

**PENGARUH PENERAPAN AKUNTANSI MANAJEMEN  
LINGKUNGAN DAN STRATEGI BISNIS TERHADAP  
INOVASI PRODUK DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
(Studi Pada UMKM di Kec. Balik Bukit Kab. Lampung Barat)**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi  
Syarat Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1 dalam  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Oleh**

**GITA ROPELYA PUTRI  
1951030266**

**Program Studi : Akuntansi Syariah**



**PRODI AKUNTANSI  
SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG  
1444 H/2023**

**PENGARUH PENERAPAN AKUNTANSI MANAJEMEN  
LINGKUNGAN DAN STRATEGI BISNIS TERHADAP  
INOVASI PRODUK DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
(Studi Pada UMKM di Kec. Balik Bukit Kab. Lampung Barat)**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi  
Syarat Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1 dalam  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Oleh  
Gita Ropelya Putri  
1951030266**

**Program Studi : Akuntansi Syariah**

**Dosen Pembimbing 1 : Dr. Hanif, S.E., M.M.  
Dosen Pembimbing 2 : Agus Kurniawan, S.E., M.S.Ak.**



**PRODI AKUNTANSI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG  
1444 H/2023**

## ABSTRAK

Polemik perhatian terhadap isu lingkungan saat ini menimbulkan pro dan kontra bagi sebagian besar organisasi bisnis (perusahaan). Perusahaan menganggap bahwa perhatian terhadap lingkungan sudah merupakan mandat atau kewajiban. Inovasi merupakan suatu bentuk yang di hasilkan suatu perusahaan untuk dapat bersaing dan mempertahankan keberlangsungan usaha di dunia ekonomi modern saat ini. Mengingat inovasi ini memerlukan biaya yang cukup besar, maka perlu adanya sebuah manajemen yang dapat mengatur hal tersebut mulai dari biaya hingga dampak Terhadap lingkungan sekitarnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji seberapa besar pengaruh penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan dan Strategi Bisnis Terhadap inovasi produk pada UMKM di Kecamatan Lampung Barat.

Metode penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik dan karyawan produksi dari 10 umkm yang berada di kecamatan balik bukit Lampung Barat, dengan teknik pengambilan sampel yaitu sampel jenuh dengan 32 kuesioner kepada pemilik dan karyawan produksi UMKM di Kecamatan Balik Bukit. Pengujian hipotesis yang di gunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis linier berganda. Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan Software SPSS (Statistical Program for Social Science)

Hasil dari penelitian ini menunjukan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Akuntansi Manajemen Lingkungan terhadap variabel Inovasi produk. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Strategi Bisnis terhadap variabel Inovasi Produk

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

## ***ABSTRACT***

Innovation is a form produced by a company to be able to compete and maintain business continuity in today's modern economic world. Given that this innovation requires considerable costs, it is necessary to have a management that can manage this, starting from costs to impacts on the surrounding environment. The purpose of this study was to examine how much influence the application of Environmental Management Accounting and Business Strategy has on product innovation in UMKM in West Lampung District.

The research method used in this research is descriptive using a quantitative approach. The population in this study were owners and production employees of 10 umkm located in the balik bukit sub-district of West Lampung, with the sampling technique being a saturated sample with 32 questionnaires to owners and production employees of UMKM in Balik Bukit District. Hypothesis testing used in this study is to use multiple linear analysis. The data analysis method in this study used SPSS (Statistical Program for Social Science) software.

The results of this study indicate that there is a positive and significant influence between the Environmental Management Accounting variable on the product innovation variable. There is a positive and significant influence between the Business Strategy variable on the Product Innovation variable.

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



**KEMENTERIAN AGAMA  
UIN RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

---

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Gita Ropelya Putri  
Npm : 1951030266  
Jurusan : Akuntansi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH PENERAPAN AKUNTANSI MANAJEMEN LINGKUNGAN DAN STRATEGI BISNIS TERHADAP INOVASI PRODUK DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi pada UMKM di Kec. Balik Bukit Kab. Lampung Barat)”**. Adalah benar merupakan hasil karya penulis sendiri bukan duplikasi atau pun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah di rujuk dan di sebut dalam footnote atau daftar Pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat di maklumi

Bandar Lampung, 8 Januari 2023  
Peneliti



**GITA ROPELYA PUTRI  
NPM. 1951030266**



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**PRODI AKUNTANSI SYARIAH**

Alamat : Jl. Lelitol. Hi. Endro Suratamin Sukarame I Telp. (0721) 703289 Bandar Lampung

**PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : Pengaruh Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan dan Strategi Bisnis Terhadap Inovasi Produk ( Studi Pada UMKM di Lampung Barat Kecamatan Balik Bukit)  
Nama : Gita Ropelya Putri  
NPM : 1951030266  
Jurusan : Akuntansi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

**MENYETUJUI**

Untuk di munaqasyahkan dan Dipertahankan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing Akademik 1

Pembimbing Akademik 2

**Dr. Hanif, S.E., M.M.**

NIP. 197408232000003001

**Agus Kurniawan, S.E., M.S.Ak.**

NIP. 2014080919761226103

Mengetahui

Ketua Jurusan Akuntansi Syariah

**A. zulivansah., M.M.**

NIP. 198302222009121003



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
PRODI AKUNTANSI SYARIAH**

Alamat : Jl. Letkol. Hl. Endro Suratmin Sukarame I Telp. (0721) 703289 Bandar Lampung

**PENGESAHAN**

skripsi yang berjudul **"PENGARUH PENERAPAN AKUNTANSI MANAJEMEN LINGKUNGAN DAN STRATEGI BISNIS TERHADAP INOVASI PRODUK DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi pada UMKM di Kec. Balik Bukit Kab. Lampung Barat)".** Di susun oleh Gita Ropelya Putri, NPM: 1951030266, Program Studi Akuntansi Syariah, Telah di ujian Dalam sidang Munaqosah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: Rabu 29 MArset 2023.

**TIM PENGUJI**

Ketua : Dr. Syamsul Hilal, M.Ag

Sekertaris : Raizky Rienaldy Pramasha, M.E.

Penguji I : Dr. Muhammad Iqbal, M.E.I.

Penguji II : Agus Kurniawan, M.S.Ak.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**Prof. Dr. Tulus Suryanto, M.M., Akt., C.A.**

Nip. 197009262008011008



## MOTTO

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

*“Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.”*

*(QS Ar-Ra'd: 11).*





## PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT, Skripsi ini ku persembahkan kepada:

1. Teristimewa kepada ayahanda Rop'in dan Ibunda Elya Roza yang telah mencintai dan membesarkan, mendidik dan memberikan segala dukungan kepadaku semoga Allah selalu memberikan kebaikan dan kebahagiaan untuk ibu dan bapak di dunia maupun di akhirat kelak;
2. Kepada adik adikku tercinta, Nadea Famela dan Silvi Azzahra, terima kasih atas canda tawa, motivasi, kasih sayang juga untuk selalu memberi dukungan serta kepada seluruh keluarga besar yang telah mendoakanku;
3. Kepada sahabat- sahabat terbaikku terima kasih atas bantuan, dukungan dan motivasinya selama penulisan skripsi ini;
4. Terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berperan di dalam kehidupan penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu;
5. Almamater Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Tercinta.

## RIWAYAT HIDUP

Penulis Bernama lengkap Gita Ropelya Putri. Lahir di desa Kembahang, Kecamatan Batu Brak, Kabupaten Lampung Barat pada tanggal 25 Desember 2001. Merupakan anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Rop'in dan Ibu Elya Roza. Adapun Riwayat Pendidikan yang telah di tempuh penulis yakni; penulis menempuh Pendidikan formal yang di mulai dari Sekolah Dasar di SDN 2 Kembahang dan lulus pada tahun 2013. Selanjutnya penulis melanjutkan Pendidikan ke jenjang Sekolah Menengah Pertama di SMPN 4 Liwa dan lulus di tahun 2016. Kemudian penulis melanjutkan Pendidikan ke jenjang Sekolah Menengah Atas di SMA N 1 Liwa Lampung Barat dan lulus di tahun 2019. Selanjutnya atas izin Allah dan kesempatan yang di berikan nya penulis melanjutkan Pendidikan ke jenjang perguruan tinggi dalam program Sarjana Stara Satu Di UIN Raden Intan Lampung, dengan mengambil Program Studi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang. Puji Syukur kita aturkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah dan karunia-Nya berupa Kesehatan, petunjuk, serta ilmu pengetahuan sehingga skripsi yang berjudul “ pengaruh penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan dan Strategi Bisnis terhadap Inovasi produk (studi pada UMKM di Kec. Balik Bukit Kab. Lampung Barat)” dapat di selesaikan dengan baik. Skripsi ini di tulis sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan pada program Stara Satu (S1) Jurusan Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada suri tauladan kita, Nabi Muhammad SAW, Keluarga serta sahabat nya. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Tak bisa di pungkiri juga dalam penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak, sehingga penulis dapat melalui halangan dan rintangan dalam penyelesaian tugas akhir ini.

Terima kasih yang sebesar besar nya penulis hatur kan atas dukungan pada semua pihak yang telah membantu proses penyelesaian skripsi ini. Ucapan Terima kasih di sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Tulus Suryanto. M.M., C.A.,Akt selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang senantiasa tanggap terhadap kesulitan-kesulitan mahasiswa;
2. Bapak A. Zuliansyah,M.M, selaku ketua program studi Akuntansi syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung beserta jajaran yang telah memberikan kebijakan dan kemudahan kepada mahasiswa nya
3. Bapak Dr. Hanif, S.E., M.M.Sak selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu dalam membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan skripsi ini hingga selesai.
4. Bapak Agus Kurniawan, S.E.,M.S.Ak. selaku Dosen pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dalam membimbing dan

- mengarahkan penulis selama penyusunan skripsi ini hingga selesai;
5. Kepada Bapak Ibu Dosen serta jajaran Program Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan kebijakan dan kemudahan;
  6. Kepada seluruh staf akademik dan pegawai perpustakaan pusat UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan data referensi dan lain-lain.
  7. Kepada Orang tua yang saya cintai Bapak Rop'in dan ibu Elya Roza yang selalu mencurahkan Doa, dan kasih sayangnya selama ini.
  8. Kedua adik saya, Nadea Famela dan Silvi Az-Zahra yang telah selalu ada dan menemani serta memberikan semangat selama ini.
  9. Seluruh sanak saudara yang tidak dapat penulis sebut satu persatu, terima kasih telah memberikan motivasi dan dukungan dalam segala hal.
  10. Kepada teman-teman serta para sahabat seperjuangan yang telah Selalu membantu, mendukung serta menghibur penulis untuk Menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas seluruh kebaikan Bapak dan Ibu Dosen, Sahabat, Teman-teman serta seluruh pihak yang terkait, yang akan di balas dengan kebaikan-kebaikan yang berlipat ganda oleh-Nya. Penulis sangat menyadari bahwa masih banyak kekurangan Baik dari penulisan maupun penyajian dalam skripsi ini, untuk itu segala kritik dan saran sangat penulis harapkan guna melengkapi Karya tulis ini. Akhir kata, penulis ucapkan terima kasih.

Bandar Lampung 8 Januari 2023

Gita Ropelya Putri  
Npm. 1951030266

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRACK</b> .....	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>v</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang masalah .....	3
C. Identifikasi Batasan Masalah .....	12
D. Rumusan Masalah .....	13
E. Tujuan Masalah .....	13
F. Manfaat Penelitian .....	14
G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang relevan .....	15
H. Sistematika Penulisan .....	25
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN</b>	
<b>HIPOTESIS</b> .....	<b>27</b>
A. Teori Yang Digunakan .....	27
1. Teori Legitimasi .....	27
2. <i>Natural Resource Based View (NRBV)</i> .....	29
3. <i>Teori Resource Based View (RBV)</i> .....	30
B. Akuntansi Manajemen Lingkungan .....	32
1. Penegrtian Akuntansi Manajemen Lingkungan ....	32
2. Tujuan Akuntansi Manajemen Lingkungan .....	35

3. Manfaat Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan .....	35
4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Akuntansi Manajemen Lingkungan.....	38
5. Indikator Akuntansi Manajemen Lingkungan .....	39
C. Strategi Bisnis .....	44
1. Pengertian Strategi Bisnis .....	44
2. Jenis Jenis Strategi Bisnis .....	47
3. Tingkatan Strategi Bisnis .....	48
4. Tujuan Strategi Bisnis .....	49
5. Indikator Strategi Bisnis.....	50
6. Strategi Bisnis Dalam Prspektif Ekonomi Islam ...	50
D. Inovasi Produk .....	53
1. Pengertian Inovasi Produk .....	53
2. Tujuan Inovasi Produk .....	55
3. Manfaat Inovasi Produk .....	55
4. Indikator Inovasi Produk.....	57
5. Inovasi Produk Dalam Perspektif Ekonomi Islam .	57
E. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	59
1. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	59
2. Klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	61
3. Karakteristik Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	62
4. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	63
F. Kerangka Berfikir/ Konseptual .....	67
G. Pengajuan Hipotesis .....	68

**BAB III METODE PENELITIAN ..... 73**

A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	73
B. Pendekatan dan Jenis Pendekatan .....	73
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengumpulan Data .....	74
D. Teknik Analisis Data .....	77

E. Definisi Operasional Variabel .....	79
F. Uji Asumsi Klasik.....	80
G. Uji Hipotesis .....	83
<b>BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>87</b>
A. Hasil Penelitian .....	87
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	87
2. Deskripsi Karakteristik Responden .....	88
3. Uji Kualitas Data .....	89
4. Uji Asumsi Klasik .....	91
5. Uji Hipotesis .....	91
B. Pembahasan .....	93
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>97</b>
A. Kesimpulan .....	97
B. Saran.....	98
DAFTAR RUJUKAN .....	99
LAMPIRAN .....	107



## DAFTAR TABEL

1.1	Kajian Penelitian Yang Relevan .....	15
3.1	Definisi Operasional Variabel .....	77
4.1	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	88
4.2	Identitas Responden Berdasarkan Status Kepemilikan ...	88
4.3	Uji Validitas .....	89
4.4	Uji Realibilitas.....	90
4.5	Uji Asumsi Klasik .....	91
4.6	Uji Hipotesis .....	92





## DAFTAR GAMBAR

1.1 Diagram jumlah UMKM.....	5
------------------------------	---



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Penyebaran Kuesioner

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 Jawaban Kuesioner Penelitian

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas

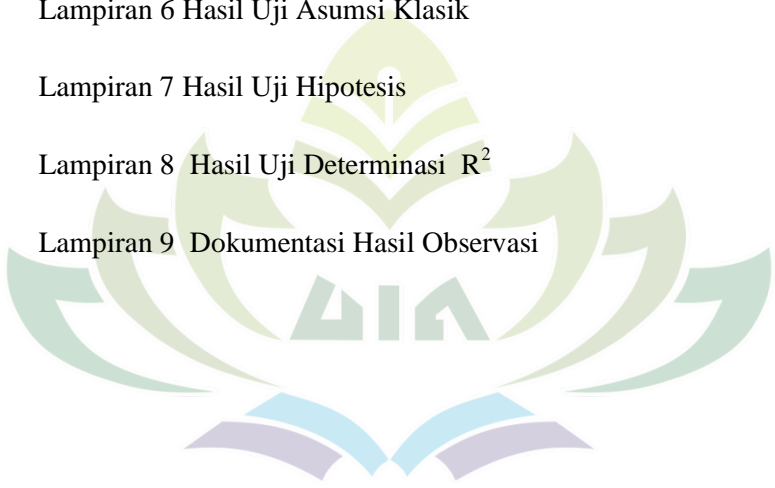
Lampiran 5 Hasil Uji Reabilitas

Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis

Lampiran 8 Hasil Uji Determinasi  $R^2$

Lampiran 9 Dokumentasi Hasil Observasi



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Judul merupakan gambaran dari karya untuk memperjelas pokok bahasan. Sebelum penulis menguraikan pembahasan lebih lanjut, terlebih dahulu istilah dalam skripsi ini untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman terhadap pemaknaan judul dari beberapa istilah yang di gunakan. Di samping itu langkah ini juga merupakan proses penekanan terhadap pokok permasalahan yang akan penulis bahas dan agar memudahkan pembaca dalam memahami judul skripsi ini.

Adapun judul skripsi penelitian ini adalah **“Pengaruh Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan Dan Strategi Bisnis Terhadap Inovasi Produk Dalam Perspektif Ekonomi Islam ( Studi Pada UMKM Di Lampung Barat Kec. Balik Bukit).”** Maka adapun istilah yang perlu di jelaskan terkait judul di atas yaitu:

1. **Pengaruh** adalah kekuatan yang ada atau timbul dari sesuatu benda atau seseorang yang ikut membentuk watak kepercayaan atau perbuatan seseorang. Pengaruh lebih condong kedalaman sesuatu yang dapat membawa perubahan pada diri seseorang
2. **Penerapan** adalah suatu perbuatan mempraktikkan suatu teori, metode, dan hal lain untuk mencapai tujuan tertentu dan untuk suatu kepentingan yang diinginkan oleh suatu kelompok atau golongan yang telah terencana dan tersusun sebelumnya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengertian penerapan adalah perbuatan menerapkan.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Department Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Gramedia, 2011), 5.

3. **Akuntansi Manajemen Lingkungan** merupakan sub bagian dari akuntansi lingkungan. Informasi yang dihasilkan untuk tujuan lain seperti pelaporan eksternal, tetapi pada umumnya dipakai sebagai penyedia informasi dalam pengambilan keputusan organisasi.<sup>2</sup>
4. **Strategi Bisnis** adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang akan hendak dicapai. Strategi bisnis bisa berupa perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan, divestasi, likuidasi dan usaha patungan atau joang ventura.<sup>3</sup>
5. **Inovasi Produk** adalah inovasi produk merupakan hasil dari berbagai macam proses yang digabungkan dan saling mempengaruhi antara satu dengan yang lain.<sup>4</sup>
6. **Perspektif** menurut KBBI perspektif adalah sudut pandang.<sup>5</sup>
7. **Ekonomi Islam** adalah suatu cabang Ilmu pengetahuan yang berupaya untuk memandang, menganalisis dan akhirnya menyelesaikan permasalahan-permasalahan ekonomi dengan cara-cara yang islami<sup>6</sup>
8. **Usaha Mikro dan Menengah (UMKM)** adalah Usaha mikro kecil dan menengah adalah kelompok usaha yang memiliki usaha yang paling besar, menurut rudjito UMKM adalah sangat penting selain menciptakan lapangan pekerjaan juga menciptakan usaha yang lebih banyak.<sup>7</sup>

---

<sup>2</sup> Etty Indriani, *Akuntansi Manajemen* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2018), 2.

<sup>3</sup> David, Fred R, *Manajemen Strategis* (Jakarta: Salemba Empat, 2012), 7.

<sup>4</sup> Myers, Linda A., Jaime Schmidt, and Michael Wilkins. "An investigation of recent changes in going concern reporting decisions among Big N and non-Big N auditors." *Review of Quantitative Finance and Accounting* 43 (2014): 155-172.

<sup>5</sup> Department Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Gramedia, 2011), 8.

<sup>6</sup> Imamudin Yuliadi, *Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Lembaga Pengkajian Pengamalan Islam, 2001), 7.

<sup>7</sup> A karim, Adiwarmar, *Ekonomi Makro Islam* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2012), 22.

Berdasarkan uraian penegasan judul yang telah di sebutkan di atas bahwa judul yang di maksud dalam skripsi ini adalah untuk menganalisis Pengaruh Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan dan Strategi Bisnis Terhadap Inovasi Produk Pada UMKM yang berada di Lampung Barat Kecamatan Balik Bukit dan peneliti juga menambah kan sudut pandang dalam perspektif Ekonomi Islam sebagai pembeda dengan penelitian sebelum nya.

## **B. Latar Belakang Masalah**

Pertumbuhan ekonomi sebagai sebuah proses peningkatan output dari waktu ke waktu menjadi indikator yang penting untuk mengatur keberhasilan pembangunan suatu negara. Pertumbuhan dan pembangunan ekonomi menjadi suatu hal yang sangat sentral untuk di bicarakan karena hal tersebut berhadapan langsung dengan kesejahteraan masyarakat. Peningkatan kesejahteraan secara umum akan meningkatkan kualitas kehidupan bagi semua pihak untuk mampu berkontribusi terhadap perekonomian yang di bangun. Secara empiris juga terkait dengan semakin tinggi nya standar hidup dan kesejahteraan manusia secara keseluruhan.<sup>8</sup>

Dampak dari pertumbuhan ekonomi tidak hanya kesejahteraan masyarakat saja tapi dapat mengatasi masalah kemiskinan dan pengangguran serta memberi perhatian lebih dibidang kesehatan dan pendidikan. Di sini lah pentingnya pertumbuhan ekonomi baik di berbagai tingkatan karena menyangkut kesejahteraan seutuhnya. Tanpa pertumbuhan ekonomi, maka ekonomi akan berjalan di tempat/stagnasi, yang akan membuat sebuah Negara, wilayah atau daerah tidak lagi mampu memberikan kesejahteraan yang layak bagi warganya. dengan tidak adanya pertumbuhan ekonomi maka yang terjadi bukan pemerataan pendapatan melainkan pemerataan kemiskinan.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Oekan Abdullah dan Dede Mulayanto, *isu-isu Pembangunan : Pengantar Teoretis* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2019), 132.

<sup>9</sup> *Ibid* 252

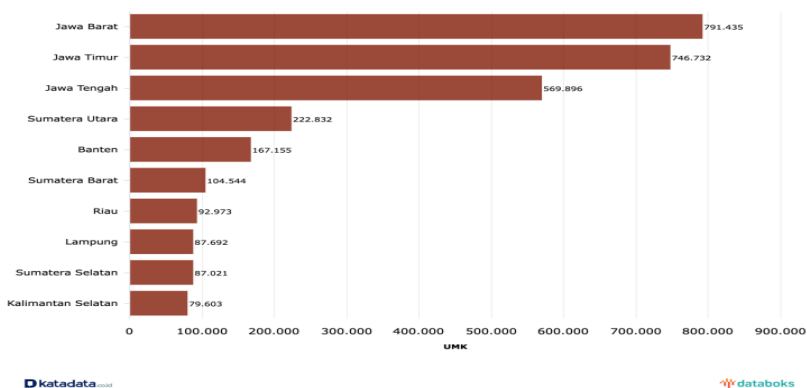
Terjadi pemerataan kemiskinan akan mendapat respon dari pelaku ekonomi dapat di lihat dari kebutuhan pokok, kenaikan tarif sehingga memiliki dampak langsung yang bisa di rasakan oleh masyarakat dalam jangka panjang maupun jangka pendek. Dalam menyikapi keadaan seperti ini, respons masyarakat sangat bervariasi, mulai dari menempuh pendidikan tinggi, kursus formal atau informal yang bertujuan meningkatkan kualitas serta keahlian yang ada dalam diri mereka. Untuk meningkatkan kualitas diri mereka, masyarakat berharap agar dapat memperoleh sumber penghasilan dengan bekerja pada bidang yang sesuai dengan kemampuannya.

Kondisi yang seperti ini menyebabkan persaingan menjadi ketat. Semakin banyaknya masyarakat dengan keahlian yang serupa sehingga pekerjaan sulit diperoleh karena ketersediaan sumber daya manusia melebihi jumlah lapangan pekerjaan yang ada. Hal ini menyebabkan beberapa masyarakat tidak menggantungkan hidupnya pada lapangan pekerjaan yang tersedia, namun sebagian masyarakat justru menciptakan lapangan pekerjaan sendiri yang biasanya disebut dengan Usaha Mikro Kecil Menengah atau UMKM.

UMKM memiliki pengaruh besar terhadap jumlah pendapatan negara. Beberapa jenis UMKM menjadi sumber devisa negara. Dengan kata lain, UMKM telah menjadi investasi bagi negara, terutama UMKM di bidang pertanian dan kerajinan. Sektor pertanian di Indonesia telah menjadi salah satu komoditas yang besar bagi kebutuhan dalam negeri bahkan sebagai komoditas ekspor bagi Indonesia. Tidak berbeda dengan produksi kerajinan Indonesia, produksi kerajinan beberapa daerah di Indonesia tidak hanya laku di pasaran domestik, tetapi telah mampu merambah di pasar dunia, khususnya negara di Asia. Selain bermanfaat bagi pertumbuhan perekonomian Indonesia, tanpa disadari, UMKM juga mampu mengurangi angka pengangguran di masyarakat. sekaligus meningkatkan

tingkat kesejahteraan masyarakat. Sebab, banyaknya UMKM yang berdiri mampu memperkerjakan jutaan tenaga kerja.<sup>10</sup>

UMKM di Indonesia selalu digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peranan penting dalam pembangunan ekonomi, karena sebagian besar jumlah penduduk Indonesia berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha mikro, kecil dan menengah baik di sektor tradisional maupun modern. Serta UMKM mampu menyerap banyak tenaga kerja baik di pedesaan maupun di perkotaan. Peran UMKM ini menjadi bagian yang penting dalam pembangunan ekonomi di Indonesia.



Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS),

Gambar 1.1

Berdasarkan data Pusat Statistik (BPS) jumlah UMKM yang berada di Lampung saat ini mencapai 87.692 data ini menunjukkan bahwa UMKM di Lampung cukup banyak. Namun dibalik pesatnya pertumbuhan UMKM, saat ini Indonesia dihadapkan dengan fakta mengenai kerusakan lingkungan yang ditimbulkan akibat aktivitas bisnis yang dilakukan UMKM. Bahkan Bank Indonesia, dalam laporan akhir mengenai kajian kesiapan UMKM ramah lingkungan, menyampaikan bahwa UMKM menjadi salah satu kontributor

<sup>10</sup> Ai Siti Farida, *Sistem Ekonomi Indonesia* (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2011), 44.

penyebab kerusakan lingkungan hidup. Adanya fakta permasalahan lingkungan yang dilakukan oleh entitas bisnis di Indonesia menunjukkan lemahnya pengelolaan manajemen lingkungan dan rendahnya tingkat kinerja lingkungan, serta rendahnya minat entitas terhadap konservasi lingkungan.<sup>11</sup>

Di era ekonomi saat ini banyak isu yang berkaitan tentang lingkungan baik global warning, eco-efficiency, dan kegiatan industri yang merubah lingkungan baik itu secara eksternal maupun internal, dan juga adanya pencemaran lingkungan yang di lakukan oleh perusahaan yang menyebabkan perubahan lingkungan yang mengalami pencemaran lingkungan. Oleh karena itu UMKM harus mampu mempertahankan proses bisnis nya sehingga UMKM menerapkan strategi yang sesuai demi tercapainya tujuannya. Pada dasarnya penerapan akuntansi manajemen lingkungan sangat bermanfaat bagi manajer untuk menetapkan biaya-biaya lingkungan yang sering di sembunyikan, akuntansi manajemen lingkungan dapat bermanfaat bagi perusahaan baik untuk menetapkan, memperkirakan dan memilah berbagai macam biaya lingkungan agar dapat menghasilkan inovasi yang bisa berguna bagi masyarakat<sup>12</sup>

Pembuangan limbah merupakan salah satu contoh permasalahan lingkungan salah satunya adalah pembuangan limbah. Hal ini terutama limbah plastik dan sampah perkotaan seperti di Kali Ciliwung di Jakarta atau kota-kota di Indonesia. Selain limbah rumah tangga, limbah dari sektor industri yang sering dibuang ke sungai juga menyebabkan ikan-ikan mati dan hancurnya ekosistem sungai. Padahal sungai-sungai ini penting bagi ekonomi masyarakat dan penting untuk memasok sumber makanan bagi masyarakat. Pembuangan limbah ini akhirnya akan menyebabkan pencemaran laut di Indonesia dan merusak

---

<sup>11</sup> Arifah, D. A., and M. Ja'far. "Pengaruh dorongan manajemen lingkungan, proaktif dan kinerja lingkungan publik environ reporting." *Proceeding SNA 9* (2006): 1-30.

<sup>12</sup> Ikhsan, Arfan, *Akuntansi Manajemen Lingkungan. Edisi 1* (Graha Ilmu. Yogyakarta, 2009), 23.



ekosistem laut, sumber perikanan. Tidak kalah penting adalah pembuangan limbah nuklir. Pembuangan limbah nuklir memiliki bahaya kesehatan yang luar biasa, terutama akibat radiasi. Plastik, makanan cepat saji, kemasan dan limbah elektronik murah mengancam kesejahteraan manusia. Pembuangan limbah merupakan salah satu masalah lingkungan hidup yang mendesak untuk segera dicarikan jalan keluar.<sup>13</sup> Kasus serupa juga terjadi di Blitar pada awal tahun 2018, yang mana terjadi kasus penutupan sebuah usaha peternakan babi di Desa Tembalang oleh Aparat Polres Blitar akibat aktivitas usaha yang tidak memiliki izin dan melakukan pencemaran lingkungan dengan membuang limbah kotoran ternak ke sungai.<sup>14</sup> Sudah dipastikan oleh petugas, bahwa pembuangan limbah ke sungai tidak mengikuti standar operasional pengolahan limbah, sehingga membuat air sungai tercemar dan tidak dapat dimanfaatkan oleh warga.

Perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup adalah upaya yang dilakukan untuk melestarikan fungsi lingkungan hidup dan mencegah terjadinya pencemaran atau kerusakan lingkungan hidup, upaya yang dapat dilakukan seperti perencanaan, pemanfaatan, pengendalian, pemeliharaan, pengawasan, dan penegakan hukum. Pemerintah Indonesia menyikapi masalah lingkungan yang ada dengan menyusun undang-undang Republik Indonesia No. 32 Tahun 2009 tentang perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup. Dalam pengelolaan hidup ini memerlukan suatu bidang ilmu untuk mengontrol dan mengungkapkan upaya perbaikan lingkungan, bidang akuntansi ikut berperan dalam upaya

---

<sup>13</sup> <https://dlh.bulelengkab.go.id/informasi/detail/artikel/masalah-lingkungan-hidup-di-indonesia-dan-dunia-saat-ini-15>

<sup>14</sup> [sindonews.com](http://sindonews.com)

mengontrol dan mengungkapkan upaya perbaikan lingkungan.<sup>15</sup>

Permasalahan ini memerlukan suatu alat manajemen dan juga Akuntansi yang berfungsi sebagai sistem informasi lingkungan dalam mempertimbangkan masalah lingkungan, serta biaya yang terkait dalam pengelolaannya. Alat manajemen yang dianggap dapat membantu entitas bisnis dalam mengatasi masalah lingkungan adalah Akuntansi Manajemen Lingkungan atau biasa disebut dengan EMA (Environmental Management Accounting). Akuntansi manajemen lingkungan merupakan arus data yang berkaitan dengan bahan dan energi yang membantu untuk meningkatkan efisiensi pemakaian bahan dan energi, meminimalisir dampak lingkungan dari aktivitas, mengurangi resiko yang berkaitan dengan lingkungan, meningkatkan kinerja manajemen, dan memperbaiki hasil dari manajemen perusahaan<sup>16</sup>

Berdasarkan kasus yang diuraikan diatas, menunjukkan perlunya penerapan EMA pada entitas bisnis UMKM sebagai suatu sistem yang dapat membantu melakukan pengelolaan terhadap lingkungan karena adanya tekanan dari Stakeholders baik dari masyarakat atau pemerintah yang menuntut UMKM lebih peduli terhadap lingkungan. Manajemen dari entitas bisnis tersebut perlu untuk menerapkan EMA, salah satu alasannya, karena dapat membantu menyelesaikan masalah dalam mengatasi pengolahan limbah dengan membantu entitas bisnis mengelola biaya lingkungan. Tujuan utama dari penerapan EMA adalah mengidentifikasi biaya yang timbul dari masalah lingkungan dengan tujuan untuk mengontrol, mengalihkan, dan mempengaruhi biaya tersebut.

Pertumbuhan Industri makanan dan minuman di Indonesia tergolong lumayan pesat dalam pertumbuhannya.

---

<sup>15</sup> Rosilawati, Weny, et al. "The Application Of Green Accounting On Stock Activityin Islamic Prespective." *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 5.01 (2021): 115-128.

<sup>16</sup>Ikhsan, Arfan, *Akuntansi Manajemen Lingkungan Edisi pertam* (Yogyakarta: Graha ilmu. 2009), 50.

Situasi ini bisa di lihat dari banyaknya perusahaan makanan dan minuman yang berada di Indonesia dapat memicu semakin ketatnya persaingan antara UMKM makanan dan minuman. UMKM di himbau untuk memajukan infrastruktur, teknologi dan SDM untuk mencukupi keinginan pasar. Melihat kondisi persaingan antar UMKM satu dengan UMKM yang lain yang saat ini tidak dapat di perkirakan, dan juga desakan pelanggan yang tentang persaingan di mana menuntut perusahaan untuk melindungi hidup dan daya saing suatu perusahaan. Khusus nyak dalam bentuk meningkat kan inovasi harus terus menerus di kembangkan lagi dan di lakukan secara terus menerus. Karena tanpa inovasi perusahaan akan gugur dan sebaliknya dengan adanya inovasi perusahaan akan bisa menguasai pasar dengan karya dan model yang di miliki dan juga memiliki tampilan baru yang akan memikat konsumen untuk membeli suatu barang atau makanan tersebut.

Kondisi persaingan bisnis yang makin kompetitif dan lingkungan bisnis yang dinamis dan penuh ketidakpastian menuntut UMKM untuk mencari terobosan baru dan mengimplementasikan strategi yang sesuai dan selaras dengan perubahan lingkungan bisnis. UMKM harus mampu menciptakan, mengeksploitasi, dan mencapai keunggulan kompetitif dengan cara menciptakan nilai-nilai daya saing perusahaan yang lebih baik dibandingkan para pesaing. Untuk mencapainya, UMKM harus mampu menerapkan strategi dan nilai-nilai yang berbeda dan tidak dapat ditiru oleh pesaingnya. Salah satu strategi tersebut adalah melalui inovasi. Inovasi merupakan salah satu kunci untuk dapat memenangkan persaingan.

Dengan melakukan inovasi, UMKM berharap dapat menciptakan produk yang benar-benar baru atau lain dari yang sebelumnya atau membuat produk yang merupakan perbaikan dari produk yang telah ada sebelumnya. Dalam meng konsumsi suatu produk, konsumen tidak hanya sebatas melihat pada nilai atau fungsi dari suatu produk yang dibutuhkan, tetapi konsumen juga memperhatikan apakah produk yang dipilih memiliki nilai

tambah atau kelebihan dibandingkan dengan produk lain yang sejenis. Keinginan inilah yang harus dimengerti oleh produsen sebagai landasan untuk melakukan proses inovasi. Perkembangan inovasi yang berhasil akan menjadi strategi yang tepat untuk mempertahankan kedudukan produk di pasar.

Strategi inovasi adalah perencanaan perusahaan dalam melakukan perubahan untuk meningkatkan kinerja perusahaan supaya bisa beroperasi secara efisien dan efektif. Karena dalam menghadapi perkembangan era globalisasi saat ini UMKM harus menerapkan strategi inovasi agar bisa berkompetisi dan bertahan dalam melawan persaingan. Strategi inovasi di dorong oleh perubahan lingkungan industri yang sangat berkembang dengan pesat dan semakin tidak bisa di prediksi ke depannya. Oleh karena itu perusahaan harus bersaing untuk menghadapi persaingan pasar agar tidak tertinggal dengan kompetitor lainnya<sup>17</sup> Keberhasilan inovasi tergantung pada penggunaan inovasi oleh seluruh anggota perusahaan bukan pada individu saja, hal ini diungkap Tornatsky dan Fleischer dalam Klein dan Sorra<sup>18</sup>

UMKM harus mampu menghadapi arus globalisasi agar tetap dapat tumbuh dan berkembang mengikuti perkembangan zaman. Ada beberapa cara strategis yang bisa dilakukan untuk menjaga dan meningkatkan pertumbuhan dan perkembangan UMKM di antaranya adalah meningkatkan penerapan inovasi ke dalam produk yang ditawarkan, melakukan pelatihan pengembangan sumber daya manusia maupun penerapan teknologi dan memperluas area pemasaran yang bertujuan untuk menjangkau pasar potensial yang belum tersentuh. Menghadapi kondisi seperti ini pelaku bisnis diharuskan dapat mengembangkan bisnisnya dengan cara melakukan berbagai

---

<sup>17</sup> Perwiranegara, Abdul Haris. "Pengaruh Orientasi Kepemimpinan Pasar dan Strategi Inovasi terhadap Kinerja UKM (Studi pada UKM Kerajinan Bubut Kayu Kota Blitar)." *Jurnal Aplikasi Manajemen* 13.1 (2015): 77-89.

<sup>18</sup> Klein, Katherine J., and Joann Speer Sorra. "The challenge of innovation implementation." *Academy of management review* 21.4 (1996): 1055-1080.

macam inovasi agar tetap bisa bertahan bersaing dengan para kompetitor yang kini semakin inovatif.<sup>19</sup>

Berdasarkan hasil penelitian yang di lakukan oleh Lestari, Rini, and Lesi Hertati.(2020) yang berjudul "Bagaimana pengaruh strategi bisnis, kekuatan produk terhadap kualitas sistem informasi akuntansi manajemen: studi kasus pada usaha kecil dan menengah di Indonesia." yang menyatakan bahwa Hasil dari penelitian ini adalah Kekuatan produk, dukungan kekuatan produk, strategi bisnis berpengaruh terhadap kualitas sistem informasi akuntansi manajemen berada pada kelompok baik karena kinerja dapat tercapai akibat adanya dorongan yang berkolaborasi dengan baik.<sup>20</sup> dan (Taufik Akmal Fadhilah, Yuni Rosdiana (2022) menyatakan bahwa Terdapat pengaruh antara penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan terhadap Inovasi Perusahaan, dan juga Terdapat pengaruh antara Strategi Bisnis terhadap Inovasi Perusahaan.<sup>21</sup> menunjukan bahwa strategi operasi berpengaruh dan signifikan terhadap inovasi proses produksi pada PT. Indorama *Syntribusics* TBK. Penelitian Febrianty dan Rosdiana (2020)<sup>22</sup> menunjukan bahwa strategi operasi berpengaruh Terhadap inovasi produk. sejalan dengan penelitian yang di lakukan Nadya Sari, Rilla Gantino (2022) yang menunjukan bahwa akuntansi manajemen lingkungan secara langsung mempengaruhi nilai perusahaan dalam bisnis sektor dasar dan kimia yang terdaftar di BEI. Kemudian

---

<sup>19</sup> Sudaryanto, Sudaryanto. "The need for ICT-education for managers or agribusinessman to increasing farm income: Study of Factor Influences On Computer Adoption in East Java On-Farm Agribusiness." *International Journal of Education and Development Using ICT* 7.1 (2011): 56-67.

<sup>20</sup> Lestari, Rini, and Lesi Hertati. "Bagaimana pengaruh strategi bisnis, kekuatan produk terhadap kualitas sistem informasi akuntansi manajemen: studi kasus pada usaha kecil dan menengah di Indonesia." *Kajian Akuntansi* 21.1 (2020): 01-16.

<sup>21</sup> Fadhilah, Taufik Akmal, and Yuni Rosdiana. "Pengaruh Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan dan Strategi Bisnis terhadap Inovasi Perusahaan." *Bandung Conference Series: Accountancy*. Vol. 2. No. 1. 2022.

<sup>22</sup> Febrianty dan Rosdiana. (2020). Pengaruh Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan dan Strategi Operasi terhadap Inovasi Produk. *Prosiding Akuntansi*, 594–598. <http://dx.doi.org/10.29313/v6i2.23316>

ada pengaruh inovasi ramah lingkungan yang baik dan substansial terhadap akuntansi pengelolaan lingkungan di perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEI di sektor industri dasar dan kimia<sup>23</sup> Penelitian yang dilakukan oleh (Heri Lutfi Fauzi, Agus S Nugroho, S E, MSA, MM, Dr. Asmirin Noor, SE., MM) menyatakan bahwa Penerapan akuntansi manajemen lingkungan berpengaruh secara parsial terhadap kinerja karyawan pada pabrik kecap PT. Kenari Surabaya, kemudian Inovasi berpengaruh secara parsial terhadap kinerja karyawan pada PT. Kenari.<sup>24</sup> Dan penelitian oleh (Elvitia 2020) menunjukan bahwa Akuntansi Manajemen lingkungan berpengaruh terhadap inovasi proses produksi.<sup>25</sup>

Berdasarkan Latar Belakang di atas serta pantauan yang dilakukan oleh peneliti, dan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti terdahulu, juga latar belakang yang peneliti uraikan, maka peneliti memutuskan untuk mengadakan penelitian tentang Akuntansi Manajemen Lingkungan dan menuang ke dalam bentuk skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan dan Strategi Bisnis Terhadap Inovasi Produk Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada UMKM di Lampung Barat Kecamatan Balik Bukit)”**

### C. Identifikasi Dan Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah di uraikan di atas, agar penelitian ini dapat dilaksanakan secara fokus dan pembahasannya tidak menyimpang, maka pembatasan suatu masalah di gunakan untuk menghindari adanya penyimpangan

---

<sup>23</sup> Sari, Nadya, and Rilla Gantino. "Peran Akuntansi Manajemen Lingkungan dalam Memediasi Inovasi Ramah Lingkungan pada Nilai Perusahaan Terhadap Perusahaan di BEI." *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi* 6.3 (2022): 2377-2389.

<sup>24</sup> Fauzi, Heri Lutfi. *Pengaruh Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan Dan Inovasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pabrik Kecap Pt. Kenari Surabaya*. Diss. Stie Mahardhika Surabaya, 2020.

<sup>25</sup> Eltivia, dkk. (2020). Keterlibatan Akuntansi Manajemen Lingkungan dan Strategi Operasi Terhadap Inovasi Proses Produksi. *Jurnal Akuntansi Indonesia*, ISSN 2614-2252, 16(1)

maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Adapun ruang lingkup identifikasi dan Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Penelitian ini membahas mengenai Pengaruh Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan Terhadap Inovasi Produk Dalam Perspektif Ekonomi Islam.
- 2) Penelitian ini membahas mengenai Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Inovasi Produk Dalam Perspektif Ekonomi Islam.
- 3) Objek penelitian ini adalah UMKM yang berada di Lampung Barat Kec. Balik Bukit.

Dalam penelitian ini, peneliti membatasi masalah dengan 3 aspek yaitu Akuntansi Manajemen Lingkungan, Strategi Bisnis dan Inovasi Produk. Adapun subjek penelitian ini adalah UMKM di kecamatan Balik Bukit Kabupaten Lampung Barat.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan di atas maka permasalahan dalam penelitian ini

- 1) Apakah Akuntansi Manajemen Lingkungan dan Strategi Bisnis berpengaruh secara parsial terhadap inovasi produk
- 2) Apakah Akuntansi Manajemen Lingkungan dan Strategi Bisnis berpengaruh secara simultan terhadap inovasi produk.
- 3) Apakah Akuntansi Manajemen Lingkungan dan Strategi Bisnis berpengaruh terhadap inovasi produk dalam perspektif ekonomi Islam.

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di uraikan di atas tujuan dari penelitian ini adalah

- 1) Untuk mengetahui apakah Akuntansi Manajemen Lingkungan dan Strategi Bisnis berpengaruh secara parsial terhadap inovasi produk.
- 2) Untuk mengetahui apakah Akuntansi Manajemen Lingkungan dan Strategi Bisnis berpengaruh secara simultan terhadap inovasi produk.

- 3) Untuk mengetahui apakah Akuntansi Manajemen Lingkungan dan Strategi Bisnis berpengaruh terhadap inovasi produk dalam perspektif ekonomi Islam

Penelitian ini di harapkan bisa memberi manfaat bagi berbagai pihak, baik perusahaan, UMKM maupun pihak luar.

## **F. Manfaat Penelitian**

Berikut beberapa manfaat yang dapat di peroleh dari penelitian ini:

- 1) Manfaat Secara Teoritis

Penelitian ini di harapkan dapat menambah wawasan dan dapat menjadi sumber bacaan atau referensi yang dapat memberikan informasi teoritis dan empiris bagi para pembacanya dan juga dapat di gunakan untuk meningkatkan performa UMKM yang berkaitan dengan Akuntansi Manajemen Lingkungan baik dari sisi ekonomi maupun dari sisi lingkungannya.

- 2) Manfaat Secara Praktis

- a. Bagi penulis

Penelitian ini dapat menjadi sarana dalam mengembangkan kemampuan untuk berpikir secara ilmiah dan menuliskannya ke dalam bentuk karya ilmiah berdasarkan teori yang ada untuk mendapatkan gelar sarjana.

- b. Bagi mahasiswa Akuntansi Syariah

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan referensi bagi mahasiswa Akuntansi Syariah untuk meningkatkan wawasan atau pengetahuan tentang Akuntansi manajemen lingkungan.

- c. Perusahaan/UMKM

Penelitian mengenai pengaruh penerapan akuntansi manajemen dan strategi bisnisterhadap inovasi perusahaan sektor makanan maupun minuman di harapkan dapat di jadikan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan.



d. Bagi Konsumen

Hasil penelitian ini di harapkan di gunakan sebagai gambaran dan bahan pertimbangan untuk mengambil keputusan

e. Akademisi

Sebagai bacaan dan memperkaya khazanah ilmu pengetahuan bagi masyarakat dan dunia perguruan tinggi, khususnya untuk Universitas Islam Negri Lampung mengenai pengaruh.

**G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan (Studi Pustaka)**

Banyak penelitian yang membahas tentang Akuntansi Manajemen, namun setiap penelitian memiliki karakteristik yang berbeda terkait objek, teori serta metode penelitian yang di gunakan. Karena perbedaan tersebut maka hasil yang di dapat juga merupakan dat yang baru, beberapa penelitian terdahulu yang membahas Variabel yang serupa dengan variabel yang di teliti.

Penelitian terdahulu menjadi salah satu acuan berupa teori dan temuan-temuan melalui hasil berbagai penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, sehingga dapat dijadikan sebagai data pendukung. Berikut hasil penelitian yang peneliti temukan terkait dengan tema penelitian ini antara lain :

Tabel 1.1 penelitian terdahulu yang relevan

	Penulis (tahun)	Judul	Hasil
1.	Taufik Akmal Fadhilah, Yuni Rosdiana (2022)	Pengaruh Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan dan Strategi Bisnis	1. Terdapat pengaruh antara penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan

		<p>terhadap Inovasi Perusahaan<sup>26</sup></p>	<p>terhadap Inovasi Perusahaan. Pengaruh ini didukung oleh indikator perusahaan BUMD Bandung selalu melakukan perhitungan serta pencatatan biaya pemeriksaan proses produksi untuk menjamin kepatuhan terhadap regulasi lingkungan dan perusahaan selalu melakukan perhitungan maupun pencatatan mengenai jumlah air yang diambil dari alam.</p> <p>2. Terdapat pengaruh antara</p>
--	--	---	---

---

<sup>26</sup> Fadhilah, Taufik Akmal, and Yuni Rosdiana. "Pengaruh Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan dan Strategi Bisnis terhadap Inovasi Perusahaan." *Bandung Conference Series: Accountancy*. Vol. 2. No. 1. 2022.

			<p>Strategi Bisnis terhadap Inovasi Perusahaan. Adanya pengaruh ini didukung oleh strategi perusahaan dengan selalu memperhatikan feedback yang diberikan oleh konsumen dan melakukan pelayanan yang memuaskan terhadap konsumen serta senantiasa selalu meningkatkan kualitas dan kuantitas dari produk nya.</p>
2.	Nadya Sari, Rilla Gantino (2022)	<p>“Peran Akuntansi Manajemen Lingkungan dalam Memediasi Inovasi Ramah Lingkungan pada Nilai</p>	<p>Penelitian ini menegaskan bahwa akuntansi manajemen lingkungan secara langsung mempengaruhi nilai perusahaan dalam bisnis</p>

		Perusahaan Terhadap Perusahaan di BEI” <sup>27</sup>	sektor dasar dan kimia yang terdaftar di BEI. Kemudian ada pengaruh inovasi ramah lingkungan yang baik dan substansial terhadap akuntansi pengelolaan lingkungan di perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEI di sektor industri dasar dan kimia
3.	Lestari, Rini, and Lesi Hertati.(2020)	"Bagaimana pengaruh strategi bisnis, kekuatan produk terhadap kualitas sistem informasi akuntansi manajemen: studi kasus pada usaha kecil dan	Hasil dari penelitian ini adalah Kekuatan produk, dukungan kekuatan produk, strategi bisnis berpengaruh terhadap kualitas sistem informasi akuntansi

---

<sup>27</sup> Sari, Nadya, and Rilla Gantino. "Peran Akuntansi Manajemen Lingkungan dalam Memediasi Inovasi Ramah Lingkungan pada Nilai Perusahaan Terhadap Perusahaan di BEI." *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi* 6.3 (2022): 2377-2389.

		menengah di Indonesia." <sup>28</sup>	manajemen berada pada kelompok baik karena kinerja dapat tercapai akibat adanya dorongan yang berkolaborasi dengan baik
4.	Heri Lutfi Fauzi, Agus S Nugroho,S E,MSA,MM, Dr.Asmirin Noor, SE.,MM	Effect Of Enviromental Management Accounting Implementation And Innovation On Employee Performance At Pt. Kenari Surabaya <sup>29</sup>	1. Penerapan akuntansi manajemen lingkungan berpengaruh secara parsial terhadap kinerja karyawan pada pabrik kecap PT. Kenari Surabaya, hal ini dikarenakan secara umum perusahaan sudah memiliki dan menerapkan program manajemen lingkungan hidup dikarenakan menurut

<sup>28</sup> Lestari, Rini, and Lesi Hertati. "Bagaimana pengaruh strategi bisnis, kekuatan produk terhadap kualitas sistem informasi akuntansi manajemen: studi kasus pada usaha kecil dan menengah di Indonesia." *Kajian Akuntansi* 21.1 (2020): 01-16.

<sup>29</sup> Fauzi, Heri Lutfi. *Pengaruh Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan Dan Inovasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pabrik Kecap Pt. Kenari Surabaya*. Diss. Stie Mahardhika Surabaya, 2020.

			<p>perusahaan mendapatkan banyak keuntungan dengan tetap berada dilingkungan dalam jangka waktu lama.</p> <p>2. Inovasi berpengaruh secara parsial terhadap kinerja karyawan pada PT. Kenari. Surabaya hal ini terlihat pada perusahaan selalu melakukan inovasi dengan cara adaptasi terhadap pembangunan, penggunaan dan adaptasi teknologi yang relevan serta perusahaan membentuk dan menetapkan peran dan fungsi audit</p>
--	--	--	---

			<p>internal terkait pengadaan barang dan jasa.</p> <p>3. Penerapan akuntansi manajemen lingkungan dan inovasi secara simultan berpengaruh terhadap kinerja karyawan pada PT. Kenari Surabaya hal ini terlihat pada perusahaan selalu berinvestasi pada bidang penelitian dan teknologi yang dapat mendorong pengolahan limbah operasi secara lebih baik dan bersih yang didukung dengan kualitas kerja karyawan yang berorientasi pada perkembangan</p>
--	--	--	---

			perusahaan dalam melakukan manajemen lingkungan yang efektif.
5.	Eltivia (2020)	“Keterlibatan Akuntansi Manajemen Lingkungan dan Strategi operasi terhadap Inovasi Proses produksi” <sup>30</sup>	hasil penelitian menunjukkan bahwa akuntansi manajemen lingkungan berpengaruh terhadap inovasi proses produksi. Hipotesis kedua diperoleh kesimpulan bahwa strategi operasi tidak berpengaruh terhadap inovasi proses produksi. Hasil secara simultan diketahui bahwa akuntansi manajemen lingkungan dan strategi operasi mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap inovasi

---

<sup>30</sup> Dewi, Retno Mustika, Annisa Fatimah, And Nurafni Eltivia. "Keterlibatan Akuntansi Manajemen Lingkungan Dan Strategi Operasi Terhadap Inovasi Proses Produksi." *Jurnal Akuntansi Indonesia* 16.1 (2020): 52-59.



			proses produksi.
--	--	--	------------------

Adapun beberapa persamaan dan perbedaan pada penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu:

### **Persamaan dan perbedaan**

#### **a. Pengaruh Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan dan Strategi Bisnis terhadap Inovasi Perusahaan**

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah penulis sama menggunakan variabel X dan Y yang diteliti sama yaitu  $X_1$  Akuntansi Manajemen Lingkungan,  $X_2$  Strategi dan Y Inovasi, dan juga menggunakan metode penelitian Kuantitatif.

Sedangkan Perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan adalah penelitian terdahulu menggunakan obyek pada perusahaan sedangkan Penelitian yang dilakukan peneliti adalah menggunakan UMKM sektor makanan serta minuman di kec. Balik Bukit sebagai objek penelitian.

#### **b. Peran Akuntansi Manajemen Lingkungan dalam Memediasi Inovasi Ramah Lingkungan pada Nilai Perusahaan Terhadap Perusahaan di BEI**

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah yaitu terletak pada objek penelitian terdahulu adalah perusahaan di BEI, sedangkan penelitian sekarang yaitu UMKM Makanan Serta Minuman di Kec. Balik Bukit Lampung Barat.

#### **c. Bagaimana Pengaruh Strategi Bisnis, Kekuatan Produk Terhadap Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Manajemen: Studi Kasus Pada Usaha Kecil Dan Menengah Di Indonesia**

Persamaan dalam penelitian terdahulu dan penelitian sekarang adalah menggunakan metode yang sama yaitu menggunakan objek yang sama yaitu UMKM, dan juga penelitian ini sama sama menggunakan Strategi Bisnis sebagai salah satu variabel nya.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu terletak pada terdapat pada variabel Y nya penelitian yang di lakukakn peneliti menggunakan inovasi produk sedangkan penelitian terdahulu menggunakan kualitas system informasi Akuntansi Manajemen.

**d. The Effect Of Enviromental Management Accounting Implementation And Innovation On Employee Performance At Pt. Kenari Surabaya**

Persamaan dalam penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan di lakukan adalah menggunakan metode yang sama yaitu menggunakan metode kuantitatif, dan juga variabel yang sama yaitu Akuntansi Manajemen Lingkungan dan Inovasi sebagai salah satu variabel.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah terletak pada objek yang di teliti penelitian terdahulu menggunakan objek PT.Kenari Surabaya Sedangkan penelitian yang sekarang adalah UMKM yang berada di Kec. Balik Bukit Lampung Barat.

**e. Keterlibatan Akuntansi Manajemen Lingkungan dan Strategi operasi terhadap Inovasi Proses produksi**

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama menggunakan metode penelitian kuantitatif dan juga variabel X dalam penelitian ini sama yaitu  $X_1$  Akuntansi Manajemen Lingkungan  $X_2$  Strategi operasi.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu terdapat pada Variabel Y nya penelitian terdahulu menggunakan variabel Y Inovasi proses sedangkan penelitian sekarang menggunakan Inovasi produk.

## H. Sistematika Penulisan

Dalam skripsi ini terdapat lima bab dimana masing-masing bab terdiri dari beberapa bagian yang ditulis secara sistematis sebagai berikut:

### i. Bagian awal

Pada bagian awal skripsi ini terdapat cover, halaman sampul, halaman abstrak, halaman pernyataan orasionalitas, halaman persetujuan, halaman pengesahan, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, serta daftar lampiran.

### ii. Bagian substansi (inti)

Bagian inti pada skripsi terdiri dari beberapa sub bab yaitu:

#### **BAB I Pendahuluan.**

Bab ini merupakan pendahuluan yang berisi mengenai pemaparan beberapa hal berikut yaitu penegasan judul yang berguna untuk memperjelas kata demi kata yang terkandung dalam judul penelitian ini, latar belakang masalah yaitu alasan yang menjelaskan permasalahan yang melatarbelakangi terciptanya penelitian, identifikasi dan batasan masalah yaitu acuan yang digunakan dalam membatasi masalah dalam penelitian ini, rumusan masalah adalah permasalahan yang menjadi pembahasan utama dalam penelitian, kemudian tujuan penelitian yang akan menjadi jawaban hasil dalam penelitian ini, manfaat penelitian yang dapat digunakan dalam mengembangkan informasi dan ilmu pengetahuan, sedangkan kajian penelitian terdahulu yang relevan berguna sebagai pedoman dalam melaksanakan penelitian, kemudian yang terakhir pada bab ini yaitu sistematika penulisan yang berguna untuk mempermudah susunan dalam penulisan skripsi ini.

#### **BAB II Landasan Teori Dan Pengajuan Hipotesis**

Bab ini berisi mengenai landasan teori yang digunakan sebagai pedoman dalam penyelesaian penelitian ini, dalam hal ini teori yang akan dibahas yaitu mengenai teori Akuntansi Manajemen Lingkungan serta Strategi bisnis dan Inovasi Produk Pada bab ini juga berisi tentang pemaparan

hipotesis yang diajukan oleh peneliti berdasarkan kajian penelitian sebelumnya.

### **BAB III Metode Penelitian**

Bab ini berisi mengenai gambaran dalam penyelesaian penelitian dengan memuat proses pelaksanaan dan teknik yang digunakan dalam penelitian ini. Adapun yang akan dibahas pada bab ini adalah waktu dan tepat penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampel dan teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel yang digunakan, instrumen penelitian, uji validitas dan reliabilitas data serta uji hipotesis.

### **BAB IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan.**

Pada bab ini berisi uraian mengenai deskripsi data penelitian yang telah diperoleh, serta pembahasan dari hasil penelitian dan analisis data yang diperoleh peneliti untuk mendapatkan hasil akhir dalam penelitian.

### **BAB V Penutup.**

Bab ini adalah bagian terakhir atau penutupan yang terdapat dalam skripsi ini. Dalam bab ini peneliti akan membahas kesimpulan serta saran atas penelitian yang telah dilaksanakan, dalam kesimpulan peneliti akan membahas pendapat atau pandangan peneliti tentang hal yang telah diteliti dan saran berisi usulan dari peneliti yang mungkin bisa menambah serta memperbaiki penelitian yang akan datang.

#### **iii. Bagian akhir**

Bagian akhir pada skripsi ini berisi daftar rujukan dan lampiran.

## BAB II

### LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

#### A. Teori Yang Digunakan

##### 1. Teori Legitimasi

Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun non fisik. legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*) karena terjadi hubungan timbal balik antar dua entitas, yaitu perusahaan dan lingkungan.

Teori legitimasi (*Legitimacy theory*) berfokus pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. *Legitimacy theory* menyatakan bahwa organisasi terus menerus mencoba untuk memastikan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat. Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan. Hal itu dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memosisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju.<sup>31</sup>

Teori legitimasi menjelaskan bahwa sebuah perusahaan selalu memiliki kontrak sosial dengan lingkungan sekitarnya, baik lingkungan untuk menentukan sumber daya strategis yang tersedia untuk sebuah perusahaan, alam,

---

<sup>31</sup> Deegan, Craig. "Introduction: The legitimising effect of social and environmental disclosures—a theoretical foundation." *Accounting, auditing & accountability journal* 15.3 (2002): 282-311

maupun lingkungan sosialnya *“Legitimacy theory as the idea that in order for an organization to continue operating successfully, it must act in a manner that society deems socially acceptable”* yang artinya bahwa manajemen perusahaan harus dapat memastikan bahwa operasi yang dilakukan selalu dapat diterima oleh masyarakat di sekitarnya terutama dikaitkan dengan norma-norma yang dipercaya dan diyakini oleh masyarakat tersebut, karenanya seluruh aktivitas perusahaan tersebut akan dapat dilegitimasi.<sup>32</sup>

Perusahaan biasanya berusaha untuk melegitimasi dan mempertahankan hubungan dalam lingkungan sosial dan politik yang lebih luas di mana mereka beroperasi, tanpa legitimasi tersebut, mereka tidak akan bertahan, terlepas dari seberapa baik kinerja finansial mereka. Hal tersebut menjelaskan bahwa perusahaan harus menjaga hubungannya dengan lingkungan dan masyarakat sekitar karena keberlangsungan hidup perusahaan bergantung pada hubungan tersebut.<sup>33</sup>

Berdasarkan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa perusahaan ataupun UMKM tidak dapat melepaskan diri dari lingkungan maupun masyarakat di sekitarnya yang merupakan salah satu kepentingannya. Teori legitimasi menjadi dasar pengungkapan informasi lingkungan para pemangku kepentingan. Organisasi mengambil manfaat sumber daya yang diperoleh dari masyarakat, dan masyarakat memiliki hak untuk melakukan evaluasi terhadap organisasi tersebut tentang kegunaan dan legitimasi operasi mereka. Perusahaan akan terus berupaya untuk memastikan bahwa perusahaan beroperasi dalam norma yang ada dalam masyarakat atau lingkungan dari tempat perusahaan berada.

---

<sup>32</sup> Arifin, Zainal, "Penelitian pendidikan metode dan paradigma baru." (2012), 30

<sup>33</sup> Gray, Rob, Reza Kouhy, and Simon Lavers. "Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure." *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 8.2 (1995): 47-77.

Dengan adanya tekanan dari masyarakat, diharapkan organisasi dapat terpengaruh untuk menerapkan Akuntansi Manajemen Lingkungan. Maka dari itu teori legitimasi berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu tentang Akuntansi Manajemen Lingkungan.

## 2. *Natural Resource Based View (NRBV)*

*Natural Resource Based View (NRBV)* teori yang menjelaskan bagaimana perusahaan memperoleh keunggulan kompetitif dengan menggunakan produk ramah lingkungan. NRBV berfokus pada sumber daya yang akan memungkinkan perusahaan untuk dapat memproduksi produk ramah lingkungan.

Akuntansi manajemen lingkungan berawal dari akuntansi lingkungan sistem informasi dan keputusan yang mendukung manajemen untuk mencapai tujuan organisasi. Teori NRBV menjelaskan bahwa strategi perusahaan dan persaingan harus didasarkan pada kemampuan perusahaan untuk melaksanakan kegiatan ekonomi yang ramah lingkungan. NRBV membantu perusahaan untuk menganalisis tantangan tentang lingkungan yang akan dihadapi. Pandangan berbasis sumber daya alam (NRBV) bekerja berdasarkan prinsip bahwa keunggulan kompetitif perusahaan secara fundamental bergantung pada hubungannya dengan lingkungan alam.

Kerangka NRBV mengidentifikasi bagaimana perusahaan dapat menghasilkan keunggulan kompetitif berdasarkan kemampuan yang mendukung pembangunan berkelanjutan. Start Hart (1995) mengembangkan kerangka kerja dari tiga kapabilitas yang saling berhubungan yang dapat dibangun perusahaan termasuk (i) pencegahan polusi, (ii) pengelolaan produk, dan (iii) pembangunan berkelanjutan. Masing-masing memiliki kekuatan pendorong yang mendasari untuk lingkungan alam. Kemampuan pencegahan polusi membantu meminimalkan emisi dan limbah. Kemampuan penatagunaan produk meminimalkan biaya siklus hidup

produk. Kemampuan pembangunan berkelanjutan meminimalkan beban lingkungan yang dihasilkan dari pertumbuhan dan perkembangan perusahaan.<sup>34</sup>

Sejalan dengan kekuatan pendorong ini, perusahaan membangun tiga kapabilitas (sumber daya) utama: peningkatan berkelanjutan, integrasi pemangku kepentingan, dan visi bersama. Masing-masing mengarah pada persaingan dalam bentuk menurunkan biaya, mendahului pesaing, dan membangun posisi masa depan. Natural Resource Based View (NRBV) berpendapat bahwa perusahaan harus memperhatikan keuntungan dari meningkatnya tantangan dan perlindungan lingkungan alam melalui hubungan yang baik antara sumber daya alam dan keunggulan kompetitif.<sup>35</sup> Maka dari itu teori *resources Based View* berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu tentang Akuntansi Manajemen Lingkungan, Strategi Bisnis dan Inovasi Produk.

### 3. *Teori Resource Based View (RBV)*

*Resources-Based View (RBV)* adalah suatu konsep teori yang lahir dari penelitian para pakar ekonomi di seluruh dunia, dimana teori ini dipercaya dapat memberikan jawaban dalam menciptakan *competitive advantage*/keunggulan kompetitif bagi suatu perusahaan. Menurut model *Resources-Based View (RBV)*, *above-average returns* bagi suatu perusahaan sangat ditentukan oleh karakteristik di dalam perusahaan. Model ini memfokuskan pada pengembangan atau perolehan sumber daya (resources) dan kapabilitas (capabilities) yang berharga, yang sulit atau tidak mungkin ditiru oleh pesaing. Pandangan RBV berpendapat bahwa sumber daya yang dimiliki perusahaan jauh lebih penting dari pada struktur industri dalam memperoleh dan

---

<sup>34</sup><https://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/58598/1105-walls.pdf;sequence=1>) (di akses pada 2 Desember 2022)

<sup>35</sup> Debnath, Pranesh. "Assaying the impact of firm's growth and performance on earnings management: An empirical observation of Indian economy." *International Journal* 30 (2017).



mempertahankan keunggulan kompetitif. Pendekatan ini memandang organisasi sebagai sekumpulan aset dan kapabilitas. Tidak ada dua perusahaan yang sama karena tiap-tiap perusahaan memiliki pengalaman, aset dan kapabilitas, dan membangun budaya organisasi yang berbeda. Aset, kapabilitas perusahaan akan menentukan efisiensi dan efektivitas setiap pekerjaan yang dilakukan perusahaan. Menurut pendekatan ini, beberapa aset (sumber daya) kunci tertentu akan memberikan perusahaan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Walaupun demikian, sebuah perusahaan akan berhasil jika memiliki sumber daya yang paling tepat dan paling baik untuk usaha dan strateginya.<sup>36</sup>

Model RBV berkeyakinan bahwa kompetensi inti merupakan basis keunggulan kompetitif bagi perusahaan/organisasi, kunci keunggulan strategi, dan kemampuan untuk memperoleh keuntungan diatas rata-rata. (RBV) merupakan segala sesuatu yang dimasukkan ke dalam proses produksi, tetapi hanya beberapa saja yang benar-benar produktif. Hal itu membutuhkan kemampuan khusus untuk mengkoordinasikan dan menggabungkan beberapa kelompok sumber daya produktif sehingga mencapai keunggulan kompetitif.

Berdasarkan pernyataan di atas Teori Resource Based View (RBV) membahas tentang lingkungan yang terus berubah dan persaingan yang semakin meningkat mengharuskan setiap organisasi untuk senantiasa membuat strategi yang kompetitif dan juga berinovasi agar UMKM di kecamatan balik bukit terus menerus mendapat keunggulan kompetitif. Perusahaan harus mampu mengeluarkan produk baru yang dapat melebihi apa yang diharapkan oleh konsumennya. Dengan demikian perusahaan akan mampu meraih keunggulan kompetitif.<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> Mudrajad, Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta : Erlangga ,2005),15.

<sup>37</sup> *Ibid* 17

*resource based view* memiliki pengaruh dalam meningkatkan kinerja dan produktivitas organisasi dalam berinovasi. Maka dari itu teori *resources based view* berkaitan dengan penelitian yang di lakukan oleh peneliti yaitu tentang Strategi Bisnis dan Inovasi Produk.

## **B. Akuntansi Manajmen Lingkungan**

### **1. pengertian Akuntansi Manajemen Lingkungan.**

Akuntansi manajemen lingkungan merupakan salah satu sub sistem dari akuntansi lingkungan yang menjelaskan sejumlah persoalan mengenai menguantifikasikan dampak-dampak bisnis perusahaan ke dalam sejumlah unit moneter. Akuntansi manajemen lingkungan juga dapat digunakan sebagai suatu tolak ukur dalam kinerja lingkungan. Hal ini memberikan izin bagi manajemen agar lebih baik mengevaluasi aspek moneter dari produk dan proyek mereka, ketika akhirnya harus mengambil keputusan bisnis.<sup>38</sup>

Akuntansi Manajemen Lingkungan diartikan sebagai pengelola kinerja lingkungan serta penerapan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan melalui pengembangan dan penerapan sistem dan praktik akuntansi lingkungan. dalam hal ini, bisa berupa laporan dan audit untuk banyak perusahaan, dan sebagian besar akuntansi manajemen lingkungan juga mencakup biaya siklus, biaya keseluruhan, penilaian manfaat, dan perencanaan strategis untuk manajemen lingkungan.

Akuntansi Manajemen Lingkungan dapat dipahami sebagai akuntansi yang menyajikan informasi keuangan perusahaan kepada pihak internal perusahaan atau pihak-pihak yang berkepentingan.<sup>39</sup> Akuntansi manajemen juga dikenal sebagai akuntansi konvensional karena berfokus pada

---

<sup>38</sup> Arfan Ikhsan, *Akuntansi Manajemen Lingkungan* (Yogyakarta Graha Ilmu,2009), 7.

<sup>39</sup> Ety Indriani, *Akuntansi Manajemen* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2018), 2.

pengambilan keputusan internal dan memberikan informasi tepat waktu dan relevan kepada manajer atau pihak internal perusahaan. Akuntansi manajemen lingkungan juga dipakai sebagai proses untuk menganalisis dan menghasilkan informasi lingkungan yang dapat diukur dengan akuntansi keuangan atau manajemen (dalam unit moneter), yang mana dapat membantu manajemen lingkungan dalam memantau kinerja lingkungan suatu perusahaan. Akuntansi manajemen lingkungan merupakan arus data yang berkaitan dengan bahan dan energi yang membantu untuk meningkatkan efisiensi pemakaian bahan dan energi, meminimalisir dampak lingkungan dari aktivitas, mengurangi resiko yang berkaitan dengan lingkungan, meningkatkan kinerja manajemen, dan memperbaiki hasil dari manajemen perusahaan.<sup>40</sup>

Dapat diketahui bahwa industri merupakan produsen utama yang dapat merusak ozon, oleh karena itu sudah seharusnya setiap industri memperhatikan proses produksi produk mereka supaya dapat mengurangi kerusakan ozon tersebut. Beban tanggung jawab terhadap lingkungan sangat berhubungan dengan operasi perusahaan dan industri yang dijalankannya. Maka dalam akuntansi manajemen lingkungan muncul sebagai alat manajemen internal organisasi supaya dapat mengendalikan lingkungan sekitarnya agar tidak tercemar. Pengukuran dampak lingkungan dari kegiatan produksi baik dari segi dampak lingkungan fisik dan dampak keuangan, dan akuntansi manajemen lingkungan dianggap sebagai solusi untuk masalah ini sehingga industri perlu melakukan pengukuran tersebut.<sup>41</sup>

Idealnya, organisasi atau perusahaan harus mempertimbangkan dan memperhatikan faktor lingkungan dalam proses bisnis dan akuntansi dengan cara mengidentifikasi biaya-biaya lingkungan yang berhubungan dengan produk, proses dan

---

<sup>40</sup> Arfan Ikhsan, *Akuntansi Manajemen Lingkungan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 50.

<sup>41</sup> *Ibid* 16

jasa. Kenyataannya, keberadaan sistem akuntansi manajemen konvensional tidak bisa menguraikan secara lengkap terhadap biaya-biaya lingkungan dan sebagai hasilnya, biaya-biaya lingkungan diatributkan ke dalam akun overhead (general overhead) secara sederhana. Manajer tidak menyadari keberadaan biaya-biaya tersebut sehingga mereka tidak memiliki informasi untuk mengendalikan dan mengurangi biaya lingkungan tersebut. Untuk yang dibutuhkan oleh manajer yang dapat membantu kegiatan perusahaan yang berdampak pada lingkungan. Sebagai pengambilan keputusan, akuntansi manajemen lingkungan akan mengidentifikasi, mengumpulkan, menganalisis dan menggunakan dua jenis informasi : menggunakan informasi fisik mengantisipasi biaya-biaya lingkungan tersebut, manajemen membutuhkan akuntansi manajemen lingkungan (Environmental Management Accounting/EMA) dalam proses bisnis mereka. EMA menyediakan informasi keuangan dan non keuangan untuk mendukung proses-proses manajemen lingkungan internal. Akuntansi manajemen lingkungan melengkapi akuntansi manajemen konvensional dengan tujuan untuk mengembangkan teknik-teknik secara tepat untuk membantu pengidentifikasi dan pengalokasian biaya-biaya yang berhubungan dengan lingkungan.

Akuntansi manajemen lingkungan menggabungkan akuntansi keuangan, akuntansi biaya dan keseimbangan aliran material untuk meningkatkan efisiensi material, mengurangi dampak dan risiko lingkungan, dan mengurangi biaya perlindungan lingkungan. Akuntansi manajemen lingkungan menyediakan informasi

- 1) Tentang penggunaan aliran dan laju energi, air dan material (termasuk limbah),
- 2) menggunakan informasi moneter tentang biaya, pendapatan, dan tabungan yang berkaitan dengan lingkungan.<sup>42</sup>

---

<sup>42</sup> Witono, Banu. "Peran Pengetahuan Pajak Pada Kepatuhan Wajib Pajak." *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia* 7.2 (2016): 196-208.

Dari berbagai definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Akuntansi Manajemen Lingkungan adalah sistem dan praktik akuntansi terkait lingkungan yang berfungsi untuk menyediakan informasi dalam pengambilan keputusan suatu organisasi.

## **2. Tujuan Akuntansi Manajemen Lingkungan**

Tujuan dari akuntansi manajemen lingkungan sebagai sebuah alat komunikasi dengan masyarakat adalah untuk meningkatkan jumlah informasi yang relevan yang di buat bagi mereka yang memerlukannya atau dapat menggunakannya. Keberhasilan akuntansi manajemen lingkungan tidak hanya tergantung pada ketepatan dalam menggolongkan semua biaya-biaya yang di buat oleh perusahaan. Akan tetapi kemampuan dan keakuratan data akuntansi perusahaan dalam menekan dampak lingkungan yang ditimbulkan dari aktivitas perusahaan. Tujuan lain dari pentingnya pengungkapan akuntansi lingkungan berkaitan dengan kegiatan-kegiatan konservasi lingkungan oleh perusahaan maupun organisasi lainnya yaitu mencakup kepentingan organisasi publik dan perusahaan-perusahaan publik yang bersifat lokal.

Lingkungan organisasi merupakan variabel yang sangat penting dalam menentukan strategi bisnis suatu perusahaan. Perubahan lingkungan yang terjadi mengakibatkan individu, organisasi, dihadapkan pada perubahan yang dinamis untuk tetap bertahan dan memiliki inovasi dalam persaingan bisnis.<sup>43</sup>

## **3. Manfaat Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan**

Data akuntansi manajemen lingkungan sangat penting untuk informasi sebagai pengambilan keputusan dalam sebuah perusahaan/ organisasi yang berdampak pada kinerja keuangan dan lingkungan organisasi.

Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan memiliki manfaat yang sangat beragam. Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan dapat memberikan potensi kepada

---

<sup>43</sup> Anatan, Lina, and Lena Ellitan, *Supply chain management teori dan aplikasi* (Bandung: Alfabeta 2008),45.

perusahaan untuk melakukan penghematan biaya dengan cara mematuhi peraturan lingkungan dari pemerintah (compliance). Aktivitas masa depan perusahaan tidak terganggu oleh aktivitas saat ini karena perusahaan telah memenuhi regulasi lingkungan yang diberikan oleh pemerintah. Perusahaan juga dapat melakukan pengurangan biaya dan dampak lingkungan secara simultan melalui penggunaan energi, air, dan bahan-bahan yang efisien pada kegiatan operasi internal dan produk akhir sehingga perusahaan mendapatkan manfaat eco efficiency.<sup>44</sup>

Selain itu, melalui penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan perusahaan dapat menerapkan dan mengevaluasi program-program terkait lingkungan yang berfungsi untuk memastikan daya saing jangka panjang perusahaan (strategic position). Para konsumen menginginkan produk yang lebih bersih dan tidak merusak lingkungan. Perusahaan yang bertanggung jawab terhadap lingkungan akan mendapatkan citra perusahaan yang lebih baik sehingga bisa memperkuat kemampuan untuk menjual produknya., beberapa manfaat lain yang dimiliki oleh perusahaan ketika menerapkan Akuntansi Manajemen Lingkungan ialah sebagai berikut:<sup>45</sup>

- a) Akuntansi Manajemen Lingkungan dapat menghemat pengeluaran perusahaan. Dampak dari isu-isu lingkungan dalam biaya produksi sering kali tidak diperkirakan sebelumnya. Hal ini digambarkan seperti gunung es (ice berg) yang bisa menenggelamkan laju kapal karena adanya hidden cost yang lebih besar dari visible cost. Akuntansi Manajemen Lingkungan dapat mengidentifikasi dan menganalisis hidden cost tersebut.

---

<sup>44</sup> International Federation of Accountants (IFAC). *International Guidance Document: Environmenta Management Accounting*. New York, USA. 2005

<sup>45</sup> IkhsanArfan, *Akuntansi Manajemen Lingkungan Edisi pertama* (Yogyakarta: Graha ilmu, 2009), 10.

- b) Akuntansi Manajemen Lingkungan dapat membantu pengambilan keputusan dengan menyediakan informasi mengenai biaya yang disebabkan oleh isu-isu lingkungan.
- c) Akuntansi Manajemen Lingkungan dapat meningkatkan kinerja ekonomi dan lingkungan usaha. Beberapa cara untuk meningkatkan kinerja ekonomi dan lingkungan usaha, seperti investasi teknologi pembersih dan kampanye minimalisasi limbah. Kegiatan tersebut diharapkan akan memberikan kinerja yang lebih baik pada sisi ekonomi maupun sisi lingkungan.
- d) Akuntansi Manajemen Lingkungan dapat memenuhi kepuasan semua pihak terkait. Akuntansi Manajemen Lingkungan berpeluang untuk membantu perusahaan dalam mengurangi risiko dari berbagai pelanggaran hukum. Hal ini berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan investor serta hubungan baik dengan pemerintah dan masyarakat sekitar. Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan dapat meningkatkan kinerja ekonomi dan kinerja lingkungan.
- e) Akuntansi Manajemen Lingkungan dapat memberikan keunggulan usaha. Akuntansi Manajemen Lingkungan meningkatkan keseluruhan metode dan perangkat yang membantu usaha dalam meningkatkan laba usaha dan pengambilan keputusan.

Dengan demikian, Akuntansi Manajemen Lingkungan berguna bagi semua jenis dari aktivitas manajemen, seperti

- (1) produk dan proses perancangan,
- (2) pengendalian harga dan alokasi pembebanan,
- (3) penganggaran investasi,
- (4) pembelian,
- (5) jaringan penawaran manajemen,
- (6) penetapan harga produk,
- (7) evaluasi kinerja<sup>46</sup>

---

<sup>46</sup> *Ibid*, 11

#### 4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan

Dalam menerapkan akuntansi manajemen lingkungan supaya lebih efektif, diperlukan beberapa kekuatan yang mendorong suatu organisasi melakukan tindakan manajemen lingkungan. Faktor-faktor tersebut diantara-Nya

- 1) Koersif Merupakan suatu bentuk ajakan yang berupa paksaan atau ancaman untuk menerapkan Akuntansi Manajemen Lingkungan. Tekanan koersif mencerminkan aspek regulatif dalam menegakkan suatu aturan pada lembaga tertentu, dan merupakan penentu penting dari struktur dan fungsi organisasi. Tekanan memaksa organisasi untuk mengubah praktik mereka agar konsisten dengan mandat lembaga. Beberapa item yang termasuk ke dalam faktor koersif diantara-Nya: undang-undang yang mengatur polusi, standar polusi pemerintah, peraturan pemerintah, pemegang saham organisasi, media (koran dan tv), peraturan lingkungan, masyarakat, pelanggan, kelompok pecinta lingkungan, kantor pusat perusahaan, lembaga keuangan, dan perserikatan tenaga kerja.
- 2) Normatif Merupakan suatu bentuk perilaku yang berpegang pada norma atau ketentuan yang berlaku. Tekanan normatif berasal terutama dari profesionalitas, yang dapat terjadi baik melalui pendidikan formal atau penciptaan asosiasi profesional. Dua aspek profesionalitas adalah pendorong utama untuk perubahan dalam praktik organisasi dan perilaku profesional. Hal ini berarti peraturan atau norma yang ada dalam masyarakat mendorong organisasi untuk peduli terhadap lingkungan dengan menerapkan Akuntansi Manajemen Lingkungan. Item yang termasuk ke dalam faktor normatif diantara-Nya: motivasi dari pelatihan staf dan keanggotaan dari badan akuntansi.



- 3) Mimetik Merupakan suatu bentuk peniruan terhadap sesuatu. Organisasi cenderung meniru atau meniru satu sama lain serta lembaga lain dalam masyarakat. Jika suatu praktik memiliki nilai yang diakui, atau diyakini sebagai standar industri baru, organisasi dapat sekadar meniru daripada mempertanyakan nilai praktik ini. Ini dapat dianggap sebagai proses memetik yang dihasilkan dari respons standar terhadap ketidakpastian lingkungan. Dalam hal ini berarti organisasi terdorong untuk menerapkan EMA karena meniru organisasi lain yang sudah lebih dulu menerapkan EMA. Item yang masuk ke dalam faktor mimetik antara lain: kompetitor, organisasi industri lain, pemimpin lain dalam industri, dan organisasi multinasional<sup>47</sup>

## 5. Indikator

Adapun indikator-indikator pengukuran untuk variabel akuntansi manajemen lingkungan adalah sebagai berikut:

- a) Biaya pencegahan lingkungan (*environmental prevention costs*) adalah biaya-biaya untuk aktivitas yang dilakukan untuk mencegah diproduksinya limbah dan sampah yang dapat merusak lingkungan.
- b) Biaya deteksi lingkungan (*environmental detection costs*) adalah biaya-biaya untuk aktivitas yang dilakukan untuk menentukan bahwa produk, proses, aktivitas lain di perusahaan telah memenuhi standar lingkungan yang berlaku atau tidak.
- c) Biaya kegagalan internal lingkungan (*environmental internal failure costs*) adalah biaya-biaya untuk aktivitas yang dilakukan karena diproduksinya limbah dan sampah tetapi tidak dibuang ke lingkungan luar. Jadi, biaya kegagalan internal terjadi untuk menghilangkan

---

<sup>47</sup> Hussain, Mostaque, and A. Gunasekaran. "An institutional perspective of non-financial management accounting measures: a review of the financial services industry." *Managerial Auditing Journal* (2002).

dan mengolah limbah dan sampah ketika diproduksi. Aktivitas kegagalan internal memiliki salah satu dari dua tujuan berikut:

- 1) memastikan limbah dan sampah yang diproduksi tidak dibuang ke lingkungan luar,
  - 2) mengurangi tingkat limbah yang dibuang sehingga jumlahnya tidak melewati standar lingkungan.
- d) Biaya kegagalan eksternal lingkungan (*environmental external failure costs*) adalah biaya-biaya untuk aktivitas yang dilakukan setelah melepas limbah atau sampah kedalam lingkungan. Biaya kegagalan eksternal yang direalisasi (*realized external failure costs*) adalah biaya yang dialami dan dibayar oleh perusahaan.<sup>48</sup>

## 6. Konsep Akuntansi Manajemen Lingkungan dalam perspektif Ekonomi Islam.

Alam raya dalam pandangan Islam merupakan kenyataan yang sebenarnya. Artinya alam raya ini mempunyai eksistensi yang riil dan objektif, bukan sesuatu yang semu, palsu, atau bersifat ilusi dan maya atau pancaran dari dunia lain menurut pendapat aliran idealisme. Alam semesta diciptakan Allah SWT sekaligus dipelihara oleh-Nya serta diatur segala urusan di dalamnya, bukan dipahami bahwa eksistensi alam ini adalah ada dengan sendirinya menurut pendapat aliran materialisme. Jadi, lingkungan hidup yang merupakan sebuah kenyataan yang riil dan nyata perlu dipelihara secara nyata, juga dikelola serta dilestarikan dengan sebenar-benarnya.

Sebagai agama yang komprehensif, Islam mendefinisikan hakikat hubungan antara Allah dengan ciptaannya. Pada hakikatnya alam semesta dan manusia telah menjadi satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Artinya, manusia berada di bawah hukum atau aturan alam. Lingkungan hidup perlu dilestarikan agar ekosistem yang terdapat di alam semesta ini dapat dijaga keseimbangannya.

---

<sup>48</sup> Hansen, D.R, dan Mowen, M.M, *Akuntansi Manajerial* (Jakarta :Salemba Empat.2011), 40.

Islam sebagai agama yang universal banyak memberikan gambaran mengenai cara dan metode dalam menjaga kelestarian lingkungan. Ke tidak seimbangan ekosistem yang terdapat di alam semesta ini disebutkan bahwa ulah manusia itu sendiri yang kurang menyadari keberadaannya sebagai khalifah di muka bumi. Terjadinya kerusakan alam, bencana alam, atau gangguan terhadap makhluk merupakan gejala yang timbul akibat rusaknya lingkungan hidup. Oleh karena itu, dalam Alquran tanggung jawab manusia terhadap lingkungan diulang berkali-kali. Manusia perlu menyadari perintah Allah dan mengikuti instruksi Allah dalam Alquran untuk mengelola bumi.

Konsep dalam Islam bersumber dari konsep tauhid (Keesaan Allah) yang berarti ketaatan penuh kepada kehendak Allah SWT dan mengikuti tata tertib agama dalam segala aspek kehidupan. Konsep Allah telah melahirkan konsep akuntabilitas yang berbeda dan luas yang dijelaskan dalam Alquran surah An-Nisa ayat 86

وَإِذَا حُيِّتُمْ بِتَحِيَّةٍ فَحَيُّوا بِأَحْسَنَ مِنْهَا أَوْ رُدُّوهَا إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ حَسِيبًا ﴿٨٦﴾

*Artinya: Apabila kamu dihormati dengan suatu penghormatan (salam), balaslah penghormatan itu dengan yang lebih baik dari padanya atau balaslah dengan yang sepadan. Sesungguhnya Allah Maha Memperhitungkan segala sesuatu.*

bahwa Allah memperhitungkan segalanya dengan cermat. Ayat ini memperkuat gagasan bahwa setiap manusia bertanggung jawab kepada Allah SWT terkait dengan tindakan mereka selama hidup. Manusia lahir, hidup, dan mati di bumi, tetapi sayangnya tidak mengetahui apa yang menjadi tugas dan kewajiban serta tujuan mereka selama hidup di bumi. Pada prinsipnya manusia dilahirkan di alam semesta

dengan pembebanan tugas mengabdikan kepada sang Pencipta, memperbaiki hubungan sesama manusia, dan menjaga hubungan dengan alam sekitar. Dalam hal ini memberikan gambaran mengenai kewajiban manusia untuk menjaga kelestarian alam. Hal ini tentunya membutuhkan ilmu dan pengembangan diri sesuai dengan apa yang seharusnya agar alam dapat bermanfaat sesuai dengan fungsi yang ditetapkan Allah SWT.

Manusia merupakan organisme utama yang menjadi perhatian dalam pengelolaan lingkungan. Dalam hal ini berarti segala aktivitas manusia akan berdampak pada perubahan lingkungan, Prinsip khalifah membutuhkan interaksi antara manusia dan alam. Sesuai dengan petunjuk ketuhanan dalam wahyu Allah interaksi ini harmonis dan manusia harus memahaminya dengan memperhatikan perlindungan terhadap lingkungan. Profesi akuntan sebenarnya adalah yang paling siap untuk membantu bisnis memainkan peran mereka dalam mengurangi gas rumah kaca dan polusi lainnya yang mengalir ke lingkungan. Akuntan harus memasukkan nilai sumber daya alam yang semakin berkurang dan biaya peningkatan polusi atmosfer ke dalam harga yang kita beli dan konsumsi.<sup>49</sup> Dengan adanya fikih Al-biah atau fikih lingkungan dijelaskan sisi spiritual manusia untuk berbuat kebajikan kepada alam. Sebagaimana diketahui bahwa alam menjadi tempat berlangsungnya kehidupan makhluk ciptaan Allah sesuai dengan yang tertuang dalam QS. Ar-Rahman ayat 10.

وَالْأَرْضَ وَضَعَهَا لِلْأَنْعَامِ

Artinya : *Dan bumi telah di bentangkan nya untuk makhluk nya.*

---

<sup>49</sup> Contrafatto, Massimo, et al. "Understanding power-related strategies and initiatives: The case of the European Commission Green Paper on CSR." *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 33.3 (2020): 559-587.

Usai menjelaskan neraca keseimbangan di alam semesta, Allah kemudian berbicara tentang bumi. Dan di samping langit yang diatur dengan baik, bumi pun telah dibentangkan dan dihamparkan-Nya untuk kenyamanan semua makhluk yang menghuninya. Allah menerangkan bahwa Dia mendatarkan bumi untuk tempat tinggal binatang, dan semua jenis yang mempunyai roh dan di bumi itu tempat kehidupan untuk dapat mengambil manfaat dari benda-benda di permukaan bumi dan yang berada di dalam perutnya. Dalam upaya menyusun fikih Al-biah ada yang perlu diperhatikan bahwa Alquran menegaskan diciptakannya manusia sebagai khalifah untuk menjaga alam<sup>50</sup>. Dengan artian tidak melakukan kerusakan dan pertumpahan darah di muka bumi karena hal ini telah mengkhianati fitrahnya sebagai khalifah. Meskipun diciptakan untuk kepentingan umat manusia, alam tidak dapat digunakan tanpa memperhatikan aturan dari Allah SWT. Di tangan manusia terletak amanah yang istimewa dalam mendamaikan kehidupan sejahtera dengan bersikap adil terhadap alam dan makhluk hidup lainnya. Jadi, dapat disimpulkan bahwa perbuatan merusak alam baik disengaja maupun tidak adalah salah satu bentuk keabadian manusia pada ayat-ayat Allah.

Salah satu cara menjaga tujuan dasar Islam adalah mengelola sumber daya alam, memelihara alam hukumnya sama halnya dengan maqhasid shari'ah. Ushul fikih menyebutkan bahwa sesuatu yang membawa pada sebuah kewajiban maka hal tersebut menjadi wajib hukumnya. Seseorang yang beriman tidak hanya diukur pada ketaatan penyembahan, tetapi di sisi lain kesempurnaan juga terletak pada pemeliharaan lingkungan. Dibutuhkan pemahaman yang mendalam bahwa langkah untuk mencapai kemajuan suatu negara tidak terletak pada sumber daya alam yang melimpah,

---

<sup>50</sup> Darus, Faizah, et al. "Corporate social responsibility towards the community: evidence from Islamic financial institutions in Malaysia." *International Journal of Green Economics* 8.3-4 (2014): 273-287

tetapi sumber daya manusia yang berkualitas perlu diperhatikan kuantitasnya. Hal yang dimaksud di sini adalah manusia mampu menjaga lingkungan dengan menemukan metode atau teknik yang tepat untuk menjadi solusi dalam permasalahan lingkungan yang bersumber dari kesadarannya sebagai wali Allah di bumi. Sesungguhnya upaya pengelolaan lingkungan dengan baik merupakan kepentingan manusia.

Akuntansi Manajemen Lingkungan dalam perspektif Islam tidak hanya mencerminkan sisi ramah lingkungan sebuah perusahaan, tetapi terdapat nilai-nilai spiritual yang diikutsertakan dalam penyajian tersebut. Jika mengamati kondisi peradaban manusia yang saat ini semakin berkembang diperlukan sebuah pegangan dan tolak ukur yang mendasar. Ikhtisar pemikiran yang dibangun tidak semata berdasarkan rasionalisasi, tetapi diperlukan penyeimbang antara rasio dan keyakinan.<sup>51</sup>

## C. Strategi Bisnis

### 1. Pengertian strategi Bisnis

Istilah strategi sudah menjadi istilah yang sering digunakan oleh masyarakat untuk menggambarkan berbagai makna seperti suatu rencana, taktik atau cara untuk mencapai apa yang diinginkan. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.<sup>52</sup>

Organisasi bisnis (perusahaan) dapat tumbuh dan perkembangan apabila dalam menjalankan aktivitas usahanya berpegang pada konsep efektivitas dan produktivitas. Tidak

---

<sup>51</sup> Rahim, Syamsuri, and Sari Fatimah Mus. "Aktualisasi Ajaran Islam dalam Praktik Akuntansi Lingkungan." *Jurnal Akuntansi Multiparadigma* 11.3 (2020): 683-700.

<sup>52</sup> Effendy, Onong Uchjana. (*Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.2007), 32

dapat dipungkiri berdirinya organisasi bisnis adalah pencapaian keuntungan (laba profit) secara optimal. Langkah untuk memenangkan persaingan adalah dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat sasaran baik dari segi kualitas, harga, maupun daya saing atas produk yang dihasilkannya<sup>53</sup>

Strategi merupakan suatu seni menggunakan pertempuran untuk memenangkan suatu perang. Strategi merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan. Strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan.

Strategi dapat digunakan dalam berbagai cara atau situasi;

- 1) Strategi adalah sebuah rencana, bagaimana, cara untuk mendapatkan dari sini ke sana.
- 2) Strategi adalah pola dalam tindakan dari waktu ke waktu.
- 3) Strategi adalah posisi itu adalah mencerminkan keputusan untuk menawarkan produk atau layanan tertentu di pasar tertentu.
- 4) Strategi adalah perspektif yaitu visi dan arahan.  
strategi adalah perencanaan induk yang komprehensif, yang menjelaskan bagaimana perusahaan akan mencapai semua tujuan yang telah ditetapkan berdasarkan misi yang telah ditetapkan sebelumnya.

Mengutip pendapat dari beberapa ahli mengenai strategi, di antaranya :

- a) Chandler : Strategi merupakan alat ukur untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.
- b) Learned, Christensen, Andrews, dan Guth : Strategi merupakan alat untuk menciptakan keunggulan bersaing.

---

<sup>53</sup> Maskarto Lucky Nara Rosmadi, "Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19", No. 1-4 Vol 1

Dengan demikian salah satu fokus Strategi adalah memutuskan apakah bisnis itu harus ada atau tidak.

- c) Argyris, Mintzberg, Steiner dan Miner : Strategi merupakan respons secara terus-menerus maupun adaptif terhadap peluang dan ancaman Eksternal serta kekuatan dan kelemahan Internal yang dapat mempengaruhi organisasi.
- d) Andrews, Chaffe : Strategi merupakan kekuatan motivasi untuk Stakeholders, seperti Stakeholders, Manajer, Karyawan, Konsumen, Komunitas, Pemerintah, dan sebagainya, yang baik secara langsung maupun tidak langsung menerima keuntungan atau biaya yang ditimbulkan oleh semua tindakan yang dilakukan oleh perusahaan.
- e) Hamel dan Prahalad : Strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus-menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan pelanggan dimasa depan. Dengan demikian, perencanaan strategi hampir selalu dimulai dari “apa yang dapat terjadi”, bukan dimulai dari “apa yang terjadi”. Terjadinya kecepatan inovasi pasar baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan. Sedangkan Bisnis Secara etimologi diartikan sebagai keadaan seseorang atau kelompok orang yang sedang sibuk melakukan aktivitas atau pekerjaan yang mendatangkan keuntungan.

Berdasarkan definisi dari beberapa ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa Strategi Bisnis adalah sebuah kegiatan yang biasa dilakukan oleh para pelaku bisnis untuk memperoleh keuntungan bersaing. Masing-masing pelaku mempunyai beragam metode, struktur dan sistematika yang beragam. Tanpa strategi, suatu perusahaan tidak akan terencana dan tidak berjalan dengan baik, artinya tidak akan terarah ke mana perusahaan akan menuju. Strategi yang dibuat tidak hanya sekedar ada tetapi harus mempunyai nilai yang



realistis, jelas, menantang dan terbatas waktu. Dengan rumusan strategi yang sudah memiliki tidak menjamin tujuan dapat dicapai, apalagi tanpa strategi, jelas sulit untuk mengarahkan organisasi dalam mencapai tujuannya. Strategi bisnis yang mengidentifikasi sarana organisasi bermaksud untuk mencapai tujuan organisasi.

## 2. Jenis strategi Bisnis

Jenis-Jenis Strategi Bisnis Jenis-jenis strategi bisnis adalah ;

- 1) Diversifikasi Bisnis. Bagi yang baru mulai bisnis, sebaiknya tidak langsung menjalankan strategi bisnis ini. Saya sarankan lebih baik fokus terlebih dahulu pada bisnis yang sedang dibangun. Mengapa? Sebab strategi ini tergolong berisiko tinggi. Melakukan diversifikasi bisnis, berarti Anda membangun sebuah produk baru untuk dilempar ke pasar (yang mungkin juga baru). Jika tidak dibarengi kesiapan yang baik, melakukan diversifikasi dapat menggoyahkan bisnis Anda sebelumnya.
- 2) Strategi menyerang. Strategi bisnis ini biasanya dijalankan untuk memperbesar tingkat penguasaan pasar. Pada strategi ini, biasanya promo besar-besaran dengan segala macam taktiknya dijalankan. Salah satu contohnya seperti menghadirkan program yang menarik bagi konsumen, seperti Beli 3 Gratis 1.
- 3) Mengembangkan pasar. Strategi yang ini relatif lebih kalem. Karena dengan produk yang selama ini ada, pebisnis akan berupaya untuk mengeksplorasi pasar yang selama ini digarapnya agar bisa lebih maksimal. Strategi ini perlu kejelian dalam melihat pasar.
- 4) Mengembangkan produk kebalikan dengan strategi bisnis mengembangkan pasar, strategi ini melempar sebuah produk baru pada pasar yang selama ini digarap. Kelebihan strategi bisnis ini adalah karena pasarnya telah

dikenali, sedangkan tantangannya adalah bagaimana membuat produk baru tersebut bisa diterima oleh pasar.<sup>54</sup>

### 3. Tingkatan Strategi Bisnis

#### a. Strategi Korporasi

Strategi di tingkat korporasi menggambarkan arah perusahaan secara keseluruhan mengenai sikap perusahaan secara umum terhadap arah pertumbuhan dan manajemen sebagai bisnis dan lini produk untuk mencapai keseimbangan portofolio produk dan jasa. Sebagai tambahan, Strategi perusahaan adalah:

- 1) Pola keputusan yang berkenaan dengan tipe-tipe bisnis yang perusahaan sebaiknya terlibat.
- 2) Arus keuangan dan sumber daya lainnya ke dan dari divisi-divisi perusahaan.
- 3) Hubungan antara perusahaan dengan kelompok-kelompok utama dalam lingkungan perusahaan. Strategi perusahaan terdiri atas Stabilitas, Pertumbuhan dan Pengurangan.

#### b. Strategi Bisnis

Strategi Bisnis disebut juga strategi bersaing, biasanya dikembangkan pada level divisi dan menekankan pada perbaikan posisi persaingan produk berupa barang atau jasa perusahaan dalam industri khusus atau segmen pasar yang dilayani oleh divisi tersebut. Strategi bisnis divisi mungkin menekankan pada peningkatan laba dalam produksi dan penjualan produk dan jasa yang dihasilkan. Strategi bisnis juga sebaiknya mengintegrasikan berbagai aktivitas fungsional untuk mencapai tujuan divisi. Strategi bisnis merupakan salah satu dari overall cost leadership, atau diferensiasi.

#### c. Strategi Fungsional

Strategi fungsional menekankan terutama pada pemaksimalan sumber daya produktif. Dalam batasan

---

<sup>54</sup> Susilo, Y. "Strategi meningkatkan daya saing UMKM dalam menghadapi implementasi CAFTA dan MEA." *Buletin Ekonomi* (2012).

perusahaan dan strategi bisnis yang berada di sekitar mereka, departemen fungsional mengembangkan strategi untuk mengumpulkan bersama-sama berbagai aktivitas dan kompetensi mereka. guna memperbaiki kinerja. Menggunakan strategi fungsional pengembangan pasar, departemen pemasaran berusaha menjual produk yang ada sekarang kepada pelanggan yang berbeda pada pasar yang ada atau kepada pelanggan baru di wilayah geografi yang baru. Menurut Hunger dan Wheelen (2011), strategi fungsional memaksimalkan produktivitas sumber daya, mengarahkan pada kompetisi yang memberikan perusahaan atau unit bisnis suatu keunggulan kompetitif. Dalam batasan-batasan strategi bisnis dan perusahaan, strategi fungsional menggabungkan beragam kegiatan dan kompetisi dari setiap fungsi untuk meningkatkan kinerja.<sup>55</sup>

#### 4. Tujuan Strategi Bisnis

Bertujuan untuk menciptakan keunggulan kompetitif (competitive advantage) bagi perusahaan. Beberapa indikator yang dapat di jadikan acuan untuk menilai keunggulan kompetitif perusahaan antara lain mencangkup indikator kinerja akuntansi dan kinerja ekonomi<sup>56</sup>

Strategi harus dirancang secara kreatif dengan menggali segala sesuatu di balik fakta dengan menyusunnya ke arah gagasan kreatif yang mampu menciptakan penjualan. Strategi kreatif bukan semata-mata proses logika, tetapi juga menyangkut seni. Namun demikian untuk memperoleh strategi yang dapat digunakan strategi harus di buat berdasarkan fakta. Perencana kreatif periklanan adalah proses membuat strategi mencapai tujuan melakukan iklan yang di buat. Keuntungan yang di dapat dari perencanaan kreatif periklanan:

---

<sup>55</sup> Ismail Solihin, *Pengantar Manajemen* (Jakarta: Erlangga, 2009),86.

<sup>56</sup> Rama Kertamukti, *Strategi Kreatif Dalam Periklanan Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015),149

- a. Aktivitas-aktivitas akan teratur yang ditunjukkan ke arah pencapaian sasaran.
- b. Memberikan hasil yang optimal
- c. Memberikan landasan bagi evaluasi dan pengawasan<sup>57</sup>

## 5. Indikator Strategi Bisnis

Adapun indikator-indikator pengukuran untuk variabel strategi Bisnis adalah sebagai berikut:

### a) Produk Kompetitif

Adalah nilai tambah yang dapat menarik perhatian dan niat membeli dari konsumen. Keunggulan kompetitif ini bentuknya bisa apa saja. Semakin berbeda dan bernilai bagi konsumen, pasti semakin baik.

### b) Penciptaan Unik dari Desain Produk

Menciptakan, dan memperbaikinya yang dapat menyelesaikan masalah dari penggunaanya secara spesifik. Kunci keberhasilan dari sebuah desain produk adalah mengerti secara menyeluruh terkait user, karena mereka yang akan menggunakan produk tersebut.

### c) Strategi Pasar Produk

Rencana secara rinci yang berisikan tentang bagaimana cara menjual sebuah produk atau jasa (layanan). Strategi ini hadir untuk memastikan bagaimana sebuah produk dan jasa dapat dipasarkan secara efektif kepada satu target pasar tertentu.<sup>58</sup>

## 6. Strategi Bisnis dalam perspektif ekonomi Islam

pandangan bisnis Islam mengenai strategi bisnis, sebagaimana kita ketahui bahwa strategi adalah cara yang dilakukan dengan perencanaan yang matang untuk mencapai suatu tujuan. Strategi telah dijelaskan dalam ekonomi Islam, sebagaimana firman:

---

<sup>57</sup> *Ibid* 151

<sup>58</sup> Rochim, Rochim, and Nunung Ghoniyah. "Analysis on the effect of current ratio, cashflow from operation to debt, firm size and return on equity on stock return." *IJIBE (International Journal of Islamic Business Ethics)* 2.3 (2017): 41-51.

Allah dalam Qur'an Surah Quraisy ayat 2

الْفِهِمْ رِحْلَةَ الشِّتَاءِ وَالصَّيْفِ

Artinya :(yaitu) kebiasaan mereka bepergian pada musim dingin dan musim panas (sehingga mendapatkan banyak keuntungan)

Ayat di atas menjelaskan tentang kebiasaan suku Quraisy pergi pada musim dingin dan panas, hal ini merupakan sebuah strategi yang dijalankan untuk memperoleh keuntungan. Sehingga perlu bagi setiap pembisnis membuat dan merencanakan strategi yang matang dan terencana dalam bisnis. Sebagaimana diketahui bahwa strategi tidak harus dikaitkan dengan militer dan perang dalam kegiatan lain seperti ekonomi, pendidikan juga membutuhkan strategi yang baik dan efektif.

Strategi bisnis yang dijalankan Rasulullah saw. Meliputi :

- a. Strategi operasi Strategi operasi merupakan strategi untuk mengubah masukan (bahan baku, bahan pendukung, mesin manusia) menjadi keluaran yang bernilai. Strategi operasi harus dikordinasi dengan strategi pemasaran, strategi sumber daya manusia dan strategi keuangan. Strategi operasi berkait dengan fasilitas dan peralatan, sumber daya dan perencanaan dan pengendalian operasi.
- b. Strategi sumber daya manusia Strategi pengembangan sumber daya manusia yang Muhammad s.a.w. meliputi merencanakan dan menarik sumber daya manusia yang berkualitas, mengembangkan sumber daya manusia agar berkualitas, menilai kinerja sumber daya manusia, memberikan motivasi dan memelihara sumber daya manusia yang berkualitas.
- c. Strategi keuangan Strategi keuangan Nabi Muhammad s.a.w. bertujuan pemanfaatan sumber daya keuangan untuk mendukung bisnis, baik jangka panjang maupun jangka pendek. Strategi keuangan ini mencakup

penghapusan riba, spekulasi (gharar) dan perjudian (maisir) dalam semua transaksi, peningkatan kekayaan dan pemerataan distribusi pendapatan serta pencapaian masyarakat yang sejahtera di bawah perlindungan Allah SWT. Prinsip transaksi bisnis tersebut meliputi prinsip bagi hasil, prinsip jual beli, prinsip kepercayaan, prinsip sewa dan prinsip kebajikan.

- d. Strategi pemasaran Strategi pemasaran meliputi segmentasi pasar dan pembidikan pasar, strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi. Pasar yang menonjol pada masa Nabi Muhammad saw. adalah pasar konsumen. Untuk pemasaran produk konsumen, variabel segmentasi utama adalah segmentasi geografis, segmentasi demografis, segmentasi psikografi, segmentasi perilaku dan segmentasi manfaat.
- e. Strategi promosi yang dilakukan Rasulullah s.a.w. lebih menekankan pada hubungan dengan pelanggan meliputi berpenampilan menawan, membangun relasi, mengutamakan keberkahan, memahami pelanggan, mendapatkan kepercayaan, memberikan pelayanan hebat, berkomunikasi, menjalin hubungan yang bersifat pribadi, tanggap terhadap permasalahan, menciptakan perasaan satu komunitas, berintegrasi, menciptakan keterlibatan dan menawarkan pilihan.

Ekonomi Islam juga menerapkan promosi yang dilakukan untuk menawarkan, menginformasikan, menjual produk atau jasa di pasar. Karena dengan promosi masyarakat akan mengetahui keberadaan produk atau jasa.

Prinsip yang digunakan oleh Nabi Muhammad SAW, adalah personal selling, iklan, promosi penjualan dan humas. Namun cara-cara yang ditetapkan oleh Nabi Muhammad SAW berbeda dengan promosi yang dilakukan pada saat ini. Cara yang dilakukan Nabi Muhammad SAW tidak lepas dari nilai-nilai moralitas. Promosi pada era nabi belum berkembang seperti sekarang ini, dimana seluruh produsen telah menggunakan alat yang serba modern, media internet,

televisi, radio dan lain-lain.

Dalam konsep Al-Qur'an tentang bisnis juga sangat komprehensif, parameter yang dipakai tidak menyangkut dunia saja, namun juga menyangkut urusan akhirat. Al-Qur'an memandang kehidupan manusia sebagai sebuah proses yang berkelanjutan. Manusia harus bekerja bukan hanya untuk meraih sukses di dunia namun juga kesuksesan di akhirat.<sup>59</sup>

Al Qur'an memberikan tuntunan dalam menjalankan bisnis hendaknya menggunakan jihad fi sabilillah dengan harta dan jiwa atau dalam bahasa manajemen menggunakan strategi di jalan Allah SWT.<sup>60</sup>

## D. Inovasi Produk

### 1. Pengertian inovasi

Inovasi dapat diartikan sebagai ide, produk, teknologi informasi, institusi, perilaku, nilai dan praktik atau objek baru yang dapat dirasakan sebagai sesuatu yang baru oleh masyarakat.<sup>61</sup> Inovasi produk merupakan hasil dari pengembangan produk baru oleh suatu perusahaan atau industri, baik yang sudah ada maupun belum. Dari produk lama yang telah mencapai titik jenuh di pasaran, diperlukan sebuah inovasi untuk mengganti produk lama tersebut. Penggantian ini dapat berupa produk pengganti secara total baru atau dengan perkembangan produk lama yang lebih modern dan *up to date* sehingga dapat terus meningkatkan keinginan konsumen dalam keputusan pembelian produk

---

<sup>59</sup> Ahmad Mustag, *The Furture of Economics: An Islamic Perspektif*, Asy Syaamil Press & Grafika (jakarta, 2001), 35.

<sup>60</sup> Veithzal Rivai, Amiur Nuruddin, Faisar Ananda Arfa. *Islamic Bisnis and Aconomic Ethics Mengacu pada Al-Qur'an dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW dalam Bisnis, Keuangan, dan Ekonomi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), 487

<sup>61</sup> Maisaroh, Siti, Syamsul Hilal, and Hanif Hanif. "Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Provinsi Lampung dengan Halal Supply Chain Sebagai Variabel Moderasi." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8.3 (2022): 3442-3458.

tersebut.<sup>62</sup>

Inovasi produk menciptakan produk baru yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga muncul minat beli terhadap produk tersebut, yang diharapkan dapat direalisasikan melalui keputusan pembelian. Inovasi produk harus bisa menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam perubahan lingkungan yang cepat dan menuju pasar global. Keberhasilan inovasi produk membutuhkan kesesuaian antara proses dan lingkungan yang mendukung. Di samping itu keberhasilan inovasi yang dilaksanakan haruslah bersifat terus menerus dan bukan terlaksana secara insidental.<sup>63</sup>

Adapun pengertian inovasi produk Inovasi produk adalah perubahan produk atau jasa karena suatu permintaan kepada perusahaan. Inovasi produk mengakibatkan penciptaan dan pengenalan tentang radikal produk inovasi atau modifikasi. Inovasi produk berupa produk atau jasa baru yang diperkenalkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan pasar. Secara definisi menurut Lukas dan Ferrel sebagai proses memperkenalkan teknologi baru yang dapat di jadikan sebagai alat untuk memperoleh keuntungan bagi perusahaan.<sup>64</sup>

Inovasi produk merupakan jenis inovasi yang memiliki resiko tinggi sehingga tingkat kesulitan dan kegagalannya pun tinggi, ada tiga hal penting yang harus diperhatikan dalam melaksanakan inovasi produk yaitu: keunggulan produk, keunikan produk, dan biaya produk. Kegagalan inovasi produk memiliki banyak alasan seperti: kesalahan dalam menerapkan strategi, desain produk yang tidak inovatif, salah memperkirakan persaingan, masalahnya terletak pada desain atau biaya produksinya jauh lebih tinggi

---

<sup>62</sup> Amerka, Indryani, *Manajemen Inovasi* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), 22.

<sup>63</sup> Lena Elitan, dan Lina, Anatan, *Manajemen Inovasi* (Bandung: alfabeta, 2009), 4.

<sup>64</sup> Lukas, Bryan A., and Orville C. Ferrell. "The effect of market orientation on product innovation." *Journal of the academy of marketing science* 28.2 (2000): 239-247.



dari yang diperkirakan.

Kategori inovasi yang dapat dilakukan oleh berbagai perusahaan termasuk UMKM:

- a) Inovasi Rutin, membangun sebuah produk secara kontinu, dimana inovasi yang dilakukan disesuaikan dengan kemajuan dan selera pasar;
- b) Inovasi yang mengganggu, dalam artiannya membuat inovasi baru pada sebuah produk dari perusahaan lain, misalnya inovasi E-raport pada program Microsoft Excel atau operasi google android;
- c) Inovasi radikal kebalikan dari inovasi yang mengganggu, inovasi ini adalah murni teknologi, seperti obat-obatan yang berasal dari bioteknologi;
- d) Arsitektur inovasi, gabungan dari teknologi dan gangguan model bisnis, inovasi ini merupakan inovasi yang paling menantang

Inovasi pada intinya adalah aktivitas konseptualisasi, serta ide penyelesaian masalah dengan membawa nilai ekonomis bagi perusahaan dan nilai sosial bagi masyarakat. Jadi inovasi berangkat dari suatu yang sudah ada sebelumnya, kemudian diberikan nilai tambah. Inovasi bermula dari hal yang tampak sepele dengan membuka mata dan telinga mendengarkan aspirasi atau keluhan konsumen, karyawan, lingkungan dan masyarakat.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa inovasi produk merupakan salah satu faktor penting dalam kesuksesan suatu perusahaan melalui inovatif yang mereka ciptakan guna memuaskan pelanggan. Sebab, kunci dari keberhasilan produk adalah produk mampu beradaptasi terhadap perubahan yang terjadi.

## 2. Tujuan Inovasi Produk

Tujuan perusahaan untuk melakukan inovasi produk adalah untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan karena produk yang telah ada rentan terhadap perubahan kebutuhan dan selera konsumen, teknologi, siklus

hidup produk yang lebih singkat, serta meningkatnya persaingan domestik dan luar negeri. Pada saat ini di tengah persaingan yang begitu ketat, barang yang ditawarkan kepada konsumen haruslah bervariasi dengan segala kelebihan dan kecanggihannya. Inovasi produk yang dilakukan haruslah melalui penelitian pasar agar produk yang dihasilkan dapat sesuai dengan selera dan kebutuhan konsumen. Inovasi produk merupakan cara meningkatkan nilai sebagai sebuah komponen kunci kesuksesan sebuah operasi bisnis yang dapat membawa perusahaan memiliki keunggulan kompetitif dan menjadi pemimpin pasar<sup>65</sup> Meskipun perusahaan mementingkan mutunya, tetapi apabila perusahaan tidak memperhatikan selera konsumen, maka akan menyebabkan produknya tidak diminati, bahkan konsumennya akan beralih pada produk lain, sehingga penjualan akan turun.

### 3. Manfaat Inovasi

Suatu inovasi harus bisa menghasilkan manfaat dan membawa perbaikan, bukan hanya berupa ilmu baru atau metode-metode yang belum dapat diterapkan dalam praktik.<sup>66</sup> inovasi dapat memberikan beberapa manfaat sebagai berikut:

- a. Dari segi individu Suatu inovasi memberikan wadah bagi seseorang untuk mengekspresikan dan mendistribusikan kreativitasnya dalam menciptakan sesuatu yang bermanfaat.
- b. Dari segi perusahaan Inovasi memberikan manfaat dalam peningkatan angka penjualan dan keuntungan yang akan sangat bernilai untuk kelangsungan hidup perusahaan.
- c. Dari segi pasar Keberagaman dan kualitas produk baru yang meningkat karena adanya inovasi, mengakibatkan pasar menjadi semakin kompetitif.

---

<sup>65</sup> Arianti. 2012. *Tujuan inovasi produk*. ([www.scribd.com/doc/90920422/inovasi-dan-produkbaru.com](http://www.scribd.com/doc/90920422/inovasi-dan-produkbaru.com)) ( Di akses pada 20 Des 2022)

<sup>66</sup> Everet M .”*Rongers.Diffusions of Innovations. London: The Free Press*”. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, Vol.5 No.2.(2003): 217-227

- d. Dari segi masyarakat Inovasi dapat meningkatkan kualitas hidup karena hal tersebut dapat menjawab banyak masalah dan kebutuhan yang sebelumnya kurang atau belum dapat terpenuhi.<sup>67</sup>

#### 4. Indikator Inovasi Produk

Indikator Inovasi Produk<sup>68</sup> ada tiga indikator inovasi produk yaitu kualitas produk, varian produk, serta gaya dan desain produk.

- a. Kualitas produk,  
Kemampuan suatu produk dalam melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan, keandalan, dan ketelitian yang dihasilkan.
- b. Varian produk,  
Sarana kompetitif untuk membedakan produk satu dengan yang lain, atau antara produk yang dimiliki dengan produk pesaing.
- c. Gaya dan Desain produk  
Cara lain dalam menambah nilai bagi pelanggan. gaya hanya menjelaskan penampilan produk tertentu, sedangkan desain memiliki konsep yang lebih dari gaya.

#### 5. Inovasi Produk dalam perspektif ekonomi Islam

Dalil mengenai inovasi terdapat dalam Al-Qur'an Surah Al-Ra'd/13: 11

لَهُ مَعْقَبَتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ ۖ تَحْفَظُونَهُ ۖ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ ۗ إِنَّ  
اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ

<sup>67</sup> Asyraf Muhammad Dawwabah, *Meneladani Keunggulan Bisnis Rasulullah*, (Semarang : Pustaka Nuun, 2008), 55.

<sup>68</sup> Yuliana, Yuliana, and Rahmat Hidayat. "Pengaruh Harga Dan Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan" *eProceedings of Applied Science* 4.3 (2018).

سُوَاءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ<sup>ع</sup> وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ<sup>ع</sup> مِنْ وَالٍ ﴿٤٤﴾

Artinya :Baginya (manusia) ada (malaikat-malaikat) yang menyertainya secara bergiliran dari depan dan belakangnya yang menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah apa yang ada pada diri mereka. Apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, tidak ada yang dapat menolaknya, dan sekali-kali tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia.

Dari dalil ini kita mengetahui bahwa Allah tidak akan merubah apa pun dari kita kecuali kita sendiri merubah nya, baik ataupun buruk semua kembali pada diri kita akankah kita merubah ke sesuatu yang lebih baik atau buruk. Maka dalam usaha pun sama, sebagai seorang produsen kita harus lebih kreatif dan inovatif dalam membuat perubahan baik barang ataupun jasa, hal ini lah yang akan menyebabkan terjadi kompetisi antar pelaku usaha, sehingga ide-ide baru terus bermunculan untuk membuat dan memproduksi barang yang berkualitas dan unik.

﴿ أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَتَنْسَوْنَ أَنْفُسَكُمْ وَأَنْتُمْ تَتْلُونَ الْكِتَابَ<sup>ع</sup>

أَفَلَا تَعْقِلُونَ ﴿٤٤﴾

Artinya :Mengapa kamu menyuruh orang lain untuk (mengerjakan) kebajikan, sedangkan kamu melupakan dirimu sendiri, padahal kamu membaca suci (Taurat)? Tidakkah kamu mengerti? (QS Al-Baqarah/2: 44)

Ayat di atas mengajak pada umat manusia untuk berinovasi dalam berbagai hal yang mengantarkan kita pada kebajikan, hal ini juga membuat kita sadar untuk berkaca pada diri sendiri sebelum berkaca pada orang lain. Muamalah sebagai istilah yang digunakan dalam bidang ekonomi Islam menggambarkan perilaku-perilaku para pembisnis dalam

melaksanakan kegiatan ekonomi, maka dari itu diperlukan batasan etika bisnis Islam.

## **E. Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm)**

### **1. Pengertian Usaha Mikro dan Menengah (UMKM)**

Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah Industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangunan dan perekayasaan industri. Kelompok industri adalah bagian-bagian utama kegiatan industri, yakni kelompok industri hulu atau juga disebut kelompok industri dasar, kelompok industri hilir, dan kelompok industri kecil. Sedangkan cabang industri merupakan bagian suatu kelompok industri yang mempunyai ciri umum sama dalam proses produksi<sup>69</sup>

Industri mempunyai dua pengertian yaitu pengertian secara umum dimana industri diartikan sebagai perusahaan yang menjalankan operasi di bidang kegiatan ekonomi yang tergolong ke dalam sector sekunder. Sedangkan yang selanjutnya adalah pengertian dalam teori ekonomi, dimana industri diartikan sebagai kumpulan dari perusahaan-perusahaan yang menghasilkan barang yang sama dalam satu pasar. Industri itu juga di bagi tiga yaitu industri primer, Sekunder, dan tersier. Badan pusat statistik mengelompokkan besar atau kecilnya suatu industri berdasarkan pada banyaknya jumlah tenaga kerja yang dimiliki. Dalam hal ini sektor industri pengolahan dibagi menjadi empat kelompok industri berdasarkan jumlah tenaga kerja yaitu:

- a. Industri besar, memiliki jumlah tenaga kerja lebih dari 100 orang
- b. Industri sedang, memiliki jumlah tenaga kerja antara 20-99 orang

---

<sup>69</sup> Tulus T. H, Tambunan, *UMKM Di Indonesia* (Bogor : Ghaha Indonesia, 2009),18.

- c. Industri kecil, memiliki jumlah tenaga kerja antara 5-19 orang
- d. Industri rumah tangga, memiliki jumlah tenaga kerja antara 1-4 orang<sup>70</sup>

Namun dalam teori ekonomi makro, industri pengertian bahwa perusahaan-perusahaan yang menghasilkan barang-barang yang sama ataupun saling menggantikan fungsinya. Definisi UMKM diatur dalam undang-undang republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut.<sup>71</sup>

Sedangkan usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang di lakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut. Dalam undang-undang tersebut, kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM seperti yang tercantum dalam pasal 6 adalah nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan. Dengan kriteria sebagai berikut :

- a) Usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki aset paling banyak Rp.50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp.300 juta.
- b) Usaha kecil dengan nilai aset lebih dari Rp.50 juta sampai dengan paling banyak Rp.500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha memiliki hasil penjualan

---

<sup>70</sup> Badan Pusat Statistik Nasional 2017

<sup>71</sup> Undang Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Dan Menengah

tahunan lebih dari Rp.300 juta hingga maksimum Rp.2.500.000,00.

- c) Usaha menengah adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp.500 juta hingga paling banyak Rp.100 milyar hasil penjualan tahunan diatas Rp.2,5 milyar sampai paling tinggi Rp.50 milyar.<sup>72</sup>

Pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) sangat penting dan strategis dalam mengantisipasi perekonomian ke depan terutama dalam memperkuat struktur perekonomian Nasional. Adanya krisis perekonomian nasional seperti sekarang ini sangat mempengaruhi stabilitas nasional, ekonomi dan politik yang imbasnya berdampak pada kegiatan usaha besar yang makin terpuruk, sementara UMKM serta koperasi relatif masih dapat mempertahankan kegiatan usahanya.

## **2. Klasifikasi Usaha Mikro Kecil Menengah**

Dalam perspektif perkembangannya, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. Selain itu kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan krisis ekonomi. Maka sudah menjadi keharusan penguatan kelompok usaha mikro kecil dan menengah yang melibatkan banyak kelompok. Berikut ini adalah klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) :

- a) Livelihood activities, merupakan usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum biasa disebut sektor informal. Contohnya pedagang kaki lima.
- b) Micro Enterprise, merupakan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- c) Small Dynamic Enterprise, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa

---

<sup>72</sup> Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008 Bab 4 Pasal 6 Tentang Usaha Mikro Kecil Dan Menengah

kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.

- d) Fast Moving Enterprise, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar (UB).<sup>73</sup>

### 3. Karakteristik Usaha Mikro Usaha Kecil

Di Indonesia UMKM mempunyai potensi yang besar untuk dikembangkan karena pasar yang luas, bahan baku yang mudah didapat serta sumber daya manusia yang besar merupakan variabel pendukung perkembangan dari usaha kecil tersebut akan tetapi perlu dicermati beberapa hal seiring perkembangan usaha kecil rumahan seperti : perkembangan usaha harus di ikuti dengan pengelolaan manajemen yang baik, perencanaan yang baik akan meminimalkan kegagalan, penguasaan ilmu pengetahuan akan menunjang keberlanjutan usaha tersebut, mengolah sistem produksi yang efisien dan efektif, serta melakukan terobosan dan inovasi yang menjadikan pembeda dari pesaing merupakan langkah menuju keberhasilan. dalam mengelola usaha tersebut. Menurut Pandji Anoraga diterangkan bahwa secara umum, sector usaha mikro kecil menengah memiliki karakteristik sebagai berikut <sup>74</sup>

- a) Sistem pembukuan yang relatif administrasi pembukuan sederhana dan cenderung tidak mengikuti kaidah administrasi pembukuan standar. Kadang kala pembukuan tidak di up to date sehingga sulit untuk menilai kerja usahanya.
- b) Margin usaha yang cenderung tipis mengingat persaingan yang sangat tinggi.

---

<sup>73</sup> Al Farisi, Salman, and Muhammad Iqbal Fasa. "Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat." *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah* 9.1 (2022): 73-84.

<sup>74</sup> Panji Anoraga, *Ekonomi Islam Kajian Makro Dan Mikro* (Yogyakarta : Dwi Chandra Wacana ,2010),32.



- c) Modal terbatas
- d) Pengalaman manajerial dalam mengelola perusahaan masih sangat terbatas
- e) Skala ekonomi yang terlalu kecil sehingga sulit mengharapkan untuk mampu menekan biaya mencapai titik efisiensi jangka panjang.
- f) Kemampuan pemasaran dan negosiasi serta diverifikasi pasar sangat terbatas.
- g) Kemampuan untuk sumber dana dari pasar modal rendah, mengingat keterbatasan dalam sistem administrasinya. Untuk mendapatkan dana di pasar modal, sebuah perusahaan harus mengikuti sistem administrasi standar dan harus transparan.<sup>75</sup>

#### **4. Usaha Mikro Kecil dan Menengah Perspektif Islam**

Dalam Islam berwirausaha adalah tidak asing lagi dimana nabi Muhammad sendirian yang peran melakukan usaha perdagangan yang mencontohkan untuk berlaku jujur dalam melakukan usaha.

##### **a. Pengertian Usaha Mikro perspektif Islam**

Dalam Islam melakukan usaha atau berbisnis adalah hal yang tentu dihalalkan. Dapat diketahui bahwa Nabi Muhammad pada awalnya adalah seorang pedagang atau wirausaha dan juga kita dapat melihat ada sangat banyak sekali sahabat-sahabat Nabi di zaman dulu merupakan para pengusaha sukses dan memiliki sumber modal yang sangat besar. Manusia diciptakan oleh Allah sejatinya adalah untuk menjadi seorang khalifah di muka bumi. Menjalankan hal tersebut tentu saja membutuhkan usaha yang keras dari manusia.

Dalam ekonomi Islam UMKM merupakan salah satu kegiatan dari usaha manusia untuk hidup dan beribadah, menuju kesejahteraan sosial. Perintah ini berlaku kepada semua orang tanpa membeda-bedakan

---

<sup>75</sup> *Ibid* .32

pangkat, status jabatan seseorang dalam Al-Qur'an di jelaskan dalam QS At-Taubah (09), ayat 105.

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ  
 وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ  
 تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Artinya: *Katakanlah (Nabi Muhammad), "Bekerjalah! Maka, Allah, rasul-Nya, dan orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu. Kamu akan dikembalikan kepada (Zat) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata. Lalu, Dia akan memberitakan kepada kamu apa yang selama ini kamu kerjakan."*

Rasullah memerintahkan kepada umatnya untuk bekerja, bahwa setiap pekerjaan manusia akan terus dilihat oleh Allah dan rasulnya sebagai amalan yang dipertanggung jawabkan pada akhir zaman. Menurut Islam distribusi barang juga meluangkan suatu pekerjaan yang banyak menguntungkan pihak-pihak yang terkait dalam bisnis usaha tersebut, distribusi barang di anjurkan dalam Islam dan melarang untuk menimbun barang dimana tujuan penjual yang menimbun barang ialah untuk menaikkan harga setelah barang tersebut menjadi sedikit hal ini yang akan merugikan pembeli, dan apabila barang di distribusikan secara baik maka banyak menimbulkan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkannya. Proses distribusi dalam ekonomi Islam haruslah dilakukan secara benar sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dalam mendistribusikan produk harus merata agar semua konsumen dapat menikmati produk. Selain itu dalam distribusi juga tidak di perbolehkan berbuat zhalim terhadap pesaing lainnya. Prinsip ini terdapat dalam QS Anisa ayat 29

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ  
 إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ  
 اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*

Dalam surat An-nisa ayat 29 ini batil adalah segala sesuatu yang tidak di halalkan syariah, seperti riba, judi, suap, korupsi dan segala yang di haramkan oleh Allah SWT.<sup>76</sup> Prinsip lain dari proses distribusi adalah jujur dalam melakukan distribusi wajib berlaku jujur, jujur dalam arti luas tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ngada fakta, tidak berkhianat dan tidak pernah mengingkari janji. Tindakan tidak jujur selain merupakan tindakan yang berdosa, jika dilakukan dalam berbisnis juga membawa pengaruh negative pada kehidupan pribadi dan keluarga seseorang pembisnis itu sendiri. bahkan lebih jauh lagi, sikap dan tindakan seperti itu akan mempengaruhi kehidupan masyarakat secara luas.<sup>77</sup>

b. Karakteristik Usaha Mikro Menurut Perseptif Ekonomi Islam

Menurut wahdino satro dalam Islam, telah diatur tata cara bersosialisasi antar manusia, hubungannya dengan Allah, aturan main yang berhubungan dengan hukum (halal-haram) dalam setiap aspek kehidupan termasuk

<sup>76</sup> Veithazal Rival, *Islam Marketing* (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2012),158.

<sup>77</sup> Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam* (Semarang : Walisongo Press, 2009),154.

aktivitas bisnis, agar seorang muslim dapat selalu menjaga perilakunya dan tidak terjerumus ke dalam kesesatan. Berikut adalah karakteristik Usaha Mikro menurut perspektif Ekonomi Islam:<sup>78</sup>

- 1) Usaha mikro pengaruhnya bersifat ketuhanan/ilahiah (nizhamun rabbaniyyun), mengingat dasar-dasar pengaturannya yang tidak diletakkan oleh manusia, akan tetapi didasarkan pada aturan-aturan yang ditetapkan Allah SWT sebagaimana terdapat dalam Al-Qur'an dan AS-sunnah.
- 2) Usaha mikro berdimensi akidah atau keakidahan (iqtishadunaqdiyyun), mengingat ekonomi Islam itu pada dasarnya terbit atau lahir (sebagai ekspresi) dan akidah islamiah (al-aqidah alis lamiyyah) yang di dalamnya akan dimintakan pertanggung-jawaban terhadap akidah yang di yakini.
- 3) Berkarakter ta'abbudi (thabi'abbudiyun). Mengingat usaha Mikro Islam itu merupakan tata aturan yang berdasarkan ketuhanan (nizam rabbani).
- 4) Terkait erat dengan akhlak (murtabhun bil-alhlaq), Islam tidak pernah memprediksi kemungkinan ada pemisahan antara akhlak dan ekonomi, juga tidak pernah meletakkan pembangunan ekonomi dalam lindungan Islam yang tanpa akhlak
- 5) Elastic (al-murunah), al-murunah didasarkan pada kenyataan bahwa baik Al-Qur'an maupun al-hadist, yang keduanya dijadikan sebagai sumber asasi ekonomi.
- 6) Objektif (almaudhu'iyah). Islam mengajarkan umat supaya berlaku dan bertindak objektif dalam melakukan aktivitas ekonomi. Aktivitas ekonomi pada hakikatnya merupakan pelaksanaan amanat yang harus dipenuhi oleh setiap pelaku ekonomi

---

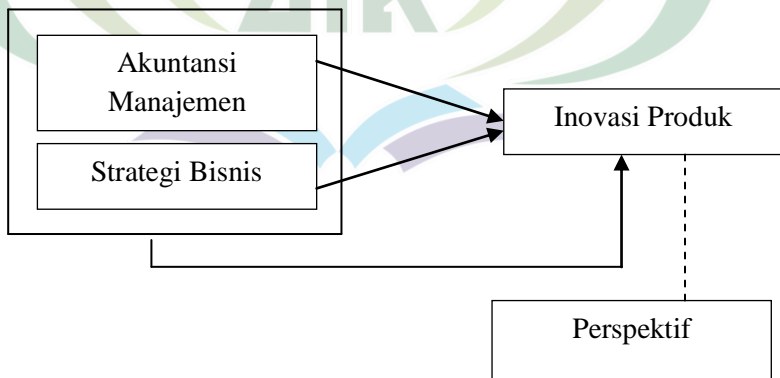
<sup>78</sup> Sastro Wahdino, *Ekonomi Makro Dan Mikro Islam* (Jakarta : PT Dwi Chandra Wacan, 2001),52.

tanpa membeda-bedakan jenis kelamin, warna kulit, etnik, agama/kepercayaan dan lain-lain.

- 7) Realistis (al-waqii'yyah). Perkiraan (forcasting) ekonomi khususnya perkiraan bisnis tidak selama sesuai antara teori di satu sisi dengan praktek pada sisi yang lain.
- 8) Harta kekayaan itu pada hakikatnya adalah milik Allah SWT. Dalam prinsip ini terkandung maksud bahwa kepemilikan orang terhadap harta kekayaan (al-amuwal) tidaklah bersifat mutlak.
- 9) Memiliki kecakapan dalam mengelola harta kekayaan (tarsyid istikhdamal-mal).<sup>79</sup>

#### F. Kerangka Berfikir/ Konseptual

Dalam penelitian ini penulis memiliki 2 Jenis Variabel yakni Variabel Independen (X) atau bisa di sebut variabel bebas, Variabel (Y) atau Variabel Terikat. Adapun Variabel X Dalam penelitian ini adalah Akuntansi Manajemen Lingkungan, Variabel Y adalah Inovasi Produk.



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

<sup>79</sup> *ibid* 52

## G. Pengajuan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban, pendapat atau kesimpulan yang bersifat sementara Terhadap masalah yang belum di uji kebenarannya. Berdasarkan landasan teori identifikasi masalah serta tujuan penelitian yang telah di uraikan tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

### 1. Pengaruh Akuntansi Manajemen Lingkungan Terhadap Inovasi produk

Akuntansi Manajemen Lingkungan pada entitas bisnis UMKM sebagai suatu sistem yang dapat membantu melakukan pengelolaan terhadap lingkungan karena adanya tekanan dari Stakeholders baik dari masyarakat atau pemerintah yang menuntut UMKM lebih peduli terhadap lingkungan Penelitian yang di lakukan oleh (Taufik Akmal Fadhilah, Yuni Rosdiana (2022) menyatakan bahwa Terdapat pengaruh antara penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan terhadap Inovasi Perusahaan, dan juga Terdapat pengaruh antara Strategi Bisnis terhadap Inovasi Perusahaan.<sup>80</sup> sejalan dengan penelitian yang di lakukan Nadya Sari, Rilla Gantino (2022) yang menunjukan bahwa akuntansi manajemen lingkungan secara langsung mempengaruhi nilai perusahaan dalam bisnis sektor dasar dan kimia yang terdaftar di BEI. Kemudian ada pengaruh inovasi ramah lingkungan yang baik dan substansial terhadap akuntansi pengelolaan lingkungan di perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEI di sektor industri dasar dan kimia<sup>81</sup> Penelitian yang di lakukan oleh (Heri Lutfi Fauzi, Agus S Nugroho, S E, MSA, MM, Dr. Asmirin Noor, SE., MM) menyatakan bahwa Penerapan akuntansi manajemen lingkungan berpengaruh secara parsial terhadap kinerja karyawan pada pabrik kecap PT. Kenari Surabaya, kemudian Inovasi

---

<sup>80</sup> Fadhilah, Taufik Akmal, and Yuni Rosdiana. "Pengaruh Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan dan Strategi Bisnis terhadap Inovasi Perusahaan." *Bandung Conference Series: Accountancy*. Vol. 2. No. 1. 2022.

<sup>81</sup> Sari, Nadya, and Rilla Gantino. "Peran Akuntansi Manajemen Lingkungan dalam Memediasi Inovasi Ramah Lingkungan pada Nilai Perusahaan Terhadap Perusahaan di BEI." *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi* 6.3 (2022): 2377-2389.

berpengaruh secara parsial terhadap kinerja karyawan pada PT. Kenari.<sup>82</sup> Dan penelitian oleh (Elvitia 2020) menunjukan bahwa Akuntansi Manajemen lingkungan berpengaruh terhadap inovasi proses produksi.<sup>83</sup>

Berdasarkan Teori Natural Resurce Based View (NRBV) yang menjelaskan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun non fisik. legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*) karena terjadi hubungan timbal balik antar dua entitas, yaitu perusahaan dan lingkungan. Teori legitimasi menjadi dasar pengungkapan informasi lingkungan para pemangku kepentingan. Oorganisasi mengambil manfaat sumber daya yang diperoleh dari masyarakat, dan masyarakat memiliki hak untuk melakukan evaluasi terhadap organisasi tersebut tentang kegunaan dan legitimasi operasi mereka. Dan juga Teori *Natural Resource Based View (NRBV)* teori yang menjelaskan bagaimana perusahaan memperoleh keunggulan kompetitif dengan menggunakan produk ramah lingkungan. NRBV berfokus pada sumber daya yang akan memungkinkan perusahaan untuk dapat memproduksi produk ramah lingkungan. Teori NRBV menjelaskan bahwa strategi perusahaan dan persaingan harus didasarkan pada kemampuan perusahaan untuk melaksanakan kegiatan ekonomi yang ramah lingkungan.

---

<sup>82</sup> Fauzi, Heri Lutfi. *Pengaruh Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan Dan Inovasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pabrik Kecap Pt. Kenari Surabaya*. Diss. Stie Mahardhika Surabaya, 2020.

<sup>83</sup> Eltivia, dkk. (2020). Keterlibatan Akuntansi Manajemen Lingkungan dan Strategi Operasi Terhadap Inovasi Proses Produksi. *Jurnal Akuntansi Indonesia*, ISSN 2614-2252, 16(1)

## **H1: Akuntansi Manajemen Lingkungan berpengaruh Positif dan signifikan Terhadap Inovasi produk**

### **2. Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Inovasi Produk**

Keunggulan bersaing dapat dicapai dengan mengembangkan produk agar memiliki karakteristik yang unik dibandingkan dengan para pesaing. Saat ini pelaku usaha semakin menyadari bahwa pengembangan produk baru dan perbaikan produk secara terus-menerus, merupakan kunci pertumbuhan dan kelangsungan hidup sebuah usaha. Dalam kondisi persaingan modern, UMKM yang tidak melakukan suatu inovasi akan menghadapi risiko lebih besar untuk kehilangan pasarnya. Akan lebih baik jika setiap UMKM memiliki strategi kreativitas dan produk kreatif sebagai inovasi usahanya, apalagi inovasi terhadap produk sulit ditiru oleh usaha lain, maka akan meningkatkan pengembangan usahanya<sup>84</sup>

Meskipun perhatian utama perusahaan adalah pasar, perusahaan juga cenderung akan meningkatkan efisiensi produksi. Dalam meningkatkan efisiensi produksi, perusahaan akan menghubungkannya dengan sumber daya yang dimiliki. Jika tidak, perusahaan akan sulit mencapai tujuan profitabilitasnya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Lestari, Rini, and Lesi Hertati.(2020) yang berjudul "Bagaimana pengaruh strategi bisnis, kekuatan produk terhadap kualitas sistem informasi akuntansi manajemen: studi kasus pada usaha kecil dan menengah di Indonesia." yang menyatakan bahwa Hasil dari penelitian ini adalah Kekuatan produk, dukungan kekuatan produk, strategi bisnis berpengaruh terhadap kualitas sistem informasi akuntansi manajemen berada pada kelompok baik karena kinerja dapat tercapai akibat adanya dorongan yang berkolaborasi dengan baik.<sup>85</sup> dan (Taufik Akmal

---

<sup>84</sup> Wulan Ayodya, *UMKM 4.0 : Strategi UMKM Memasuki Era Digital 4.0* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2019), hlm 50-51.

<sup>85</sup> Lestari, Rini, and Lesi Hertati. "Bagaimana pengaruh strategi bisnis, kekuatan produk terhadap kualitas sistem informasi akuntansi



Fadhilah, Yuni Rosdiana (2022) menyatakan bahwa Terdapat pengaruh antara penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan terhadap Inovasi Perusahaan, dan juga Terdapat pengaruh antara Strategi Bisnis terhadap Inovasi Perusahaan.<sup>86</sup> menunjukkan bahwa strategi operasi berpengaruh dan signifikan terhadap inovasi proses produksi pada PT. Indorama *Syntribusics* TBK. Penelitian Febrianty dan Rosdiana (2020)<sup>87</sup> menunjukkan bahwa strategi operasi berpengaruh Terhadap inovasi produk.

Berdasarkan teori Resource Based View (RBV) *Resources-Based View (RBV)* adalah teori yang mendeskripsikan sebuah perusahaan dapat mencapai keunggulan bersaing dengan mengandalkan sumber daya sehingga mampu mengarahkan perusahaan untuk dapat berkelanjutan terus menerus. Prinsip mendasar dari RBV adalah bahwa dasar untuk keunggulan kompetitif dari suatu perusahaan terletak terutama dalam penerapan sumber daya berharga di perusahaan.

## **H2: Strategi Bisnis berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Inovasi Produk.**

---

manajemen: studi kasus pada usaha kecil dan menengah di Indonesia." *Kajian Akuntansi* 21.1 (2020): 01-16.

<sup>86</sup> Fadhilah, Taufik Akmal, and Yuni Rosdiana. "Pengaruh Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan dan Strategi Bisnis terhadap Inovasi Perusahaan." *Bandung Conference Series: Accountancy*. Vol. 2. No. 1. 2022.

<sup>87</sup> Febrianty dan Rosdiana. (2020). Pengaruh Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan dan Strategi Operasi terhadap Inovasi Produk. *Prosiding Akuntansi*, 594–598. <http://dx.doi.org/10.29313/v6i2.23316>

## BAB III

### METODE PENELITIAN

penelitian merupakan cara dan prosedur yang sistematis dan terorganisasi untuk menyelidiki suatu masalah tertentu dengan maksud mendapatkan informasi untuk digunakan sebagai solusi atau jawaban atas masalah yang sedang diteliti. Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.<sup>88</sup>

#### A. Waktu dan Tempat Penelitian

##### a. Tempat Penelitian

Tempat atau lokasi dalam penelitian ini dilakukan penyebaran angket atau kuesioner di Lampung Barat Kecamatan Balik Bukit.

##### b. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama peneliti mengambil mata kuliah sampai dengan selesai, yang meliputi riset, dan penyebaran angket melalui media internet dengan proses bimbingan.

#### B. Pendekatan dan Jenis Pendekatan

##### a. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menurut Sandu dan Ali merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya.<sup>89</sup> Definisi lainnya penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik

---

<sup>88</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 2.

<sup>89</sup> Sandu Siyoto, and M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 17.

pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

b. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini ialah penelitian assosiatif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Hasil penelitian ini akan digunakan untuk membangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, memprediksi dan mengontrol suatu gejala. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara variabel bebas yaitu Akuntansi Manajemen Lingkungan (X1) dan Strategi Bisnis (X2), dengan variabel terikat Inovasi Produk(Y). Penelitian ini akan membahas tentang hubungan Akuntansi Manajemen Lingkungan dan Strategi Bisnis dan Inovasi Produk.

### C. Populasi dan Sampel dan Teknik Pengumpulan Data

a. Populasi

Populasi merupakan jumlah keseluruhan yang terdiri dari objek atau subjek dengan karakteristik atau kualitas tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya oleh peneliti untuk kemudian ditarik kesimpulan.<sup>90</sup> Populasi dalam Penelitian ini adalah Seluruh UMKM yang bergerak di bidang kuliner yaitu UMKM yang menjual Makanan dan Minuman yang berjumlah 110 UMKM, lokasi penelitian dilakukan di Kecamatan Balik Bukit kabupaten Lampung barat.

---

<sup>90</sup> Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Ekperimen* (Yogyakarta:Deeppublish, 2020), 11.

## b. Sampel

Sampel adalah bagian suatu subjek atau objek yang mewakili populasi. Pengambilan sampel harus sesuai dengan kualitas dan karakteristik suatu populasi. Pengambilan sampel yang tidak sesuai dengan kualitas dan karakteristik populasi akan menyebabkan suatu penelitian menjadi bias, tidak dapat dipercaya dan di bagian kesimpulan pun keliru.<sup>91</sup>

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Metode dalam pengambilan sampelnya adalah Nonprobability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Menurut Suharsini Arikunto jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan, tetapi jika populasinya lebih besar dari 100 orang, maka bisa diambil 10- 15% atau 20- 25% dari jumlah populasinya.<sup>92</sup> Berdasarkan penelitian ini karena, jumlah populasinya lebih besar dari 100 orang responden, maka penulis mengambil 10% dari jumlah polulasi yaitu 11 UMKM dan responden yang saya ajukan kuesioner adalah pemilik usaha dan bagian produksi UMKM di lampung barat, UMKM yang akan di teliti antara lain;

- 1) Tuku ( 1 Pemilik toko, 3 Karyawan Produksi makanan)
- 2) Stara Coffe ( 1 Pemilik toko, 3 Karyawan Produksi makanan)
- 3) By Monday ( 1 Pemilik toko, 2 Karyawan Produksi makanan)
- 4) Kiyomi ( 1 Pemilik toko, 3 Karyawan Produksi makanan)
- 5) Dua Putri ( 1 Pemilik toko, 2 Karyawan Produksi makanan)
- 6) Seblak Ambu ( 1 Pemilik toko, 1 Karyawan Produksi makanan)
- 7) Bakso Mas Bro ( 1 Pemilik toko, 1 Karyawan Produksi

---

<sup>91</sup> M. Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis* (Jakarta: Bumi Aksara. 2006),33.

<sup>92</sup> Arikunto, Suharsimi, *Metode penelitian pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara 2006),16.

makanan)

- 8) Pusat Oleh-Oleh liwa (Barokah) ( 1 Pemilik toko, 3 Karyawan Produksi makanan)
- 9) Rumah Makan Padang Bumi Minang (1 Pemilik toko, 2 Karyawan Produksi makanan)
- 10) Rumah Makan Minang Saiyo ( 1 Pemilik toko, 2 Karyawan Produksi makanan)

c. Teknik Analisis Data

a. Observasi

Observasi dalam sebuah penelitian/pengamatan secara langsung dapat diartikan sebagai memfokuskan perhatian terhadap suatu obyek untuk mendapatkan sejumlah data. Instrumen pengumpulan data melalui observasi dapat berupa pedoman pengamatan, tes, kuesioner, rekaman gambar, dan rekaman suara. Dalam penelitian ini, metode observasi dikemas dalam bentuk kuesioner yang diberikan kepada responden dalam hal mengamati aspek-aspek yang akan diselidiki.

b. Kuesioner

Dalam penelitian ini proses pengumpulan data dan informasi yang menyangkut indikator serta elemen penelitian, maka peneliti akan menggunakan alat pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner atau angket. Menurut Syahrudin dan Salim, kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data melalui sejumlah pertanyaan tertulis untuk mendapatkan informasi/data dari sumber data (responden).<sup>93</sup> Dalam teknik pengumpulan data kuesioner atau angket, skala yang digunakan adalah skala likert. Skala likert adalah skala yang memberikan nilai untuk tiap alternatif jawaban.<sup>94</sup> Skala likert yang digunakan pada penelitian ini yakni sebagai berikut :

- 1) Sangat setuju = Skor 5
- 2) Setuju = Skor 4

---

<sup>93</sup> Syahrudin and Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Citapustaka Media, 2012),135.

<sup>94</sup> *Ibid*, 150

- 3) Ragu-ragu = Skor 3
- 4) Tidak Setuju = Skor 2
- 5) Sangat Tidak Setuju = Skor 1

#### D. Definisi Operasional Variabel

Variabel merupakan sesuatu yang menjadi objek pengamatan penelitian, sering juga disebut sebagai faktor yang berperan dalam penelitian atau gejala yang akan diteliti<sup>95</sup>. Identifikasi variabel membantu dalam menentukan alat ukur yang akan digunakan untuk mengumpulkan data dan teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian, adapun variabel-variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Bebas
  - a) X1: Akuntansi Manajemen Lingkungan
  - b) X2: Strategi Bisnis
2. Variabel Terikat
  - a) Y : Inovasi Produk

Tabel 3.1  
Definisi operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Akuntansi Manajemen Lingkungan	Akuntansi manajemen lingkungan merupakan salah satu sub sistem dari akuntansi lingkungan yang menjelaskan sejumlah persoalan mengenai menguantifikasikan dampak-dampak bisnis perusahaan ke dalam sejumlah unit moneter.	<ol style="list-style-type: none"> <li>a. Biaya Pencegahan</li> <li>b. Biaya Deteksi Lingkungan</li> <li>c. Biaya Kegagalan Internal Lingkungan</li> <li>d. Biaya Kegagalan eksternal Lingkungan</li> </ol>

<sup>95</sup> *Ibid*, 50

		<p>Akuntansi manajemen lingkungan juga dapat digunakan sebagai suatu tolak ukur dalam kinerja lingkungan. Hal ini memberikan izin bagi manajemen agar lebih baik mengevaluasi aspek moneter dari produk dan proyek mereka, ketika akhirnya harus mengambil keputusan bisnis.<sup>96</sup></p>	
2.	Strategi Bisnis	<p>Strategi yaitu suatu proses yang menggunakan adanya perencanaan terhadap para top manajer yang sungguh berarah pada tujuan jangka panjang perusahaan yang disertai dengan penyusunan akan upaya bagaimana agar mencapai tujuan yang diharapkan..<sup>97</sup></p>	<p>a. Produk Kompetitif b. Penciptaan unik dari desain produk c. Strategi Pasar Produk</p>

<sup>96</sup> Arfan Ikhsan, *Akuntansi Manajemen Lingkungan* (Yogyakarta Graha Ilmu 2009),7.

<sup>97</sup> Suparman, Agus Nurulsyam, and Erlan Suwarlan. "Strategi Pemerintah Desa Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Desa Di Desa Sukaresik Kecamatan Sidamulih Kabupaten Pangandaran." (2022).

3.	Inovasi Produk	<p>Inovasi produk merupakan kemampuan perusahaan untuk memperkenalkan produk baru ke pasar yang sudah ada. Tujuan utama inovasi produk adalah untuk memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Akibatnya, ada lebih banyak peluang bagi perusahaan untuk memasuki pasar baru</p> <p><sup>98</sup></p>	<p>a. Kualitas Produk</p> <p>b. Varian Produk</p> <p>c. Gaya dan desain produk</p>
----	----------------	--	--

## E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data-data dalam penelitian sesuai dengan teknik pengumpulan data yang telah ditentukan. Instrumen penelitian memiliki peran untuk mengumpulkan data yang diperlukan Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a) Instrumen Observasi Observasi dalam sebuah penelitian/pengamatan secara langsung dapat diartikan sebagai memfokuskan perhatian terhadap suatu obyek untuk mendapatkan sejumlah data. <sup>99</sup>Instrumen pengumpulan data melalui observasi dapat berupa

---

<sup>98</sup> Mahendra, Prasetya Tri. "Improve customer satisfaction through product innovation in social media." *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)* 4.3 (2021): 3719-3729.

<sup>99</sup> Siyoto and Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, 81



pedoman pengamatan, tes, kuesioner, rekaman gambar, dan rekaman suara. Dalam penelitian ini, metode observasi dikemas dalam bentuk kuesioner yang diberikan kepada responden dalam hal mengamati aspek-aspek yang akan diselidiki.

- a. Instrumen Angket / Kuesioner Kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data melalui sejumlah pertanyaan tertulis untuk mendapatkan informasi/data dari sumber data (responden).<sup>100</sup> Dalam instrumen penelitian angket atau kuesioner yang dilakukan dalam penelitian ini merupakan bentuk kuesioner yang tertutup dengan bentuk skala likert. Kuesioner tertutup merupakan kuesioner yang telah menyediakan pilihan

## F. Uji Kualitas Data (Uji Validitas dan Reliabilitas)

Analisis data disebut juga sebagai pengelolaan data dan penafsiran data. Analisis data adalah rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokan, sistematisasi, penafsiran dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial, akademis, dan ilmiah.<sup>101</sup> Data yang dikumpulkan telah ditentukan oleh masalah penelitian yang sekaligus dapat mencerminkan karakteristik tujuan studi.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kuantitatif dengan menggunakan metode statistik. Penganalisisan penelitian menggunakan *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)*. SPSS biasa digunakan untuk pengolahan dan menganalisis data yang memiliki kemampuan analisis statistik serta sistem manajemen data dengan lingkungan grafis. Dalam Penelitian ini menguji secara bersama-sama model struktural (hubungan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Penganalisisan data dalam metode statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan *software Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)*

---

<sup>100</sup> Syahrum and Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Citapustaka Media, 2012), 135.

<sup>101</sup> *Ibid*, 109

a. Uji Validitas

Validitas merupakan suatu istilah yang menunjukkan kemampuan suatu instrumen untuk mengukur apa yang akan diukur, dan kesahihan atau ketepatan sebuah alat ukur untuk mendapatkan data. Peneliti menguji validitas menggunakan program *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)* yang merupakan software atau program yang akan digunakan peneliti untuk menguji masing masing indikator. Indikator dikatakan valid atau tidaknya yakni *convergent validity* dengan melihat nilai faktor loading Uji signifikansi dilakukan dengan cara membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel. Di dalam menentukan layak dan tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 yang artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau variabel tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya, jika  $r$  hitung lebih kecil dari  $r$  tabel, maka butir atau pertanyaan atau variabel tersebut dinyatakan tidak valid. Dalam hal ini pengujian validitas instrumen pada penelitian ini yaitu dengan korelasi antara skor (nilai) tiap-tiap item pertanyaan dengan skor total menggunakan SPSS.

b. Uji Reabilitas

Uji Reliabilitas suatu data dapat dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama.<sup>102</sup>

Bila suatu alat ukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat ukur tersebut reliabel. Atau dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat ukur di dalam mengukur gejala yang sama. Variabel di nyatakan reabel dengan kriteria berikut:

---

<sup>102</sup> *Ibid*,118

- A. Jika nilai Cronbach's Alpha  $> 0,6$  maka reliabel
- B. Jika nilai Cronbach's Alpha  $< 0,6$  maka tidak reliabel<sup>103</sup>

### G. Uji Asumsi Klasik ( Uji Prasyarat Analisis)

Tujuan dari melakukan uji asumsi klasik adalah untuk memastikan bahwanilai parameter atau estimator yang ada bersifat BLUE (Best Linear Unbiased Estimator) atau mempunyai sifat yang linear, tidak bias, dan varians minimum. Uji asumsi klasik ini terdiri atas uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas.

#### A. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk dapat mengetahui bahwa data yang ada terdistribusi normal dan independen. Walaupun normalitas suatu data tidak terlalu penting, tetapi sebaiknya data yang ada berkontribusi normal. Uji normalitas menjadi penting dikarenakan dengan normalnya suatu data maka data tersebut dapat dianggap dapat mewakili populasi, dalam uji normalitas menggunakan uji *Normality Test*.

Data dapat dikatakan BERDISTRIBUSI NORMAL, apabila Nilai P (Sig.)  $> 0.05$

#### B. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah keadaan dimana terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen dalam model regresi. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah tiap-tiap variabel saling berhubungan secara linier<sup>104</sup> Dalam multikolinieritas menggunakan Centered VIF (Variance Inflation Factros). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dalam suatu penelitian maka dapat melihat Centered VIF dengan ketentuan sebagai berikut:

---

<sup>103</sup> Aswad, Syaiful, Realize Realize, and Ronald Wangdra. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center." *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)* 6.2 (2018): 77-85.

<sup>104</sup> V.Wiratna Sujarweni, *Metodelogi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta:Pustaka Baru Pers, 2015), 95.

- 1) Jika nilai Centered VIF  $< 10$ , maka data tidak terjadi multikolinieritas.
- 2) Jika nilai Centered VIF  $> 10$ , maka data terjadi multikolinieritas.<sup>105</sup>

### C. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ke tidak samaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas.<sup>106</sup>

Salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melakukan uji Glejser. Uji Glejser mengusulkan untuk meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Hasil probabilitas dikatakan signifikan jika nilai signifikansinya diatas tingkat kepercayaan 5%.

### H. Uji Hipotesis

#### 1) Analisis Regresi Linear Berganda (Multiple Linear Regression Analysis)

Dalam penelitian ini, untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat menggunakan analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengukur dan mengetahui besarnya hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Analisis ini bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel penelitian dan mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Model yang digunakan dalam regresi berganda untuk melihat pengaruh Akuntansi Manajemen lingkungan, dan strategi bisnis, terhadap Inovasi produk dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

---

<sup>105</sup> Wing W ahyi Winarno, *Analisis Ekonomika dan Statistik dengan EviewS Edisi 5*,(Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2017), 51.

<sup>106</sup> Wing Wahyi Winarno, *Analisis Ekonomika dan Statistik dengan EviewS Edisi 5*,(Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2017), 40

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana:

Y = Inovasi Produk (Debt to Equity Ratio)

$\alpha$  = Bilangan Konstanta

$\beta_{1,2}$ , = Koefisien Regresi

X1 = Akuntansi Manajemen Lingkungan

X2 = Strategi Bisnis

e = Variabel Residual (tingkat kesalahan)

## 2) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui persentase variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). Jika  $R^2$  semakin besar, maka persentase perubahan variabel (Y) yang disebabkan oleh variabel (X) semakin tinggi. Pada penelitian ini koefisien determinasi diinterpretasikan sebagai proporsi dari varian variabel dependen, bahwa variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen sebesar nilai koefisien determinasi tersebut.<sup>107</sup>

## 3) Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Pengujian ini dilakukan untuk melihat pengaruh variabel dependen secara serentak. Uji ini dilakukan untuk membandingkan pada tingkat nilai signifikan dengan nilai  $\alpha$  (5%) pada tingkat derajat 5%. Pengambilan kesimpulannya adalah dengan melihat nilai signifikansi  $\alpha$  (5%) dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika nilai Sig <  $\alpha$ , maka H0 ditolak.
- Jika nilai Sig >  $\alpha$ , maka H0 diterima.<sup>108</sup>

## 4) Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial

---

<sup>107</sup> Sukestiyarno, *Statistika Dasar* (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), 166.

<sup>108</sup> Kadir, *Statistik Terapan, Edisi 2* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), 134.

berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial dengan derajat keabsahan 5%. Pengambilan kesimpulannya adalah dengan melihat nilai signifikansi yang dibandingkan dengan nilai  $\alpha$  (5%) dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika nilai Sig <  $\alpha$ , maka H<sub>0</sub> ditolak.
- Jika nilai Sig >  $\alpha$ , maka H<sub>0</sub> diterima.<sup>109</sup>



---

<sup>109</sup> *Ibid.* 45

## BAB IV

### HASIL ANALISI DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Gambaran Umum Obyek Penelitian

Kabupaten Lampung Barat dengan ibu kota Liwa hasil pemekaran wilayah kabupaten Lampung Utara di bentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 tahun 1991 tentang pembentukan Kabupaten Lampung Barat, yang di undangkan pada tanggal 16 Juli 1991. Secara geografis Kabupaten Lampung Barat wilayah nya terletak antara Koordinat  $40^{\circ} 47' - 50^{\circ} 56' 42''$  dan  $103^{\circ} 35' 08'' - 104^{\circ} 33' 51''$  BT. Luas wilayah Kabupaten Lampung Barat setelah pemekaran daerah otonomi bar Kabupaten Pesisir Barat pada tahun 2013 adalah  $3.368,14 \text{ km}^2$  dari luas wilayah tersebut, 57% di antara nya berupa hutan Kawasan dan hutan lindung, 43% sisa nya merupakan lahan yang dapat di budidayakan antara lain untuk pemukiman, pertanian dll. Wilayah kabupaten Lampung Barat terdiri dari 15 (lima belas) Kecamatan yaitu Kecamatan Sumber Jaya, Way Tenong, Air Hitam, Kebun Tebu, Gedung Surian, Pagar Dewa, Sekincau, Belalau, Batu Ketulis, Suoh, Batu Brak, Balik Bukit, Sukau, dan Lombok Semining. Batas- Batas Wilayah Kabupaten Lampung Barat adalah Sebagai Berikut:

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Pesisir Barat dan Kabupaten OKU Selatan (provinsi Sumatra Selatan);
2. Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Lampung Utara, Kabupaten Way Kanan, Kabupaten Tanggamus, dan Kabupaten Lampung Tengah.
3. Sebelah Selatan berbatasan dengan Selat Sunda dan Kabupaten Tanggamus
4. Sebelah Barat Berbatasan dengan Samudera Hindia

## 2. Deskripsi Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini merupakan UMKM Makanan serta Minuman yang ada di Lampung Barat. Berdasarkan data responden di peroleh distribusi karakteristik responden sebagai berikut :

### a. Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Jenis Kelamin	Frekuensi Responden	Persentase
1.	Perempuan	20	62,5%
2.	Laki-Laki	12	37,5%
Total			100%

Berdasarkan pada tabel 1.4 responden penelitian berjumlah 32 orang dimana pada penelitian ini jumlah responden 20 perempuan dan 12 laki-laki. Hal ini dapat di simpulkan bahwa Sebagian besar responden yang mengisi kuesioner penelitian ini adalah perempuan.

### b. Responden Berdasarkan Status Kepemilikan

Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Status Kepemilikan

	Jenis Kepemilikan	Frekuensi Responden	Persentase
1.	Pemilik	11	30%
2.	Karyawan	21	70%



Total	32	100%
-------	----	------

Berdasarkan pada Tabel 1.5 responden penelitian berjumlah 32 orang dimana pada penelitian ini jumlah Pemilik UMKM sebesar 11 orang dan Karyawan UMKM sebesar 21 orang. Hal ini dapat di simpulkan bahwa Sebagian besar responden yang mengisi kuesioner ini adalah Karyawan UMKM tersebut.

### 3. Uji Kualitas Data

#### a. Uji Validitas

Tabel 4.3 Uji Validasi

Indikator	R hitung	R tabel (30;0,05)	keputusan
AML 1	0,692	0,3494	Valid
AML 2	0,501	0,3494	Valid
AML 3	0,691	0,3494	Valid
AML 4	0,447	0,3494	Valid
AML 5	0,740	0,3494	Valid
AML 6	0,529	0,3494	Valid
AML 7	0,739	0,3494	Valid
AML 8	0,739	0,3494	Valid
SB 1	0,788	0,3494	Valid
SB 2	0,788	0,3494	Valid
SB 3	0,796	0,3494	Valid
SB 4	0,678	0,3494	Valid

SB 5	0,518	0,3494	Valid
IP 1	0,792	0,3494	Valid
IP 2	0,789	0,3494	Valid
IP 3	0,839	0,3494	Valid

Berdasarkan hasil tabel 4.3 diatas maka dapat dilihat bahwa semua item pertanyaan diatas valid karena seluruh item pertanyaan memiliki  $R_{hitung} > r_{tabel}$ . Sehingga dapat disimpulkan semua butir pernyataan dapat diterima atau valid sehingga dapat dilakukan untuk penelitian selanjutnya

#### b. Uji Reabilitas

Tabel 4.4 Uji Realibilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	R Tabel
Akuntansi Manajemen Lingkungan	0,789	0,349
Strategi Produk	0,715	0,349
Inovasi Produk	0,706	0,349

Dari hasil output diatas diperoleh nilai Cronbach's alpha dibandingkan dengan rtabel, Rtabel maka dapat disimpulkan bahwa item-item tersebut reliable. Sementara itu, nilai Cronbach's alpha dibandingkan dengan 0,6. Tetap saja nilai tersebut masih lebih besar, sehingga kesimpulan semua variabel di nyatakan reliabel.

#### 4. Uji Asumsi Klasik

Tabel 4.5 Uji Asumsi Klasik

Normalitas	Heteroskedastisitas		Multikolinieritas	
Asymp.sig 2 Tiled:	Signifikansi:		VIF	
0,151	X1			
	0,211	0,471	1,104	1,104

##### a) Uji Normalitas

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai Asymp.sig 2 Tiled dari pengujian di atas adalah sebesar 0,151 atau 15% hal ini berarti data residual terdistribusi normal karena signifikannya berada di atas 0,05 atau 5%

##### b) Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai Sig masing-masing variabel lebih besar dari 0,05 sehingga sesuai dengan dasar pengambilan keputusan uji Glejser dapat disimpulkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

##### c) Uji Multikolinieritas

Hasil pengujian VIF menunjukkan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai VIF lebih dari 10,00 oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada Multikolinieritas antar variabel dalam model regresi tersebut.

#### 5. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hal ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen

terhadap variabel dependen. Teknik analisis tersebut dilakukan dengan menggunakan program SPSS

Variabel	Koefisien	T statistik	Probabilitas	Keterangan
AML	0,02	3,478	0,00	H1: Diterima
SB	0,00	4,962	0,00	H2: Diterima
<i>R-Squared</i>		0,571		
<i>Adjusted R-Squared</i>		0,541		
F-Statistik		19,273		
Prob (F Statistik)		0,00		

### 1) Uji Parsial (Uji T)

#### a) Hubungan antara Akuntansi Manajemen Lingkungan Terhadap Inovasi Produk

Berdasarkan hasil pengujian yang dapat di lihat pada tabel di atas menunjukkan bahwa Akuntansi Manajemen lingkungan memiliki pengaruh positif dan signifikan Terhadap Inovasi Produk dengan nilai signifikansi 0,02 lebih kecil dari 0,05. Ini dapat di artikan bahwa semakin tinggi penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan Maka akan semakin baik inovasi produk UMKM di Kec.Balik Bukit Kab.Lampung Barat.

#### b) Hubungan antara Strategi Bisnis dan Inovasi Produk

Berdasarkan hasil pengujian yang dapat di lihat pada tabel di atas menunjukkan bahwa Strategi Bisnis memiliki pengaruh positif dan signifikan Terhadap Inovasi Produk dengan nilai signifikansi 0,00 lebih kecil dari 0,05. Ini dapat di artikan bahwa semakin tinggi penerapan Strategi Bisnis Maka akan semakin

baik pula inovasi produk UMKM di Kec.Balik Bukit Kab.Lampung Barat.

2) Uji Simultan (Uji F)

Berdasarkan hasil pengujian yang dapat di lihat pada tabel di atas menunjukkan bahwa Akuntansi Manajmene Lingkungan dan Strategi Bisnis memiliki pengaruh positif dan signifikan Terhadap Inovasi Produk dengan nilai Probabilitas 0,00 lebih kecil dari 0,05. Ini dapat di artikan bahwa semakin tinggi penerapan Akuntanis Manajemen Lingkungan dan Strategi Bisnis Maka akan semakin baik pula inovasi produk UMKM di Kec.Balik Bukit Kab.Lampung Barat.

3) *R-Square* ( $R^2$ )

Berdasarkan pada hasil *R-Square* pada tabel di atas maka menunjukkan nilai  $R^2$  adalah 0,571 artinya artinya variabel X1 dan variabel X2 secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Y sebesar 57,1% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di bahas Dalam penelitian ini.

## B. PEMBAHASAN

### 1) Pengaruh penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan Terhadap Inovasi Produk

Berdasarkan hasil pengujian pada variabel akuntansi manajemen lingkungan menunjukan bahwa variabel akuntansi manajemen lingkungan berpengaruh positif terhadap inovasi produk dan juga dapat di katakan akuntansi manajemen lingkungan berpengaruh secara signifikan Terhadap inovasi produk. Sesuai dengan hipotesis yang telah di ajukan yakni adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel Akuntansi Manajemen Lingkungan Terhadap Inovasi Produk. Hasil menunjukan nilai signifikansi 0,02 lebih kecil dari 0,05 Maka hal tersebut membuktikan bahwa hubungan variabel akuntansi manajemen lingkungan UMKM di Lampung Barat Kec. Balik Bukit bahwa berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Taufik Akmal Fadhilah, Yuni Rosdiana yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan Terhadap Inovasi Perusahaan dan juga Strategi Bisnis berpengaruh Terhadap inovasi perusahaan. Hal ini berarti semakin baik Akuntansi Manajemen Lingkungan maka akan semakin meningkatnya inovasi produk dan juga Ketika sebuah UMKM merespons pasar dengan cepat hal atau isu yang berkaitan dengan kebutuhan pasar.

## **2) Pengaruh Penerapan Strategi Bisnis Terhadap Inovasi Produk.**

Berdasarkan hasil pengujian pada variabel strategi bisnis, menunjukkan bahwa variabel strategi bisnis berpengaruh positif terhadap inovasi produk dan juga dapat dikatakan strategi bisnis berpengaruh secara signifikan. karena hasil penelitian menunjukkan nilai signifikansi 0,00 lebih kecil dari 0,05, Maka hal tersebut membuktikan bahwa hubungan variabel strategi bisnis pada UMKM di Lampung Barat Kec. Balik Bukit berpengaruh terhadap inovasi produk

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Taufik Akmal Fadhilah, Yuni Rosdiana yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan dan Strategi Bisnis Terhadap inovasi perusahaan. Hal ini berarti bahwa penerapan akuntansi manajemen lingkungan memiliki suatu peranan yang penting dan baik untuk memajukan inovasi produk suatu perusahaan ataupun instansi terkait. Dan juga penerapan strategi bisnis dalam suatu perusahaan/UMKM memiliki dampak yang positif dalam inovasi produk. Penerapan strategi bisnis mendorong perusahaan untuk mencari peluang-peluang baru, baik untuk mengembangkan produk baru maupun mempertahankan kedudukan dipasar baru.

### 3) Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Akuntansi Manajemen Lingkungan, Strategi Bisnis, dan Inovasi Produk

Alam semesta di ciptakan Allah SWT sekaligus di pelihara oleh nya serta di atur segala urusannya di dalam nya. Sebagai agama yang komprehensif, islam mendefinisikan hakikat hubungan antara Allah dengan ciptaannya. Pada hakikatnya alam semesta dan manusia telah menjadi satu kesatuan yang tidak dapat di pisahkan. Islam sebagai agama yang universal banyak memberikan gambaran mengenai metode dan menjaga kelestarian lingkungan. Ketidak seimbangan ekosistem yang terdapat di alam semesta ini di sebutkan bahwa ulah manusia itu sendiri yang kurang menyadari keberadaannya sebagai khalifah di muka bumi ini. Terjadinya kerusakan alam, bencana alam, dan gangguan Terhadap makhluk merupakan gejala yang timbul kerusakan lingkungan hidup

Akuntansi Manajemen Lingkungan dalam islam tidak hanya mencerminkan sisi ramah lingkungan, tetapi terdapat nilai spiritual terjadi di dalam nya, dalam melakukan kegiatan usaha UMKM seharusnya menjaga lingkungan agar tetap lestari dan jika menggunakan bahan baku yang terkait dengan lingkungan UMKM harus memikirkan kelestarian lingkungan nya agar bisa di manfaat kan dengan baik, contoh UMKM By Monday yang menggunakan bahan baku daun jeruk untuk pembuatan bumbu basreng dan spicy roll, jika tidak menjaga agar daun jeruk tersebut tetap bertumbuh dengan baik dan menjaga lingkungan nya maka UMKM tersebut akan kehilangan bahan baku untuk pembuatannya dan juga menjaga kebersihan toko dengan cara menyiapkan biaya<sup>2</sup> untuk kebersihan lingkungan karena dalam islam kebersihan adalah Sebagian dari iman.

Strategi dalam islam, strategi adalah cara yang di

lakukan dengan perencanaan yang matang untuk mencapai suatu tujuan. Dalam islam Rasulullah juga pernah menjalan kan strategi-strategi dalam dunia bisnis, ekonomi islam juga menawarkan strategi promosi yang di lakukan untuk menawarkan, menginformasikan, menjual produk atau jasa. Alquran memandang kehidupan manusia sebagai sebuah proses yang berkelanjutan. Manusia harus bekerja bukan hanya untuk meraih kesuksesan di dunia saja melainkan kesuksesan di akhirat. Maka dari itu kita sebagai manusia di haruskan bekerja contoh nya berjualan agar mencapai kesuksesan maka kita harus menerpakan strategi yang matang.





## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan dari hasil analisis penelitian dan pembahasan, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Akuntansi Manajemen Lingkungan dan Strategi Bisnis berpengaruh positif dan signifikan Terhadap inovasi produk. Hal ini menunjukan bahwa Semakin tinggi penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan dan Strategi Bisnis maka akan berdampak positif terhadap UMKM. Dapat di simpulkan bahwa Akuntansi Manajemen Lingkungan dan strategi Bisnis berpengaruh secara parsial Terhadap Inovasi Produk
2. Akuntansi Manajemen Lingkungan dan Strategi Bisnis berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Inovasi Produk. Maka jika suatu UMKM menerapkan Akuntansi Manajemen Lingkungan dan Strategi Bisnis maka akan menjadi penggerak Inovasi Produk pada UMKM tersebut. Maka dapat di simpulkan bahwa Akuntansi Manajemen Lingkungan dan Strategi Bisnis berpengaruh secara simultan Terhadap Inovasi produk.
3. Akuntansi Manajemen Lingkungan dan Strategi Bisnis dalam islam sudah diatur sedemikian rupa di dalam Al-Qur'an, islam mengajarkan kita harus menjaga lingkungan dan juga harus islam mengajarkan agar melakukan strategi dalam melakukan bisnis agar menerapkan strategi yang benar, maka dapat di simpulkan bahwa akuntansi manajemen lingkungan dan strategi bisnis berpengaruh Terhadap inovasi produk dalam perspektif ekonomi islam.

**B. SARAN**

1. Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan dan Strategi Bisnis sangat mempunyai peran penting bagi UMKM. Karena perlu nya penerapan pada entitas bisnis UMKM sebagai suatu sistem yang dapat membantu melakukan pengelolaan terhadap lingkungan karena adanya tekanan dari *Stakeholders* baik dari masyarakat atau pemerintah yang menuntut UMKM lebih peduli terhadap lingkungan.
2. Bagi peneliti, hasil penelitian ini sebagai hasil referensi dan bahan perbandingan juga bahan pertimbangan penelitian sejenis, peneliti selanjut nya sebaik nya menguji variabel lain untuk faktor yang bisa meningkat kan inovasi produk. Dan juga di harapkan penelitian selanjut nya menggunakan sampel yang lebih besar dari penelitian yang sekarang.
3. Bagi masyarakat penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktek



**DAFTAR PUSTAKA****Buku**

- A karim, Adiwarman, *Ekonomi Makro Islam*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.2012.
- Ahmad Mustag, *The Furture of Economics: An Islamic Perspektif*, Asy Syaamil Press & Grafika, .jakarta.2001.
- Ai Siti Farida, *Sistem Ekonomi Indonesia* .Bandung: CV. Pustaka Setia.2011.
- Amerka, Indryani. *Manajemen Inovasi*. Yogyakarta: CV Andi Offet .2013
- Anatan, Lina, and Lena Ellitan. *Supply chain management teori dan aplikasi*. Bandung: Alfabeta .2008.
- Arfan Ikhsan, *Akuntansi Manajemen Lingkungann*. Yogyakarta Graha Ilmu .2009.
- Asyraf Muhammad Dawwabah, *Meneladani Keunggulan Bisnis Rasullulah*. Semarang : Pustaka Nuun. 2008.
- David, Fred R. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.2012.
- Department Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia .2011.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. 2007.
- Etty Indriani, *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.2018.

- Hansen, D.R. dan Mowen, M.M. *Akuntansi Manajerial*. Jakarta :Salemba Empat. 2011.
- Ikhsan, Arfan. *Akuntansi Manajemen Lingkungan. Edisi 1*. Graha Ilmu. Yogyakarta. 2009.
- Imamudin Yuliadi. *Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Lembaga Pengkajian Pengamalan Islam.2001
- International Federation of Accountants (IFAC). *International Guidance Document: Environmenta Management Accounting*. New York, USA. 2005
- Ismail Solihin. *Pengantar Manajemen*, Jakarta: Erlangga.2009.
- Johan Arifin. *Etika Bisnis Islam*, Semarang : Walisongo Press.2009.
- Kadir, *Statistik Terapan Edisi 2*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.2016.
- Lena Elitan dan Lina Anatan. *Manajemen Inovasi*. Bandung: alfabeta.2009.
- M. Pabundu Tika. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara. 2006.
- Mudrajad, Kuncoro. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta : Erlangga. 2005.
- Oekan Abdullah dan Dede Mulayanto, *isu-isu Pembangunan : Pengantar Teoretis* .Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.2019.
- Panji Anoraga. *Ekonomi Islam Kajian Makro Dan Mikro*. Yogyakarta : Dwi Chandra Wacana. 2010.
- Rama Kertamukti. *Strategi Kreatif Dalam Periklanan Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2015.

- Sandu Siyoto and M. Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing .2015.
- Sastro Wahdino. *Ekonomi Makro Dan Mikro Islam*. Jakarta : PT Dwi Chandra Wacan.2001.
- Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Ekperimen*. Yogyakarta: Deepublish. 2020.
- Arikunto, Suharsimi, *Metode penelitian pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.2006.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D*. Jakarta: Alfabeta.2013.
- Sukestiyarno. *Statistika Dasar*, Yogyakarta: Andi Offset. 2014.
- Syahrum and Salim. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media. 2012.
- Tulus T. H, Tambunan. *UMKM Di Indonesia*, Bogor : Ghaha Indonesia. 2009.
- Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008 Bab 4 Pasal 6 Tentang Usaha Mikro Kecil Dan Menengah
- V.Wiratna Sujarweni. *Metodelogi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta:Pustaka Baru Pers.2015.
- Veithazal Rival. *Islam Marketing*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama. 2012.
- Wing W ahyi Winarno, *Analisis Ekonomika dan Statistik dengan EviewS .Edisi 5*.Yogyakarta: UPP STIM YKPN.2017.

Wulan Ayodya. *Strategi UMKM Memasuki Era Digital 4.0*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo. 2019.

## **JURNAL**

Al Farisi, Salman, and Muhammad Iqbal Fasa. "Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat." *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah* 9.1 (2022): 73-84.

Arifah, D. A., and M. Ja'far. "Pengaruh dorongan manajemen lingkungan, proaktif dan kinerja lingkungan publik environ reporting." *Proceeding SNA* 9 (2006): 1-30.

Contrafatto, Massimo, et al. "Understanding power-related strategies and initiatives: The case of the European Commission Green Paper on CSR." *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 33.3 (2020): 559-587.

Darus, Faizah, et al. "Corporate social responsibility towards the community: evidence from Islamic financial institutions in Malaysia." *International Journal of Green Economics* 8.3-4 (2014): 273-287

Debnath, Pranesh. "Assaying the impact of firm's growth and performance on earnings management: An empirical observation of Indian economy." *International Journal* 30 (2017).

Deegan, Craig. "Introduction: The legitimising effect of social and environmental disclosures—a theoretical foundation." *Accounting, auditing & accountability journal* 15.3 (2002): 282-311

Desi Anggraini Manik dan Pratiwi Indah Sari, "Penggunaan Analisis Swot Dalam Mengembangkan Keterampilan Dan Potensi Usaha Dodol Nanas Kecamatan Sungai Gelam Muaro Jambi,"

Scientific Journals of Economic Education 4, no. 1 (April 2020):

Dewi, Retno Mustika, Annisa Fatimah, And Nurafni Eltivia. "Keterlibatan Akuntansi Manajemen Lingkungan Dan Strategi Operasi Terhadap Inovasi Proses Produksi." *Jurnal Akuntansi Indonesia* 16.1 (2020): 52-59.

Eltivia, dkk. (2020). Keterlibatan Akuntansi Manajemen Lingkungan dan Strategi Operasi Terhadap Inovasi Proses Produksi. *Jurnal Akuntansi Indonesia*, ISSN 2614-2252, 16(1)

Everet M .”Rongers.Diffusions of Innovations. London: The Free Press”. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, Vol.5 No.2. (2003): 217-227

Fadhilah, Taufik Akmal, and Yuni Rosdiana. "Pengaruh Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan dan Strategi Bisnis terhadap Inovasi Perusahaan." *Bandung Conference Series: Accountancy*. Vol. 2. No. 1. 2022.

Fauzi, Heri Lutfi. *Pengaruh Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan Dan Inovasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pabrik Kecap Pt. Kenari Surabaya*. Diss. Stie Mahardhika Surabaya, 2020.

Febrianty dan Rosdiana. Pengaruh Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan dan Strategi Operasi terhadap Inovasi Produk. *Prosiding Akuntansi*, (2020) 594–598.

Gray, Rob, Reza Kouhy, and Simon Lavers. "Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure." *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 8.2 (1995): 47-77.

Hussain, Mostaque, and A. Gunasekaran. "An institutional perspective of non- financial management accounting measures: a review

of the financial services industry." *Managerial Auditing Journal* (2002).

Klein, Katherine J., and Joann Speer Sorra. "The challenge of innovation implementation." *Academy of management review* 21.4 (1996): 1055-1080.

Lestari, Rini, and Lesi Hertati. "Bagaimana pengaruh strategi bisnis, kekuatan produk terhadap kualitas sistem informasi akuntansi manajemen: studi kasus pada usaha kecil dan menengah di Indonesia." *Kajian Akuntansi* 21.1 (2020): 01-16.

Lukas, Bryan A., and Orville C. Ferrell. "The effect of market orientation on product innovation." *Journal of the academy of marketing science* 28.2 (2000): 239-247.

Mahendra, Prasetya Tri. "Improve customer satisfaction through product innovation in social media." *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)* 4.3 (2021): 3719-3729.

Maskarto Lucky Nara Rosmadi, "Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19", No. 1-4 Vol 1

Myers, Linda A., Jaime Schmidt, and Michael Wilkins. "An investigation of recent changes in going concern reporting decisions among Big N and non-Big N auditors." *Review of Quantitative Finance and Accounting* 43 (2014): 155-172.

Perwiranegara, Abdul Haris. "Pengaruh Orientasi Kepemimpinan Pasar dan Strategi Inovasi terhadap Kinerja UKM (Studi pada UKM Kerajinan Bubut Kayu Kota Blitar)." *Jurnal Aplikasi Manajemen* 13.1 (2015): 77-89.



- Rahim, Syamsuri, and Sari Fatimah Mus. "Aktualisasi Ajaran Islam dalam Praktik Akuntansi Lingkungan." *Jurnal Akuntansi Multiparadigma* 11.3 (2020): 683-700.
- Rochim, Rochim, and Nunung Ghoniyah. "Analysis on the effect of current ratio, cashflow from operation to debt, firm size and return on equity on stock return." *IJIBE (International Journal of Islamic Business Ethics)* 2.3 (2017): 41-51.
- Rosilawati, Weny, et al. "The Application Of Green Accounting On Stock Activityin Islamic Prespective." *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 5.01 (2021): 115-128.
- Sari, Nadya, and Rilla Gantino. "Peran Akuntansi Manajemen Lingkungan dalam Memediasi Inovasi Ramah Lingkungan pada Nilai Perusahaan Terhadap Perusahaan di BEI." *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi* 6.3 (2022): 2377-2389.
- Siti, Syamsul Hilal, and Hanif Hanif. "Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Provinsi Lampung dengan Halal Supply Chain Sebagai Variabel Moderasi." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8.3 (2022): 3442-3458.
- Sudaryanto, Sudaryanto. "The need for ICT-education for managers or agribusinessman to increasing farm income: Study of Factor Influences On Computer Adoption in East Java On-Farm Agribusiness." *International Journal of Education and Development Using ICT* 7.1 (2011): 56-67.
- Suparman, Agus Nurulsyam, and Erlan Suwarlan. "Strategi Pemerintah Desa Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Desa Di Desa Sukaresik Kecamatan Sidamulih Kabupaten Pangandaran." (2022).

Susilo, Y. "Strategi meningkatkan daya saing UMKM dalam menghadapi implementasi CAFTA dan MEA." *Buletin Ekonomi* (2012).

Utami, Agustin Dyah, and Ramadian Agus Triyono. "Pemanfaatan Blackberry sebagai sarana komunikasi dan penjualan batik online dengan sistem dropship di batik Solo 85." *Speed-Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi* 3.3 (2013).

Veithzal Rivai, Amiur Nuruddin, Faisar Ananda Arfa. *Islamic Bisnis and Aconomic Ethics Mengacu pada Al-Qur'an dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW dalam Bisnis, Keuangan, dan Ekonomi*, Jakarta: Bumi Aksara, 2012

Witono, Banu. "Peran Pengetahuan Pajak Pada Kepatuhan Wajib Pajak." *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia* 7.2 (2016): 196-208.

Yuliana, Yuliana, and Rahmat Hidayat. "Pengaruh Harga Dan Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan" *eProceedings of Applied Science* 4.3 (2018).

## WEBSITE

Arianti. 2012. *Tujuan inovasi produk.*  
([www.scribd.com/doc/90920422/inovasi-dan-produkbaru.com](http://www.scribd.com/doc/90920422/inovasi-dan-produkbaru.com))  
( Di akses pada 20 Des 2022)

<https://databoks.katadata.co.id>

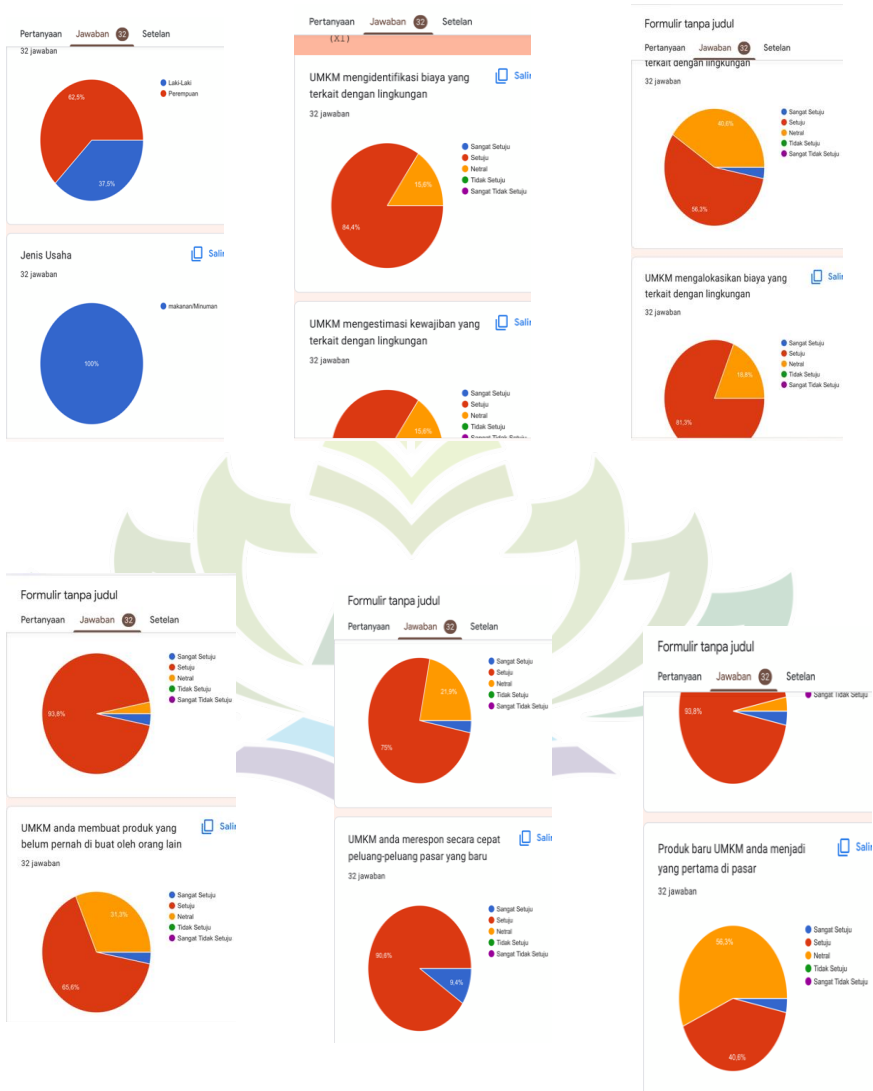
<https://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/58598/1105-walls.pdf;sequence=1>) (di akses pada 2 Desember 2022)

<https://dlh.bulelengkab.go.id/informasi/detail/artikel/masalah-lingkungan-hidup-di-indonesia-dan-dunia-saat-ini-15>

sindonews.com

Badan Pusat Statistik Nasional 2017

# Lampiran 1: Penyebaran Kuesioner



## Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian

Perkenankanlah penulis meminta kesediaan Bapak/Bu, Saudara/I, untuk berpartisipasi dalam mengisi dan menjawab seluruh pernyataan yang ada dalam kuesioner ini. Penelitian ini digunakan untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi, dengan judul “Pengaruh Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan Dan Strategi Bisnis Terhadap Inovasi Produk Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Umkm Lampung Barat Kec. Balik Bukit) ”. Untuk itu diharapkan para responden dapat memberikan jawaban yang sebenar-benarnya demi membantu penelitian ini. Atas waktu dan kesediaannya saya ucapkan terima kasih, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua.



### I. Petunjuk Pengisian Kuesioner

- a. Isilah data pribadi Anda
- b. Bacalah dengan teliti setiap pertanyaan dan pernyataan, kemudian jawablah yang paling sesuai dengan keadaan dan pendapat Anda
- c. Berilah tanda centang (  $\checkmark$  ) pada pilihan jawaban yang Anda kehendaki pada jawaban yang telah tersedia :

	Pernyataan	Kode	Skor
4.	Sangat Setuju	SS	5
5.	Setuju	S	4
6.	Netral	N	3
7.	Tidak Setuju	TS	2
8.	Sangat Tidak Setuju	STS	1

### II. Identitas Responden

Nama /Usia :  
 Jenis Kelamin :  
 Jenis Usaha :  
 Status Kepemilikan :  
 Nama UMKM :

### III. Pertanyaan Untuk Akuntansi Manajemen Lingkungan

No.	Pernyataan	Jawaban Responden				

Biaya Pencegahan					
1.	UMKM mengidentifikasi Biaya Yang terkait dengan Lingkungan				
2.	UMKM Mengestimasi Kewajiban yang terkait dengan Lingkungan				
Biaya Deteksi Lingkungan					
3.	UMKM mengklasifikasi biaya yang terkait dengan lingkungan				
4.	UMKM mengalokasikan biaya yang terkait dengan lingkungan				
Biaya Kegagalan Internal Lingkungan					
5.	UMKM mengalokasikan biaya yang terkait dengan lingkungan terhadap proses produksi				
6.	Penciptaan dan Penggunaan akun biaya yang terkait dengan lingkungan				
Biaya kegagalan eksternal lingkungan					
7.	UMKM menganalisis dampak produk (Misalnya, melakukan taksiran dampak lingkungan dari produk yang di buat)				
8.	UMKM menganalisis peningkatan produk (Misalnya, melakukan identifikasi peluang terhadap pengurangan dampak lingkungan)				

Perspektif Ekonomi Islam

skripsi pendapat Anda mengenai Akuntansi Manajemen lingkungan dalam perspektif ekonomi islam

**iv. Strategi Bisnis**

No.	Pernyataan	Jawaban Responden				
Penciptaan Unik dari Desai Produk						
1.	UMKM Anda Menciptakan ide produk baru yang belum pernah di buat oleh orang lain					
2.	UMKM Mencari peluang baru yang belum pernah di buat oleh orang lain					
Produk Kompetitif						
4.	UMKM membuat produk yang belum pernah di buat oleh orang lain					
5	UMKM menawarkan produk baru yang belum pernah di buat oleh orang lain					
Strategi Pasar Produk						

6.	UMKM merespons secara cepat peluang pasar yang baru, agar penjualan bisa meningkat						
----	--	--	--	--	--	--	--

<p><b>Perspektif Ekonomi Islam</b></p> <p>Deskripsikan pendapat Anda tentang Strategi Bisnis berdasarkan perspektif ekonomi islam</p>
---

#### v. Inovasi Produk

Pernyataan	Jawaban Responden				
<b>Kualitas Produk</b>					
Selama setahun terakhir UMKM Anda telah melakukan perubahan Terhadap produk yang telah ada					
<b>Varian Produk</b>					
Selama setahun terakhir UMKM Anda telah memperkenalkan produk baru					
<b>Gaya dan desain produk</b>					



	Produk baru Anda menjadi yang pertama di pasar					
--	--	--	--	--	--	--

### Perspektif Ekonomi Islam

Deskripsikan pendapat Anda tentang Inovasi Produk berdasarkan perspektif ekonomi islam



## Lampiran 3: Jawaban Kuesioner Responden

## ➤ Akuntansi Manajemen Lingkungan (X1)

X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8
4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	3	4	3	3	4	4
4	4	4	3	3	3	3	3
4	4	3	4	3	3	3	3
4	4	4	4	3	3	3	3
4	4	4	3	3	3	3	3
4	4	3	4	3	3	3	3
4	4	3	4	3	3	3	3
4	4	4	4	3	3	3	3
4	4	3	4	3	3	3	3
3	4	3	4	3	3	3	3
4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4

4	4	3	4	3	3	3	3
4	4	4	4	3	3	4	4
4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	3	4	3	3
4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	3	4	3	3
3	3	3	3	3	4	3	3
4	4	3	4	3	4	3	3
3	3	3	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3

➤ S  
t  
r  
a  
t  
e  
g  
i  
B  
i  
s  
n  
i  
s  
(

X2)

X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5
4	4	3	4	4
4	4	3	4	4
4	4	3	4	4

4	4	3	3	5
4	4	4	3	4
4	4	3	3	4
4	4	3	3	4
4	4	3	3	4
4	4	3	4	4
4	4	4	3	4
3	3	3	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	3	4
4	4	4	4	4



4	4	3
4	4	4
5	4	4
4	4	4
4	4	4
4	4	4
5	5	5
4	4	4
4	4	4
4	4	4
4	4	3
4	4	4
4	3	3
4	4	4
4	4	4
4	4	4
4	4	4
4	4	3
4	4	3
4	4	4
4	4	4
3	3	3

## Lampiran 4: Hasil Uji Validitas

		Correlations									
		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	X1	
X1_1	Pearson Correlation	1	.763**	.494**	.455**	.356*	.130	.269	.269	.692**	
	Sig. (2-tailed)		.000	.004	.009	.046	.477	.136	.136	.000	
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
X1_2	Pearson Correlation	.763**	1	.336	.455**	.181	-.051	.078	.078	.602**	
	Sig. (2-tailed)	.000		.060	.009	.322	.782	.672	.672	.003	
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
X1_3	Pearson Correlation	.494**	.336	1	.110	.569**	.257	.303	.303	.691**	
	Sig. (2-tailed)	.004	.060		.648	.001	.156	.092	.092	.000	
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
X1_4	Pearson Correlation	.455**	.455**	.110	1	.234	.011	.122	.122	.447*	
	Sig. (2-tailed)	.009	.009	.548		.197	.954	.504	.504	.010	
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
X1_5	Pearson Correlation	.356*	.181	.569**	.234	1	.339	.473**	.473**	.740**	
	Sig. (2-tailed)	.046	.322	.001	.197		.058	.006	.006	.000	
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
X1_6	Pearson Correlation	.130	-.051	.257	.011	.339	1	.425*	.425*	.629**	
	Sig. (2-tailed)	.477	.782	.156	.954	.058		.015	.015	.002	
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
X1_7	Pearson Correlation	.269	.078	.303	.122	.473**	.425*	1	1.000**	.739**	
	Sig. (2-tailed)	.136	.672	.092	.504	.006	.015		.000	.000	
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
X1_8	Pearson Correlation	.269	.078	.303	.122	.473**	.425*	1.000**	1	.739**	
	Sig. (2-tailed)	.136	.672	.092	.504	.006	.015	.000		.000	
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
X1	Pearson Correlation	.692**	.502**	.691**	.447*	.740**	.529**	.739**	.739**	1	
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.010	.000	.002	.000	.000	.000	
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



		Correlations					
		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2
X2_1	Pearson Correlation	1	1.000**	.486**	.270	.429*	.788**
	Sig. (2-tailed)		.000	.005	.136	.014	.000
	N	32	32	32	32	32	32
X2_2	Pearson Correlation	1.000**	1	.486**	.270	.429*	.788**
	Sig. (2-tailed)	.000		.005	.136	.014	.000
	N	32	32	32	32	32	32
X2_3	Pearson Correlation	.486**	.486**	1	.434*	.176	.796**
	Sig. (2-tailed)	.005	.005		.013	.336	.000
	N	32	32	32	32	32	32
X2_4	Pearson Correlation	.270	.270	.434*	1	.130	.678**
	Sig. (2-tailed)	.136	.136	.013		.478	.000
	N	32	32	32	32	32	32
X2_5	Pearson Correlation	.429*	.429*	.176	.130	1	.518**
	Sig. (2-tailed)	.014	.014	.336	.478		.002
	N	32	32	32	32	32	32
X2	Pearson Correlation	.788**	.788**	.796**	.678**	.518**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.002	.000
	N	32	32	32	32	32	32

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

		Correlations			
		Y_1	Y_2	Y_3	Y
Y_1	Pearson Correlation	1	.684**	.450**	.792**
	Sig. (2-tailed)		<.001	.010	<.001
	N	32	32	32	32
Y_2	Pearson Correlation	.684**	1	.473**	.798**
	Sig. (2-tailed)	<.001		.006	<.001
	N	32	32	32	32
Y_3	Pearson Correlation	.450**	.473**	1	.839**
	Sig. (2-tailed)	.010	.006		<.001
	N	32	32	32	32
Y	Pearson Correlation	.792**	.798**	.839**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	
	N	32	32	32	32

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 5: Hasil Uji Reabilitas

Lampiran 5: Hasil Uji Reabilitas

Reliability Statistics		Reliability Statistics		Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items	Cronbach's Alpha	N of Items	Cronbach's Alpha	N of Items
.715	5	.789	8	.706	3

Lampiran 6 : Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		32
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.64424387
Most Extreme Differences	Absolute	.134
	Positive	.087
	Negative	-.134
Test Statistic		.134
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.151
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.	.144
	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	.135
	Upper Bound	.153

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.

2. Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Coefficients <sup>a</sup>			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	-1.270	2.065		-.615	.543		
X1	.156	.055	.364	2.846	.008	.905	1.104
X2	.427	.098	.559	4.375	<.001	.905	1.104

a. Dependent Variable: Y

3. Uji Heteroskedasitas

Model	Unstandardized Coefficients		Coefficients <sup>a</sup>		
	B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1 (Constant)	.855	1.351		.633	.532
X1	-.046	.036	-.242	-1.278	.211
X2	.047	.064	.138	.730	.471

a. Dependent Variable: res2



## Lampiran 7 Hasil Pengujian Hipotesis

### 1. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.508	1	13.508	24.617	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	16.461	30	.549		
	Total	29.969	31			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2

### 2. Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.013	1.880		2.666	.012
	X1	.229	.066	.536	3.478	.002

a. Dependent Variable: Y

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.481	2.030		.729	.471
	X2	.512	.103	.671	4.962	<.001

a. Dependent Variable: Y

### 3. Uji R<sup>2</sup>

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.755 <sup>a</sup>	.571	.541	.666

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y





**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**  
**PUSAT PERPUSTAKAAN**

Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame I, Bandar Lampung 35131  
Telp. (0721) 780887-74531 Fax. 780422 Website: [www.radenintan.ac.id](http://www.radenintan.ac.id)

**SURAT KETERANGAN**

Nomor: B- 7076/Un.16 / P1 /KT/II/ 2023

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Dr. Ahmad Zarkasi, M.Sos. I  
NIP : 197308291998031003  
Jabatan : Kepala Pusat Perpustakaan UIN Raden Intan Lampung

Menerangkan Bahwa Skripsi Dengan Judul :

**PENGARUH PENERAPAN AKUNTANSI MANAJEMEN LINGKUNGAN DAN  
STRATEGI BISNIS TERHADAP INOVASI PRODUK DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
(Studi Pada UMKM di Lampung Barat Kec Balik Bukit)**

Karya :

NAMA	NPM	FAK/PRODI
GITA ROPELYA PUTRI	1951030266	FEBI/ AKS

Bebas plagiasi dengan hasil pemeriksaan kemiripan sebesar 19 % dan dinyatakan *Lulus* dengan bukti terlampir dan dinyatakan *Lulus* dengan bukti terlampir.

Demikian Keterangan ini kami buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Bandar Lampung, 06 Februari 2023  
Kepala Pusat Perpustakaan



Ket:

1. Surat Keterangan Cek Turnitin ini Legal & Sah, dengan Stempel Asli Pusat Perpustakaan.
2. Surat Keterangan ini Dapat Digunakan Untuk Repository
3. Lampirkan Surat Keterangan Lulus Turnitin & Rincian Hasil Cek Turnitin ini di Bagian Lampiran Skripsi Untuk Salah Satu Syarat Penyebaran di Pusat Perpustakaan.



PENGARUH PENERAPAN AKUNTANSI MANAJEMEN LINGKUNGAN DAN STRATEGI BISNIS TERHADAP INOVASI PRODUK DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada UMKM di Lampung Barat Kec Balik Bukit)

ORIGINALITY REPORT

19%	%	12%	15%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	MUKHLISHOTUL JANNAH. "STRATEGI INOVASI PRODUK DALAM MENCAPAI KEUNGGULAN KOMPETITIF", ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam, 2014 Publication	2%
2	Bahtiar Effendi. "Pengaruh Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan di Indonesia", Owner, 2021 Publication	2%
3	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	2%
4	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	2%
5	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1%
6	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	1%

7	Submitted to iGroup Student Paper	1 %
8	Suryono Elfahmi, Grahita Chandrarin, Abdul Manan. "The influence of external environment, internal environment, and motivation on competitiveness through the product innovation of Lasem <i>Batik Tulis</i> SMEs in Indonesia", International Journal of Business Innovation and Research, 2021 Publication	1 %
9	Submitted to Politeknik Negeri Jakarta Student Paper	1 %
10	Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya Student Paper	1 %
11	Nike Apriyanti, Harisriwijayanti Harisriwijayanti, Rany Fitriany. "SOSIALISASI STRATEGI PEMASARAN UMKM DENGAN PERILAKU INOVATIF DAN TEKNOLOGI DI MASA PANDEMI COVID 19", Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2022 Publication	1 %
12	Submitted to Ajou University Graduate School Student Paper	1 %
13	Suharyono Suharyono. "PENGARUH KESADARAN WAJIB PAJAK DAN	1 %

PENGETAHUAN PERPAJAKAN TERHADAP  
KEPATUHAN WAJIB PAJAK DALAM MEMBAYAR  
PAJAK BUMI DAN BANGUNAN DI KABUPATEN  
BENGKALIS", Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis,  
2019

Publication

- 
- |    |  |      |
|----|--|------|
| 14 | Submitted to UIN Walisongo<br>Student Paper  | <1 % |
| 15 | Submitted to Universitas Sultan Ageng<br>Tirtayasa<br>Student Paper  | <1 % |
| 16 | Submitted to Universitas Nahdlatul Ulama<br>Surabaya<br>Student Paper  | <1 % |
| 17 | Nadia Nurul Hasanah, Titik Agus<br>Setiyaningsih. "Environmental Accounting,<br>Strategy, Sustainability Development Goals<br>and Process Innovation", KnE Social Sciences,<br>2019<br>Publication | <1 % |
| 18 | Rousdy Safari Tamba. "INTEGRASI PERAN<br>PENDIDIKAN TINGGI DALAM PENGUATAN<br>SEKTOR UMKM", Majalah Ilmiah Bijak, 2018<br>Publication  | <1 % |
- 

Exclude quotes

On

Exclude matches

< 5 words

