

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Unit Analisis**

##### **4.1.1 PT. Bio farma**

Seratus dua puluh tahun merupakan rentang waktu yang sangat panjang. Tak banyak perusahaan yang bisa mencapai usia tersebut. PT. Bio Farma (Persero) merupakan salah satu dari sedikit perusahaan yang mampu bertahan dan terus berkembang hingga lebih 120 tahun. Berbagai revolusi dan rezim telah dilalui Bio Farma. Perusahaan ini pun telah beberapa kali mengalami perubahan badan hukum untuk mengikuti perubahan zaman.

Pada tanggal 6 Agustus 1890, berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Hindia Belanda Nomor 14 tahun 1890, berdirilah “Parc Vaccinogene” yang menjadi cikal-bakal PT. Bio Farma (Persero). Awalnya lembaga ini menempati sebuah pavilion di Rumah Sakit Militer Weltevreden, Batavia yang saat ini telah berubah fungsi menjadi Rumah Sakit Pusat Angkatan Darat Gatot Soebroto (RSPAD Gatot Soebroto), Jakarta.

Sejak awal berdirinya, Parc Vaccinogene sudah memberi perhatian yang sangat besar terhadap bidang kesehatan. Berbagai penelitian dilakukan untuk memberantas penyakit menular dan penelitian terkait lainnya, hingga akhirnya Parc Vaccinogene menjalin kerjasama dengan Institut Pasteur untuk melakukan

penelitian mengenai mikrobiologi, sehingga lembaga ini berubah nama menjadi Parc Vaccinogene en Instituut Pasteur.

Komitmen untuk terus mengedepankan riset dan penelitian terus berlanjut di era kemerdekaan. Walau telah beberapa kali mengalami perubahan status badan hukum, namun komitmen itu tetap tidak pernah berubah. Ini tak lain karena Bio Farma sangat menyadari peran pentingnya dalam membangun kesehatan bangsa.

Bio Farma terus menjalin kerja sama dengan berbagai lembaga riset nasional dan internasional dalam *transfer* teknologi. Bio Farma menjadi salah satu dari sedikit produsen vaksin dunia yang memenuhi kualifikasi WHO, sehingga dipercaya untuk memenuhi kebutuhan vaksin di lebih dari 122 negara.

Bio Farma senantiasa melakukan inovasi di berbagai bidang dengan mengacu pada standar internasional dan sistem manajemen mutu terkini. Sejak tahun 1997, produk Bio Farma merupakan salah satu dari sekitar 23 produsen vaksin di dunia yang telah mendapatkan Prakuilifikasi WHO. Bio Farma juga telah mendapatkan sertifikasi CPOB (Cara Pembuatan Obat yang Baik) dari Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM), Sistem Manajemen Mutu ISO 9001 : 2008, ISO 14001 : 2004, dan OHSAS 18001 : 2007. Atas hasil kerja keras, dedikasi dan loyalitas yang tinggi dari 900-an karyawan perusahaan dalam mewujudkan produsen vaksin yang berstandar internasional.

Saat ini, Bio Farma beroperasi di dua lokasi yang berbeda, yaitu Jalan Pasteur No. 28 Bandung dengan luas lahan 91.058 m<sup>2</sup> yang digunakan untuk fasilitas Produksi, Penelitian dan Pengembangan, Pemasaran, serta Administrasi.

Sedangkan lokasi kedua berada di Cisarua, Lembang, Kabupaten Bandung Barat dengan luas lahan 282.441 m<sup>2</sup> yang digunakan untuk pengembangbiakan dan pemeliharaan hewan laboratorium. Untuk mendukung kelancaran operasional, perusahaan memiliki juga Kantor Perwakilan di Gedung Arthaloka Lt. 3 Jalan Jendral Sudirman No. 2, Jakarta.

#### 4.1.2 PT. Darya Varia Laboratoria

PT Darya-Varia Laboratoria Tbk ("Darya-Varia atau Perseroan") adalah perusahaan farmasi yang telah lama berdiri di Indonesia, beroperasi sejak tahun 1976. Setelah menjadi perusahaan terbuka pada tahun 1994, Perseroan mengakuisisi PT Pradja Pharin (Prafa) di tahun 1995, dan terus mengembangkan berbagai produk Obat Resep dan *Consumer Health*. Pada Juli 2014, Darya-Varia bergabung (*merger*) dengan Prafa.

Darya-Varia mengoperasikan dua fasilitas manufaktur kelas dunia di Gunung Putri dan Citeureup, Bogor, keduanya memiliki sertifikat Cara Pembuatan Obat yang Baik (CPOB) ASEAN. Kedua pabrik tersebut fokus memproduksi produk-produk Perseroan serta memberikan jasa *toll manufacturing* untuk pelaku nasional dan multinasional baik untuk pasar lokal maupun ekspor.

Pabrik Darya-Varia di Gunung Putri, Bogor, memiliki spesialisasi dalam produksi kapsul gelatin lunak dan produk-produk cair, sementara Pabrik Darya-Varia di Citeureup, Bogor, memiliki spesialisasi dalam produksi injeksi steril dan produk padat. Perseroan juga melakukan *toll manufacturing* dengan perusahaan

afiliasinya PT Medifarma Laboratories, di Pabrik Cimanggis, Depok. Pada 2013, Perseroan memperoleh sertifikat halal untuk kapsul NATUR-E dan HOBAT, produk gelatin yang mengandung unsur hewani, merupakan sertifikasi halal produk suplemen yang pertama untuk perusahaan farmasi di Indonesia.

Sejalan dengan misi Perseroan untuk "membangun Indonesia yang sehat secara bertahap setiap orang di setiap waktu", Darya-Varia memproduksi produk-produk berkualitas tinggi untuk lini produk *Consumer Health* dan Obat Resep, membangun merek yang kuat terpercaya dan dikenal di seluruh Indonesia. Dengan melakukan pendekatan yang konsisten dan memelihara hubungan yang solid dengan semua pihak, Perseroan berusaha mencapai visinya untuk menjadi salah satu dari lima perusahaan farmasi terbesar di Indonesia.

Pengalaman kami dalam hal integritas, produk berkualitas tinggi yang konsisten dan layanan pelanggan yang responsif menghasilkan kepercayaan dari perusahaan-perusahaan farmasi lokal maupun multinasional terkemuka, sebagai *toll manufacturer* mereka.

#### **4.1.3 Kimia Farma**

Kimia Farma merupakan pioner dalam industri farmasi Indonesia. Cikal bakal perusahaan dapat dirunut balik ke tahun 1917, ketika NV Chemicalien Handle Rathkamp & Co., perusahaan farmasi pertama di Hindia Timur, didirikan. Sejalan dengan kebijakan nasionalisasi eks perusahaan-perusahaan Belanda, pada tahun 1958 pemerintah melebur sejumlah perusahaan farmasi menjadi PNF Bhinneka Kimia Farma. Selanjutnya pada tanggal 16 Agustus 1971 bentuk

hukumnya diubah menjadi Perseroan Terbatas, menjadi PT Kimia Farma (Persero). Sejak tanggal 4 Juli 2001 Kimia Farma tercatat sebagai perusahaan publik di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya.

Berbekal tradisi industri yang panjang selama lebih dari 187 tahun dan nama yang identik dengan mutu, hari ini Kimia Farma telah berkembang menjadi sebuah perusahaan pelayanan kesehatan utama di Indonesia yang kian memainkan peranan penting dalam pengembangan dan pembangunan bangsa dan masyarakat.

Dengan dukungan kuat Riset & Pengembangan, segmen usaha yang dikelola oleh perusahaan induk ini memproduksi obat jadi dan obat tradisional, yodium, kina dan produk-produk turunannya, serta minyak nabati. Lima fasilitas produksi yang tersebar di kota-kota besar di Indonesia merupakan tulang punggung dari segmen industri. Salah satunya di kota Bandung, memproduksi bahan baku kina dan turunan-turunannya, rifampicin, obat asli Indonesia dan alat kontrasepsi dalam rahim (AKDR).

Unit produksi ini telah mendapat US-FDA Approval. Selain itu, Plant Bandung juga memproduksi tablet, sirup, serbuk, dan produk kontrasepsi Pil Keluarga Berencana. Unit produksi ini telah menerima sertifikat Cara Pembuatan Obat yang Baik (CPOB) dan ISO-9002.

#### 4.1.4 PT. Ceres

Cikal bakal perusahaan Ceres sebetulnya perusahaan tua yang didirikan di Bandung, Jawa Barat, oleh orang Belanda, dengan nama NV Ceres. Ketika Jepang menduduki Indonesia, pemilik Ceres pulang ke Belanda dan menjualnya ke orang Indonesia dan berganti nama menjadi PT Ceres. Sejak krisis moneter, Ceres berganti kepemilikan, kemudian statusnya berubah menjadi PMA dengan induk perusahaan bernama Petra Foods yang bermaskar di Singapura, dan mayoritas sahamnya dikuasai keluarga Chuang.

Mulanya grup Ceres adalah layaknya *home industry* pada umumnya : skalanya kecil dan ditangani sederhana. Bedanya, yang ditekuni adalah bisnis cokelat olahan yang saat itu terbilang jarang di Indonesia.

Grup Ceres sanggup memproduksi aneka produk cokelat dalam berbagai varian dan kualitas. Mereka bisa melayani pemesanan cokelat rasa anak kecil, rasa nak muda, sampai rasa orang tua. dari segmen *low class* hingga *premium*. Di produk meises, misalnya, untuk segmen bawah menggunakan Tulip, menengah memakai merek Ceres, untuk yang lebih mewah menggunakan Ritz.

#### 4.1.5 PT. Tirta Investama (AQUA)

Pada tahun 1998, AQUA (yang berada di bawah naungan PT Tirta Investama) melakukan langkah strategis untuk bergabung dengan Group DANONE, yang merupakan salah satu kelompok perusahaan air minum dalam kemasan terbesar di dunia dan ahli dalam nutrisi. Langkah ini berdampak pada peningkatan kualitas produk, *market share*, dan penerapan teknologi pengemasan

air terkini. Di bawah bendera DANONE-AQUA, kini AQUA memiliki lebih dari 1.000.000 titik distribusi yang dapat diakses oleh pelanggannya di seluruh Indonesia.

#### **4.1.6 Nutrifood Indonesia**

Nutrifood adalah perusahaan yang secara inovatif memproduksi berbagai produk makanan dan minuman kesehatan berkualitas internasional dengan berbagai merek yang terpercaya. Kantor pusat Nutrifood berada di Jakarta, dengan jaringan distribusi yang menjangkau lebih dari tiga puluh negara di dunia. Melalui berbagai produk dan *event*, Nutrifood menginspirasi dan membantu setiap individu untuk mencapai keseimbangan hidup dengan menjalankan pola hidup sehat yang menyenangkan dan memperhatikan asupan nutrisi sehingga dapat menikmati hidup sehat lebih lama.

Nutrifood didirikan pada bulan Februari 1979, merupakan perusahaan swasta nasional yang bergerak dalam bidang industri makanan dan minuman, khususnya makanan dan minuman yang memberikan manfaat untuk kesegaran, kesehatan, dan penampilan. Dengan jaringan distribusi yang luas, produk Nutrifood tidak hanya dipasarkan di dalam negeri, namun telah berhasil diterima dengan baik di pasaran ekspor, khususnya di negara-negara berkembang.

#### **4.1.7 PT. Hogy Indonesia**

PT. Hogy Indonesia, sebuah PMA Jepang yang memproduksi medical garment dengan total karyawan 1400 orang. Berlokasi di MM2100 Cibitung Bekasi dan sudah mendapatkan sertifikasi ISO 13485.

Perusahaan ini mendorong kemajuan medis dan meningkatkan kesehatan dan kebahagiaan orang melalui kegiatan usahanya, sehingga memberikan kontribusi untuk kesejahteraan sosial. Hogy Indonesia adalah salah satu prosesor utama dunia kain nonwoven dan bertanggung jawab untuk proses produksi padat karya.

#### **4.1.8 Astra World**

AstraWorld adalah unit bisnis PT Astra International Tbk yang hadir untuk memberikan dukungan dan nilai tambah bagi pemilik mobil Toyota, Daihatsu, Isuzu, BMW dan Peugeot yang membeli mobil di cabang-cabang PT Astra International Tbk (AUTO2000, Astra International Daihatsu, Astra Isuzu, Astra BMW dan Astra Peugeot). Setiap mobil Toyota, Daihatsu, Isuzu, BMW dan Peugeot yang dibeli di cabang-cabang PT Astra International Tbk, otomatis menjadi anggota AstraWorld. Keanggotaan Astra World tidak dipungut bayaran atau gratis. Sebagai partner berkendara bagi anggotanya, Astra World berkomitmen memberikan "*Peace of Mind on The Road*" dan menjadikan saat-saat berkendara Anda semakin aman & nyaman.

#### 4.1.9 Honda Prospect Motor

Honda merupakan produsen sepeda motor terbesar di dunia sejak 1959, dan juga produsen mesin pembakaran dalam terbesar dengan produksi lebih dari 14 juta unit tiap tahun. Honda berhasil menggusur Nissan sebagai produsen mobil kedua terbesar di Jepang tahun 2001. Honda juga menggusur Chrysler, untuk menjadi pabrikan mobil terbesar keempat di pasar AS. Sekarang ini, Honda juga pabrikan mobil terbesar keenam di dunia. Pada 2004, perusahaan ini mulai memproduksi motor diesel, yang sangat tenang dan tidak membutuhkan penyaring untuk dapat melewati standar polusi.

Honda memasuki industri otomotif setelah Perang Dunia II, dimana pesaing sesama Jepang seperti Toyota dan Nissan telah memulai lebih dahulu. Maka, Honda selalu melakukan sedikit perbedaan dari kompetitornya. Produknya yang bertahan lama, seperti Accord dan Civic, selalu menggunakan penggerak roda depan, sehingga menjadi tradisi Honda. Honda selalu memasang teknologi ke dalam produk-produknya, pertamanya sebagai kelengkapan opsional, kemudian menjadi kelengkapan standar. Contohnya adalah rem anti terkunci, power steering sensitif kecepatan, dan injeksi bahan bakar *multi-port* awal 1980-an. Honda juga meluncurkan merek mewah Jepang pertama yaitu Acura tahun 1986, mobil *sport* berbahan aluminium Honda NSX, dan teknologi pengaturan katup yang disebut VTEC.

Lima dari sepuluh mobil paling efisien dari 1984-2010 menurut Badan Perlindungan Lingkungan Amerika Serikat adalah mobil-mobil Honda, lebih

banyak daripada pabrikan mobil lainnya. Lima model tersebut adalah Honda Insight 2002-2006, Honda Civic Coupe HF 1986-1987, Honda Civic hatchback VX 1994–1995, Honda Civic Hybrid 2006, dan Honda Insight 2010. ACEEE juga menyatakan Civic GX sebagai mobil ter hijau di Amerika selama tujuh tahun berturut-turut.

#### **4.1.10 PT. Ateja Tritunggal**

PT. Ateja Tritunggal berdiri di Bandung pada tahun 1974. PT. Ateja Tritunggal didirikan oleh Bapak Subianto Tjandra. Sebagai presiden direktur sekaligus pendiri perusahaan, beliau telah menciptakan sebuah perusahaan yang menjadi salah satu pelopor yang memproduksi kain interior berkualitas ekspor. PT. Ateja Tritunggal terletak di Jl Batujajar Km 2.8 Desa Laksana Mekar, Padalarang - Bandung Barat.

— Untuk meningkatkan kinerja dan hasil produksi yang maksimal serta mengembangkan pasar internasional, PT. Ateja Tritunggal juga membina hubungan baik dan kerjasama secara teknis dengan perusahaan tekstil terkemuka di Jepang, Kawashima Textile Manufacturer, Ltd. PT. Ateja Tritunggal mendapatkan beberapa sertifikasi standarisasi internasional dan berbagai penghargaan nasional maupun internasional, serta secara regular melakukan ekspor ke lebih dari 55 negara di dunia.

#### 4.1.11 Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan pada 10 perusahaan manufaktur di wilayah Jakarta dan Jawa Barat. Kuesioner disebarikan kepada tiga responden pada masing-masing perusahaan yaitu manajer yang memiliki wewenang/tanggung jawab pengelolaan lingkungan, bagian akuntansi dan bagian yang berkaitan dengan penelitian ini sesuai dengan keadaan di perusahaan pada 10 perusahaan manufaktur di wilayah Jakarta dan Jawa Barat.

Tabel 4.1  
Karakteristik Responden

Jabatan	Jumlah
Accounting	10
Management Accounting	8
Environmental Management	3
Marketing	2
Production	7

Sumber: Survei Penelitian

#### 4.2 Hasil Penelitian

Untuk melihat tanggapan responden terhadap setiap variabel dan indikator yang diajukan dalam kuesioner, dapat dilihat dari jawaban dari responden atas pertanyaan kuisioner, setiap itemnya mempunyai skor tertentu. Skor tersebut mempunyai rentang dari 1 sampai dengan 5. Skor tersebut mempunyai kegunaan dalam menghitung nilai skor terendah dan tertinggi yang akan digunakan pada rentang klasifikasi skor setiap variabel. Dalam penelitian ini, jumlah kategori yang

digunakan adalah lima. Kelima kategori tersebut mampu menggambarkan setiap variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

Nilai jawaban responden mengenai indikator yaitu dengan mencari kelas interval dengan menggunakan rumus interval sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Total Skor Tertinggi} - \text{Total Skor Terendah}}{\text{Banyaknya Kelas}}$$

#### 4.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Akuntansi Manajemen Lingkungan (X)

Berikut disajikan skor tanggapan responden terhadap variabel akuntansi manajemen lingkungan yang terdiri dari indikator identifikasi biaya lingkungan, klasifikasi biaya lingkungan, alokasi biaya lingkungan pada produk, alokasi biaya lingkungan pada proses produksi, estimasi biaya siklus hidup produk, analisis persediaan produk, analisis dampak produk, dan analisis perbaikan produk.

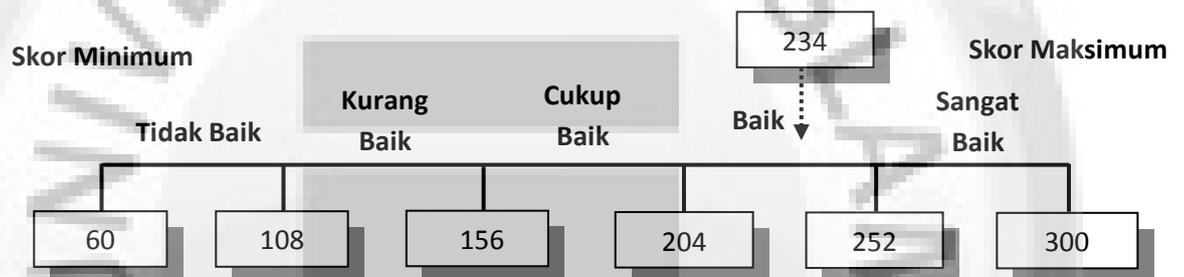
##### a. Indikator Identifikasi Biaya Lingkungan

Berikut disajikan skor tanggapan responden terhadap variabel akuntansi manajemen lingkungan indikator identifikasi biaya lingkungan yang terdiri dari dua pernyataan.

**Tabel 4.2**  
**Skor Tanggapan Responden Indikator Identifikasi Biaya Lingkungan**

Indikator	No. Pernyataan	Jawaban Responden					Total	Skor Aktual	Skor Ideal
		SL	SR	KD	P	TP			
Identifikasi Biaya Lingkungan	1	4	19	7	0	0	30	117	150
	2	4	19	7	0	0	30	117	150
<b>Total</b>		8	38	14	0	0	60	234	300

Tabel di atas menjelaskan skor tanggapan responden terhadap indikator identifikasi biaya lingkungan. Dari tabel di atas, diketahui bahwa skor aktual untuk indikator identifikasi biaya lingkungan sebesar 234 dan skor ideal sebesar 300, termasuk dalam kategori baik berada pada rentang interval 205 - 252. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel akuntansi manajemen lingkungan indikator identifikasi biaya lingkungan di perusahaan manufaktur tergolong baik. Jika digambarkan melalui garis kontinum, maka tampak sebagai berikut:



**Gambar 4.1**  
Tanggapan Responden Indikator Identifikasi Biaya Lingkungan

#### b. Indikator Kemampuan Klasifikasi Biaya Lingkungan

Berikut disajikan skor tanggapan responden terhadap variabel akuntansi manajemen lingkungan indikator klasifikasi biaya lingkungan yang terdiri dari empat pernyataan.



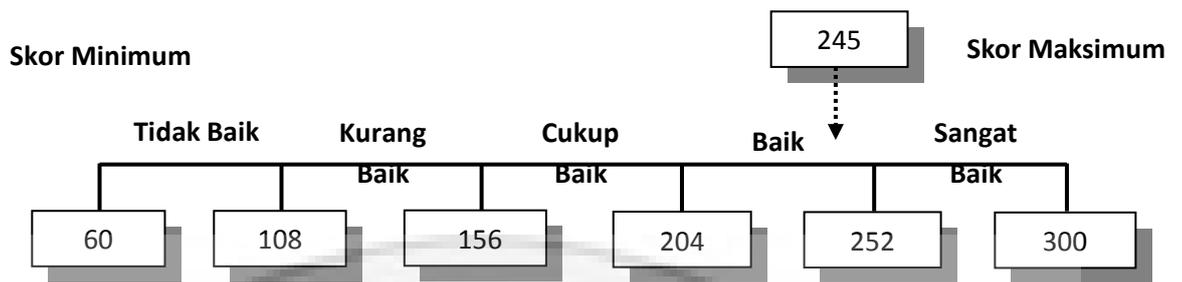
### c. Indikator Alokasi Biaya Lingkungan Pada Produk

Berikut disajikan skor tanggapan responden terhadap variabel akuntansi manajemen lingkungan indikator alokasi biaya lingkungan pada produk yang terdiri dari dua pernyataan.

**Tabel 4.4**  
**Skor Tanggapan Responden Indikator Alokasi Biaya Lingkungan Pada Produk**

Indikator	No. Pernyataan	Jawaban Responden					Total	Skor Aktual	Skor Ideal
		SL	SR	KD	P	TP			
Alokasi Biaya Lingkungan Pada Produk	7	6	19	5	0	0	30	121	150
	8	8	18	4	0	0	30	124	150
<b>Total</b>		14	37	9	0	0	60	245	300
<b>Kategori</b>									<b>Baik</b>

Tabel di atas menjelaskan skor tanggapan responden terhadap indikator alokasi biaya lingkungan pada produk. Dari tabel di atas, diketahui bahwa skor aktual untuk indikator alokasi biaya lingkungan pada produk sebesar 245 dan skor ideal sebesar 300, termasuk dalam kategori baik berada pada rentang interval 205 - 252. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel akuntansi manajemen lingkungan indikator alokasi biaya lingkungan pada produk di perusahaan manufaktur tergolong baik. Jika digambarkan melalui garis kontinum, maka tampak sebagai berikut:



**Gambar 4.3**  
Tanggapan Responden Indikator Alokasi Biaya Lingkungan Pada Produk

**d. Indikator Alokasi Biaya Lingkungan Pada Proses Produksi**

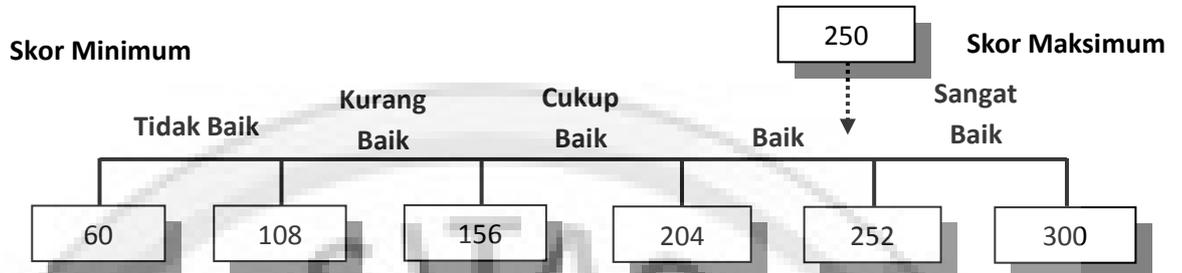
Berikut disajikan skor tanggapan responden terhadap variabel akuntansi manajemen lingkungan indikator alokasi biaya lingkungan pada proses produksi yang terdiri dari dua pernyataan.

**Tabel 4.5**  
Skor Tanggapan Responden Indikator Alokasi Biaya Lingkungan Pada Proses Produksi

Indikator	No. Pernyataan	Jawaban Responden					Total	Skor Aktual	Skor Ideal
		SL	SR	KD	P	TP			
Alokasi Biaya Lingkungan Pada Proses Produksi	9	6	22	2	0	0	30	124	150
	10	8	20	2	0	0	30	126	150
<b>Total</b>		14	42	4	0	0	60	250	300
<b>Kategori</b>									<b>Baik</b>

Tabel di atas menjelaskan skor tanggapan responden terhadap indikator alokasi biaya lingkungan pada proses produksi. Dari tabel di atas, diketahui bahwa skor aktual untuk indikator alokasi biaya lingkungan pada proses produksi sebesar 245 dan skor ideal sebesar 300, termasuk dalam kategori baik berada pada rentang interval 205 - 252. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel akuntansi manajemen lingkungan indikator alokasi biaya lingkungan

pada proses produksi di perusahaan manufaktur tergolong baik. Jika digambarkan melalui garis kontinum, maka tampak sebagai berikut:



**Gambar 4.4**  
Tanggapan Responden Indikator Alokasi Biaya Lingkungan Pada Proses Produksi

**e. Indikator Estimasi Biaya Siklus Hidup Produk**

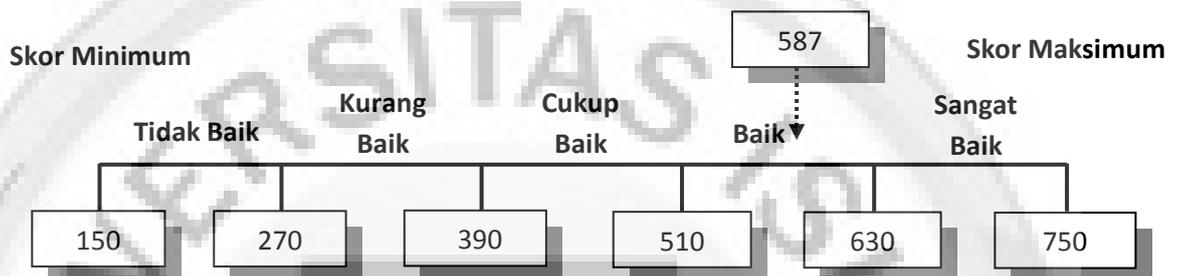
Berikut disajikan skor tanggapan responden terhadap variabel akuntansi manajemen lingkungan indikator estimasi biaya siklus hidup produk yang terdiri dari lima pernyataan.

**Tabel 4.6**  
Skor Tanggapan Responden Indikator Estimasi Biaya Siklus Hidup Produk

Indikator	No. Pernyataan	Jawaban Responden					Total	Skor Aktual	Skor Ideal
		SL	SR	KD	P	TP			
Estimasi Biaya Siklus Hidup Produk	11	8	13	9	0	0	30	119	150
	12	6	18	6	0	0	30	120	150
	13	7	16	4	3	0	30	117	150
	14	8	14	8	0	0	30	120	150
	15	6	11	11	2	0	30	111	150
<b>Total</b>		35	72	38	5	0	150	587	750
<b>Kategori</b>									<b>Baik</b>

Tabel di atas menjelaskan skor tanggapan responden terhadap indikator estimasi biaya siklus hidup produk. Dari tabel di atas, diketahui bahwa skor aktual untuk indikator estimasi biaya siklus hidup produk sebesar 587 dan skor ideal

sebesar 750, termasuk dalam kategori baik berada pada rentang interval 511 - 630. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel akuntansi manajemen lingkungan indikator estimasi biaya siklus hidup produk di perusahaan manufaktur tergolong baik. Jika digambarkan melalui garis kontinum, maka tampak sebagai berikut:



**Gambar 4.5**  
Tanggapan Responden Indikator Estimasi Biaya Siklus Hidup Produk

**f. Indikator Analisis Persediaan Produk**

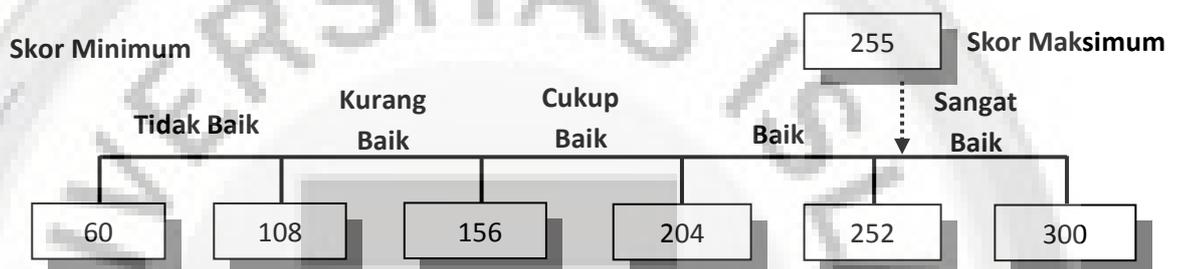
Berikut disajikan skor tanggapan responden terhadap variabel akuntansi manajemen lingkungan indikator analisis persediaan produk yang terdiri dari dua pernyataan.

**Tabel 4.7**  
Skor Tanggapan Responden Indikator Analisis Persediaan Produk

Indikator	No. Pernyataan	Jawaban Responden					Total	Skor Aktual	Skor Ideal
		SL	SR	KD	P	TP			
Analisis Persediaan Produk	16	15	15	0	0	0	30	135	150
	17	9	13	7	1	0	30	120	150
<b>Total</b>		24	28	7	1	0	60	255	300
<b>Kategori</b>									<b>Sangat Baik</b>

Tabel di atas menjelaskan skor tanggapan responden terhadap indikator analisis persediaan produk. Dari tabel di atas, diketahui bahwa skor aktual untuk

indikator analisis persediaan produk sebesar 255 dan skor ideal sebesar 300, termasuk dalam kategori sangat baik berada pada rentang interval 253 - 300. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel akuntansi manajemen lingkungan indikator analisis persediaan produk di perusahaan manufaktur tergolong sangat baik. Jika digambarkan melalui garis kontinum, maka tampak sebagai berikut:



**Gambar 4.6**  
Tanggapan Responden Indikator Analisis Persediaan Produk

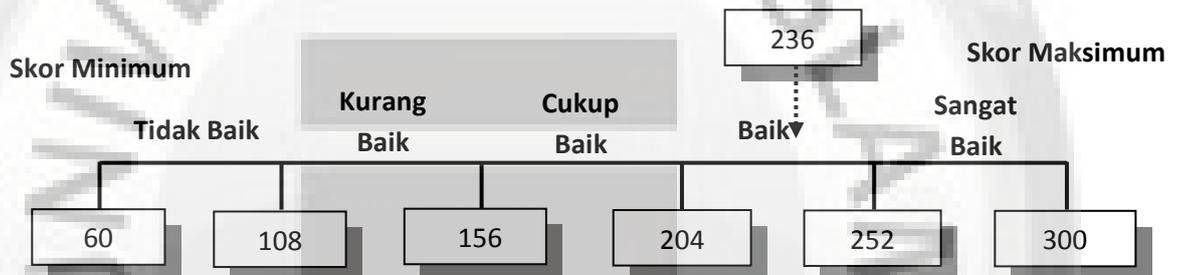
**g. Indikator Analisis Dampak Produk**

Berikut disajikan skor tanggapan responden terhadap variabel akuntansi manajemen lingkungan indikator analisis dampak produk yang terdiri dari dua pernyataan.

**Tabel 4.8**  
Skor Tanggapan Responden Indikator Analisis Dampak Produk

Indikator	No. Pernyataan	Jawaban Responden					Total	Skor Aktual	Skor Ideal
		SL	SR	KD	P	TP			
Analisis Dampak Produk	18	6	21	3	0	0	30	123	150
	19	2	19	9	0	0	30	113	150
<b>Total</b>		8	40	12	0	0	60	236	300
<b>Kategori</b>									<b>Baik</b>

Tabel di atas menjelaskan skor tanggapan responden terhadap indikator analisis dampak produk. Dari tabel di atas, diketahui bahwa skor aktual untuk indikator analisis dampak produk sebesar 236 dan skor ideal sebesar 300, termasuk dalam kategori baik berada pada rentang interval 205 - 252. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel akuntansi manajemen lingkungan indikator analisis dampak produk di perusahaan manufaktur tergolong baik. Jika digambarkan melalui garis kontinum, maka tampak sebagai berikut:



**Gambar 4.7**  
Tanggapan Responden Indikator Analisis Dampak Produk

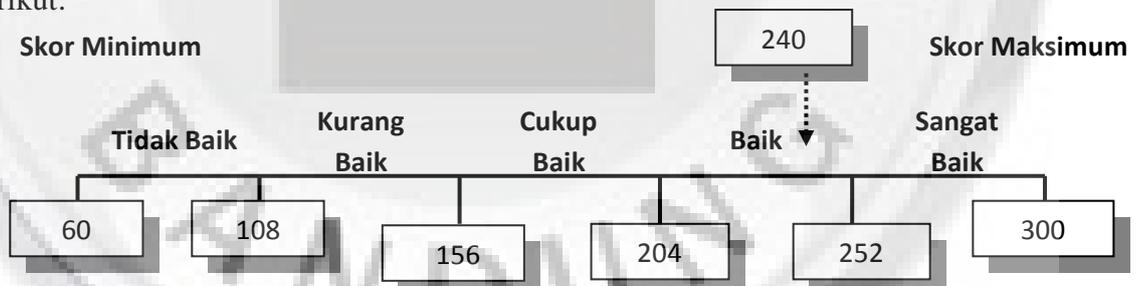
#### **h. Indikator Analisis Perbaikan Produk**

Berikut disajikan skor tanggapan responden terhadap variabel akuntansi manajemen lingkungan indikator analisis perbaikan produk yang terdiri dari dua pernyataan.

**Tabel 4.9**  
**Skor Tanggapan Responden Indikator Analisis Perbaikan Produk**

Indikator	No. Pernyataan	Jawaban Responden					Total	Skor Aktual	Skor Ideal
		SL	SR	KD	P	TP			
Analisis Perbaikan Produk	20	5	19	4	2	0	30	117	150
	21	9	15	6	0	0	30	123	150
<b>Total</b>		14	34	10	2	0	60	240	300
<b>Kategori</b>									<b>Baik</b>

Tabel di atas menjelaskan skor tanggapan responden terhadap indikator analisis perbaikan produk. Dari tabel di atas, diketahui bahwa skor aktual untuk indikator analisis perbaikan produk sebesar 240 dan skor ideal sebesar 300, termasuk dalam kategori baik berada pada rentang interval 205 - 252. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel akuntansi manajemen lingkungan indikator analisis perbaikan produk di perusahaan manufaktur tergolong baik. Jika digambarkan melalui garis kontinum, maka tampak sebagai berikut:



**Gambar 4.8**  
**Tanggapan Responden Indikator Analisis Perbaikan Produk**

**i. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Akuntansi Manajemen Lingkungan**

Berikut disajikan skor tanggapan responden terhadap variabel akuntansi manajemen lingkungan yang terdiri dari 21 pernyataan.

**Tabel 4.10**  
**Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Akuntansi Manajemen Lingkungan (X)**

Variabel	No. Pernyataan	Jawaban Responden					Total	Skor Aktual	Skor Ideal
		SL	SR	KD	P	TP			
Akuntansi Manajemen Lingkungan (X1)	1	4	19	7	0	0	30	117	150
	2	4	19	7	0	0	30	117	150
	3	7	14	6	3	0	30	115	150
	4	5	17	5	3	0	30	114	150
	5	10	12	7	1	0	30	121	150
	6	6	16	5	3	0	30	115	150
	7	6	19	5	0	0	30	121	150
	8	8	18	4	0	0	30	124	150
	9	6	22	2	0	0	30	124	150
	10	8	20	2	0	0	30	126	150
	11	8	13	9	0	0	30	119	150
	12	6	18	6	0	0	30	120	150
	13	7	16	4	3	0	30	117	150
	14	8	14	8	0	0	30	120	150
	15	6	11	11	2	0	30	111	150
	16	15	15	0	0	0	30	135	150
	17	9	13	7	1	0	30	120	150
	18	6	21	3	0	0	30	123	150
	19	2	19	9	0	0	30	113	150
	20	5	19	4	2	0	30	117	150
	21	9	15	6	0	0	30	123	150
<b>Total</b>		145	350	117	18	0	630	2512	3150
<b>Kategori</b>								<b>Baik</b>	

Berdasarkan nilai rata-rata persentase keseluruhan jawaban mengenai akuntansi manajemen lingkungan, diperoleh skor aktual sebesar 2512 dan skor ideal sebesar 3150 termasuk dalam kategori baik. Dengan demikian maka dapat

disimpulkan bahwa akuntansi manajemen lingkungan di perusahaan manufaktur tergolong baik.

#### 4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Inovasi Produk (Y)

Berikut disajikan skor tanggapan responden terhadap variabel inovasi produk yang terdiri dari indikator pengenalan produk baru, modifikasi produk, kecenderungan menjadi pelopor, dan indikator portofolio produk.

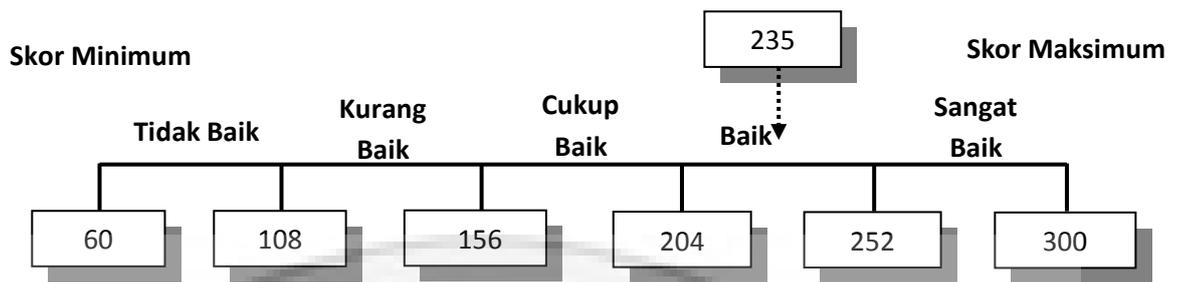
##### a. Indikator Pengenalan Produk Baru

Berikut disajikan skor tanggapan responden terhadap variabel inovasi produk indikator pengenalan produk baru yang terdiri dari dua pernyataan.

**Tabel 4.11**  
**Skor Tanggapan Responden Indikator Pengenalan Produk Baru**

Indikator	No. Pernyataan	Jawaban Responden					Total	Skor Aktual	Skor Ideal
		SL	SR	KD	P	TP			
Pengenalan Produk Baru	22	8	15	3	3	1	30	116	150
	23	6	17	7	0	0	30	119	150
<b>Total</b>		14	32	10	3	1	60	235	300
<b>Kategori</b>									<b>Baik</b>

Tabel di atas menjelaskan skor tanggapan responden terhadap indikator pengenalan produk baru. Dari tabel di atas, diketahui bahwa skor aktual untuk indikator pengenalan produk baru sebesar 235 dan skor ideal sebesar 300, termasuk dalam kategori baik berada pada rentang interval 205 - 252. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel inovasi produk indikator pengenalan produk baru di perusahaan manufaktur tergolong baik. Jika digambarkan melalui garis kontinum, maka tampak sebagai berikut:



**Gambar 4.9**  
Tanggapan Responden Indikator Pengenalan Produk Baru

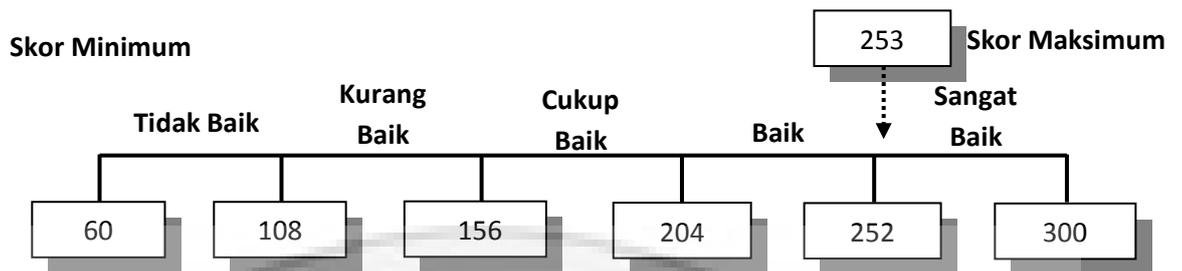
**b. Indikator Modifikasi Produk**

Berikut disajikan skor tanggapan responden terhadap variabel inovasi produk indikator modifikasi produk yang terdiri dari dua pernyataan.

**Tabel 4.12**  
Skor Tanggapan Responden Indikator Modifikasi Produk

Indikator	No. Pernyataan	Jawaban Responden					Total	Skor Aktual	Skor Ideal
		SL	SR	KD	P	TP			
Modifikasi Produk	24	11	18	0	1	0	30	129	150
	25	11	12	7	0	0	30	124	150
<b>Total</b>		22	30	7	1	0	60	253	300
<b>Kategori</b>									<b>Sangat Baik</b>

Tabel di atas menjelaskan skor tanggapan responden terhadap indikator modifikasi produk. Dari tabel di atas, diketahui bahwa skor aktual untuk indikator modifikasi produk sebesar 253 dan skor ideal sebesar 300, termasuk dalam kategori sangat baik berada pada rentang interval 253 - 300. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel inovasi produk indikator modifikasi produk di perusahaan manufaktur tergolong sangat baik. Jika digambarkan melalui garis kontinum, maka tampak sebagai berikut:



**Gambar 4.10**  
Tanggapan Responden Indikator Modifikasi Produk

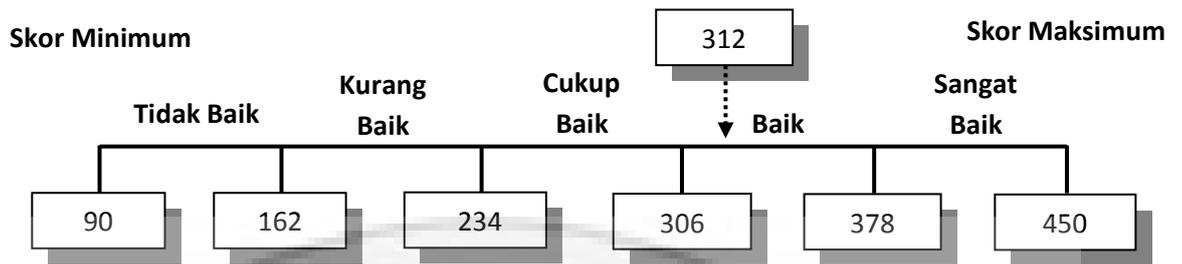
**c. Indikator Kecenderungan Menjadi Pelopor**

Berikut disajikan skor tanggapan responden terhadap variabel inovasi produk indikator kecenderungan menjadi pelopor yang terdiri dari tiga pernyataan.

**Tabel 4.13**  
Skor Tanggapan Responden Indikator Kecenderungan Menjadi Pelopor

Indikator	No. Pernyataan	Jawaban Responden					Total	Skor Aktual	Skor Ideal
		SL	SR	KD	P	TP			
Kecenderungan Menjadi Pelopor	26	4	10	12	3	1	30	103	150
	27	2	13	10	4	1	30	101	150
	28	5	11	11	3	0	30	108	150
<b>Total</b>		11	34	33	10	2	90	312	450
<b>Kategori</b>									<b>Baik</b>

Tabel di atas menjelaskan skor tanggapan responden terhadap indikator kecenderungan menjadi pelopor. Dari tabel di atas, diketahui bahwa skor aktual untuk indikator kecenderungan menjadi pelopor sebesar 312 dan skor ideal sebesar 450, termasuk dalam kategori baik berada pada rentang interval 307 - 378. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel inovasi produk indikator kecenderungan menjadi pelopor di perusahaan manufaktur tergolong baik. Jika digambarkan melalui garis kontinum, maka tampak sebagai berikut:



**Gambar 4.11**  
Tanggapan Responden Indikator Kecenderungan Menjadi Pelopor

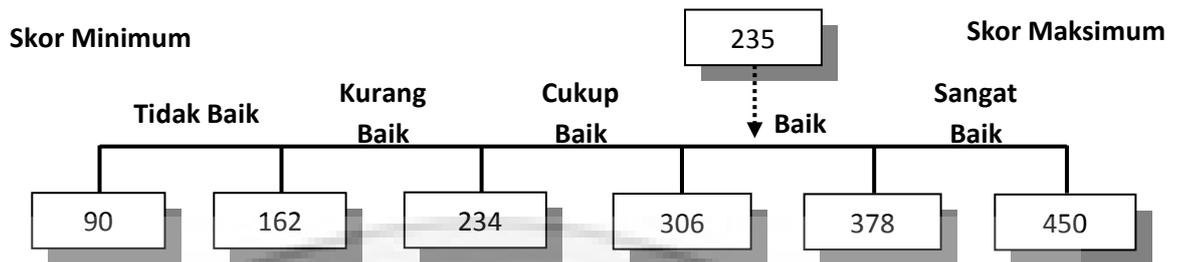
**d. Indikator Portofolio Produk**

Berikut disajikan skor tanggapan responden terhadap variabel inovasi produk indikator portofolio produk yang terdiri dari dua pernyataan.

**Tabel 4.14**  
Skor Tanggapan Responden Indikator Portofolio Produk

Indikator	No. Pernyataan	Jawaban Responden					Total	Skor Aktual	Skor Ideal
		SL	SR	KD	P	TP			
Portofolio Produk	29	9	13	6	2	0	30	119	150
	30	4	19	6	1	0	30	116	150
<b>Total</b>		13	32	12	3	0	60	235	300
<b>Kategori</b>									<b>Baik</b>

Tabel di atas menjelaskan skor tanggapan responden terhadap indikator portofolio produk. Dari tabel di atas, diketahui bahwa skor aktual untuk indikator portofolio produk sebesar 235 dan skor ideal sebesar 300, termasuk dalam kategori baik berada pada rentang interval 205 - 252. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel inovasi produk indikator portofolio produk di perusahaan manufaktur tergolong baik. . Jika digambarkan melalui garis kontinum, maka tampak sebagai berikut:



**Gambar 4.12**  
Tanggapan Responden Indikator Portofolio Produk

**e. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Inovasi Produk**

Berikut disajikan skor tanggapan responden terhadap variabel inovasi produk yang terdiri dari sembilan pernyataan.

**Tabel 4.15**  
Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Inovasi Produk (Y)

Variabel	No. Pernyataan	Jawaban Responden					Total	Skor Aktual	Skor Ideal
		SL	SR	KD	P	TP			
Inovasi Produk (Y)	22	8	15	3	3	1	30	116	150
	23	6	17	7	0	0	30	119	150
	24	11	18	0	1	0	30	129	150
	25	11	12	7	0	0	30	124	150
	26	4	10	12	3	1	30	103	150
	27	2	13	10	4	1	30	101	150
	28	5	11	11	3	0	30	108	150
	29	9	13	6	2	0	30	119	150
	30	4	19	6	1	0	30	116	150
<b>Total</b>		60	128	62	17	3	270	1035	1350
<b>Kategori</b>									<b>Baik</b>

Berdasarkan nilai rata-rata persentase keseluruhan jawaban mengenai inovasi produk, diperoleh skor aktual sebesar 1035 dan skor ideal sebesar 1350 termasuk dalam kategori baik. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa inovasi produk di perusahaan manufaktur tergolong baik.

### 4.2.3 Uji Validitas

Uji Validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Suatu instrumen dikatakan valid apabila instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan *Pearson -total correlation* dengan skor total. Jika *Pearson-total correlation* > 0,279 maka dapat dikatakan bahwa butir pertanyaan tersebut valid (Malhotra 2004:268). Butir pertanyaan suatu instrumen dinyatakan valid jika nilai *Pearson-*nya minimal sebesar 0,279. Nilai yang kurang dari 0,279 menunjukkan pernyataan tidak valid. Semakin tinggi korelasi antara skor suatu butir pertanyaan dengan skor totalnya, maka pernyataan akan semakin valid.

Berikut ini merupakan rekapitulasi hasil perhitungan uji validitas akuntansi manajemen lingkungan (X) pada tabel 4.16.

**Tabel 4.16**  
**Rekapitulasi Uji Validitas Akuntansi Manajemen Lingkungan (X)**

Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	Nilai <i>Sign. Vs Alfa (0.05)</i>	Keterangan
X1	0.473	0.008 < 0.05	Valid
X2	0.600	0.000 < 0.05	Valid
X3	0.832	0.000 < 0.05	Valid
X4	0.770	0.000 < 0.05	Valid
X5	0.762	0.000 < 0.05	Valid
X6	0.802	0.000 < 0.05	Valid
X7	0.623	0.000 < 0.05	Valid
X8	0.503	0.005 < 0.05	Valid
X9	0.616	0.000 < 0.05	Valid
X10	0.698	0.000 < 0.05	Valid
X11	0.470	0.009 < 0.05	Valid
X12	0.629	0.000 < 0.05	Valid

Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	Nilai <i>Sign.</i> Vs Alfa (0.05)	Keterangan
X13	0.765	0.000 < 0.05	Valid
X14	0.633	0.000 < 0.05	Valid
X15	0.573	0.001 < 0.05	Valid
X16	0.441	0.015 < 0.05	Valid
X17	0.376	0.040 < 0.05	Valid
X18	0.549	0.002 < 0.05	Valid
X19	0.538	0.002 < 0.05	Valid
X20	0.650	0.000 < 0.05	Valid
X21	0.732	0.000 < 0.05	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Dari hasil pengolahan data di atas dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan memiliki *nilai sign.* yang lebih kecil dari Alfa (0.05) sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh butir pernyataan mengenai Akuntansi Manajemen Lingkungan (X) adalah valid.

Berikut ini merupakan rekapitulasi hasil perhitungan uji validitas inovasi produk (Y).

**Tabel 4.17**  
**Rekapitulasi Uji Validitas Inovasi Produk (Y)**

Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	Nilai <i>Sign.</i> Vs Alfa (0.05)	Keterangan
Y22	0.675	0.000 < 0.05	valid
Y23	0.598	0.000 < 0.05	valid
Y24	0.486	0.006 < 0.05	valid
Y25	0.634	0.000 < 0.05	valid
Y26	0.773	0.000 < 0.05	valid
Y27	0.789	0.000 < 0.05	valid
Y28	0.793	0.000 < 0.05	valid
Y29	0.808	0.000 < 0.05	valid
Y30	0.835	0.000 < 0.05	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Dari hasil pengolahan data di atas dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan memiliki *nilai sign.* yang lebih kecil dari Alfa (0.05) sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh butir pernyataan mengenai Inovasi Produk (Y) adalah valid.

#### 4.2.4 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Pertanyaan dinyatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten. Dengan menggunakan program SPSS, analisis reliabilitas menggunakan rumus Alpha Cronbach. Hasil uji reliabilitas untuk variabel akuntansi manajemen lingkungan dan inovasi produk secara keseluruhan dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 4.18**  
**Uji Reliabilitas Akuntansi Manajemen Lingkungan (X) dan Inovasi Produksi (Y)**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.909	30

Sumber: Lampiran Output SPSS

Dari tabel di atas terlihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6, sehingga dapat dinyatakan bahwa pengujian variabel-variabel di atas adalah reliabel.

#### 4.2.5 Uji Asumsi Klasik

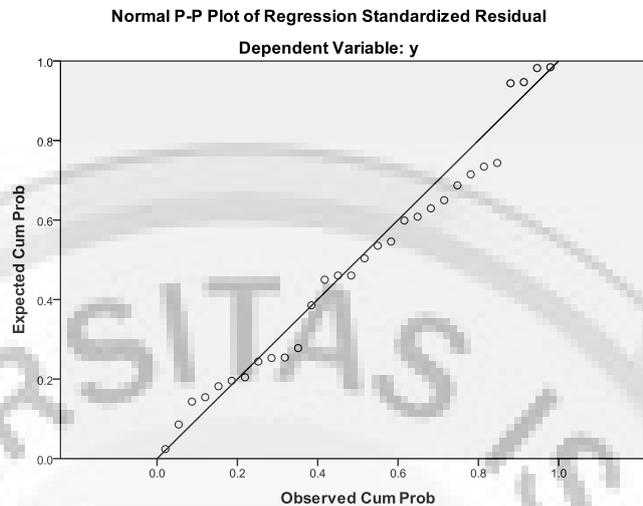
Uji asumsi klasik ditujukan untuk memastikan bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Oleh karena itu data yang akan dianalisis dengan menggunakan regresi linier akan diuji dengan menggunakan uji asumsi klasik. Hasil uji asumsi klasik dapat dilihat berikut ini:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas ditujukan untuk menguji apakah data penelitian yang dilakukan berdistribusi normal atau tidak. Data yang baik adalah data yang normal dalam pendistribusiannya.

Uji normalitas data dapat dilakukan dengan melihat Normal P-P Plot. Apabila plot nya mempunyai suatu pola garis lurus, maka datanya berdistribusi normal, dan sebaliknya apabila plot nya tidak menunjukkan suatu garis lurus, maka datanya tidak berdistribusi normal. Untuk dapat lebih menjelaskan, uji normalitas dapat dilihat dari kurva dan grafik yang dapat dilihat pada gambar di berikut ini.

**Grafik 4.1**  
**Normal P-P Plot dari program SPSS**



Berdasarkan Normal P-P Plot di atas, terlihat bahwa plot-nya mempunyai suatu pola garis lurus, sehingga dapat disimpulkan bahwa datanya berdistribusi normal.

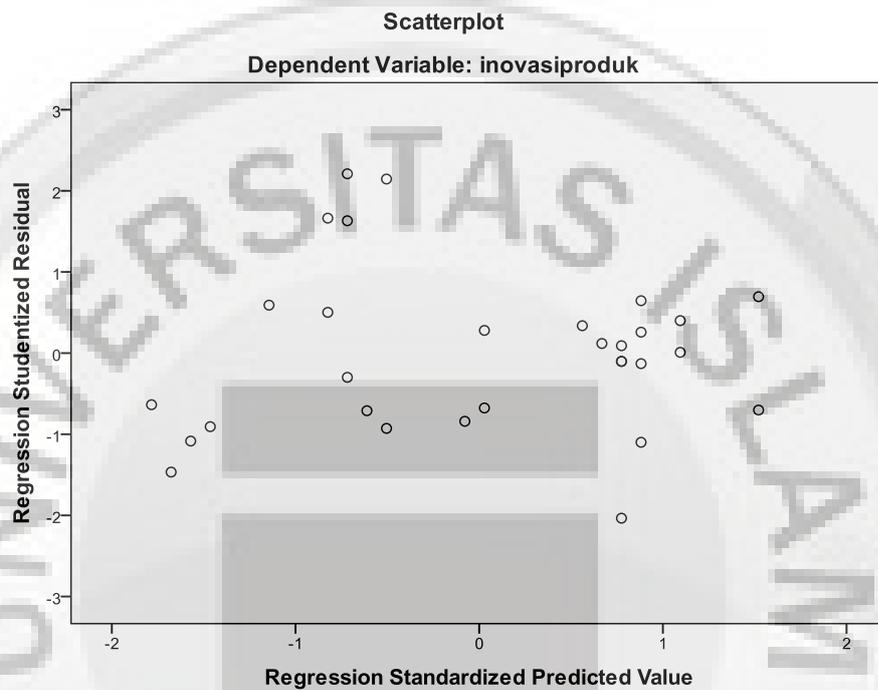
## 2. Uji Heterokedastitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain dengan melihat penyebaran titik-titik yang ada apakah membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit). Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka bisa dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika titik-titik tidak menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y serta membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang,

melebar, kemudian menyempit) maka bisa dikatakan terjadi heterokedastisitas.

**Grafik 4.2**  
**Hasil Uji Hetokedasitas**



Berdasarkan grafik di atas, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Maka dapat dikatakan, hasil pengujian ini adalah tidak terjadi heterokedastisitas.

### 4.3 Analisis Pengujian Hipotesis

#### 4.3.4 Analisis Regresi Linier

Analisis regresi linier merupakan suatu metode analisis untuk mengetahui ada tidaknya suatu hubungan antara suatu variabel bebas dengan variable terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah akuntan manajemen lingkungan (X) sedangkan variabel terikat adalah inovasi produk (Y).

Persamaan Regresi

$$Y = a + bX$$

Inovasi Produk (Y) = a + b Akuntansi Manajemen Lingkungan (X)

**Tabel 4.19**  
**Persamaan Regresi Linier**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	22.655	8.871		2.554	.016
manajemenlingkungan	.141	7.105	.246	2.343	.019

a. Dependent Variable: inovasiproduk

Sumber: Lampiran Output SPSS

Pada tabel coefficients, pada kolom B pada constanta (a) adalah 22.665, sedang nilai Akuntansi Manajemen Lingkungan (b) adalah 0.141 sehingga persamaan regresinya dapat ditulis :

$$Y = a + bX \text{ atau } 22.665 + 0.141X$$

Koefisien b dinamakan koefisien arah regresi dan menyatakan perubahan rata-rata variabel Y untuk setiap perubahan variabel X sebesar satu satuan.

Perubahan ini merupakan pertambahan bila b bertanda positif dan penurunan bila bertanda negatif. Sehingga dari persamaan tersebut dapat diterjemahkan sebagai berikut:

Konstanta sebesar 22.665 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai Akuntansi Manajemen Lingkungan maka nilai Inovasi Produk sebesar 22.665.

Koefisien regresi X sebesar 0.141 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai Akuntansi Manajemen Lingkungan maka nilai Inovasi Produk bertambah sebesar 0.141.

#### 4.3.2 Uji t

$H_0 : \beta_1 = 0$ , Akuntansi Manajemen Lingkungan tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Inovasi Produk.

$H_1 : \beta_1 \neq 0$ , Akuntansi Manajemen Lingkungan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Inovasi Produk.

Dengan taraf signifikansi 0,05

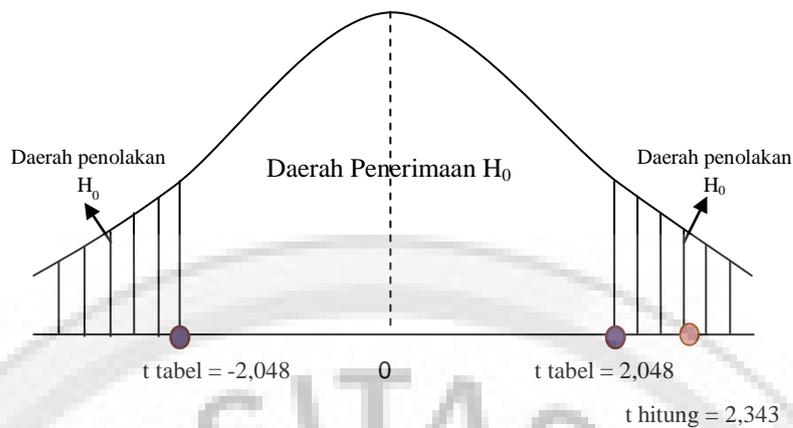
Kriteria : Tolak  $H_0$  jika  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ , terima dalam  $H_0$  jika nilai  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ .

**Tabel 4.20**  
**Pengujian Hipotesis**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	22.655	8.871		2.554	.016
akuntansimanajemenlingkungan	.141	7.105	.246	2.343	.019

a. Dependent Variable: inovasiproduk  
Sumber: Lampiran Output SPSS

Dari tabel output di atas, dapat dilihat bahwa nilai t-hitung yang diperoleh variabel Akuntansi Manajemen Lingkungan (X) adalah sebesar 2,343. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t-tabel pada tabel distribusi t. Dengan  $\alpha=0,05$ ,  $df=n-k-1=30-1-1=28$  diperoleh nilai t-tabel untuk pengujian dua pihak sebesar (2,048). Dari nilai-nilai di atas terlihat bahwa nilai t-hitung yang diperoleh variable Akuntansi Manajemen Lingkungan (X) sebesar  $2,343 > t$  tabel (2,048), sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya secara parsial, Akuntansi Manajemen Lingkungan (X) berpengaruh signifikan terhadap Inovasi Produk (Y). Berdasarkan uji hipotesis tersebut dapat digambarkan daerah penolakan dan penerimaan  $H_0$  pada uji t sebagai berikut:



**Gambar 4.13**  
**Penolakan dan Penerimaan Akuntansi Manajemen Lingkungan Terhadap Inovasi Produk**

#### 4.3.3 Uji Determinasi ( $R^2$ )

Uji determinasi bertujuan untuk menentukan proporsi atau presentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas. Hasil perhitungan *Adjusted R<sup>2</sup>* dapat dilihat pada output *Model Summary*. Pada kolom *Adjusted R<sup>2</sup>* dapat diketahui berapa presentase yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar variabel yang diteliti. Hasil uji determinasi ( $R^2$ ) pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 4.21**  
**Uji Determinasi ( $R^2$ )**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.646 <sup>a</sup>	.661	.627	5.320

a. Predictors: (Constant), akuntansimanajemenlingkungan

b. Dependent Variable: inovasiproduk

Sumber: Lampiran Output SPSS

Berdasarkan tabel uji determinasi terlihat bahwa nilai *R Square* ( $R^2$ ) terlihat bahwa nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,661. Ini menandakan bahwa persamaan regresi di atas menggambarkan 66,1% kondisi sebenarnya, sisanya sebesar 33,9% dipengaruhi oleh hal-hal lainnya.

#### 4.3.4 Uji Korelasi Pearson

Analisis korelasi sederhana dengan metode Pearson atau sering disebut *Product Moment Pearson*. Nilai korelasi ( $r$ ) berkisar antara 1 sampai -1, nilai semakin mendekati 1 atau -1 berarti hubungan antara dua variabel semakin kuat, sebaliknya nilai mendekati 0 berarti hubungan antara dua variabel semakin lemah. Nilai positif menunjukkan hubungan searah (X naik maka Y naik) dan nilai negatif menunjukkan hubungan terbalik (X naik maka Y turun).

**Tabel 4.22**  
**Uji Korelasi Pearson**  
**Correlations**

		manajemenli ngkungan	inovasi produ k
Akuntansi manajemen lingkungan	Pearson Correlation	1	.646
	Sig. (2-tailed)		.019
	N	30	30
Inovasi produk	Pearson Correlation	.646	1
	Sig. (2-tailed)	.019	
	N	30	30

Sumber: Lampiran Output SPSS

Dari tabel uji korelasi pearson, terlihat bahwa nilai korelasi pearson antara Manajemen Lingkungan (X) dan Inovasi Produk (Y) sebesar 0,646 artinya

keeratan hubungan antara Akuntansi Manajemen Lingkungan (X) dan Inovasi Produk (Y) kuat sebesar 64,6%.

#### 4.4 Pembahasan

Untuk menilai pengaruh Akuntansi Manajemen Lingkungan terhadap Inovasi Produk pada perusahaan manufaktur di wilayah Jakarta dan Jawa Barat yang diteliti digunakan regresi linier sederhana. Data yang digunakan dalam menghitung persamaan regresi pada penelitian ini terdiri atas variabel bebas Akuntansi Manajemen Lingkungan (X) yang diperoleh dari hasil data kuesioner skala pengukuran interval dan variabel tidak bebas Inovasi Produk (Y) yang diperoleh dari skala pengukuran interval. Sebelum menggunakan analisis regresi dilakukan pengujian asumsi klasik.

Hasil yang diperoleh dari data penelitian menunjukkan bahwa pada umumnya manajemen perusahaan membutuhkan informasi Akuntansi Manajemen Lingkungan dilihat dari dimensi moneter juga secara umum dibutuhkan oleh pihak manajemen perusahaan, sebagian besar pihak manajemen menyatakan membutuhkannya. Adapun informasi moneter yang dinyatakan tidak dibutuhkan oleh manajemen adalah perhitungan dan pencatatan estimasi biaya daur ulang bahan sisa untuk digunakan kembali dan biaya daur ulang produk untuk digunakan kembali yang hanya dibutuhkan sebagian kecil perusahaan.

Berdasarkan hasil uji hipotesis dapat dikatakan bahwa Akuntansi Manajemen Lingkungan mempunyai pengaruh terhadap Inovasi Produk.

Koefisien regresi Akuntansi Manajemen Lingkungan (X) bertanda positif sebesar 0,141 yang berarti apabila Akuntansi Manajemen Lingkungan mengalami kenaikan sebesar satu point, maka skor Inovasi Produk pada perusahaan manufaktur di wilayah Jakarta dan Jawa Barat akan mengalami kenaikan sebesar 0,141 poin. Hasil ini berarti respon perubahan Inovasi Produk akibat perubahan Akuntansi Manajemen Lingkungan adalah positif atau searah.

Hasil uji hipotesis ini searah dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ferreira et al (2009), mengatakan bahwa penerapan EMA memiliki hubungan positif dengan inovasi proses. Selanjutnya Rustika (2011), hasil penelitian mengatakan bahwa penerapan EMA dan strategi menjadi penggerak lahirnya inovasi. Selaras dengan kedua penelitian sebelumnya Ayuningtyas (2012), mengatakan bahwa akuntansi manajemen lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap inovasi.

Dengan kata lain, makin baik Akuntansi Manajemen Lingkungan akan diikuti Inovasi Produk pada perusahaan manufaktur di wilayah Jakarta dan Jawa Barat makin tinggi. Akuntansi Manajemen Lingkungan memberikan pengaruh sebesar 66,1% terhadap Inovasi Produk pada perusahaan manufaktur di wilayah Jakarta dan Jawa Barat sebesar 66,1% tergolong pengaruh yang besar dan memiliki makna yang signifikan. Hal ini ditunjukkan oleh uji yang bermakna signifikan.