

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Pada zaman sekarang inovasi dianggap sangat penting dan sangat krusial bagi sebuah badan usaha baik terjadi pada sisi produktivitas, teknologi maupun kualitasnya. Dalam hal ini inovasi bergantung pada organisasi dalam menentukan dan mengelola peluang produk atau layanan baru, serta memperbaiki proses dan sistem yang ada. Kegiatan ini dapat membantu perusahaan untuk menghasilkan profit sehingga mampu bersaing secara kompetitif dipasar. Sehingga bergantung pada perusahaan itu sendiri dalam melakukan pengembangan sumber daya dalam penciptaan produk unik.

Indonesia memasuki era globalisasi dimana segala hal dituntut untuk dapat berkembang. Termasuk perusahaan di Indonesia diharuskan untuk dapat mengeluarkan inovasi yang dimiliki oleh sebuah badan usaha tersebut untuk dapat mengembangkan sayap bisnis mereka sehingga dapat menciptakan pasar yang kompetitif pada lingkungan bisnisnya. Masalah isu yang merebak *global warming* dan dampak lingkungan sedang marak, sehingga perusahaan harus benar – benar mampu memperhitungkan dengan matang untuk berinovasi pada hal ini. Dalam hal ini akan menambah nilai tambah bagi perusahaan untuk mendapatkan minat di mata konsumen. Sehingga konsumen mulai tertarik dengan produk yang ramah lingkungan atau biasa disebut produk hijau. Karena itu perusahaan harus melakukan inovasi dalam memenuhi kebutuhan konsumen tersebut dengan tidak menimbulkan dampak yang lebih besar lagi bagi lingkungan. Perusahaan dapat melakukan inovasi berkaitan dengan lingkungan, sehingga dapat tercipta *Green Product Innovation*.

*Green Product Innovation* merupakan penciptaan produk baru atau perbaikan produk yang dapat mengurangi dampak bagi lingkungan sepanjang siklus hidup produk (Dangelico dan Pujari, 2010; Kammerer, 2009; Lin dkk.,2013). Dimana dibagi atas 3 kunci pokok yakni Materi, Energi, dan Polusi

disorot berdasarkan dampak utamanya terhadap lingkungan pada tahap produksi mulai proses manufaktur, penggunaan produk, dan pembuangan.

Menurut Chen dkk. (2012), *Green product Innovation* ini dapat dijadikan sebuah keuntungan dalam menentukan strategi diferensiasi untuk meningkatkan pandangan terhadap perusahaan untuk peduli terhadap lingkungan (*Green Image*), serta keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Inovasi mendorong perusahaan untuk memahami pilihan konsumen guna meningkatkan kualitas produk, serta lebih menciptakan dan menghasilkan produk baru. Sehingga mendorong perusahaan dalam menciptakan produk baru dengan menggunakan sumber daya dan energi yang lebih efisien sehingga dampak berlebih terhadap lingkungan dapat diminimalisir.

*Green Product Innovation* dapat membuat perusahaan menjadi lebih inovatif dalam menghasilkan produk baru. Keberhasilan suatu perusahaan tersebut sangat dipengaruhi inovasi yang dibuat oleh perusahaan tersebut. Dalam hal ini perusahaan berusaha untuk menciptakan inovasi yang berorientasi pada aspek lingkungan untuk menjawab tantangan atas masalah lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan. Sehingga dalam hal ini *green product innovation* dapat dijadikan sebagai inovasi yang bisa diterapkan didalam perusahaan.

Beberapa penelitian mengungkapkan hubungan antara faktor perusahaan terhadap *green product innovation*. Salah satu, hasil penelitian yang dilakukan Huang dkk. (2016) yang menyatakan bahwa faktor internal berpengaruh positif terhadap inovasi perusahaan. Menurut Li & tang, 2010 Profitabilitas berpengaruh positif terhadap *green product innovation*. Sedangkan menurut Sciascia dkk. (2015), investasi riset dan pengembangan memerlukan sikap dalam pengambilan risiko dan strategi jangka panjang. Oleh karena itu, riset dan pengembangan memerlukan suatu kemauan bagi perusahaan dalam melakukan pengembangan sumber daya dalam hal penciptaan produk baru. Hipotesis Rehfeld dkk. (2007), menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *Green Product Innovation*. Tetapi hasil penelitian Engels (2008), mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap *Green Product Innovation*. Pengembangan pemahaman yang lebih jelas dan terarah mengenai topik ini, merupakan hal yang sangat penting bagi para pelaku akademika dan

para pelaku usaha. Dalam topik ini peneliti memilih beberapa faktor yang diantaranya Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Intensitas Riset dan Pengembangan.

Profitabilitas merupakan faktor penting dalam suatu perusahaan karena profitabilitas merupakan sumber penting dalam pengembangan dan inovasi produk pada masa mendatang, serta dapat dipakai sebagai suatu indikator penting dalam penilaian kerja manajer karena semakin tinggi nilai *profit* maka dapat dibidang semakin efektif dan baiknya kontrol dalam perusahaan tersebut (Li & Tang, 2010). Profitabilitas merupakan faktor yang seharusnya mendapatkan perhatian dan pengawasan khusus karena tanpa adanya *profit* maka perusahaan tidak dapat untuk melangsungkan hidup perusahaan dan berinovasi dalam hal pembelian produk yang dapat membantu mengurangi dampak yang ditimbulkan bagi lingkungan. Tanpa adanya keuntungan (*profit*) akan sangat sulit untuk dapat menarik investor, karena yang pertama dinilai oleh pihak luar adalah seberapa tinggi keuntungan (*profit*) yang diperoleh perusahaan (Novrianto, 2012). Dengan semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dihasilkan maka semakin mampu untuk menghasilkan investasi yang mahal dan membuat investasi tersebut sebagai keunggulan kompetitif perusahaan ketika pesaing sedang kekurangan modal (Cainelli *et al*, 2015).

Ukuran perusahaan dalam beberapa penelitian disebutkan mempengaruhi tanggung jawab terhadap strategi lingkungan. Ukuran perusahaan dapat dikelompokkan ke dalam beberapa kategori, yaitu perusahaan besar, perusahaan menengah, dan perusahaan kecil (Suwito dan Herawaty, 2005). Dalam hal ini perusahaan dapat di ukur sesuai perusahaan kecil sampai besar dapat dinilai dari seberapa banyak total aset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Semakin besar total aset perusahaan, maka semakin besar ukuran perusahaan tersebut. Menurut Cowen dalam Marzully dan Denies (2012) menyatakan bahwa perusahaan berskala besar memiliki aktivitas yang kompleks sehingga pengaruh terhadap masyarakat dan lingkungan pun jauh lebih besar. Tetapi perusahaan berskala besar mempunyai kemampuan untuk menciptakan produk yang inovatif. De massis dkk (2015) menyatakan bahwa perusahaan besar dapat memberikan lebih banyak manfaat dalam mengelola sumber daya dan pengetahuan untuk mengadopsi

inovasi produk. Sehingga perusahaan dengan ukuran besar dapat memberikan kemampuan untuk dapat mengimplementasikan strategi lingkungan ke dalam *green product innovation*.

Implementasi riset dan pengembangan atau biasa disebut dengan *riset and development* (R&D) merupakan karya kreatif dalam upaya peningkatan pengetahuan (Teknologi, Budaya, dll) yang dimana tujuan utamanya untuk penciptaan produk baru yang lebih ramah terhadap lingkungan. Intensitas riset dan pengembangan ini merupakan salah satu bagian penting dari inovasi, mencakup kegiatan yang menghasilkan pengetahuan baru untuk dirubah menjadi produk dan layanan yang dibutuhkan oleh pasar (Chiesa, 2001). Dalam penciptaan produk baru, perusahaan dituntut selalu memikirkan dampak yang ditimbulkan terhadap lingkungan sekitar. Sehingga nantinya perusahaan dapat menjalankan bisnis tanpa harus menimbulkan dampak signifikan terhadap lingkungan.

Penelitian ini menggunakan acuan jurnal dari Huang dkk.,(2016) menggunakan faktor yang terdiri atas *green capabilities*, intensitas riset dan pengembangan, dan ukuran perusahaan, serta penerus keluarga yang terdiri kepemilikan keluarga dan pengendalian keluarga sebagai variabel penelitian. Penelitian menggunakan sampel dari perusahaan manufaktur yang ada di Taiwan.

Berdasarkan hasil yang tidak konsisten dari penelitian terdahulu, maka menarik minat bagi peneliti untuk meneliti kembali dengan memodifikasi sedikit variabel bebas untuk memberikan sebuah variabel pembeda dari penelitian-penelitian terdahulu dan di sederhanakan agar lebih relevan dengan kondisi perusahaan di Indonesia. Sehingga dengan hanya menggunakan 3 variabel yang di harapkan dapat menghasilkan data yang lebih akurat dan relevan, mengingat belum terlalu banyak perusahaan di Indonesia yang menerapkan *green product innovation*. Serta alasan peneliti dalam memilih objek perusahaan manufaktur karena memiliki dampak lingkungan yang tinggi akibat aktivitas operasional sehingga *green product innovation* merupakan suatu keharusan bagi perusahaan manufaktur, dan data perusahaan manufaktur dapat mudah ditemukan karena telah terdaftar di BEI. Variabel yang akan peneliti diangkat adalah Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Intensitas Riset dan Pengembangan terhadap *Green Product Innovation* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek

Indonesia (BEI) pada periode 2012 – 2017.

Penelitian ini diharapkan peneliti dapat memberikan kontribusi bagi investor untuk mempertimbangkan strategi inovasi yang dilakukan oleh perusahaan dalam upaya meningkatkan investasi yang akan ditanamkan kepada suatu perusahaan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada perusahaan mengenai kebijakan-kebijakan yang dapat membantu meningkatkan kinerja perusahaan dalam kaitannya dengan inovasi produk dan inovasi proses yang dilakukan perusahaan.

### **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah Profitabilitas mempengaruhi *Green Product Innovation*?
2. Apakah Ukuran Perusahaan mempengaruhi *Green Product Innovation*?
3. Apakah Intensitas Riset dan Pengembangan mempengaruhi *Green Product Innovation*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Menguji secara empiris pengaruh Profitabilitas terhadap *Green Product Innovation*
2. Menguji secara empiris pengaruh ukuran perusahaan terhadap *Green Product Innovation*
3. Menguji secara empiris pengaruh Intensitas Riset dan Pengembangan terhadap *Green Product Innovation*

### **1.4 Manfaat**

Hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat untuk banyak kalangan, diantaranya :

#### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil Penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai masukan atau tambahan bukti empiris tentang pengaruh dari faktor – faktor Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Intensitas Riset dan Pengembangan terhadap green product innovation perusahaan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi manfaat untuk kontribusi ilmu pengetahuan

#### **2. Manfaat praktis**

- a. Bagi pemimpin dan pengambil kebijakan di dalam perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan dalam menentukan kebijakan yang terkait dengan upaya menumbuhkan green product innovation yang akan diambil guna menambah nilai perusahaan dan melestarikan lingkungan.
- b. Bagi pembaca khususnya investor penelitian ini diharapkan mampu untuk dijadikan pedoman sebagai pengambil keputusan

untuk membeli atau yang akan menjual saham sehubungan dengan adanya kebijakan green innovation.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan masalah penelitian, serta sistematika penelitian. Bab ini menyertakan fenomena yang mendasari penelitian serta masalah yang ditimbulkan akibat fenomena tersebut. Bab ini menyertakan pula tujuan yang hendak di capai dari penelitian untuk menjawab permasalahan yang diangkat peneliti. Bab ini juga menyediakan manfaat yang hendak dicapai baik perkembangan ilmu akuntansi, penentuan kebijakan di perusahaan, serta bagi pembaca lainnya terutama investor untuk penentuan kebijakan investasi di suatu perusahaan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini membahas mengenai tinjauan pustaka untuk menguraikan landasan teori dan penelitian terdahulu yang digunakan. Teori yang melandasi penelitian ini diantaranya, teori legitimasi, teori stakeholder, pengertian Profitabilitas, pengertian Ukuran Perusahaan, pengertian Intensitas Riset dan Pengembangan, serta pengertian dari *Green Product Innovation*. Bab ini menyajikan hipotesis yang merupakan jawaban sementara yang diteliti serta bab ini pula menjelaskan kerangka konseptual penelitian juga menjelaskan maksud dan tujuan yang hendak di capai.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas mengenai metode penelitian yang akan digunakan yaitu Kuantitatif. Pada bab ini pula jenis penelitian adalah *explonatory research* dan riset asosiatif, lokasi yang pilih adalah perusahaan manufaktur yang terdapat di BEI pada periode 2012 - 2017, populasi dan sampel penelitian yang terdiri atas subjek yang ditentukan dengan karakteristik tertentu sehingga memenuhi kriteria yang diharapkan, jenis dan sumber data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dalam alamat resmi [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id), Prosedur pengumpulan data, dan Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda.

## BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi dekripsi subjek dan objek penelitian, analisis deskriptif untuk masing – masing variabel, pembuktian hipotesis penelitian dan pembahasan hasil yang merupakan interpretasi atas hasil penelitian yang diperoleh dengan argumentasi-argumentasi teoritis untuk menguatkan hasil penelitian.

## BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan bagian akhir dari penelitian dengan simpulan dari hasil penelitian dan beberapa saran yang berkaitan dengan hasil penelitian.

