

BAB II

LANDASAN TEORI

A. *Green Accounting*

1. Pengertian *Green Accounting*

Green accounting atau dikenal juga dengan akuntansi hijau merupakan jenis akuntansi yang bertujuan untuk meminimalkan dan mencegah masalah lingkungan dengan memasukkan biaya lingkungan ke dalam laporan keuangan yang berguna untuk pengambilan keputusan baik secara internal maupun eksternal. *Green accounting* juga didefinisikan sebagai biaya yang dibayarkan oleh perusahaan untuk mengatasi masalah yang timbul dari aktivitas operasinya yang mengakibatkan kerusakan lingkungan dan kualitas yang buruk.²⁷

Terkait dengan manajemen keuangan dari konsekuensi lingkungan, *green accounting* mencakup sejumlah tujuan yang signifikan, seperti:

- a. Menilai biaya dan manfaat lingkungan dari suatu kegiatan atau kebijakan, guna lebih memahami dampak ekonomi dari intervensi lingkungan tertentu.
- b. *Green accounting* memudahkan untuk membedakan dan mengategorikan berbagai biaya lingkungan, termasuk biaya yang terkait dengan pengelolaan, pencegahan, dan restorasi lingkungan. Perusahaan dapat menggunakan hal ini untuk menentukan komponen biaya lingkungan tertentu dan membuat keputusan yang lebih baik.
- c. Membentuk hubungan keuangan antara neraca lingkungan dan sumber daya fisik. Hal ini menyiratkan bahwa faktor-faktor yang nyata, seperti emisi atau

²⁷ Ziral Raditya Aziz dan Masiyah Kholmi, “Pengaruh *Green Accounting* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas (Studi Empiris pada Perusahaan Energi Sub Sektor Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2019 – 2021)” 23, no. 246 (2024): 54–63.

penggunaan air, dapat dikonversi ke dalam nilai uang. Informasi ini kemudian dapat dimasukkan ke dalam catatan keuangan dan membantu menentukan nilai aset dan kewajiban lingkungan perusahaan.²⁸

2. Pengertian Biaya Lingkungan

Biaya lingkungan adalah salah satu dari beberapa jenis biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menghentikan, mengelola, atau memperbaiki kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh aktivitas perusahaan. Biaya-biaya ini dapat bersifat langsung, seperti biaya yang diperlukan untuk membeli dan menyiapkan peralatan khusus untuk mengendalikan polusi untuk menjaga udara, air, atau tanah tetap bersih. Selain itu, terdapat biaya-biaya tidak langsung, seperti biaya yang terkait dengan langkah-langkah perbaikan lingkungan, membayar denda yang dikenakan karena melanggar hukum lingkungan yang berlaku. Dedikasi perusahaan untuk menjunjung tinggi kelestarian lingkungan dengan tetap mematuhi persyaratan hukum tercermin dalam biaya lingkungan.

Untuk mengevaluasi atau menilai laporan keuangan dan kinerja perusahaan secara menyeluruh, *green accounting* berupaya untuk menyajikan informasi untuk berbagai pihak, seperti manajemen, pemegang saham, kreditor, pelanggan, karyawan, dan pemerintah. *Green accounting* juga membantu dalam menilai risiko, potensi pengembangan, dan kinerja keuangan perusahaan. Selain itu, dengan menawarkan data menyeluruh tentang seberapa efektif manajemen menjalankan usaha yang bertanggung jawab secara ekologis dan sosial, *green accounting*

²⁸ Chairia et al., "Implementasi *Green Accounting* (Akuntansi Lingkungan) di Indonesia: Studi Literatur," *Financial: Jurnal Akuntansi* 8, no. 1 (2022): 40–49.

memungkinkan para pemangku kepentingan untuk memahami seberapa besar dedikasi perusahaan terhadap kebijakan keberlanjutan dan tanggung jawab sosial.²⁹

Green accounting dapat dihitung dengan menggunakan rumus biaya lingkungan sebagai berikut:

$$\text{Biaya lingkungan} = \frac{\text{Biaya lingkungan}}{\text{Laba bersih}}$$

Rumus biaya lingkungan ini digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mengalokasikan laba bersih yang diperoleh untuk kepentingan lingkungan. Semakin tinggi rasio ini, maka semakin besar proporsi laba yang digunakan untuk aktivitas lingkungan, sehingga dapat menunjukkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan.³⁰ Pendekatan rumus ini umum digunakan dalam berbagai penelitian akademik yang meneliti hubungan antara *green accounting* dan profitabilitas perusahaan.

B. *Corporate Social Responsibility*

1. *Pengertian Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial merupakan tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menunjukkan rasa tanggung jawabnya terhadap lingkungan di sekitarnya. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat, seperti:

²⁹ Lako and Sumaryati, *Kerangka Konseptual dan Aplikasi Akuntansi Hijau*.

³⁰ Victor Santoso and Jesica Handoko, "Pengaruh Akuntansi Hijau dan Kinerja Lingkungan terhadap Kinerja Keuangan dengan Tanggung Jawab Sosial Sebagai Pemediasi" 12, no. 1 (2023): 84–101.

- a. *Cause Promotions*, perusahaan memberikan dana atau kontribusi lain untuk mendukung kegiatan tertentu, dengan tujuan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap suatu isu sosial spesifik atau mendukung penggalangan dana.
- b. *Cause Related Marketing*, perusahaan menyisihkan persentase tertentu dari penjualan untuk disalurkan pada kegiatan sosial tertentu, secara tidak langsung memberikan kesempatan bagi konsumen untuk turut berkontribusi sosial melalui produk yang dibeli.
- c. *Corporate Social Marketing*, perusahaan mempromosikan perubahan perilaku yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, sekaligus mengajak publik untuk ikut terlibat dalam perubahan tersebut.
- d. *Corporate Philanthropy*, perusahaan menyalurkan sumbangan kepada lembaga amal, baik berupa hibah dana tunai, donasi barang, atau bentuk dukungan lainnya.³¹

Namun, tanggung jawab sosial perusahaan seharusnya tidak berhenti pada bantuan materi. Untuk meningkatkan kehidupan masyarakat di sekitar perusahaan dan memperluas pengaruhnya pada tingkat komunitas yang lebih luas, perusahaan juga perlu mendukung pemberdayaan ekonomi. Perusahaan tidak boleh hanya berkonsentrasi pada prinsip *single bottom line* (SBL), yaitu hanya berfokus pada nilai perusahaan dalam perspektif ekonomi atau keuangan, akan tetapi juga harus melakukan upaya pembangunan berkelanjutan.³² Sebaliknya, untuk memberikan

³¹ Kartika Hendra Titisari, *Up Green CSR (Refleksi Edukatif Riset CSR dalam Pengembangan Bisnis)*, vol. 11 (Surakarta, Jawa Tengah: CV Kekata Group, 2020).

³² Michael, Raharjo, and Resnawaty, "Program CSR Yayasan Unilever Indonesia Berdasarkan Teori *Triple Bottom Line*," *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial* Vol 2 (2019): 23.

keuntungan jangka panjang bagi semua pemangku kepentingan, perusahaan harus memasukkan prinsip-prinsip sosial dan lingkungan ke dalam strategi bisnis.

Perusahaan harus membangun hubungan yang produktif dengan masyarakat setempat untuk mencegah reaksi publik yang tidak menguntungkan. Hal ini sangat penting agar perusahaan dapat menyesuaikan diri dengan tuntutan dan harapan masyarakat.³³ Perusahaan harus dapat melihat masalah yang dihadapi masyarakat akibat aktivitas usahanya dan menunjukkan bahwa perusahaan berkomitmen terhadap tanggung jawab sosial dengan mengambil langkah-langkah proaktif untuk menangani masalah-masalah tersebut secara terbuka dan bertanggung jawab. Dengan melakukan hal ini, kepercayaan yang bertahan lama akan terbangun dan hubungan positif perusahaan dengan lingkungan sekitar akan diperkuat.

Umumnya CSR dapat diukur menggunakan berbagai standar dan indikator, di antaranya:

- a. PROPER (Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup), program yang menilai kinerja perusahaan dalam pengelolaan lingkungan berdasarkan kepatuhan terhadap regulasi dan inovasi lingkungan.
- b. ISO 26000 (*International Organization for Standardization* 26000), merupakan standar internasional yang memberikan panduan bagi perusahaan dalam menerapkan tanggung jawab sosial, mencakup tata kelola organisasi, hak asasi manusia, praktik ketenagakerjaan, dan lingkungan.

³³ Naning Fatmawatie, "Tanggung Jawab Sosial Perusahaan," STAIN Kediri Press (2017): 125–162.

- c. GRI (*Global Reporting Initiative*), merupakan kerangka pelaporan standar global yang membantu perusahaan dalam mengungkapkan dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial dari aktivitas operasional secara transparan dan terukur, menggunakan serangkaian indikator spesifik.
- d. ESG (*Environmental, Social, and Governance*), merupakan kerangka penilaian yang digunakan oleh investor untuk mengevaluasi kinerja perusahaan dalam aspek lingkungan (*Environmental*), sosial (*Social*), dan tata kelola (*Governance*), yang semakin menjadi faktor utama dalam keputusan investasi berkelanjutan.

2. PROPER

PROPER (Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup) adalah sebuah program yang dibuat dan diberlakukan oleh pemerintah. Kementerian Lingkungan Hidup sebagai pengawas program ini, berupaya meningkatkan standar pengelolaan lingkungan yang dipraktikkan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia. Dalam rangka meningkatkan pemahaman yang lebih baik mengenai kepedulian terhadap lingkungan dan praktik bisnis yang berkelanjutan, PROPER secara teratur mengevaluasi kinerja lingkungan bisnis. Masyarakat telah memberikan tanggapan yang baik terhadap proyek ini, dan melihatnya sebagai instrumen yang berguna untuk mengevaluasi dan melacak upaya perlindungan lingkungan perusahaan.³⁴

³⁴ Ince Reski Meiriani, Samirah Dunakhir, and Samsinar, "Pengaruh Penerapan *Green Accounting* terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)," *Artikel Mahasiswa*, no. Idx (2022): 1–7.

Tingkat penilaian PROPER terdiri dari lima kategori warna yang mencerminkan kinerja lingkungan perusahaan. Kategori warna tersebut meliputi:³⁵

Tabel 2. 1

Tingkatan warna penilaian PROPER

Warna PROPER		<i>Passing Grade</i>	Nilai
	Emas	Sangat baik	5
	Hijau	Baik	4
	Biru	Cukup baik	3
	Merah	Buruk	2
	Hitam	Sangat buruk	1

Sumber: <https://proper.menlhk.go.id/> diakses pada tanggal 6 Maret 2025 pada pukul 23.34 WIB.

C. Profitabilitas

1. Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas merupakan upaya entitas perusahaan untuk menghasilkan laba dalam jangka waktu tertentu. Profitabilitas adalah hasil bersih dari beberapa kebijakan dan pilihan strategis yang dibuat oleh manajemen perusahaan, termasuk yang berkaitan dengan operasi, pemasaran, dan keuangan, tercermin dalam profitabilitas.³⁶ Laporan laba rugi dan neraca perusahaan, yang sering dikenal sebagai laporan posisi keuangan, berfungsi sebagai dasar untuk menentukan tingkat profitabilitas. Berbagai operasi perusahaan dapat dinilai dengan menggunakan analisis rasio, yang dapat ditemukan dalam laporan keuangan. Meskipun profitabilitas tinggi dapat menghasilkan laba yang tinggi, laba yang besar tidak selalu berarti profitabilitas yang tinggi.³⁷ Rasio profitabilitas berfungsi sebagai

³⁵ Zia Aulia Rahman, Handajani. Lilik, and Nungki Kartikasari, "Pengaruh Penerapan *Green Accounting* terhadap Profitabilitas 'The Effect of Implementation *Green Accounting* on Profitability,'" *Jurnal MONEX - Jurnal of Accounting Research* 12, no. 2 (2023): 251–263,

³⁶ Pratiwi, Nurulrahmatia, and Muniarty, "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI," *OWNER*, Vol 4 (2020): 95.

³⁷ Siti Nurhaliza, "Analisis Rasio Profitabilitas dalam Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk yang Terdaftar di BEI," *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, Vol 6 (2022): 1189-1202.

metrik untuk mengevaluasi seberapa baik bisnis dapat menghasilkan laba dengan menggunakan sumber dayanya. Dengan kata lain, rasio ini memberikan gambaran luas tentang seberapa baik bisnis menghasilkan laba dan berfungsi sebagai metrik penting bagi investor dan pemangku kepentingan lainnya untuk menilai stabilitas dan potensi pengembangan bisnis.³⁸

Pengukuran profitabilitas dapat dinilai dengan menggunakan berbagai rasio, seperti:

- a. *Gross Profit Margin* (GPM), untuk menilai persentase laba kotor dari total pendapatan, mencerminkan efisiensi perusahaan dalam mengelola biaya produksi.
- b. *Net Profit Margin* (NPM), mengindikasikan persentase laba bersih terhadap pendapatan total, menunjukkan seberapa besar keuntungan yang diperoleh setelah semua biaya dikurangkan.
- c. *Return on Equity* (ROE), untuk mengukur tingkat pengembalian yang diperoleh pemegang saham atas ekuitas yang mereka investasikan dalam perusahaan.
- d. *Return on Aset* (ROA), untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari total aset yang dimiliki, mencerminkan efisiensi penggunaan aset.
- e. *Return on Investment* (ROI), untuk mengukur keuntungan yang diperoleh dari investasi yang dilakukan, sering digunakan untuk menilai efektivitas investasi dalam suatu proyek atau bisnis.

³⁸ Silvia Waning Hiyun Puspita Sari et al., “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Kebijakan Dividen dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Terdaftar di Jakarta *Islamic Index* (JII) Periode 2019- 2021,” *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)* 12, no. 2 (2023): 123.

- f. *Return on Sales* (ROS), untuk menggambarkan seberapa besar laba operasional yang diperoleh perusahaan dari setiap unit penjualan, membantu dalam menilai efisiensi operasional.
- g. *Return on Capital Employed* (ROCE), untuk mengukur profitabilitas dan efisiensi penggunaan modal yang digunakan dalam operasional perusahaan.
- h. *Earnings Per Share* (EPS), untuk mengukur laba bersih yang tersedia bagi setiap lembar saham yang beredar, sering digunakan oleh investor untuk menilai kinerja keuangan perusahaan.³⁹

2. Pengertian *Return on Asset* (ROA)

Kemampuan bisnis untuk menghasilkan laba dengan memanfaatkan semua asetnya diukur dengan rasio ROA. Persentase yang lebih besar untuk rasio ini menunjukkan bahwa perusahaan dapat memanfaatkan sumber dayanya dengan baik untuk menghasilkan laba. Semakin tinggi rasio persentase ROA, semakin baik kesuksesan perusahaan. ROA dapat dihitung dengan:⁴⁰

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total aset}}$$

Adapun faktor-faktor yang memengaruhi ROA, seperti:

- a. Faktor internal seperti manajemen aset, efisiensi operasional, struktur modal, serta penerapan *green accounting* dan CSR.

³⁹ Nur Ahmadi Bi Rahmani, "Pengaruh ROA (*Return on Asset*), ROE (*Return on Equity*), NPM (*Net Profit Margin*), GPM (*Gross Profit Margin*) dan EPS (*Earning Per Share*) terhadap Harga Saham dan Pertumbuhan Laba pada Bank yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014 - 2018," *Human Falah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 7, no. 1 (2020): 104–116.

⁴⁰ Tri Cahyani Nabila and Dewi Sutjahyani, "Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Biaya CSR terhadap Kinerja Perusahaan pada Masa Pandemi pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2019-2021," *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi* 1, no. 2 (2023): 01–24.

- b. Faktor eksternal seperti kondisi ekonomi, suku bunga, regulasi pemerintah, dan persaingan industri.⁴¹

Untuk meningkatkan ROA, perusahaan perlu untuk mengoptimalkan asetnya dan mengurangi biaya operasional yang digunakan, serta menerapkan strategi bisnis yang berkelanjutan agar dapat bertahan dalam persaingan industri.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan solusi jangka pendek atau perkiraan yang teridentifikasi berdasarkan masalah yang dilakukan dalam sebuah penelitian. Teori ini memiliki dasar yang kuat karena dikembangkan oleh para peneliti dengan menggunakan kerangka teori yang kuat dan didukung oleh temuan-temuan yang relevan dari penelitian-penelitian sebelumnya. Isi dari hipotesis dan langkah-langkah yang terlibat dalam merumuskannya harus benar-benar dipahami oleh para peneliti. Gagasan ini berpotensi menjadi teori yang diakui jika telah divalidasi oleh berbagai penelitian. Ada dua jenis hipotesis yang diajukan untuk menguji hipotesis dalam penelitian, yaitu hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a). Hipotesis nol (H_0) menyatakan bahwa tidak ada pengaruh atau perbedaan yang signifikan dalam konteks yang diteliti, sedangkan hipotesis alternatif (H_a) menyatakan bahwa ada pengaruh atau perbedaan yang signifikan.⁴²

Hipotesis dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Hipotesis 0 (H_0) : *Green accounting* tidak berpengaruh terhadap ROA pada perusahaan yang terdaftar di JII periode 2021-2023.

⁴¹ Katherine Kusuma Keegan dan Sofia Prima Dewi and Fakultas, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Return on Assets*," *JRB-Jurnal Riset Bisnis* 3, no. 2 (2020): 124–130.

⁴² Sandu Siyoto and M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, ed. Ayup, *Literasi Media Publishing*, 1st ed. (Sleman: Literasi Media Publishing, 2015).

Hipotesis alternatif (H_1) : *Green accounting* berpengaruh terhadap ROA pada perusahaan yang terdaftar di JII periode 2021-2023.

2. Hipotesis 0 (H_0) : CSR tidak berpengaruh terhadap ROA pada perusahaan yang terdaftar di JII periode 2021-2023.

Hipotesis alternatif (H_1) : CSR berpengaruh terhadap ROA pada perusahaan yang terdaftar di JII periode 2021-2023.

3. Hipotesis 0 (H_0) : *Green accounting* dan CSR tidak berpengaruh terhadap ROA pada perusahaan yang terdaftar di JII periode 2021-2023.

Hipotesis alternatif (H_1) : *Green accounting* dan CSR berpengaruh terhadap ROA pada perusahaan yang terdaftar di JII periode 2021-2023.