

PENGARUH PENERAPAN AKUNTANSI MANAJEMEN LINGKUNGAN DAN STRATEGI BISNIS TERHADAP INOVASI PRODUK PADA UMKM

Oleh:

Fajar Setiawan¹

Ersi Sisdianto²

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung
Alamat JL. Endro Suratmin, Sukarame, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung,
Lampung (35131).

Korespondensi Penulis: sfajar076@gmail.com

***Abstract.** This study highlights the importance of implementing Environmental Management Accounting (EMA) and sustainability-oriented business strategies in driving product innovation in the increasingly competitive global market. EMA helps companies identify and manage hidden environmental costs, such as waste disposal and wasted energy, thereby improving production efficiency and generating environmentally friendly products. The implementation of EMA also strengthens the company's image in the eyes of consumers who are increasingly concerned with sustainability. On the other hand, adaptive business strategies that integrate sustainability principles motivate companies to be more innovative, producing value-added products for instance, incorporating repurposed materials and eco-conscious elements. The research findings show that the synergy between EMA and sustainability strategies opens opportunities for companies to enter new market segments, such as organic and green products. The combination of both supports the creation of product innovations that not only address the needs of the contemporary market but also strengthen the company's competitive edge. This study emphasizes that EMA and sustainability strategies serve as essential foundations for driving sustainable innovation and long-term success in the modern industry. The integration of these two elements provides strategic solutions for companies*

PENGARUH PENERAPAN AKUNTANSI MANAJEMEN LINGKUNGAN DAN STRATEGI BISNIS TERHADAP INOVASI PRODUK PADA UMKM

to face global business challenges while maintaining their commitment to environmental preservation.

Keywords: *The application of Environmental Management Accounting, Business Strategy, Product Innovation, UMKM.*

Abstrak. Studi ini menyoroti pentingnya penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan (AML) dan strategi bisnis berorientasi keberlanjutan dalam mendorong inovasi produk di pasar global yang semakin kompetitif. AML membantu perusahaan mengidentifikasi dan mengelola biaya lingkungan tersembunyi, seperti pembuangan limbah dan energi terbuang, sehingga meningkatkan efisiensi produksi dan menghasilkan produk yang ramah lingkungan. Penerapan AML juga memperkuat citra perusahaan di mata konsumen yang semakin peduli terhadap keberlanjutan. Di sisi lain, strategi bisnis adaptif yang mengintegrasikan prinsip keberlanjutan memotivasi perusahaan untuk lebih inovatif, menghasilkan produk bernilai tambah seperti penggunaan bahan daur ulang dan elemen ramah lingkungan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa sinergi antara AML dan strategi keberlanjutan membuka peluang bagi perusahaan untuk memasuki segmen pasar baru, seperti produk organik dan hijau. Kombinasi keduanya mendukung terciptanya inovasi produk yang tidak hanya memenuhi kebutuhan pasar modern tetapi juga memperkuat daya saing perusahaan. Studi ini menegaskan bahwa AML dan strategi keberlanjutan menjadi landasan penting dalam mendorong inovasi berkelanjutan dan kesuksesan jangka panjang di industri modern. Integrasi kedua elemen ini menyediakan solusi strategis bagi perusahaan untuk menghadapi tantangan bisnis global sambil tetap menjaga komitmen terhadap pelestarian lingkungan.

Kata Kunci: Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan, Strategi Bisnis, Inovasi Produk, UMKM.

LATAR BELAKANG

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan bentuk kegiatan ekonomi produktif yang dikelola oleh perseorangan atau entitas usaha dalam skala kecil. UMKM memberikan peluang bagi individu untuk terlibat dalam kegiatan ekonomi dengan mendirikan usaha mereka sendiri. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian bertujuan untuk menjadi bisnis yang berkelanjutan, yang dapat berkembang dan bertahan dalam

jangka panjang. Persaingan yang ketat dalam dunia bisnis memaksa pelaku usaha untuk memiliki strategi yang tepat atau melakukan inovasi produk untuk mampu bersaing dengan kompetitor lain dalam menyediakan produk berkualitas yang memenuhi kebutuhan pelanggan. Masalah lain yang muncul terkait dengan meningkatnya kesadaran akan isu lingkungan di tengah persaingan bisnis yang semakin sengit.(Ardian et al., 2024)

Dinamika lingkungan bisnis yang terus berubah memberikan dampak signifikan bagi setiap perusahaan. Salah satu wujud perubahan tersebut adalah perkembangan teknologi dan keragaman produk yang semakin cepat, memengaruhi berbagai sektor industri. Dalam era perdagangan bebas global, pengurangan tarif impor antarnegara menghasilkan tantangan berupa hilangnya batas wilayah serta intensifikasi persaingan. Akibatnya, aktivitas ekonomi menjadi sangat bergantung pada keterbukaan dan persaingan di pasar global. Perdagangan bebas akan meningkatkan tingkat kompetisi, membuat konsumen menjadi lebih selektif dalam memilih produk. Perusahaan diharuskan untuk lebih kreatif dalam mengembangkan produk dengan tujuan menciptakan nilai tambah atau keunggulan yang diperoleh melalui berbagai inovasi, seperti menghasilkan nilai unggul atau layanan yang jauh lebih superior dibandingkan dengan yang ditawarkan oleh kompetitor.(Rahayu, 2016)

Dalam pengembangan perusahaan, perhatian khusus diperlukan untuk memenuhi kebutuhan akan produk yang ramah lingkungan. Perusahaan diharapkan dapat lebih inovatif dalam proses produksinya. Namun, untuk meraih nilai yang lebih tinggi melalui berbagai inovasi, Perusahaan perlu memusatkan perhatian pada penyediaan nilai dan layanan berkualitas yang lebih unggul serta lebih inovatif dibandingkan dengan para pesaing. Tujuan utama perusahaan dalam berkompetisi adalah menciptakan inovasi produk yang didasarkan pada kemajuan teknologi. Saat ini, hampir semua perusahaan berusaha menghadirkan produk-produk terbaru seiring dengan perkembangan yang terjadi. Namun, seringkali inovasi yang dilakukan tidak sebanding dengan dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan. Oleh karena itu, inovasi dalam proses produksi sangat penting untuk mengurangi risiko terhadap lingkungan dan menjaga kelangsungan operasional perusahaan.(Maulida, M. N., & Riyadi, 2024)

UMKM di Indonesia kerap dianggap sebagai sektor penting yang memiliki peran vital dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Hal ini karena mayoritas masyarakat Indonesia memiliki tingkat pendidikan yang relatif rendah dan mengandalkan aktivitas

PENGARUH PENERAPAN AKUNTANSI MANAJEMEN LINGKUNGAN DAN STRATEGI BISNIS TERHADAP INOVASI PRODUK PADA UMKM

UMKM sebagai sumber penghidupan, yang mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, baik di wilayah pedesaan maupun di lingkungan perkantoran. Di tengah pesatnya pertumbuhan UMKM, Indonesia menghadapi tantangan serius terkait dampak negatif aktivitas bisnis UMKM terhadap lingkungan. Bank Indonesia, dalam laporan akhir kajian tentang kesiapan UMKM berwawasan lingkungan, mengungkapkan bahwa UMKM turut berkontribusi terhadap kerusakan lingkungan. Hal ini menunjukkan kurangnya pengelolaan lingkungan yang efektif, rendahnya performa dalam aspek lingkungan, serta minimnya kesadaran dan perhatian pelaku usaha terhadap upaya pelestarian lingkungan.

Kesadaran terhadap masalah lingkungan dan penerapan solusinya telah mendorong berbagai organisasi untuk mengadopsi akuntansi manajemen lingkungan (AML). Pendekatan ini memberikan berbagai keuntungan, termasuk mendorong terciptanya inovasi. Para pelaku usaha diharapkan memiliki kesadaran dan kemampuan untuk menerapkan strategi yang mampu menyeimbangkan pencapaian keuntungan maksimal dengan komitmen terhadap pelestarian lingkungan alam dan sosial. Inovasi produk adalah faktor penting dalam kesuksesan bisnis, di mana perusahaan yang menerapkan struktur dan strategi yang menekankan pemilihan waktu pengembangan teknologi serta persaingan cenderung lebih berhasil. Di era perdagangan bebas dan persaingan global saat ini, perusahaan dihadapkan pada tuntutan untuk siap menghadapi kompetisi yang semakin sengit. Persaingan yang semakin ketat dan konsumen yang semakin teliti dalam memilih produk mendorong perusahaan untuk lebih kreatif dalam mengembangkan produk. Meningkatnya kesadaran terhadap Masalah lingkungan telah mendorong organisasi untuk mengimplementasikan akuntansi manajemen lingkungan, yang terbukti memberikan berbagai keuntungan bagi penggunanya, termasuk mendorong terciptanya inovasi. Inovasi tersebut akan meningkatkan nilai produk, serta menghasilkan produk baru yang dapat menawarkan solusi yang lebih efektif bagi tantangan yang dihadapi konsumen. (Putri, 2016)

Salah satu bentuk pengembangan inovasi yang penting dalam pasar global adalah inovasi produk, Dengan mengembangkan inovasi produk, perusahaan akan mendapatkan berbagai keuntungan yang mendukung pencapaian tujuannya. Namun, terkadang inovasi yang dilakukan perusahaan dapat menimbulkan dampak yang berisiko bagi lingkungan. Untuk mengurangi dampak negatif tersebut, perusahaan dapat memanfaatkan akuntansi manajemen lingkungan (AML). (Maretha, 2024)

Berdasarkan permasalahan tersebut, Tingginya jumlah kasus kerusakan lingkungan dan polusi yang terjadi telah mempertinggi kesadaran tentang isu lingkungan, serta mendorong masyarakat dan organisasi non-pemerintah untuk menuntut perusahaan agar bertanggung jawab atas dampak lingkungan yang mereka timbulkan. Mereka juga mendesak perusahaan dan pelaku UMKM untuk mengutamakan dan menerapkan pengelolaan Lingkungan dalam proses produksi. Untuk menghadapi persaingan yang semakin intens, perusahaan perlu lebih inovatif dalam menciptakan produk agar tetap bertahan dan berkembang. Ini menunjukkan bahwa strategi operasional memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan, dan strategi operasional yang efektif dapat memberikan dampak positif terhadap inovasi produk. Dengan kata lain, strategi operasional yang efektif akan mendorong tingkat inovasi produk yang lebih tinggi.

KAJIAN TEORITIS

Definisi Akuntansi Manajemen Lingkungan

Akuntansi manajemen lingkungan merupakan pendekatan yang komprehensif dalam akuntansi manajerial, yang berfokus pada pengelolaan biaya yang terkait dengan masalah lingkungan dan pemborosan bahan baku. Salah satu tujuan utamanya adalah memberikan pengaruh terhadap pengambilan keputusan yang berkontribusi pada peningkatan kinerja lingkungan sekaligus kinerja finansial organisasi. Pendekatan ini juga mendukung pelaksanaan kegiatan lingkungan yang bersifat proaktif dan preventif.(Sari & Gantino, 2022)

Definisi Strategi Bisnis

Strategi bisnis merupakan sarana untuk mewujudkan tujuan jangka panjang. Perusahaan perlu berupaya mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dengan senantiasa menyesuaikan diri terhadap perubahan tren eksternal serta internal, termasuk keterampilan, kemampuan, dan sumber daya yang dimiliki. Hal ini melibatkan proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi utama secara efektif.(Firmansyah et al., 2023)

PENGARUH PENERAPAN AKUNTANSI MANAJEMEN LINGKUNGAN DAN STRATEGI BISNIS TERHADAP INOVASI PRODUK PADA UMKM

Inovasi Produk

Inovasi produk adalah upaya untuk menghadirkan peningkatan fungsional pada suatu produk, sehingga produk tersebut mampu berada selangkah lebih unggul dibandingkan dengan produk dari para pesaing. (Safira et al., 2024)

UMKM

UMKM adalah jenis usaha ekonomi produktif yang bersifat mandiri, dikelola oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang, dan tidak dimiliki, dikuasai, atau terhubung, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan usaha menengah atau besar. sesuai dengan kriteria yang memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan dan perkembangan ekonomi masyarakat. Keberadaannya mampu bertahan dalam berbagai kondisi, sehingga berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. (Al Farisi et al., 2022)

Teori *Resource Based View*

Konsep *Resource-Based View* (RBV) pertama kali diperkenalkan pada tahun 1985 sebagai model strategi untuk pengembangan bisnis. RBV menitikberatkan pada analisis dan pemahaman sumber daya organisasi guna mengetahui bagaimana sebuah organisasi dapat meraih dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Pendekatan ini menekankan pentingnya atribut unik yang dimiliki perusahaan, yang sulit ditiru oleh pesaing, sebagai kunci untuk mencapai kinerja unggul dan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. (Aisyah et al., 2022)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif, yaitu metode yang digunakan untuk menggambarkan objek secara mendalam, fenomena, atau konteks sosial dalam bentuk tulisan naratif. Dengan kata lain, data dan informasi yang dikumpulkan disajikan dalam bentuk narasi atau gambar, bukan dalam bentuk angka. Pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini adalah studi pustaka, yaitu metode pengumpulan data melalui analisis sumber-sumber tulisan atau jurnal yang relevan. Melalui studi pustaka, peneliti juga mempelajari buku-buku referensi dan penelitian sebelumnya yang serupa untuk memperoleh landasan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan (AML)

Berdasarkan penelitian, penerapan AML terbukti memberikan pengaruh besar terhadap inovasi produk, terutama dalam meningkatkan efisiensi proses produksi, mengurangi limbah, dan menciptakan produk yang ramah lingkungan. Dengan AML, perusahaan dapat mengidentifikasi biaya lingkungan tersembunyi, seperti biaya pembuangan limbah dan energi yang terbuang, sekaligus mendorong inovasi untuk menekan biaya tersebut.

AML juga mendorong adopsi teknologi yang lebih ramah lingkungan, membuka peluang untuk menghasilkan produk inovatif yang sesuai dengan tuntutan pasar akan keberlanjutan. Data yang dihasilkan melalui AML membantu perusahaan memahami dampak lingkungan dari proses produksinya, sehingga memudahkan pengembangan produk dengan desain yang lebih efisien dan penggunaan bahan baku yang lebih berkelanjutan. Selain itu, Penerapan AML dapat memperbaiki citra perusahaan di hadapan konsumen dan memungkinkan inovasi yang dihasilkan untuk bersaing secara efektif di pasar.

Strategi Bisnis

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa strategi bisnis yang fleksibel dan berfokus pada keberlanjutan memiliki pengaruh positif terhadap inovasi produk. Perusahaan yang memasukkan prinsip keberlanjutan dalam perencanaan bisnisnya cenderung lebih inovatif dalam mengembangkan produk yang selaras dengan tren pasar dan peraturan lingkungan.

Strategi yang fokus pada diferensiasi mendorong perusahaan untuk menghasilkan produk dengan nilai tambah, seperti fitur ramah lingkungan atau penggunaan material daur ulang. Sementara itu, strategi berbasis biaya memanfaatkan efisiensi yang dihasilkan dari inovasi, misalnya dengan mengurangi penggunaan bahan baku standar atau energi. Perpaduan antara strategi keberlanjutan dan inovasi produk menciptakan kesempatan bagi perusahaan untuk menjangkau segmen pasar baru, seperti pasar produk organik atau produk ramah lingkungan yang terus berkembang.

PENGARUH PENERAPAN AKUNTANSI MANAJEMEN LINGKUNGAN DAN STRATEGI BISNIS TERHADAP INOVASI PRODUK PADA UMKM

Hubungan Akuntansi Manajemen Lingkungan dan Strategi Bisnis Terhadap inovasi Produk.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi bisnis yang adaptif dan berfokus pada keberlanjutan memiliki kaitan positif dengan inovasi produk. Perusahaan yang memasukkan prinsip keberlanjutan ke dalam perencanaan bisnis cenderung lebih inovatif dalam menciptakan produk yang sesuai dengan tren pasar dan peraturan lingkungan.

Strategi yang menekankan diferensiasi mendorong perusahaan untuk menciptakan produk dengan nilai tambah, seperti fitur ramah lingkungan atau pemanfaatan material daur ulang. Di sisi lain, strategi berbasis biaya juga memanfaatkan efisiensi yang diperoleh dari inovasi, seperti pengurangan penggunaan bahan baku atau energi. Kombinasi antara strategi keberlanjutan dan inovasi produk ini membuka kesempatan bagi perusahaan untuk memasuki segmen pasar baru, seperti pasar produk organik atau produk ramah lingkungan yang terus berkembang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Implementasi Akuntansi Manajemen Lingkungan (AML) dan strategi bisnis yang fleksibel serta berorientasi pada keberlanjutan terbukti menjadi elemen krusial dalam mendorong inovasi produk yang kompetitif dan relevan dengan tuntutan pasar modern. AML memberikan informasi strategis yang memungkinkan perusahaan mengidentifikasi biaya lingkungan tersembunyi, seperti limbah produksi dan energi yang terbuang. Informasi ini membantu perusahaan mengurangi pemborosan, meningkatkan efisiensi proses produksi, dan menciptakan produk yang ramah lingkungan. Dengan adopsi AML, perusahaan mampu memahami dampak lingkungan dari setiap tahapan produksi, sehingga dapat merancang produk dengan desain yang lebih efisien dan menggunakan bahan baku yang berkelanjutan. Selain itu, penerapan AML juga memberikan dampak positif terhadap citra perusahaan, memperkuat posisinya di mata konsumen yang semakin peduli terhadap aspek keberlanjutan.

Strategi bisnis yang mengintegrasikan prinsip keberlanjutan juga memiliki hubungan positif dengan inovasi produk. Perusahaan yang menjadikan keberlanjutan sebagai bagian dari perencanaan strategis cenderung lebih kreatif dalam menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar dan regulasi lingkungan. Strategi diferensiasi

mendorong perusahaan untuk menghasilkan produk bernilai tambah, seperti penggunaan material daur ulang atau fitur ramah lingkungan, yang tidak hanya memenuhi tuntutan keberlanjutan tetapi juga memberikan keunggulan kompetitif. Di sisi lain, strategi berbasis biaya memungkinkan perusahaan memanfaatkan efisiensi yang dihasilkan dari inovasi, seperti pengurangan bahan baku standar atau penggunaan energi yang lebih hemat.

Kombinasi penerapan AML dan strategi keberlanjutan ini menciptakan sinergi yang signifikan dalam mendukung pengembangan produk inovatif. Perusahaan tidak hanya mampu memenuhi permintaan pasar yang semakin peduli terhadap keberlanjutan, tetapi juga berhasil memasuki segmen pasar baru, seperti produk organik atau produk hijau yang terus berkembang. Dengan mengintegrasikan AML dan strategi bisnis yang berorientasi keberlanjutan, perusahaan dapat mengoptimalkan efisiensi, menciptakan produk berkualitas tinggi, dan meningkatkan daya saing di pasar. Keseluruhan hasil ini menunjukkan bahwa AML dan strategi keberlanjutan bukan hanya alat untuk mendukung inovasi, tetapi juga menjadi fondasi penting dalam membangun keberhasilan jangka panjang bagi perusahaan di era bisnis modern.

Saran

Demikianlah yang dapat penulis sampaikan mengenai penelitian yang dibahas dalam artikel jurnal ini. Tentunya masih banyak kesalahan dan kekurangan dalam penelitian ini akibat keterbatasan pengetahuan dan referensi yang kami miliki. Kami berharap pembaca dapat memberikan kritik dan saran yang konstruktif untuk menyempurnakan penelitian ini, serta semoga artikel jurnal ini bermanfaat bagi kita semua.

DAFTAR REFERENSI

Aisyah, H., Puspita, S., & Elizamiharti, E. (2022). Resource-Based View: Strategi Umkm Di Sumatera Barat Untuk Mencapai Keunggulan Kompetitif. *JMD : Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 5(2), 109–120.
<https://doi.org/10.26533/jmd.v5i2.1029>

PENGARUH PENERAPAN AKUNTANSI MANAJEMEN LINGKUNGAN DAN STRATEGI BISNIS TERHADAP INOVASI PRODUK PADA UMKM

- Al Farisi, S., Iqbal Fasa, M., & Suharto. (2022). Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84. <https://doi.org/10.53429/jdes.v9ino.1.307>
- Ardian, W., Rusniti, Hasanudin, mohammad, & Kusuma, Y. S. (2024). *Pengaruh strategi bisnis terhadap inovasi produk umkm dengan akuntansi manajemen lingkungan sebagai variabel intervening*. 4(3), 241–254.
- Firmansyah, I. D., Kurdi, M., & Zakki, N. (2023). Pengembangan Strategi Bisnis Dengan Analisis Swot Pada Pabrik Kripik Singkong Sumenep. *Value*, 4(1), 89–99. <https://doi.org/10.36490/value.v4i1.695>
- Maretha, R. M. (2024). Penerapan akuntansi manajemen lingkungan terhadap inovasi produk pada omah jenang kelapa sari blitar. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(4), 15–24.
- Maulida, M. N., & Riyadi, S. (2024). Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan Dalam Meningkatkan Inovasi Produk Pada Pt Varia Usaha Beton Kabupaten. *Jurnal Revenue: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 4(2), 561–570.
- Putri, N. (2016). *Pengaruh Strategi Bisnis dan Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan Terhadap Inovasi*. 4(1), 1–23.
- Rahayu, A. (2016). Analisis Pengaruh Penerapan Akuntansi Manajemen. *JOM Fekon*, 3(1), 595–608.
- Safira, N., Sofyan, S., & Puspita, V. (2024). Pengaruh Orientasi Pasar, Kreativitas dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kerupuk Tuir di Kota Bengkulu. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 4(3), 67–82. <https://doi.org/10.47467/visa.v4i3.3813>
- Sari, N., & Gantino, R. (2022). Peran Akuntansi Manajemen Lingkungan dalam Memediasi Inovasi Ramah Lingkungan pada Nilai Perusahaan Terhadap Perusahaan di BEI. *Owner*, 6(3), 1377–1389. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i3.974>.