

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pentingnya biaya tidak dapat disangkal lagi dalam suatu perusahaan sehingga memerlukan perhatian khusus. Dalam pengertian umum, biaya mengacu pada pengeluaran sumber daya ekonomi, diukur dalam satuan moneter, yang telah terjadi atau diperkirakan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Biaya perolehan aset juga termasuk dalam definisi ini. Definisi ini mencakup 4 (empat) komponen utama: pertama, biaya melibatkan pengorbanan sumber daya ekonomi yang diukur dalam satuan moneter. Kedua, pengorbanan – pengorbanan ini telah terjadi atau berpotensi terjadi. Ketiga, pengorbanan ini dilakukan dengan tujuan mencapai tujuan tertentu di masa depan. Pada akhirnya, tujuan akhir dari pengorbanan ini adalah untuk menghasilkan pendapatan (Sumarwan, 2014)

Suatu organisasi harus mampu mengelola biaya dengan baik dalam lingkungan bisnis yang sangat kompetitif saat ini, terutama ketika mengembangkan produk baru untuk bertahan dalam persaingan global. Kemampuan untuk mengembangkan produk baru merupakan pertimbangan penting dalam dunia bisnis yang berubah dengan cepat saat ini. Dapat ditunjukkan dengan *Cost Information*. *Cost Information* ini peran penting dalam mengembangkan produk baru. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa berpengaruh biaya terhadap kinerja produk desainer (Nurjanah & Jatiningasih, 2021).

Proses pengembangan produk baru melibatkan penggabungan ide untuk membuat produk yang lebih lengkap. Semua pekerjaan yang diperlukan untuk merancang suatu produk baru, mulai dari ide hingga hasil akhir, dan proses ini ditandai dengan pengambilan keputusan yang cepat, dimana desainer juga harus menentukan masa depan produk. (Feeney & Pierce, 2018)

Dari segi hukum islam, biaya produksi harus mematuhi ajaran Al - Quran dan Hadits. Hal ini memastikan bahwa biaya produksi diperoleh melalui pembiayaan halal dan terhindar dari kejahatan riba. Konsep ekonomi konvensional memandang produksi sebagai sarana untuk mencapai keuntungan sebesar – besarnya. Namun dalam islam, tujuan produksi adalah memberikan masalah (manfaat) yang sebesar – besarnya kepada konsumen. Meskipun memaksimalkan masalah adalah tujuan utama ekonomi Islam, menghasilkan keuntungan tidak dilarang selama hal tersebut sejalan dengan tujuan dan hukum Islam (Sani, 2019)

Dalam ajaran Islam salah satu perintahnya adalah memanfaatkan sumber daya yang ada, namun harus dilakukan dengan mengedepankan keadilan dan menghindari eksploitasi. Produksi merupakan cara untuk memanfaatkan sumber daya ini dengan melakukan hal tersebut, produsen pasti akan berusaha untuk mengurangi biaya dan meningkatkan keuntungan. Namun, penting untuk mempertimbangkan biaya yang terkait dengan pengembangan produk baru dalam islam, karena biaya tersebut merupakan biaya yang harus dikorbankan oleh perusahaan untuk menciptakan suatu produk.

Pengeluaran yang terkait dengan produksi barang atau jasa antara lain, meliputi biaya perolehan bahan baku dan gaji karyawan. Namun yang membedakan biaya syariah dengan biaya produksi konvensional adalah prinsip halal dan haram yang tertanam dalam biaya tersebut. Dalam akuntansi manajemen islam, penekanannya ditempatkan ada sumber pembiayaan, karena memproduksi barang atau jasa dalam islam memerlukan kejelasan. Artinya produksi barang halal harus jelas, begitu pula asal biaya yang digunakan dalam kegiatan produksi tersebut. Ajaran pokok islam bahwa segala kegiatan ekonomi dalam muamalah harus bebas dari maghrib yaitu maysir, gharar, dan riba. Oleh karena itu, setiap kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh seorang muslim harus menghindari adanya keracunan atau gharar, penipuan atau maysir, atau transaksi yang mengandung unsur riba atau bunga (Chotimah *et al.*, 2023)

Hal ini telah ditegaskan pada Q.S Ali Imran Ayat 130:

“Hai orang – orang yang beriman! Janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah SWT supaya kamu mendapatkan keberuntungan”

Selain itu, dijelaskan pula pada Al – Baqarah Ayat 77:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“Dan Allah SWT telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”. Riba yang dianggap buruk dimata Allah SWT mengancam akan memberi balasan yang keras kepada orang Yahudi yang memakannya. seperti yang disebutkan dalam Al-Qur'an, yaitu:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَهُمْ بَعْضًا مِّنْ بَعْضٍ
 وَأَتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٦١﴾

“Maka disebabkan kezaliman orang – orang Yahudi, Kami haramkan atas mereka yang (memakan makanan)” yang baik – baik (yang dahulunya) dihalalkan bagi mereka dan karena mereka banyak menghalangi (manusia) dari jalan Allah, dan disebabkan mereka memakan riba, sesungguhnya mereka telah dilarang daripadanya dan karena mereka memakan harta orang dengan jalan yang bathil. Kami telah menyediakan untuk orang – orang kafir diantara mereka itu siksa yang pedih” (Qs, An – Nisa: 160 – 161)

Banyak bisnis yang merancang produk baru sebagai cara untuk tetap bertahan di pasar yang dipenuhi perusahaan serupa. Strategi ini berpotensi memperkaya pasar produk sehingga memberikan nilai tambah bagi perusahaan. Menurut (Kotler & Keller, 2010) Pengembangan Produk Baru (NPD) berkaitan dengan penciptaan produk asli, peningkatan produk, modifikasi produk, dan merek baru oleh divisi penelitian dan pengembangan (R&D) perusahaan. Kegagalan dalam berinovasi dan memperkenalkan produk atau layanan baru dapat menyebabkan kehancuran perusahaan. Oleh karena itu, pemilihan, pendefinisian, dan perancang produk merupakan aspek penting yang dapat mempengaruhi peluang produk baru berhasil memasuki pasar. *New Product Development* (NPD) merupakan elemen kunci bagi pelaku usaha untuk mencapai kesuksesan (Setiyani *et al.*, 2015). Menurut (Converse & Fred, 1958) mendefinisikan pengembangan produk sebagai upaya yang disengaja dan sadar yang bertujuan untuk menyempurnakan produk yang sudah

ada atau memperluas jangkauan produk yang diproduksi dan dipasarkan. Rachman Prawiramidjaja dalam penelitian (Indraini, 2017) menggambarkan pengembangan produk sebagai upaya menyempurnakan produk – produk yang ada pada suatu perusahaan dengan cara meningkatkan keberagaman dan variasinya.

Buchari Alma dalam penelitian (Husniar *et al.*, 2023) menyatakan bahwa pengembangan produk mengacu pada keseluruhan aktivitas produsen dalam menentukan dan meningkatkan produknya. Kegiatan ini dapat mencakup pembenahan biaya produksi dan pengemasan. Dunia perekonomian saat ini sedang bergulat dengan isu pembangunan ekonomi ramah lingkungan yang berorientasi masa depan atau dikenal dengan *Green Economy*. Jenis pembangunan ekonomi ini mengutamakan perencanaan kegiatan manusia secara sadar dan strategis yang ramah lingkungan.

Tujuan pemanfaatan sumber daya secara berkelanjutan adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan tetap menjaga kelestarian lingkungan dan keseimbangan ekosistem. Kegiatan ekonomi ini bertujuan untuk meningkatkan produktivitas masyarakat. Pada akhirnya, bermuara ada peningkatan Produk Domestik Bruto atau PDB Hijau. Produk riil sektor industri harus diarahkan pada produk ramah lingkungan untuk mendorong pembangunan ekonomi. Dalam masyarakat saat ini, produk ramah lingkungan sudah menjadi permintaan global, khususnya bagi negara – negara maju. Beberapa pengembangan yang bertujuan untuk mempromosikan produk ramah lingkungan, seperti konsep produksi bersih, ISO 14000. *Eco Labeling* telah

diterapkan. Namun, hasilnya kurang sesuai dengan harapan. Karena, berbagai jenis kendala. Diperlukan instrumen kebijakan untuk mengatasi hambatan – hambatan tersebut. Kemudian, arahnya memberikan iklim yang kondusif bagi pengusaha dalam memproduksi produk ramah lingkungan.

Sudah menjadi rahasia umum, jika konsep 3R ini merupakan singkatan dari *Reduce*, *Reuse*, dan *Recycle* yang telah dimodifikasi menjadi konsep 6R yaitu *Rethink*, *Refuse*, *Reduce*, *Reuse*, *Repair*, dan *Recycle*. Versi baru ini mencakup pemikiran ulang, penggantian, dan perbaikan. Perubahan ini sendiri menunjukkan bahwa tantangan dalam menciptakan produk yang ramah lingkungan bisa tanpa perencanaan yang matang. Mengingat hal ini, sangat penting untuk menetapkan kerangka pengembangan produk ramah lingkungan yang melibatkan pemangku kepentingan, terkait untuk memastikan keberhasilan implementasi. Permasalahan lingkungan hidup telah menjadi perhatian dunia karena, kualitas lingkungan hidup saat ini tentunya akan berdampak pada generasi mendatang. *Eco Friendly Design* di Indonesia ini semakin parah dalam beberapa tahun sebelumnya. Sehingga, menimbulkan ancaman besar terhadap kehidupan manusia. Pemilik bisnis sudah mulai menerapkan konsep desain yang ramah lingkungan agar selaras dengan ide – ide sadar lingkungan. Oleh karena itu, penciptaan produk yang ramah lingkungan menjadi semakin lazim dari *Green Economy* itu sendiri (Muhsin. Ahmad & Lucitasari, 2011)

Menurut (Jatiningsih & Sholihin, 2015) *Cost Information* dapat memfasilitasi pengembangan produk baru, *Cost Information* dapat diklasifikasikan menjadi 2 (dua) yaitu spesifik dan relatif yang dapat digunakan untuk membuat produk baru dengan melihat mana yang paling cocok dengan produk tersebut. Sehingga, menghasilkan produk yang lebih baik dapat menghasilkan banyak keuntungan (Booker *et al.*, 2007) *Cost Information* memiliki keuntungan karena berguna bagi organisasi untuk mengurangi biaya produksi, namun hal tersebut kelemahan *Cost Information* untuk merugikan. jika hanya mempertimbangkan biaya tanpa mempertimbangkan sudut pandang lain Oleh karena itu, untuk mengatasi tantangan yang timbul dari persaingan yang sangat ketat di pasar global, perlu dibangun hubungan antara informasi biaya, strategi, dan teknologi (Nurjanah & Jatiningsih, 2021)

Menurut (Locke, 1978) Teori Motivasi merupakan konsep teori orientasi tujuan. Teori motivasi ini berpendapat bahwa individu yang menetapkan tujuan yang spesifik dan menantang akan mengungguli mereka yang memiliki tujuan yang tidak jelas atau tidak ada, seperti sekedar “melakukan apa yang anda inginkan”. Menurut (Locke, 1978) memiliki tujuan menciptakan fokus dan mendorong tindakan langsung. Selain itu, tujuan yang menantang dapat meningkatkan energi, usaha, dan ketekunan. Sehingga, menimbulkan perasaan yang puas dan motivasi atas pencapaian, atau frustrasi jika tujuan tersebut tidak tercapai.

Goal Orientation (Orientasi Tujuan) kemudian menggambarkan bagaimana individu menafsirkan dan merespons situasi untuk mencapai hasil yang diinginkan dan meningkatkan kinerja. Perbedaan individu dalam perilaku dapat dikaitkan dengan tujuan sebelumnya. Dengan memanfaatkan definisi orientasi tujuan ini yang dapat disimpulkan bahwa melibatkan pembangunan aspirasi masa depan yang memotivasi dengan dorongan individu untuk sukses (Templer *et al.*, 2020)

Perusahaan dengan kepentingan berinovasi mengembangkan produk baru saat ini adalah *Eco Friendly Design* dengan mengangkat isu ramah lingkungan dimana tujuan hal ini yaitu agar mampu bertahan di era pembangunan industri berkelanjutan. Tentunya dalam proses pengembangan produk baru ini diperlukan informasi biaya (*Cost Information*) yang harus diketahui oleh desainer, selain itu karakteristik individu juga diperlukan untuk mewujudkan produk yang sesuai dengan tujuan sebelumnya. Maka dari itu, riset penelitian ini terkait “**Pengaruh *Cost Information* dan *Goal Orientation* Terhadap *Eco Friendly Design* pada Pengembangan Produk Baru (NPD)**”

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas sebelumnya. Maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *Cost Information* berpengaruh terhadap *Eco Friendly Design* pada pengembangan produk baru (NPD)?
2. Apakah *Goal Orientation* berpengaruh terhadap *Eco Friendly Design* pada pengembangan produk baru (NPD)?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas sebelumnya adalah menjawab pokok permasalahan diatas yaitu:

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh pada *Cost Information* terhadap *Eco Friendly Design* pada pengembangan produk baru (NPD)
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh pada *Goal Orientation* terhadap *Eco Friendly Design* pada pengembangan produk baru (NPD)

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dapat diperoleh dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengembangan ilmu mengenai pengaruh *Cost Information* dan *Goal Orientation* terhadap *Eco Friendly Design* pada pengembangan produk (NPD).

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambahkan pengetahuan bagi para pembaca khususnya terkait manajemen dan terkait *Cost Information* maupun *Goal Orientation* agar dapat digunakan sebagai bahan evaluasi pada pengembangan produk suatu perusahaan.