

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemanasan global akibat peningkatan emisi karbon dioksida terus menjadi perhatian setiap tahunnya dan merupakan salah satu faktor yang berkontribusi terhadap perubahan iklim yang ekstrem. Dalam “*BP Statistical Review of World Energy 2020*”, Indonesia menduduki peringkat ke-5 setelah China, India, Jepang, dan Korea Selatan sebagai penyumbang emisi karbon dioksida terbanyak di wilayah Asia Pasifik pada tahun 2019 dengan menyumbang 1,8% terhadap emisi karbon dioksida secara global (BP p.l.c, 2020). Masalah lingkungan yang terus terjadi melahirkan konsep pembangunan berkelanjutan yang pertama kali diperkenalkan pada tahun 1972 oleh sektor lingkungan dunia (Marietza & Nadia, 2021).

Konsep pembangunan berkelanjutan dalam dunia bisnis mendorong organisasi internasional dan negara-negara di seluruh dunia untuk memperkenalkan suatu prinsip yang mencakup faktor *environmental* (E), *social* (S), dan *governance* (G) dalam rangka membangun kerangka pembangunan berkelanjutan bagi masyarakat. ESG berasal dari kegiatan investasi yang bertanggung jawab, yang terdiri dari strategi dan praktik untuk memasukkan faktor lingkungan, sosial dan tata kelola (ESG) dalam keputusan investasi dan kepemilikan aktif (PRI, n.d.). Oleh karena itu, seringkali ESG dijadikan standar dan strategi oleh investor untuk mengevaluasi perilaku perusahaan dan kinerja keuangan masa depan.

Salah satu faktor lingkungan dalam prinsip ESG yang dapat memberikan dampak bagi keuangan perusahaan adalah pengimplementasian inovasi dalam produk dan layanan yang ramah lingkungan, atau yang dapat disebut sebagai *green innovation* (EBA, 2021). *Green innovation* merupakan upaya penciptaan produk ramah lingkungan dengan proses produksi yang dapat meminimalisir energi, pengurangan pemakaian bahan yang dapat mencemari lingkungan, dan pencegahan terciptanya polusi yang dilakukan oleh para pelaku usaha (Song & Yu, 2018; Li et al., 2020; Novitasari & Agustia, 2021). Selain mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, *green innovation* juga mampu mendorong kinerja sosial dan pertumbuhan keuangan perusahaan.

Salah satu tingkat pertumbuhan dalam aspek keuangan yang dapat memberikan keuntungan di masa depan apabila dipertahankan adalah *sustainable growth* yang pertama kali diperkenalkan oleh Higgins (1977) sebagai suatu konsep untuk menguji konsistensi tujuan pertumbuhan dengan kebijakan keuangan perusahaan. Dengan mengukur tingkat *sustainable growth*, perusahaan memiliki acuan dalam mengelola dana internalnya sebagai upaya untuk mencapai pertumbuhannya sendiri tanpa harus menambah dana pinjaman dari pihak eksternal (Higgins, 1977). Sebagai salah satu pendekatan yang berkelanjutan, *green innovation* dapat mendorong *sustainable growth* perusahaan melalui penghematan biaya internal, seperti biaya konsumsi energi dan biaya pengolahan limbah, serta perluasan pangsa pasar perusahaan (Sezen & Çankaya, 2013). Sejalan dengan pernyataan tersebut, penelitian oleh Przychodzen & Przychodzen (2015), Asadi et al. (2020), Li et al. (2020), Shahzad et al. (2020), dan Skare & Porada-Rochon (2022) membuktikan bahwa *green innovation* mampu mendorong pertumbuhan ekonomi perusahaan secara signifikan. Sebaliknya, Cai & Li (2018) dan Larbi-Siaw et al. (2022) dalam penelitiannya tidak menemukan adanya pengaruh yang ditimbulkan dari *green innovation* terhadap *sustainable growth* perusahaan.

Namun, perusahaan juga membutuhkan banyak biaya ketika akan memulai melaksanakan *green innovation*, seperti biaya penelitian dan pengembangan (R&D), biaya perolehan bahan, biaya keselamatan tenaga kerja, dan biaya sertifikasi produk (Agustia et al., 2019). Karena adanya biaya yang bersifat tersembunyi, seringkali manajer perusahaan tidak mampu untuk mengidentifikasi, mengukur, dan melaporkan informasi mengenai lingkungan, terutama biaya terkait lingkungan, dengan menggunakan sistem akuntansi tradisional (Phan et al., 2017). Menanggapi keterbatasan tersebut, *Environmental Management Accounting* (EMA) muncul dan semakin mendapatkan perhatian dari pelaku usaha. EMA mengelola informasi kuantitatif dan kualitatif mengenai dampak lingkungan dan konsekuensi keuangan dari aktivitas bisnis yang relevan dengan lingkungan serta menyajikan informasi yang mendukung untuk pengambilan keputusan, pelaporan, dan akuntabilitas (Latan et al., 2018). Agustia et al. (2019) dan Chaudhry et al. (2020) membuktikan bahwa *green innovation* berpengaruh positif signifikan terhadap EMA, hal tersebut mengindikasikan

bahwa EMA dapat membantu perusahaan untuk membuat suatu keputusan yang andal untuk pertumbuhan ekonomi perusahaan.

Penggunaan EMA dalam suatu perusahaan dapat memberikan informasi penting mengenai siklus hidup suatu produk (*life cycle analysis*) yang kemudian menjadi bahan evaluasi. Phan et al. (2017) dan Chichan et al. (2021) berargumen bahwa penerapan EMA dapat memberikan informasi yang tepat mengenai dimensi pembangunan berkelanjutan dan memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan kinerja lingkungan perusahaan dengan mempertimbangkan masalah lingkungan saat membuat keputusan. Manajemen biaya yang semakin efektif dan efisien melalui EMA dapat memudahkan perusahaan dalam mencapai salah satu tujuan *sustainable growth*, yaitu mengelola keuangan perusahaan sehingga dapat tumbuh dengan tidak menyisakan uang yang terlalu banyak atau terlalu sedikit (Ashta, 2008). Penelitian oleh Christine et al. (2019) juga mengindikasikan bahwa penerapan EMA dapat mendorong pertumbuhan ekonomi perusahaan secara signifikan. Meskipun EMA dapat menghasilkan hasil kinerja keuangan yang positif dalam jangka panjang, Paulraj & de Jong (2011) berargumen bahwa sesuai dengan ideologi "*cost to be green*" yang melekat pada upaya peningkatan manajemen lingkungan, perusahaan harus mengeluarkan biaya yang cenderung besar dan mungkin akan kehilangan kendali untuk mengelola dana internal perusahaan, sehingga perusahaan tidak dapat mempertahankan tingkat *sustainable growth* nya. Sejalan dengan argumen tersebut, Testa & D'Amato (2017) membuktikan bahwa sertifikasi lingkungan, yang dalam penelitian ini menjadi pengukuran EMA, tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Penerapan *green innovation* dan EMA dalam suatu perusahaan sejalan dengan teori legitimasi yang bergantung pada kontrak sosial bahwa perusahaan akan terus berusaha memenuhi harapan masyarakat (Deegan et al., 2002). Konsep legitimasi sangatlah penting bagi perusahaan dalam menganalisis hubungannya dengan lingkungan. Teori legitimasi menunjukkan bahwa perusahaan berusaha menyesuaikan nilai-nilai sosial yang ada dalam aktivitas bisnisnya dengan norma yang berlaku dalam kehidupan masyarakat (Amir et al., 2020), hal tersebut dilaksanakan secara sukarela agar perusahaan dapat diterima oleh masyarakat.

Kesenjangan penelitian ini terletak pada hasil penelitian yang tidak konsisten antara *green innovation* dengan *sustainable growth*. Ketika Przychodzen &

Przychodzen (2015); Asadi et al. (2020); Li et al. (2020); Skare & Porada-Rochon (2022) berargumen bahwa *green innovation* dapat mempengaruhi *sustainable growth* perusahaan melalui efisiensi aset yang lebih tinggi dalam menghasilkan pendapatan, pengelolaan biaya yang lebih baik, dan tercapainya diferensiasi pasar, Cai & Li (2018) dan Larbi-Siaw et al. (2022) berargumen bahwa tingginya tingkat biaya dan risiko yang ditimbulkan oleh *green innovation* akan menyebabkan perusahaan sulit untuk mendapatkan manfaat ekonomi dalam jangka pendek sehingga tidak adanya pengaruh langsung dari *green innovation* terhadap *sustainable growth* perusahaan. Inkonsistensi hasil penelitian juga muncul pada hubungan EMA dan *sustainable growth*. Efektivitas dan efisiensi manajemen biaya yang dihasilkan oleh EMA dapat meningkatkan *sustainable growth* perusahaan melalui pengelolaan dana internal (Phan et al. (2017); Chichan et al. (2021); Christine et al. (2019)). Berkebalikan dengan argumen tersebut, Paulraj & de Jong (2011) dan Testa & D'Amato (2017) membuktikan bahwa karena adanya pengeluaran biaya dengan jumlah besar dalam upaya peningkatan manajemen lingkungan, perusahaan dapat kehilangan kendali dalam mengelola dana internalnya dan berujung pada kegagalan perusahaan dalam meningkatkan *sustainable growth* nya. Oleh karena itu, peneliti ingin menguji pengaruh antara *green innovation* dan *sustainable growth* dengan menambahkan variabel mediasi, EMA, sebagai keterbaruan penelitian.

Selain itu, penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian Agustia et al. (2019) yang menguji pengaruh *green innovation* terhadap nilai perusahaan dengan EMA sebagai variabel mediasi. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa dengan sistem manajemen yang baik, perusahaan dapat memperoleh manfaat ekonomi dari pengimplementasian *green innovation* karena EMA mampu menyelesaikan masalah-masalah yang timbul dari proses pengimplementasian *green innovation* seperti masalah lingkungan dan biaya, yang pada akhirnya mampu meningkatkan nilai perusahaan. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada variabel dependen serta pengukuran *green innovation* dan EMA. Ketika penelitian Agustia et al. (2019) menggunakan konten analisis untuk mengukur *green innovation* dan tingkat *eco-efficiency* untuk mengukur EMA, penelitian ini menggunakan perhitungan total beban R&D dibagi dengan total penjualan untuk mengukur *green innovation* dan sertifikasi ISO 14001 untuk mengukur EMA. Selain itu, penelitian ini menggunakan *sustainable*

growth sebagai variabel dependen ketika penelitian Agustia et al. (2019) menggunakan nilai perusahaan sebagai variabel dependennya.

Karena itu menjadi penting untuk mendapatkan bukti empiris mengenai (1) pengaruh *green innovation* terhadap *sustainable growth*; (2) pengaruh *green innovation* terhadap EMA; (3) pengaruh EMA terhadap *sustainable growth*; dan (4) pengaruh EMA sebagai variabel mediasi antara *green innovation* dan *sustainable growth*. Penelitian ini dapat berkontribusi dalam literatur akuntansi manajemen dalam bidang lingkungan, khususnya *green innovation*, EMA, dan *sustainable growth*. Bagi pelaku usaha, penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan informasi mengenai pentingnya *green innovation* sebagai salah satu upaya meningkatkan *sustainable growth*. Penerapan *green innovation* dapat mengurangi dampak negatif bagi lingkungan, sekaligus dapat meningkatkan kinerja ekonomi dan sosial perusahaan karena pengurangan limbah dan biaya. Para pemangku kepentingan, seperti pelanggan, karyawan, dan pemerintah yang semakin menekan manajer untuk lebih fokus pada masalah lingkungan tentu akan merespon baik upaya inovasi yang dilakukan pelaku usaha. Penelitian ini juga berkontribusi bagi peneliti dengan menambah pengetahuan mengenai *green innovation* dan pengaruhnya terhadap *sustainable growth* dan peran EMA dalam memediasi hubungan keduanya.