

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era digitalisasi saat ini, teknologi telah berkembang dengan cepat, yang mengubah peran akuntansi manajemen. Namun, digitalisasi juga berdampak pada pengembangan produk baru. Agar bisnis tetap kompetitif, perusahaan harus memiliki daya tarik, atau keunggulan, dengan mengubah produk mereka untuk memenuhi permintaan pasar yang berubah.

Pada penelitian Pasch (2019) menyatakan bahwa akuntansi manajemen dapat dimasukkan ke dalam proses penerapan strategi perusahaan yang mengutamakan pencarian inovasi. Menurut Cooper (2019) juga mempelajari kunci kesuksesan dari berbagai penelitian tentang kinerja pengembangan produk baru. Banyak tantangan dalam pengembangan produk baru dan penelitian tentang kesuksesan dan prakteknya harus terus dikembangkan karena inovasi adalah kunci kesuksesan dan peningkatan kinerja perusahaan. Strategi perusahaan menentukan cara kerja akuntan dan pengembangan produk baru berjalan. Lee dan Wang (2020) memastikan bahwa manajemen biaya dan kebutuhan pelanggan dipertimbangkan saat mengembangkan produk baru, akuntansi harus menghabiskan lebih banyak waktu pada tahap awal dalam perencanaan dan analisis informasi biaya .

Menurut Fernando *et al.*, (2016) dalam mengembangkan produk baru, banyak rintangan yang akan dihadapi karena begitu banyaknya hal yang harus diperhatikan, salah satunya adalah inovasi. Inovasi dianggap sebagai konsep yang relatif baru. Namun, inovasi bukan lagi sebuah konsep dan fenomena baru yang diyakini banyak orang. Inovasi merupakan kunci agar perusahaan atau perusahaan dapat berkembang. Menurut Sumster *et al.*, (2020) desainer pada suatu perusahaan berperan penting dalam memegang kendali pengembangan produk baru. Menurut Ackermann (2018) pada fase awal pengembangan produk baru desainer dituntut untuk mempertimbangkan aspek sirkularitas melalui analisis perbaikan, reproduksi, *recycle*. Menurut Shahbazi *et al.*, (2020) para desainer harus dikembangkan melalui pelatihan pendidikan profesional atau lokakarya yang mengintegrasikan para desainer, spesialis, dan investor. Kolaborasi para pemangku kepentingan tersebut perlu dimulai sejak awal fase konseptual proses desain untuk memungkinkan pemahaman yang lebih baik tentang prioritas dan keputusan desain.

Menurut Linder dan Williander (2017) bahwa banyaknya hal yang mempengaruhi Pengembangan Produk Baru, terdapat tiga hal penting yang menjadi pengaruh utama yaitu Desain Melingkar (*Circular Design*), Informasi Biaya (*Cost Information*), dan Praktik Inovasi Lingkungan (*Environmental Innovation Practices*). Salah satu metode desain yang ramah lingkungan adalah metode *Circular Design*, dimana *Circular Design* adalah pengembangan dalam ekonomi sirkular yang menitikberatkan pada pemilihan bahan baku yang baik, dimana desain produk memiliki standarisasi. Konsep dari *Circular*

Design sendiri ialah bagaimana cara memperbaiki dan memproduksi produk, dan efek produk tersebut terhadap lingkungan sekitar. Model bisnis sirkular bertujuan untuk mengurangi ketergantungan perusahaan pada bahan baku dan mempromosikan transisi dari bahan bakar fosil ke energi terbarukan dan penerapan produksi berkelanjutan dalam rantai nilai. Menurut penelitian Kozminska (2019) Desain melingkar juga menghadapi rintangan yang berkaitan dengan lingkungan (misalnya potensi daur ulang), sosial (misalnya persepsi sosial terhadap bahan yang digunakan kembali), infrastruktur (misalnya kurangnya pabrik pengolahan) dan masalah hukum (misalnya undang-undang konstruksi yang tidak fleksibel).

Menurut Lepadatu (2011) dalam mengembangkan produk baru, informasi biaya berperan penting dalam Pengembangan Produk Baru. Dengan kita mengidentifikasi informasi biaya perusahaan dapat mengidentifikasi peluang untuk memanfaatkan sumber daya dengan optimal, memperkecil kadar produksi limbah, dan menciptakan produk yang lebih berkelanjutan. Informasi biaya juga menjadi hal yang penting karena informasi biaya dijadikan acuan dalam proses pengambilan keputusan. Pada penelitian Jatiningsih dan Sholihin (2015) menemukan studi jika variabel informasi biaya, yaitu berdasarkan jenisnya, mempengaruhi efektivitas biaya untuk mengembangkan produk baru. Selain itu, menurut Booker *et al.*, (2007) informasi biaya dapat memicu perusahaan untuk mengimplementasikan praktik desain sirkular, karena pada *Circular Design* sering mengarah pada penghematan biaya jangka panjang dan

peningkatan efisiensi operasional dan mengidentifikasi jenis informasi biaya yaitu spesifik dan relatif.

Menurut Booker *et al.*, (2007) menunjukkan bahwa memberikan desainer produk informasi tentang biaya khusus akan meningkatkan fokus pada produk yang lebih besar, tetapi tidak pada produk yang luar biasa. Pengembangan produk baru adalah konteks yang sangat relevan untuk menguji efek perilaku dari informasi biaya karena merupakan proses yang kompleks di mana desainer harus menyeimbangkan beberapa tujuan dengan hasil yang tidak pasti. Dengan demikian, informasi biaya spesifik tidak secara signifikan meningkatkan upaya desainer produk yang radikal untuk mengurangi biaya, tetapi menghasilkan pilihan desain yang lebih hemat biaya. Penelitian juga dilakukan Booker *et al.*, (2007) menunjukkan bahwa informasi biaya spesifik mempengaruhi desainer pada fitur utama produk yang dioptimalkan.

Menurut Vivi dan Harris (2020) bahwa produksi yang terjadi saat ini hanya menambah jumlah pencemaran dan kerusakan pada lingkungan. Banyak kawasan industri di Batam membuang limbah sembarangan, merusak ekosistem, menurut Kementerian Lingkungan Hidup Kehutanan (KLHK). Menurut Atlin dan Gibson (2017) penggunaan sumber daya tak terbarukan secara berlebihan yang dipicu oleh pesatnya pembangunan ekonomi telah merusak atmosfer dan meningkatkan berbagai kekhawatiran terhadap lingkungan.

Menurut Eisenhardt dan Martin (2000) praktik Inovasi Lingkungan mencakup beberapa hal yaitu seperti teknologi yang digunakan, bahan baku yang dipilih, dan efek dari semua hal yang bersangkutan di fase produksi terhadap lingkungan. Perusahaan harus memprioritaskan lingkungan dengan memilih bahan baku alternatif jika terdapat risiko dengan bahan baku yang telah dipilih, dan melakukan produksi dengan meminimalkan terjadinya polusi dan limbah. Jika perusahaan mengimplementasikan praktik inovasi lingkungan, maka ini akan menjadi nilai keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Keunggulan kompetitif terletak pada kapasitas perusahaan untuk mengintegrasikan, membangun, dan mengkonfigurasi ulang kompetensi bisnis agar lebih beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis.

Pada penelitian Pratiwi (2013) dijelaskan bahwa bertambah pesatnya jumlah perusahaan manufaktur di Indonesia mengakibatkan banyak dampak negatif terhadap kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh aktivitas operasional perusahaan. Menurut Kemp & Pearson (2007) pengelolaan lingkungan hidup atau dikenal dengan *Eco-Innovation* memegang peranan penting akibat meningkatnya perubahan iklim dan aktivitas bisnis yang tidak terkendali. Setiap perusahaan diwajibkan untuk bekerja sama untuk mewujudkan tujuan perusahaan dengan berorientasi pada praktik inovasi lingkungan dengan cara memperhitungkan antara keuntungan atau profit dengan kualitas barang yang diproduksi dan konsekuensinya terhadap lingkungan. Untuk menerapkan dan mencapai target inovasi ramah

lingkungan, perusahaan perlu mengadopsi kerja tim dalam ekosistem organisasi mereka (Ahmed et al. 2023).

Pembahasan mengenai menjaga lingkungan tertera di Al- Qur'an Surah Al-Qasas ayat 77 yang berbunyi :

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا
أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Artinya :

“Dan carilah (pahala) negeri akhirat dengan apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berbuat kerusakan.”

Pada ayat tersebut dapat dipahami bahwa manusia harus menjaga lingkungan atau tidak merusaknya dan harus berbuat baik kepada sesama manusia, ayat tersebut mengandung kebenaran tentang Kitab-Nya dan para nabi dan rasul-Nya.

Menurut Titin dan Jatningsih (2022) terdapat pengaruh signifikan tipe informasi biaya terhadap product cost pada pengembangan produk baru. Sedangkan pada penelitian Alfiana dan Jatningsih (2022) tidak terdapat pengaruh *cost information* pada pengembangan produk baru. Pada penelitian terdahulu terjadi inkonsistensi pengaruh dari informasi biaya dalam pengembangan produk baru, sementara itu desain sirkuler dan praktik inovasi lingkungan belum diuji sehingga peneliti tertarik untuk menguji pengaruh

informasi biaya dan praktik inovasi lingkungan terhadap desain sirkuler pada pengembangan produk baru.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah Informasi Biaya berpengaruh terhadap *Circular Design* pada Pengembangan Produk Baru?
2. Apakah Praktik Inovasi Lingkungan berpengaruh terhadap *Circular Design* pada Pengembangan Produk Baru?

C. Tujuan

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh Informasi Biaya terhadap *Circular Design* pada Pengembangan Produk Baru.
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh Praktik Inovasi Lingkungan terhadap *Circular Design* pada Pengembangan Produk Baru.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini berkontribusi pada literatur pengembangan produk baru dengan fokus pada informasi biaya, praktik inovasi lingkungan dan circular design. Penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk penyusunan penelitian pada masa yang akan datang terkait dengan topik yang sama dan sesuai.

2. Secara Praktis

Bagi manajemen pada suatu perusahaan, penelitian ini dapat menambah informasi bagi manajemen di suatu perusahaan tentang konsep pengembangan produk baru yang efektif bagi lingkungan.