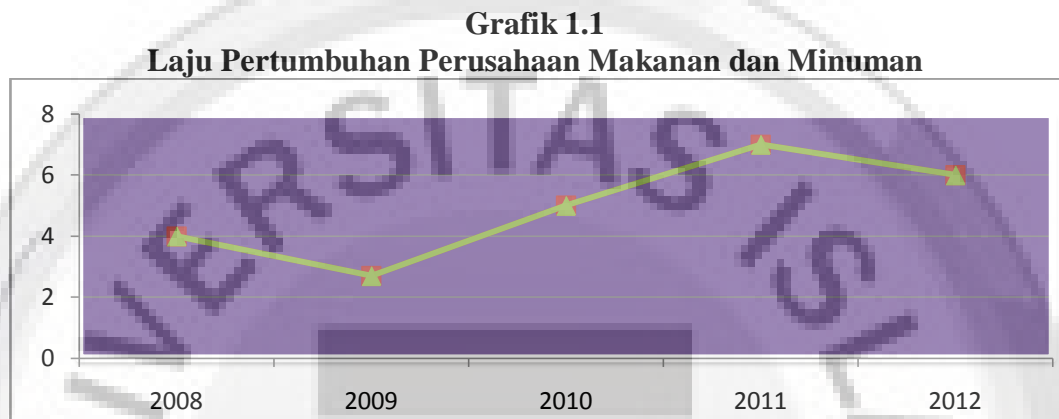
1.1 Latar Belakang Masalah

Di era ekonomi *modern* seperti saat ini, adanya berbagai isu yang berkaitan dengan lingkungan seperti *global warming*. Kata-kata ini sedang menjadi isu yang hangat di berbagai media, baik elektronik maupun nonelektronik. Hal ini menyebabkan perusahaan atau masyarakat dituntut untuk mengurangi dampak dari *global warming* tersebut (Rustika, 2011).

Problematika limbah kemasan di Indonesia tampaknya belum menjadi isu nasional seperti di negara-negara industri maju. Penggunaan bahan kemasan secara berulang (*multi trip*) industri tertentu atau kemasan *semidisposable* yang digunakan untuk kepentingan lain, besar perannya dalam menanggulangi masalah limbah. *Corporate Development* BPPI, Satyahadi (2014) mengatakan dalam Print Media bahwa dalam rentang waktu 5 (lima) tahun terakhir, di Indonesia terjadi peningkatan jumlah terus menerus yang signifikan seiring bertambahnya volume jumlah produksi produk – produk pangan dalam kemasan yang terjual. Dari data yang ada, dalam kurun waktu 5 (lima) tahun terakhir diperoleh data setidaknya terdapat 16,9 milyar limbah bungkus mie instan, 13,7 milyar limbah bungkus snack makanan ringan dan 1,5 milyar limbah bungkus permen atau kembang gula. Angka yang tidak kalah spektakulernya juga ditemukan pada limbah Kemasan Air Minum Dalam Kemasan (AMDK). Untuk kemasan volume 600 ml,

dihasilkan limbah kemasan plastik sebanyak 18,9 milyar, sedangkan untuk kemasan volume 240 ml dihasilkan limbah sebanyak 56,3 milyar.

Berikut ini tampak grafik laju pertumbuhan perusahaan makanan dan minuman pada grafik 1.1.



Sumber: Kemenprin

Pada tahun 2008, laju pertumbuhan perusahaan makanan dan minuman menurun drastis bila dibanding tahun 2007. Laju pertumbuhan sektor ini tahun 2008 hanya sebesar 2,34 %. Demikian halnya laju pertumbuhan tahun 2010 menurun drastis dari tahun 2009. Laju pertumbuhan tahun 2010 hanya sebesar 2,78 %. Hal ini disebabkan karena adanya krisis *global* tahun 2008 dan 2010 yang juga mempengaruhi laju pertumbuhan ekonomi Indonesia. Bahkan hanya setahun dari krisis global 2008 laju pertumbuhan perusahaan sektor makanan dan minuman mampu naik menjadi 11,22 %. Demikian halnya pada tahun 2011 mampu mencapai laju pertumbuhan sebesar 9,19 %, dan tahun 2012 menurun menjadi 7,74 %. Kondisi ini menggambarkan betapa besarnya potensi pasar Indonesia untuk produk makanan dan minuman. Kegiatan industri memberi

dampak langsung terhadap lingkungan sekitarnya telah menciptakan perubahan dalam lingkungan perusahaan baik internal, maupun eksternal (Kemenprin).

The International Federation of Accountants (1998) dalam Ikhsan (2009:53) mendefinisikan akuntansi manajemen lingkungan sebagai pengembangan manajemen lingkungan dan kinerja ekonomi seluruhnya serta implementasi dari lingkungan yang tepat dengan hubungan sistem akuntansi dan praktik. Ketika ini mencakup pelaporan dan audit dalam beberapa perusahaan, akuntansi manajemen lingkungan khususnya melibatkan siklus hidup biaya, akuntansi biaya penuh, penilaian keuntungan dan perencanaan strategi untuk manajemen lingkungan.

Menurut Suharjo (2014), PT Nutrifood membuat produk minuman L-men water ternyata produk tersebut tidak sesuai dengan visi P.T Nutrifood yaitu membantu pelanggan kami untuk hidup sehat lebih lama melalui reputasi dan *brand* kami yang terkenal, disebabkan oleh produk yang gagal. Produk tersebut, dibuat dengan kemasan yang tidak *higienis*, terdapat lendir dibawah botol kemasan. Oleh karena itu, perusahaan langsung menarik produk tersebut dari pasaran sebanyak 100 dus. Menggantinya dengan kemasan yang lebih baik dan *higienis*.

Masalah lain muncul dari tercemarnya Sungai Jagir, Wonorejo, Surabaya benar – benar mengejutkan dan membuat prihatin warga. Dan ternyata kejadian seperti ini telah berlangsung sering dan cukup lama efek dari ulah salah satu perusahaan / pabrik yang sedang melakukan cuci masal mesin-mesinnya. Limbah cuci tersebut dibuang begitu saja ke Sungai Jagir tanpa filter sehingga

menyebabkan Sungai tersebut tercemar berton-ton limbah detergent dan mengakibatkan ikan-ikan dan tumbuhan di Sungai mati. Gelembung putih limbah detergent tersebut tiba-tiba muncul dari pintu air yang berada di dekat sungai dan langsung menyebar dan menutup sungai mulai dari dermaga wisata ecopark wonorejo hingga ke pesisir selat Madura. Lembaga Kajian Ekologi dan Konversi Lahan Basah (Ecoton) akhirnya mendesak Badan Lingkungan Hidup (BLH) Surabaya untuk membersihkan Limbah Detergent yang susah untuk terurai tersebut. Karena ditakutkan nantinya bisa membunuh biota hewan dan tumbuhan di Sungai Jagir tersebut (Listiawan, 2015).

Adanya fakta permasalahan diatas yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur di Indonesia menyebabkan sebuah lingkungan bisnis harus mampu mempertahankan proses bisnisnya sehingga perusahaan harus menerapkan strategi yang sesuai demi tercapainya *going concern* perusahaan serta. Sebuah perusahaan menetapkan kebijakan yang berfokus pada hal-hal yang cenderung berhubungan dengan dampak langsung dari proses bisnis oleh suatu perusahaan seperti membersihkan polusi yang ada dan mencoba untuk mengurangi polusi dari sumber titik pembuangan, kemudian strategi manajemen berpindah ke arah modifikasi proses-proses produksi sehingga dapat meminimalkan jumlah polusi yang dihasilkan (Purwanto, 2007).

Menurut Husin (2015), pesatnya pertumbuhan konsumsi masyarakat terhadap *consumer goods* turut mendorong tumbuhnya industri kemasan nasional sebesar 8% pada tahun 2014. Sementara itu, perkembangan pesat industri kemasan tidak pula terlepas dari penerapan teknologi yang makin efisien, praktis, dan ramah lingkungan.

Selanjutnya, Husin (2015) memastikan, inovasi dan variasi pada produk-produk kemasan dapat terus berkembang sesuai dengan kebutuhan konsumen yang menginginkan bentuk dan desain yang menarik, praktis, aman dalam arti melindungi produk dari berbagai kemungkinan kontaminasi. Demikian pula dengan adanya tuntutan terhadap produk kemasan yang ramah lingkungan perlu menjadi perhatian dalam pengembangan industri kemasan secara berkesinambungan.

Di sisi lain, Husin (2015) juga menyampaikan, tujuan pembangunan di sektor industri adalah memantapkan struktur industri yang menghasilkan produk yang bernilai tambah tinggi, berdaya saing *global*, dan berwawasan lingkungan, sehingga diharapkan sektor industri, khususnya industri kemasan dapat memiliki keunggulan kompetitif agar dapat lebih berperan dalam menggerakkan pembangunan nasional.

Namun untuk mencapai target pembangunan ekonomi tidaklah mudah karena terdapat berbagai tantangan bagi industri nasional untuk lebih berdaya saing, seperti masalah ketersediaan sumber daya alam yang semakin menipis juga ketergantungan terhadap bahan baku impor yang masih tinggi hingga masalah pengelolaan limbah, papar Husin (2015).

Terlebih lagi di tingkat global, tuntutan untuk diterapkannya standar industri semakin tinggi terutama yang menitikberatkan pada upaya efisiensi sumber daya alam dan energi, diversifikasi energi, serta *eco-design* dan teknologi rendah karbon dengan sasaran peningkatan produktivitas dan minimalisasi limbah. "Isu lingkungan saat ini menjadi salah satu hambatan perdagangan (*barriers to trade*) untuk penetrasi pasar suatu negara," ujar Husin (2015).

Hambatan tersebut diterapkan melalui berbagai macam standar, baik itu standar internasional (ISO, ekolabel) maupun persyaratan pembeli. Oleh karena itu, Menperin mengharapkan, dunia usaha perlu mengantisipasi hambatan yang diterapkan oleh beberapa negara tujuan ekspor produk nasional.

Menghadapi kondisi persaingan yang makin kompetitif, lingkungan bisnis yang tidak dapat diprediksi, dan permintaan konsumen yang sangat kompetitif menuntut perusahaan untuk mencari solusi baru dalam memformulasikan strategi perusahaan demi mempertahankan kelangsungan hidup dan daya saing perusahaan. Khususnya dalam hal pengembangan produk inovasi perlu terus dikembangkan dan dilakukan (*never ending innovation*). Tanpa inovasi perusahaan akan mati sebaliknya perusahaan yang melakukan inovasi secara terus menerus akan dapat mendominasi pasar, dengan kreasi, model dan penampilan produk yang baru. Implementasi inovasi ini sangat ditentukan oleh kebutuhan konsumen dan *trend* masa sekarang, sehingga konsumen tidak bosan akan produk yang dihasilkan (Ellitan, 2009:36).

Inovasi juga dibutuhkan dalam suatu bisnis. Inovasi umumnya dianggap sebagai aspek penting dari sebagian proses bisnis, karena dapat memberikan keunggulan kompetitif (Ramadhani, 2011).

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan Ferreira *et al* (2009) mengenai pengaruh penerapan akuntansi manajemen lingkungan dan strategi bisnis terhadap inovasi produk dan inovasi proses pada perusahaan - perusahaan besar di Australia. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara penerapan akuntansi manajemen lingkungan dan inovasi proses. Akan tetapi, sebaliknya mempunyai hubungan negatif dengan inovasi produk. Selanjutnya, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa strategi merupakan penggerak lahirnya sebuah inovasi proses. Namun demikian, tidak ditemukan hasil statistik yang signifikan antara penerapan akuntansi manajemen lingkungan dan strategi perusahaan.

Penelitian selanjutnya yang menjadi acuan berikutnya adalah penelitian yang dilakukan Ayuningtyas (2012) mengenai pengaruh akuntansi manajemen lingkungan terhadap kinerja perusahaan dengan inovasi dan keunggulan bersaing sebagai variabel intervening. Hasil penelitian menyatakan bahwa, akuntansi manajemen lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap inovasi. Akuntansi manajemen lingkungan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan. Inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Keunggulan bersaing berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, Penulis melakukan penelitian dengan judul :
“PENGARUH AKUNTANSI MANAJEMEN LINGKUNGAN TERHADAP INOVASI PRODUK”. Penelitian dilakukan pada perusahaan manufaktur.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, masalah dalam penelitian ini :

1. Bagaimana penerapan akuntansi manajemen lingkungan di perusahaan manufaktur ?
2. Bagaimana inovasi produk pada perusahaan manufaktur ?
3. Seberapa besar pengaruh akuntansi manajemen lingkungan terhadap inovasi produk di perusahaan manufaktur ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui penerapan akuntansi manajemen lingkungan di perusahaan manufaktur.
2. Untuk mengetahui inovasi perusahaan pada perusahaan manufaktur.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh akuntansi manajemen lingkungan terhadap inovasi produk di perusahaan manufaktur.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain :

1. Perusahaan, penelitian ini dapat digunakan untuk meningkatkan performa perusahaan yang berkaitan dengan penerapan sistem akuntansi manajemen lingkungan, baik dari sisi ekonomi maupun dari sisi lingkungan.

2. Peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dan informasi untuk memungkinkan penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan tentang akuntansi manajemen lingkungan.

1.5 Sistematika Penulisan

Pembahasan-pembahasan dalam penulisan ini, akan penulis sistematikkan ke dalam 5 (lima) bab, yang setiap babnya membahas secara garis besarnya sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN, yang meliputi Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian dan Sistematika Pembahasan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, yang meliputi Teori Akuntansi Manajemen Lingkungan, Tujuan Akuntansi Manajemen lingkungan, Penilaian Biaya Siklus Hidup Produk, Manfaat Bagi Industri, Teori Inovasi Produk, Penelitian Terdahulu, Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN, yang meliputi metode penelitian yang digunakan, sumber data dan teknik pengumpulan data, instrument penelitian, teknik analisis data serta pengujian kredibilitas data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, yang meliputi hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Akuntansi Manajemen Lingkungan Terhadap Inovasi Produk.

BAB V PENUTUP, yang meliputi kesimpulan dan saran.