BAB II

LANDASAN TEORI

A. *Return on asset (ROA)*

Return on asset (ROA) adalah salah satu rasio keuangan yang sangat penting dalam mengukur profitabilitas perusahaan. Rasio ini menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari penggunaan aset yang dimilikinya. ROA menunjukkan seberapa efektif perusahaan dalam mengelola dan memanfaatkan seluruh aset yang ada guna memperoleh laba.³¹ Dengan menghitung ROA, investor dan manajemen dapat menilai efisiensi perusahaan dalam mengubah investasi aset menjadi keuntungan yang nyata.

Rasio *Return on asset* dihitung dengan membandingkan laba bersih sebelum pajak terhadap total aset yang dimiliki perusahaan. Rasio ini memberikan gambaran tentang tingkat efektivitas perusahaan dalam memanfaatkan aset untuk menghasilkan laba. Nilai ROA yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya secara efisien sehingga menghasilkan keuntungan yang optimal. Sebaliknya, nilai ROA yang rendah atau negatif dapat menunjukkan adanya masalah dalam pengelolaan aset, yang berdampak pada kinerja keuangan perusahaan dan potensi kerugian.³²

Return on asset juga dapat diartikan sebagai ukuran efisiensi aktiva dalam mendukung keberhasilan bisnis. Rasio ini mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak. Efisiensi penggunaan aset merupakan faktor kunci dalam menjaga

³¹ Siswanto E., Buku Ajar: Manajemen Keuangan Dasar, Malang: Penerbit Universitas Negeri Malang, 2021.

³² Ngatno, Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan, Semarang: CV. Alinea Media Dipantara, 2021.

kelangsungan dan pertumbuhan perusahaan, sehingga ROA menjadi salah satu tolok ukur utama dalam menilai kinerja keuangan dan kesehatan suatu perusahaan secara menyeluruh.³³

Kasmir³⁴, menyatakan bahwa ROA dapat mengevaluasi kemampuan perusahaan dalam meraih keuntungan di masa lalu, yang kemudian dapat digunakan sebagai prediksi kinerja di masa mendatang. *Return on assets* (ROA) yang nilainya negatif menunjukkan bahwa total aset yang dimiliki tidak mampu menghasilkan keuntungan. Standar nilai ROA yang dianggap baik adalah di atas 5,98%. Namun, jika nilai ROA di bawah 5,98%, maka dapat dikategorikan kurang baik. Dan perhitungan ROA dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}}$$

B. *Green accounting* (Akuntansi Hijau)

1. Pengertian *Green accounting*

Istilah *Green accounting* dalam bahasa Indonesia disebut sebagai akuntansi lingkungan, dan terdapat beberapa istilah yang diberikan oleh para ahli. Akuntansi hijau mengintegrasikan aspek lingkungan dalam sistem akuntansi perusahaan, sehingga biaya lingkungan menjadi bagian dari laporan keuangan. Inti dari konsep ini adalah untuk mendukung pembangunan berkelanjutan dengan memastikan bahwa aktivitas lingkungan dilakukan secara efisien dan efektif. Tujuannya adalah untuk menjaga keseimbangan antara profitabilitas perusahaan

³³ Yani et al., *Pengaruh Return on asset Dan Debt To Equity Ratio Terhadap Nilai Perusahaan Bank Syariah Sebelum Merger (Studi Kasus Pt Bank Bri Syariah, Tbk Pada Bulan Januari-November 2020)*. Jurnal Ilmiah M-Progress, 2021

³⁴ Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2019.

dan tanggung jawab sosialnya terhadap lingkungan, sehingga menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan masyarakat.³⁵

Lako³⁶, menjelaskan bahwa *Green accounting* adalah pendekatan akuntansi yang mengintegrasikan aspek lingkungan ke dalam kegiatan operasional bisnis, dengan tujuan menghubungkan anggaran lingkungan dengan pengelolaan keuangan perusahaan. Penerapan *green accounting* dapat meningkatkan kinerja lingkungan, mengendalikan biaya, mendorong investasi pada teknologi ramah lingkungan, serta mendukung proses produksi berkelanjutan. Selain itu, pendekatan ini juga membantu perusahaan menghemat energi, melestarikan sumber daya, mengurangi risiko lingkungan, dan meningkatkan keunggulan kompetitif.

Green accounting, menurut Ahmed Riahi³⁷ adalah pendekatan akuntansi baru yang menekankan bahwa akuntansi bukan hanya tentang transaksi keuangan untuk membuat laporan keuangan yang menunjukkan keuntungan atau kerugian perusahaan. Lebih dari itu, akuntansi hijau juga mencakup pencatatan transaksi atau peristiwa yang berkaitan dengan aspek sosial dan lingkungan. Dengan demikian, akuntansi hijau memberikan informasi yang lebih menyeluruh, mencakup dampak sosial (*people*) dan lingkungan (*planet*), sehingga tidak hanya mempertimbangkan aspek keuntungan, tetapi juga kesejahteraan sosial dan kelestarian lingkungan.

Green accounting dapat disimpulkan sebagai proses akuntansi yang melibatkan pencatatan hingga pelaporan informasi mengenai aspek ekonomi,

³⁵ Sudarmanto E., *Green accounting*, Tangerang: Minhaj Pustaka, 2020.

³⁶ Lako, A. *Akuntansi Lingkungan, Isu, Teori, dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Empat. 2018.

³⁷ Ahmed Riahi dan Belkaoui. *Teori Akuntansi Edisi Kelima*. Jakarta: Salemba Empat. 2016.

lingkungan, dan sosial suatu perusahaan. Tujuan dari *green accounting* ini adalah untuk memberikan data yang lebih lengkap tentang dampak operasional perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat. Perusahaan dapat menggunakan laporan ini untuk membuat keputusan yang lebih tepat, berkelanjutan, dan bertanggung jawab secara lingkungan dan sosial. Jadi, *green accounting* membantu mengintegrasikan aspek ekonomi dan lingkungan dalam pengambilan keputusan perusahaan.

Hilton dan Platt³⁸ juga menjelaskan bahwa penerapan akuntansi lingkungan dapat berkontribusi secara positif terhadap profitabilitas perusahaan. Hal ini disebabkan oleh kemampuan akuntansi lingkungan untuk mengidentifikasi dan mengelola biaya serta potensi penghematan yang terkait dengan aktivitas yang ramah lingkungan. Selain itu, praktik akuntansi lingkungan dapat meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi risiko hukum dan reputasi, serta meningkatkan hubungan dengan pemangku kepentingan yang semakin peduli terhadap isu keberlanjutan.

2. Fungsi dan Peran *Green accounting*

Penggunaan akuntansi lingkungan oleh entitas sangat penting karena mempunyai dua fungsi utama, yaitu fungsi internal dan fungsi eksternal.³⁹

- a. Fungsi Internal: Dalam hal ini, akuntansi lingkungan berfungsi sebagai sarana bantu bagi manajemen dalam proses pengambilan keputusan. Dengan adanya *green accounting*, para manajer bisnis dapat lebih efektif dalam merencanakan, mengelola, dan mengevaluasi kinerja unit bisnis. *Green*

³⁸ Hilton & Platt, Akuntansi Manajerial lingkungan: Menciptakan Nilai dalam Lingkungan Bisnis Global, Edisi Ke-9: McGraw Hill. 2011.

³⁹ Ikhsan, A. Akuntansi Lingkungan & Pengungkapannya . Yogyakarta: Graha Ilmu. 2018.

accounting menyediakan data yang relevan mengenai dampak lingkungan dari aktivitas perusahaan, sehingga manajer dapat menimbang aspek lingkungan dalam setiap keputusan yang diambil. Ini memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih menyeluruh, mencakup pertimbangan finansial maupun dampak lingkungan, yang pada akhirnya meningkatkan efisiensi operasional dan tanggung jawab sosial perusahaan.

- b. Fungsi Eksternal: Perusahaan memiliki kewajiban untuk memberikan perhatian serius terhadap dampak lingkungan yang dihasilkan dari aktivitasnya. Perusahaan harus menyampaikan informasi tentang upaya pelestarian lingkungan dalam bentuk data yang dapat diukur secara kuantitatif. Informasi ini harus akurat dan dapat dipertanggungjawabkan, sehingga transparansi terhadap dampak lingkungan perusahaan dapat dipertahankan. Data ini juga digunakan untuk memenuhi persyaratan regulasi dan tuntutan dari berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, masyarakat, dan investor yang semakin peduli terhadap keberlanjutan lingkungan.

3. Indikator *Green accounting*

Menurut Hansen dan Mowen⁴⁰, Biaya lingkungan merupakan salah satu indikator penerapan *green accounting*. Biaya ini merupakan pengeluaran yang dilakukan perusahaan untuk mengelola dampak lingkungan hidup. Adapun pengelompokan biaya lingkungan terdiri dari beberapa kategori, antara lain:

- a. Biaya Pencegahan Lingkungan: Biaya yang digunakan untuk mencegah polusi serta limbah produksi yang merugikan lingkungan, seperti biaya untuk

⁴⁰ Hansen dan Mowen. *Akuntansi Manajerial*. Jakarta: Salemba Empat. 2019

merancang proses atau produk untuk meminimalkan atau menghilangkan polusi, biaya untuk melakukan penelitian tentang dampak lingkungan, dan lain-lain.

- b. Biaya yang dihasilkan dari upaya untuk memastikan bahwa produk, proses, serta kegiatan lain perusahaan memenuhi standar lingkungan yang sesuai, seperti biaya audit aktivitas lingkungan, pengujian polusi, dan lain-lain.
- c. Biaya Kegagalan Internal Lingkungan: Biaya yang timbul akibat limbah dan polusi yang sudah dihasilkan tetapi belum dibuang ke lingkungan sekitar perusahaan, seperti biaya untuk pengolahan dan pembuangan limbah berbahaya, biaya daur ulang sisa bahan, dan lain-lain.
- d. Biaya Kegagalan Eksternal Lingkungan: Biaya yang timbul akibat pembuangan limbah serta polusi ke lingkungan di sekitar perusahaan.

Penelitian ini, biaya lingkungan diukur dengan membandingkan pengeluaran perusahaan untuk kegiatan *corporate social responsibility* (CSR) dengan laba yang diperoleh perusahaan dalam satu tahun. Standar yang baik untuk biaya lingkungan adalah 5%. Jika berada di kisaran 3-5%, nilainya dianggap cukup, namun bila kurang dari 3%, dinilai kurang baik. Dan berikut adalah rumus untuk perhitungan biaya lingkungan:

$$\text{Biaya Lingkungan} = \frac{\text{Cost}}{\text{Profit}}$$

C. Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan menjadi titik utama perusahaan dalam upaya menjaga kelestarian lingkungan dan mengatasi dampak buruk dari aktivitas operasional. Kinerja ini sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan, yang perlu diperhatikan

agar tetap optimal, karena mencerminkan perhatian perusahaan terhadap lingkungan di sekitar lokasi operasionalnya. Semakin sedikit kerusakan ekosistem yang terjadi, semakin baik kinerja lingkungan perusahaan. Sebaliknya, jika dampak kerusakan lingkungan semakin besar, kinerja lingkungan perusahaan semakin buruk.⁴¹

Kinerja lingkungan merupakan indikator penting dalam menilai sejauh mana perusahaan bertanggung jawab terhadap dampak operasionalnya terhadap lingkungan. Menurut Lankoski dalam kutipan Aditya R⁴², semakin rendah tingkat kerusakan lingkungan yang ditimbulkan oleh aktivitas perusahaan, maka semakin baik pula kinerja lingkungannya. Kinerja lingkungan yang positif tidak hanya mencerminkan kepedulian perusahaan terhadap keberlanjutan, tetapi juga dapat memberikan dampak langsung terhadap peningkatan profitabilitas melalui efisiensi operasional dan peningkatan citra perusahaan di mata publik.

Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER) digunakan sebagai alat ukur untuk menilai kinerja lingkungan perusahaan. Menurut Arfan Akhsan⁴³, PROPER merupakan inisiatif dari Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) yang bertujuan mendorong perusahaan agar lebih aktif dalam pengelolaan lingkungan. Mekanisme dan kriteria penilaian dalam program ini telah diatur dalam Peraturan Menteri Lingkungan Hidup Nomor 01 Tahun 2021. PROPER bertujuan untuk mengawasi industri agar mematuhi standar lingkungan hidup, sehingga diharapkan perusahaan akan lebih memperhatikan aspek lingkungan. Inisiatif ini mendorong perusahaan untuk terus meningkatkan kinerja lingkungannya, memberikan pengakuan

⁴¹ Fuadah, Akuntansi Manajemen Lingkungan, Semarang: CV Tigamedia Pratama, 2020

⁴² Aditya, R. Environmental leadership berbasis OCB Toward environmental dalam peningkatan environmental performance (Studi Kasus UMKM Batik Semarang) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang). 2022

⁴³ Arfan Ikhsan. Akuntansi Manajemen Lingkungan. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2009.

atas pencapaian positif, dan menciptakan dorongan untuk menerapkan konsep keberlanjutan dalam kegiatan operasionalnya.

Peringkat PROPER terdiri dari 5 (lima) tingkatan yang digambarkan dengan warna, sebagaimana dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 2.1 Pengelompokan Peringkat PROPER

Peringkat Warna	Skor	Nilai	Keterangan Peringkat
Emas	5	Sangat Baik	Bagi entitas yang secara konsisten menunjukkan kinerja unggul dalam pengelolaan lingkungan selama proses produksi dan/atau penyediaan layanan, serta menjalankan bisnis dengan etika dan tanggung jawab sosial.
Hijau	4	Baik	Bagi entitas yang telah melakukan pengelolaan lingkungan melebihi persyaratan yang ditetapkan oleh peraturan (<i>beyond compliance</i>), melalui penerapan sistem pengelolaan lingkungan, pengelolaan sumber daya yang efektif dengan prinsip 4R (<i>Reduce, Reuse, Recycle, dan Recovery</i>), serta melaksanakan tanggung jawab sosial (<i>CSR</i>) secara efektif.
Biru	3	Cukup	Bagi entitas yang mengelola lingkungan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
Merah	2	Kurang	Bagi seluruh entitas bisnis yang telah berupaya dalam pengelolaan lingkungan, namun belum sepenuhnya memenuhi standar yang tercantum dalam regulasi yang berlaku..
Hitam	1	Sangat Buruk	Bagi entitas yang secara sengaja atau lalai melakukan tindakan yang mengakibatkan pencemaran lingkungan dan/ kerusakan lingkungan, serta melanggar ketentuan hukum yang berlaku atau tidak memenuhi kewajiban administratif yang dijatuhkan..

Sumber: KLH Nomor 01 Tahun 2021

D. Teori Legitimasi

Teori legitimasi, menurut Suchman⁴⁴ menyatakan bahwa perusahaan harus beroperasi sesuai norma masyarakat agar diterima oleh pihak eksternal dan mempertahankan citra yang baik agar lebih mudah mempertahankan keberlanjutan operasional dan keuntungannya. Dengan kata lain, perusahaan dapat menerapkan praktik *green accounting* untuk memperoleh legitimasi dari masyarakat. Melalui *green accounting*, perusahaan dapat membangun citra sebagai entitas yang peduli terhadap lingkungan. Sehingga, perusahaan tidak hanya fokus pada keuntungan ekonomi, namun perlu memperhatikan aspek lingkungan dan sosial. Dengan begitu, perusahaan bisa memperkuat legitimasinya di mata masyarakat serta meningkatkan citra positif di hadapan investor dan publik melalui pengungkapan tanggung jawab sosial.

Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya fokus pada tujuan ekonomi, tetapi juga mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari setiap operasinya. Memahami pentingnya legitimasi dalam membangun hubungan baik dengan masyarakat sekitar memungkinkan perusahaan mendapatkan dukungan lebih besar, memperkuat reputasi, serta mengurangi risiko akibat perubahan lingkungan eksternal yang tidak terduga.⁴⁵ Oleh karena itu, penerapan teori legitimasi menjadi kunci penting bagi perusahaan untuk menjaga keberlanjutan dan kredibilitas di komunitas tempat beroperasi.

⁴⁴ Suchman, M. C. "Mengelola Legitimasi: Strategis dan Institusional. Pendekatan." *Tinjauan Akademi Manajemen* 20 No.3: 571–610. 2016.

⁴⁵ Wahyudi et al., *Kumpulan Teori Bisnis Perspektif Keuangan, Bisnis, dan Strategik*, PT. Nilacakra Publishing House: Bandung, 2024

E. Teori *Stakeholder*

Teori *Stakeholder*, menurut Jeffrey S. Harrison⁴⁶, menyatakan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab yang luas terhadap berbagai pihak yang berkepentingan atau terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam kegiatan operasional perusahaan. Pihak-pihak tersebut mencakup investor, konsumen, karyawan, pemasok, pemerintah, hingga masyarakat umum. Informasi tersebut diperlukan agar *Stakeholder* dapat menilai sejauh mana aktivitas perusahaan dijalankan secara bertanggung jawab, khususnya dalam aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan. Penyampaian informasi yang terbuka juga menjadi bentuk akuntabilitas perusahaan terhadap dampak yang ditimbulkannya, sekaligus memperkuat kepercayaan dan hubungan jangka panjang dengan para pemangku kepentingan.

Teori *Stakeholder* juga menekankan bahwa pencapaian suatu perusahaan tidak hanya diukur dari keuntungan ekonomi semata, namun juga dari sejauh mana perusahaan dapat memenuhi kebutuhan serta harapan seluruh pemangku kepentingannya. Teori ini menekankan bahwa lingkungan dan masyarakat adalah *Stakeholder* utama yang perlu diperhatikan perusahaan untuk memperoleh dukungan. Oleh karena itu, perusahaan diharapkan memberikan kontribusi positif melalui program-program sosial dan laporan tahunan yang transparan. Melalui laporan tahunan yang transparan, perusahaan dapat menyajikan informasi yang lengkap dan akurat kepada publik tentang kinerja dan dampak bisnisnya.⁴⁷

Dasar dari teori *Stakeholder*, perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham atau pemiliknya, namun juga kepada pemangku kepentingan

⁴⁶ Jeffrey S. Harrison, *Stakeholder Theory*, Pers Universitas Cambridge. 2019

⁴⁷ Hayaah et al., *Pengaruh Penerapan Green accounting*, Jurnal Kajian Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi UNTAN (KIAFE) 2023, vol. 1.

eksternal seperti lingkungan sosial dan pemerintah yang berperan dalam mendukung kelangsungan operasionalnya. Perlindungan yang diberikan pemerintah agar perusahaan bisa menjalankan bisnisnya, serta kewajiban perusahaan untuk membayar pajak dan memberikan kompensasi sesuai regulasi, menunjukkan adanya hubungan timbal balik antara perusahaan dan lingkungan eksternalnya.⁴⁸

⁴⁸ R.E. Freeman , *Strategic Management: A Stakeholders Approach*, Fitman, Boston, 2000.