**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang Penelitian**

Kesehatan merupakan faktor yang sangat penting dalam menunjang aktivitas manusia. Menurut *World Health Organization* (WHO) kesehatan adalah suatu keadaan sehat yang utuh secara fisik, mental, dan sosial serta bukan hanya merupakan bebas dari penyakit. Salah satu cara menjaga agar tubuh tetap dalam keadaan sehat adalah dengan gaya hidup yang bersih dan sehat.

Investasi kesehatan berperan penting dalam pembangunan ekonomi. Pada tingkat mikro, yaitu pada tingkat individual dan keluarga, kesehatan adalah dasar bagi produktivitas kerja. Tenaga kerja yang sehat akan berdampak terhadap kualitas pekerjaan yang dihasilkan. Pada tingkat makro, penduduk dengan tingkat kesehatan yang baik merupakan masukan penting untuk menurunkan kemiskinan, pertumbuhan ekonomi, dan pembangunan ekonomi jangka panjang.

Kesehatan mempunyai peranan ekonomi yang sangat kuat terhadap sumber daya manusia dan modal perusahaan. Kesehataan yang buruk akan memberikan pengaruh buruk terhadap pertumbuhan ekonomi. Penyebaran penyakit infeksi masih menjadi bagian dari beban kesehatan masyarakat hingga saat ini. Masalah kesehatan yang ada sangat terkait dengan industri farmasi. Berbagai upaya untuk dilakukan baik dengan intervensi pengobatan maupun dengan upaya promotif dan preventif. Salah satu langkah preventif yang penting dilakukan adalah imunisasi. Hal inilah yang menyebabkan bisnis farmasi berkembang dengan sangat cepat, salah satunya yaitu PT Bio Farma.

PT Bio Farma merupakan satu-satunya BUMN yang memproduksi vaksin untuk kebutuhan imunisasi nasional dan dunia. Vaksin dan antisera merupakan salah satu produk farmasi yang memiliki manfaat yang sangat besar bagi manusia, terutama dalam pencegahan terhadap berbagai penyakit yang dapat menyebabkan kematian yang ditimbulkan oleh virus dan bakteri. Berbagai penyakit tersebut campak, polio, difteri, dan tetanus pada manusia telah berhasil diatasi dengan adanya vaksin yang mampu memberikan antibodi terhadap penyakit-penyakit tersebut.

Vaksin adalah suatu kuman (bakteri/virus) yang sudah dilemahkan yang kemudian dimasukkan ke dalam tubuh seseorang untuk membentuk kekebalan tubuh (imunitas) secara aktif. Cara memasukkannya bisa dengan disuntik ataupun dengan oral (diteteskan). Sedangkan serum adalah suatu cairan tubuh yang mengandung sistem kekebalan terhadap suatu kuman yang apabila dimasukkan ke dalam tubuh seseorang, maka orang tersebut akan mempunyai kekebalan terhadap kuman yang sama (imunitas pasif). Perbedaan vaksin dan serum sudah terlihat jelas dari fungsinya. Fungsi utama vaksin adalah untuk pencegahan terhadap suatu penyakit yang diakibatkan oleh kuman. Sedangkan serum berfungsi untuk mengobati suatu penyakit yang diakibatkan oleh kuman.

Di dalam negeri, Bio Farma merupakan satu-satunya produsen vaksin di Indonesia yang memiliki pesaing-pesaing berupa perusahaan produsen vaksin *multi-national company* (MNC) yang mempunyai agen di Indonesia. Namun, saat ini, perusahaan masih mensuplai 100% kebutuhan vaksin pemerintah untuk program imunisasi nasional karena produsen multinasional belum mampu memenuhi seluruh jenis vaksin dan harganya relatif mahal. Sehingga, sepanjang produknya kompetitif (*cost leadership*) dan perusahaan mampu mensuplai seluruh kebutuhan pemerintah serta mampu mendistribusikan vaksin ke seluruh Indonesia dengan tepat waktu maka intensitas persaingan di dalam negeri untuk produk vaksin ini tidak terlalu ketat.

Sedangkan di pasar global, saat ini dikuasai lima kompetitor utama dari perusahaan negara-negara maju, yaitu : Sanofi Pasteur, GlaxoSmithKline, Merck & Co, Pfizer, dan Novartis. Nilai pangsa pasar atau *market share* vaksin global tahun 2011 bernilai 17 miliar euro dan kelima perusahaan ini menguasai 79% dari pangsa pasar vaksin global padahal populasi penduduknya hanya 15% dan beban penyakit / *burden desease* (BoD) 93%, sisa nya diperebutkan oleh produsen-produsen vaksin dari negara-negara berkembang termasuk Bio Farma dengan notabene populasi penduduknya 85% dan beban penyakit / *burden desease* (BoD) 93% namun pangsa pasarnya hanya 18%.



Gambar 1.1 *Worldwide Vaccine Market Share*

Sumber : WHO (2013)

Sehingga, Bio Farma harus bersaing di pasar global dengan kelima perusahaan MNC di atas dan produsen vaksin dari negara-negara berkembang lainnya terutama yang sudah mendapat prakualifikasi WHO, seperti *Serum* *Institute of India*, *Shanta Biotechnics, Biologicals E*, ketiganya dari India, dan GPO-MBP dari Thailand. Tahun 2010 saja sudah ada 50 perusahaan vaksin baru di dunia yang produknya telah diakui oleh WHO (WHO-IVB-QSS, September 2010). Dan diperkirakan dalam beberapa tahun mendatang ancaman persaingan akan muncul juga produsen-produsen vaksin yang berasal dari China yang sedang proses untuk mendapatkan prakualifikasi WHO.

Selain itu, akhir-akhir ini, banyak produsen vaksin multinasional yang melakukan ekspansi dengan mengakuisisi dengan produsen vaksin kelompok kecil dengan tujuan untuk mendekati pasar, seperti Chiron diakuisisi oleh Novartis, Wyeth oleh Pfizer, Berna Crucell oleh Johnson and Johnson, dan Shanta oleh Sanofi-Pasteur. Dengan demikian produsen vaksin kelompok kecil seperti Bio Farma harus berhadapan juga dengan produsen vaksin kelompok besar.

Bio Farma juga harus berhadapan dengan regulasi WHO yang menetapkan bahwa pada Januari 2018 akan memulai program eradikasi polio, dengan konsekuensi peralihan penggunaan OPV atau vaksin polio melalui oral ke IPV atau vaksin polio dengan injeksi, sementara Bio Farma sebagian besar pendapatannya (60%) dari menjual OPV baik dalam bentuk bulk (bahan baku) maupun *finished product*. Hal ini merupakan salah satu perubahan lingkungan bisnis yang akan berdampak pada pendapatan Bio Farma. Sehingga Bio Farma harus melakukan reformulasi strategi untuk mengurangi dan menghindari dampak perubahan lingkungan bisnis tersebut sesuai dengan kapabilitas, sumber daya, kompetensi, *expertise*-nya.

Selain regulasi, PT Bio Farma pun dihadapkan tantangan pada pertengahan tahun 2016 yang dihebohkan dengan adanya vaksin palsu yang beredar di masyarakat. Kasus pemalsuan vaksin palsu ini bermula adanya keluhan dari masyarakat yang mengaku balita mereka tetap sakit meski sudah divaksin. Menteri Kesehatan Nila Djuwita Moeloek memaparkan adanya kecurigaan karena adanya kelangkaan vaksin tertentu di pasar yang bukan merupakan vaksin program pemerintah. Kemudian ditemukan vaksin nonprogram pemerintah dengan harga murah. Lalu dimulai ketika ditemukan adanya pengumpulan dari botol bekas di tiga rumah sakit yang nantinya botol tersebut diisi oleh vaksin palsu. Namun PT Bio Farma memastikan bahwa tidak ada vaksin Bio farma yang dipalsukan, tetapi serum yang dipalsukan yakni serum anti tetanus (BIOSAT), serum anti bisa ular (BIOSAVE) dan Tuberculin PPD. (liputan6.com)

Wahana Lingkungan Hidup (Walhi) Jawa Barat menilai PT Bio Farma lalai dalam pengelolaan limbah botol. Bahkan dianggap melanggar Undang-Undang No.18 tahun 2008 tentang pengelolahan sampah. Menurutnya perlu ada penindakan atas kelalaian dari PT Bio Farma. Dalam undang-undang tersebut pengelolaan limbah klinis harus dipecahkan. Kepala Divisi Corporate Secretary PT Bio Farma, Rahman Rustan, mengatakan bahwa limbah biofarma sudah ditangani dengan baik, namun terkadang pada tingkat Puskesmas penangan masih belum teratasi. Beliau mengatakan memang belum adanya pengamanan yang ketat.

Seperti telah disinggung sedikit di atas bahwa lingkungan persaingan bisnis ke depan akan semakin kompetitif dengan hadirnya produsen vaksin dari China dan Vietnam dan diakuisisinya beberapa perusahaan vaksin oleh perusahaan multinasional. Sehingga Bio Farma perlu waspada agar pelanggan terbesar di sektor dalam negeri dan luar negeri tidak berpaling ke produsen lainnya, dengan menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan, kualitas vaksin, ketepatan pengiriman serta mendeferensiasi poduknya sebagai keunggulan bersaing-nya.

Selain persaingan global, tantangan terbesar lainnya bagi Bio Farma yakni pada pola penyebaran penyakit itu sendiri, dimana di negara berkembang berbeda dengan negara maju, sehingga masing-masing memiliki kebutuhan vaksin yang berbeda. Karena itu, industri vaksin memiliki ketergantungan yang sangat besar terhadap riset dan pengembangan produk. Namun sayangnya, riset yang terkait dengan bidang bioteknologi khususnya vaksin dan bahan baku obat yang berbasis bioteknologi masih belum terintegrasi.

Selain itu, PT Bio Farma sebagai perusahaan yang menerapkan akuntansi manajemen lingkungan (PROPER) dihadapkan dengan tantangan untuk mengelola limbah botol karena, pengelolaan limbah botol yang belum optimal dapat dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab untuk memalsukan vaksin/serum, yaitu dengan cara memanfaatkan botol bekas.

Adanya fakta permasalahan diatas yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur di Indonesia menyebabkan sebuah lingkungan bisnis harus mampu mempertahankan proses bisnisnya sehingga perusahaan harus menerapkan strategi yang sesuai demi tercapainya *going concern* perusahaan serta menetapkan kebijakan yang berfokus pada hal-hal yang cenderung berhubungan dengan dampak langsung dari proses bisnis oleh suatu perusahaan seperti membersihkan polusi yang ada dan mencoba untuk mengurangi polusi dari sumber titik pembuangan, kemudian strategi manajemen berpindah ke arah modifikasi proses-proses produksi sehingga dapat meminimalkan jumlah polusi yang dihasilkan (Purwanto, 2007).

Penerapan akuntansi manajemen lingkungan dapat memberikan informasi kepada manajer dalam mengidentifikasi biaya-biaya lingkungan yang sering disembunyikan dalam sistem akuntansi umum (Ikhsan 2009; 30). Banyaknya perusahaan industri dan jasa besar dunia yang kini menerapkan akuntansi lingkungan tujuannya adalah meningkatkan efisiensi pengelolaan lingkungan dengan melakukan penilaian kegiatan lingkungan dari sudut pandang biaya *(environmental costs)* dan manfaat atau efek *(economic benefit)*. (Ikhsan 2009) Akuntansi lingkungan diterapkan oleh berbagai perusahaan untuk menghasilkan penilaian kuantitatif tentang biaya dan efek perlindungan lingkungan *(environmental protection)*. Akuntansi manajemen lingkungan (*environmental management accounting*) memiliki tujuan, yaitu menginternalisasi eksternalitas (eksternalitas lingkungan sosial dan lingkungan ekologis), baik positif maupun negatif, ke dalam laporan keuangan perusahaan.

*The International Federation of Accountants* (1998) dalam Ikhsan (2009:53) mendefinisikan akuntansi manajemen lingkungan sebagai pengembangan manajemen lingkungan dan kinerja ekonomi seluruhnya serta implementasi dari lingkungan yang tepat dengan hubungan sistem akuntansi dan praktik. Ketika ini mencakup pelaporan dan audit dalam beberapa perusahaan, akuntansi manajemen lingkungan khususnya melibatkan siklus hidup biaya, akuntansi biaya penuh, penilaian keuntungan dan perencanaan strategi untuk manajemen lingkungan.

(Tirtakusumah: 2013) mengatakan bahwa penerapan akuntansi manajemen lingkungan banyak memberikan manfaat bagi perusahaan, yaitu dapat mengidentifikasi, memperkirakan, dan menganalisis berbagai macam biaya lingkungan sehingga dapat menciptakan inovasi yang berguna bagi perusahaan untuk mengurangi dampak lingkungan. Dalam penemuan inovasi perusahaan yang baru tentu mengeluarkan biaya-biaya tertentu dan juga menimbulkan dampak yang baru dari penerapan inovasi tersebut sehingga penerapan akuntansi manajemen lingkungan ini dapat memberikan informasi mengenai biaya-biaya yang mungkin akan dikeluarkan dan memberikan kemampuan dan keakuratan data akuntansi perusahaan dalam menekan dampak lingkungan yang ditimbulkan dari perusahaan (Ikhsan 2009:21). Tersedianya informasi mengenai dampak lingkungan, maka akuntansi manajemen lingkungan diharapkan dapat mendorong perusahaan melakukan inovasi, karena dengan inovasi perusahaan dapat meningkatkan kinerja perusahaan, profitabilitas, dan unggul dalam persaingan.

Tunggal (2004:37) menjelaskan bahwa strategi bisnis merupakan strategi yang harus di jadikan landasan berpikir utama dalam pembuatan strategi teknologi informasi karena dalam strategi tersebut di sebutkan visi dan misi perusahaan beserta target kinerja masing – masing fungsi dan struktur organisasi.

Menghadapi kondisi persaingan yang makin kompetitif, lingkungan bisnis yang tidak dapat diprediksi, dan permintaan konsumen yang sangat kompetitif, menuntut perusahaan untuk mencari solusi baru dalam memformulasikan strategi perusahaan demi mempertahankan kelangsungan hidup dan daya saing perusahaan. Khususnya dalam hal pengembangan produk strategi inovasi perlu terus dikembangkan dan dilakukan (*never ending innovation*). Tanpa inovasi, perusahaan akan mati sebaliknya perusahaan yang melakukan inovasi secara terus menerus akan dapat mendominasi pasar, dengan kreasi, model dan penampilan produk yang baru. Implementasi strategi inovasi saat ini sangat ditentukan oleh kebutuhan konsumen dan trend masa sekarang, sehingga konsumen tidak bosan akan produk yang dihasilkan. (Ellitan, 2009:36)

Inovasi produk yaitu sesuatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaing. Apabila produk tersebut memiliki suatu kelebihan yang dipandang sebagai nilai tambah bagi konsumen. Inovasi produk baru dan strategisnya yang lebih efektif seringkali menjadi penentu keberhasilan dan kelangsungan hidup suatu perusahaan, inovasi produk baru memerlukan upaya, waktu dan kemampuan termasuk besarnya resiko dan biaya kegagalan.

Inovasi produk juga bertujuan untuk meningkatkan kualitas, fungsi, menambah menariknya desain produk, serta menekan biaya operasional produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Melalui sebuah inovasi di dalam penyediaan produk atau layanan jasa bisnis, maka hal terpenting yang paling diharapkan adalah adanya penyempurnaan kualitas dari sebuah produk yang dihasilkan terhadap produk yang sebelumnya sudah ada.

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Risa Aldilah (2015) mengenai pengaruh akuntansi manajemen lingkungan terhadap inovasi produk pada perusahaan manufaktur di kota Bandung. Hasil analisis menunjukkan bahwa Akuntansi manajemen lingkungan berpengaruh signifikan terhadap inovasi

produk di perusahaan manufaktur.

Penelitian selanjutnya yang menjadi acuan berikutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Ferreira *et al* (2009) mengenai pengaruh penerapan akuntansi manajemen lingkungan dan strategi bisnis terhadap inovasi produk dan inovasi proses pada perusahaan-perusahaan besar di Australia. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara penerapan akuntansi manajemen lingkungan dan inovasi proses. Akan tetapi, sebaliknya mempunyai hubungan negatif dengan inovasi produk. Selanjutnya, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa strategi merupakan penggerak lahirnya sebuah inovasi proses. Namun demikian, tidak ditemukan hasil statistik yang signifikan antara penerapan akuntansi manajemen lingkungan dan strategi perusahaan.

Penelitian selanjutnya yang menjadi acuan berikutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Rustika (2011) mengenai pengaruh penerapan akuntansi manajemen lingkungan dan strategi terhadap inovasi perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdapat di Jawa Tengah. Hasil penelitian menyatakan bahwa penerapan EMA dan strategi menjadi penggerak lahirnya inovasi. Sehingga, perusahaan akan cenderung menerapkan EMA untuk mendapatkan informasi lebih banyak mengenai kinerja lingkungan perusahaan mereka. Dapat diketahui pula bahwa perusahaan yang menerapkan strategi prospektor adalah penggerak dari penerapan EMA karena salah satu tujuan dari strategi adalah efisiensi dan afektivitas. Sehingga, penerapan EMA merupakan salah satu cara yang penting sebagai bagian dari inovasi akuntansi yang bermanfaat agar tujuan efisiensi dan efektivitas tercapai.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis melakukan penelitian yang berjudul:

“PENGARUH PENERAPAN AKUNTANSI MANAJEMEN LINGKUNGAN DAN STRATEGI BISNIS TERHADAP INOVASI PRODUK” (Studi Pada PT Bio Farma )

* 1. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas, penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana akuntansi manajemen lingkungan pada PT Bio Farma
2. Bagaimana strategi bisnis pada PT Bio Farma
3. Bagaimana inovasi produk pada PT Bio Farma
4. Seberapa besar pengaruh akuntansi manajemen lingkungan terhadap inovasi produk pada PT Bio Farma
5. Seberapa besar pengaruh strategi bisnis terhadap inovasi produk pada PT Bio Farma
6. Seberapa besar pengaruh akuntansi manajemen lingkungan dan strategi bisnis terhadap inovasi produk pada PT Bio Farma
   1. **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis akuntansi manajemen lingkungan pada PT Bio Farma
2. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi bisnis pada PT Bio Farma
3. Untuk mengetahui dan menganalisis inovasi produk pada PT Bio Farma
4. Untuk mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh akuntansi manajemen lingkungan terhadap inovasi produk pada PT Bio Farma
5. Untuk mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh strategi bisnis terhadap inovasi produk pada PT Bio Farma
6. Untuk mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh akuntansi manajemen lingkungan dan strategi bisnis terhadap inovasi produk pada PT Bio Farma
   1. **Kegunaan Penelitian**

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan penelitian adalah untuk memperluas ilmu pengetahuan, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumbangan ilmu, untuk mendukung ilmu akuntansi khususnya pengaruh akuntansi manajemen lingkungan dan strategi bisnis terhadap inovasi produk. Selain itu, penulis mengharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi mahasiswa lainnya khususnya mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk dapat memebrikan gambaran yang dapat bermanfaat secara langsung maupun tidak langsung bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan pengalaman berharga yang dapat menambah wawasan pengetahuan tentang aplikasi teori yang penulis peroleh di bangku kuliah dengan penerapan yang sebenarnya dan mencoba untuk mengembangkan pemahaman mengenai pengaruh akuntansi manajemen lingkungan dan strategi bisnis terhadap inovasi produk.

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan dapat digunakan untuk meningkatkan performa perusahaan yang berkaitan dengan penerapan akuntansi manajemen lingkungan, strategi bisnis, dan inovasi produk baik dari sisi ekonomi maupun sisi lingkungan.

1. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan sumber referensi dan informasi yang bermanfaat khususnya pada bidang kajian yang sama.

* 1. **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian pada PT Bio Farma Jl. Pasteur No. 28 Bandung 40161. Untuk memperoleh data yang diperlukan sesuai dengan objek yang akan diteliti, maka penulis melaksanakan penelitian pada waktu yang telah ditentukan.