

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Revolusi industri 4.0 membawa pengaruh di berbagai bidang kehidupan, seperti bidang ekonomi, sosial, politik, budaya, serta lingkungan hidup. Menurut Prasetyo dan Trisyanti (2018) perubahan yang memicu revolusi 4.0 itu terjadi karena adanya perkembangan teknologi, yang dapat membuka interaksi secara luas serta mempengaruhi berbagai bidang. Perkembangan teknologi di bidang ekonomi dapat dilihat pada sistem produksi perusahaan manufaktur, dimana telah digantikan oleh tenaga mesin. Penggunaan mesin tersebut dapat meningkatkan produktivitas, namun disisi lain juga menyumbang efek negatif terhadap lingkungan.

Isu mengenai lingkungan hidup yaitu tentang perubahan iklim global merupakan masalah lingkungan yang sedang kita hadapi saat ini. Menurut Alisjahbana dan Busch (2017) terjadinya perubahan iklim menimbulkan ancaman ekonomi yang serius, karena ada potensi kerusakan lingkungan. Masalah lingkungan ini dipicu oleh adanya kegiatan produksi, salah satunya dari industri manufaktur. Kegiatan produksi ini ikut menyumbang gas emisi, seperti karbon monoksida, karbon dioksida, maupun sejenis polusi udara lainnya (Soewarno dkk., 2019) Perubahan lingkungan yang drastis akibat pencemaran lingkungan, berpotensi membawa ancaman bagi makhluk hidup.

Ancaman perubahan lingkungan dan perubahan pada makhluk hidup tersebut menjadikan kepedulian *stakeholder* meningkat. Salah satu bentuk kepedulian tersebut berdampak pada tekanan yang diberikan para pelaku industri agar lebih memperhatikan kelestarian lingkungan dan melakukan efisiensi dalam menggunakan sumber daya alam. Adanya efisiensi tersebut, selain menghemat sumber daya alam yang semakin terbatas, juga dapat meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan (Bundgaard dkk., 2017). Dari studi yang dilakukan oleh *The National Geographic and GlobeScan*, Greendex (2010) mengatakan bahwa dari 17000 konsumen di 17 negara, membuktikan bahwa mereka memiliki

kepedulian terhadap lingkungan yang tercermin dari preferensi keseharian mereka (Afonso dkk., 2018). Sumber lain menyebutkan bahwa pada tahun 2015 lalu, Indonesia telah menyepakati untuk mengurangi emisi sebesar 29% tanpa syarat, serta dapat meningkat hingga 41% dengan adanya bantuan keuangan internasional, dimana komitmen untuk mengurangi emisi tersebut dinyatakan dalam forum internasional *Intended Nationally Determined Contribution (INDC)* yang dilaksanakan oleh UNFCCC (Alisjahbana dan Busch, 2017).

Menurut Carrión-Flores dan Innes (2010), adanya inovasi produk dengan menggunakan teknologi yang dapat mengurangi pencemaran lingkungan dapat mengurangi penggunaan sumber daya dan meminimalisir emisi. Dengan adanya efisiensi tersebut, perusahaan dapat dikatakan memiliki kemampuan bersaing, yang nantinya akan meningkatkan pertumbuhan, produktivitas dan keuntungan bagi perusahaan. Inovasi tersebut dinamakan *green innovation*, yang di definisikan oleh Chen dkk. (2006) dalam penelitiannya sebagai “*hardware* atau *software innovation* yang berhubungan dengan *green product* atau *process*, termasuk inovasi dalam teknologi yang mencakup penghematan energi, pencegahan polusi, daur ulang limbah, desain produk hijau atau manajemen lingkungan perusahaan”.

Penelitian yang dilakukan Chen dkk. (2006) membagi *green innovation* menjadi dua bagian, yaitu *green product innovation* dan *green process innovation*. Dimana *green product innovation* mencakup hal-hal diantaranya material dari produk yang akan diproduksi harus minim menghasilkan polusi, mengkonsumsi sedikit energi, menggunakan sedikit bahan atau sumber daya saat melakukan pengembangan dan desain produk, serta tetap mempertimbangkan kemampuan daur ulang produk dalam perputaran product. Sedangkan *green process innovation* dapat diukur dengan mengidentifikasi apakah dalam proses pembuatannya perusahaan sudah meminimalisir penggunaan listrik, air, minyak, batu bara dan sumber daya lainnya; dalam prosesnya juga meminimalisir limbah atau emisi zat yang berbahaya bagi lingkungan; serta apakah sudah mengupayakan mendaur ulang limbah untuk digunakan produksi lagi.

Green innovation dinilai sebagai keunggulan perusahaan yang tercermin dari keunikan dan diferensiasi produk yang ramah lingkungan. Keunggulan tersebut juga dapat meningkatkan *performance* yang dilihat dari peningkatan profit perusahaan yang dapat dinilai dari Return on Equity (ROE), Return on Asset (ROA) (Przychodzen dan Przychodzen, 2015). Hal ini juga ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan oleh de Azevedo Rezende dkk. (2019) bahwa pada perusahaan multinasional *green innovation* berpengaruh secara positif terhadap kinerja keuangan perusahaan dalam jangka panjang, dalam penelitian tersebut, meningkatnya kinerja keuangan tersebut dijelaskan akan muncul 2-3 tahun setelah perusahaan memiliki *green patent*. Beberapa penelitian dari adanya *green innovation*, seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan *green innovation* memiliki kecenderungan kinerja yang baik. Hal ini dikarenakan perusahaan tersebut akan berusaha untuk mendaur ulang serta mengurangi penggunaan bahan baku atau sumber daya yang menghasilkan limbah. Dengan melakukan inovasi tersebut, perusahaan dapat menjangkau konsumen yang memiliki kepedulian terhadap lingkungan, yang memiliki daya beli yang lebih tinggi (Aguilera-Caracuel dan Ortiz-de-Mandojana, 2013)

Menurut Goi (2009), terkait dengan kompetisi yang ada di dalam industri, bauran pemasaran atau *marketing mix* yang memiliki empat elemen, yaitu *product, price, promotion* dan *place*, merupakan elemen dalam kompetisi pasar yang bertujuan untuk meningkatkan keuntungan, pangsa pasar dan volume penjualan. Salah satu elemen penting yaitu produk, dimana inovasi hijau (*green innovation*) yang dilakukan oleh perusahaan dapat memberikan keunggulan terhadap produk yang dihasilkan karena memiliki konsep akan kepedulian terhadap lingkungan, sehingga dapat memberikan value yang lebih baik untuk perusahaan.

Product market competition dalam teori yang dikemukakan oleh Porter (2008), terdapat lima kekuatan persaingan yaitu ancaman pendatang baru, ancaman produk pengganti, kekuatan tawar menawar pembeli, kekuatan tawar menawar pemasok, serta persaingan diantara pesaing yang ada. *Green innovation*

meningkatkan *firm performance* jika diperkuat oleh adanya kompetisi pasar. *Product Market Competition* dalam suatu industri akan memicu perusahaan untuk terus melakukan inovasi, dimana inovasi tersebut, secara alami akan membuat perusahaan mengalami kemajuan sehingga kinerja perusahaan juga semakin meningkat. Kenaikan laba yang diperoleh perusahaan adalah salah satu indikator meningkatnya *firm performance*. Dalam kondisi persaingan yang tinggi, perusahaan harus melakukan inovasi agar dapat meningkatkan kinerjanya, karena dalam kondisi seperti itu, semua perusahaan dalam industri akan terus menerus menciptakan sesuatu yang baru agar dapat memenangkan kompetisi pasar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara *green innovation* dengan *firm performance*, selain itu hubungan keduanya dengan dimoderasi oleh *product market competition*. Dari fenomena yang sudah dijelaskan di atas, penelitian ini perlu dilakukan untuk mengetahui apakah perusahaan manufaktur di Indonesia sudah menerapkan konsep *green innovation* dalam proses serta hasil produksinya, selain itu mengetahui apakah kompetisi pasar berperan sebagai suatu hal yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara *green innovation* dengan *firm performance*-nya.

1.2 Kesenjangan penelitian

Penelitian ini didasarkan atas adanya kesenjangan yang dilakukan oleh beberapa penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Zhang dkk. (2019) bahwa hasil penelitiannya yang menunjukkan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara *green innovation* dengan *firm performance*. Hasil yang konsisten menunjukkan hubungan antara *green innovation* dan *firm performance*, terdapat pada penelitian yang dilakukan oleh Ar (2012) menunjukkan bahwa *green product innovation* secara positif mempengaruhi *firm performance* dan *competitive capability* perusahaan. Namun, penelitian tersebut menunjukkan bahwa *green innovation* berpengaruh lebih besar terhadap *competitive capability* daripada *firm performance*.

Penelitian yang dilakukan oleh Marshall dan Parra (2019) berdasarkan penelitian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa dengan adanya kompetisi dapat memicu perusahaan melakukan inovasi produk. Dengan menjadi pemimpin

pasar, maka perusahaan dapat memperoleh profit yang lebih tinggi dari pada perusahaan yang belum melakukan inovasi (atau yang melakukan inovasi setelahnya, dapat disebut sebagai pengikut pasar).

Hubungan antara kompetisi dan inovasi telah diteliti oleh Rachmaidi dan Lubis (2019) memberikan bukti empiris bahwa adanya peningkatan kompetisi akan menurunkan inovasi. Adanya kesenjangan teknologi, mengakibatkan semakin meningkatkan kompetisi akan menurunkan inovasi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aghion dkk. (2005) yang berpendapat bahwa “perusahaan-perusahaan akan berada pada tingkat teknologi yang berbeda atau tingkat inovasi yang tidak setara sehingga peningkatan kompetisi akan menurunkan inovasi”.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mendapatkan bukti empiris terhadap pengaruh *green product innovation* terhadap *firm performance*
2. Mendapatkan bukti empiris terhadap pengaruh *green process innovation* terhadap *firm performance*
3. Mendapatkan bukti empiris *product market competition* memoderasi pengaruh antara *green product innovation* dengan *firm performance*
4. Mendapatkan bukti empiris *product market competition* memoderasi pengaruh antara *green process innovation* dengan *firm performance*

1.4 Ringkasan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif yang menggunakan data laporan keuangan dan laporan tahunan sebagai objek penelitian. Variabel independen yang digunakan adalah *green product innovation*, yang diukur dari beban penelitian dan pengembangan, serta variabel independen *green process innovation* yang diukur dari beban energi, beban bahan baku, dan penjualan. Variabel dependen adalah *firm performance*, yang diukur dengan ROA. Variabel moderasi yaitu *product market competition* yang diukur dengan index lerner, serta variabel kontrolnya yaitu *AGE*, *SIZE* dan *TYPE*.

1.5 Ringkasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa *green product innovation* dan *green process innovation* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Hal ini membuktikan bahwa dengan konsep inovasi yang mengarah pada kepedulian lingkungan dapat memberikan dampak yang lebih baik terhadap kinerja perusahaan karena produk sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Di sisi lain, variabel moderasi yaitu *product market competition* tidak memberikan pengaruh terhadap hubungan antara *green innovation* dengan *firm performance*. Penelitian ini membuktikan bahwa ada atau tidaknya persaingan dalam industri manufaktur tidak akan mempengaruhi upaya inovasi yang dilakukan oleh perusahaan dalam meningkatkan kinerjanya.

1.6 Kontribusi Riset

Kontribusi yang dapat diberikan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk perusahaan. Dapat mengetahui pentingnya menerapkan konsep *green innovation*, yaitu dengan menghasilkan produk yang ramah lingkungan perusahaan ikut menjaga kelestarian lingkungan, sehingga perusahaan mendapat respon baik dari masyarakat (*stakeholder*), dengan begitu perusahaan dapat menghasilkan kinerja yang lebih baik yang dapat dilihat dari meningkatnya profit.
2. Untuk masyarakat. Agar masyarakat teredukasi mengenai kondisi lingkungan alam terkait produk yang dipakai sehari-hari, serta dampak dari proses produksi yang dilakukan oleh perusahaan terhadap lingkungan.
3. Untuk peneliti. Memberikan pengetahuan bagi peneliti tentang konsep *green innovation*, serta bagaimana pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan. Penelitian ini juga memberikan informasi baru mengenai bagaimana pengaruh kompetisi pasar dalam memperkuat atau memperlemah pengaruh *green innovation* dan *firm performance*.

1.7 Sistematika Penulisan Skripsi

Penelitian ini dijabarkan ke dalam 5 sub-bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

1. BAB 1 PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdapat pembahasan mengenai latar belakang masalah yang berisi isu dan masalah yang mendasari dilakukannya penelitian ini. Penelitian ini muncul dikarenakan terdapat fenomena kerusakan lingkungan yang mendorong para pelaku industri untuk merubah perilakunya agar lebih peduli terhadap lingkungan, namun juga tetap mendapatkan profit yang baik atas inovasi berbasis lingkungan tersebut.

2. BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan mengenai teori teori yang mendukung penelitian, yang didapat dari kajian literatur dari berbagai sumber. Teori yang digunakan dalam penelitian ini antara lain *legitimacy theory*, *resource based view theory*, konsep *green innovation : green product innovation theory* dan *green process innovation*, konsep *green patent*, *firm performance* dan *product market competition*.

3. BAB 3 METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder, dengan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2014-2018. Selain itu dijelaskan mengenai variabel yang digunakan dalam penelitian, serta teknik analisis dalam penelitian ini.

4. BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil yang diperoleh dari penelitian ini, yang menunjukkan pengaruh dari *green innovation* terhadap *firm performance*, serta bagaimana pengaruh *product market competition* sebagai variabel moderasinya.

5. BAB 5 PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari temuan selama dilakukannya penelitian. Penulis selama melakukan penelitian menemukan beberapa

kekurangan yang dapat dituangkan dalam bagian saran, selain itu saran yang dibuat oleh penulis dapat digunakan untuk pengembangan penelitian selanjutnya.