

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. *Green Accounting*

##### 1. Pengertian *Green Accounting*

Berdasarkan pendapat Cohen dan Robbins (2011) (Dalam Medina, 2022), *green accounting* atau akuntansi lingkungan (*Environmental Accounting*) didefinisikan menjadi: “A style of accounting that includes the indirect costs and benefits of economic activity-such as environmental effect and plans” yang artinya akuntansi lingkungan adalah jenis akuntansi yang mencakup biaya dan manfaat tidak langsung dari kegiatan ekonomi, seperti dampak lingkungan dan kesehatan dari perencanaan dan keputusan bisnis.

Sedangkan menurut Lako (2018) (Dalam Medina, 2022) menjelaskan bahwa akuntansi hijau (*Green Accounting*) adalah sebagai berikut:

“Suatu proses pengakuan, pengukuran nilai, pencatatan, peringkasan, pelaporan, dan pengungkapan secara terintegrasi terhadap objek, transaksi, atau peristiwa keuangan, sosial, dan lingkungan dalam proses akuntansi agar menghasilkan informasi akuntansi keuangan, sosial, dan lingkungan yang utuh, terpadu, dan relevan yang bermanfaat bagi para pemakai dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan ekonomi dan non-ekonomi”.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Medina Almunawwaroh, et. al., *Green Accounting: Akuntansi dan Lingkungan* (Bandung: Media SAINS Indonesia, 2022), 3-4.

Akuntansi lingkungan pada dasarnya meminta pengakuan terhadap perusahaan dan organisasi lain yang memperoleh keuntungan dari lingkungan. Penting bagi perusahaan dan organisasi lain untuk meningkatkan upaya mereka untuk mempertimbangkan perlindungan lingkungan secara berkelanjutan. Penerapan konsep akuntansi lingkungan pada perusahaan dapat mendorong kemampuan mereka untuk meminimalkan masalah lingkungan yang dihadapi.<sup>21</sup>

*Green accounting* juga diartikan sebagai suatu pengelompokan dan penggabungan biaya lingkungan dalam keputusan bisnis (Aniela, 2012). Hal ini sejalan dengan yang diungkapkan (Astuti, 2012) bahwa *green accounting* adalah pengumpulan biaya produksi, persediaan, biaya limbah, dan kinerja untuk sebuah perencanaan, pengembangan, evaluasi, dan kontrol atas keputusan bisnis.<sup>22</sup>

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *green accounting* merupakan sistem akuntansi yang didalamnya mengungkap pengumpulan biaya produksi, persediaan, biaya limbah, perencanaan, pengembangan evaluasi, dan kontrol atas keputusan bisnis mengenai masalah lingkungan yang dihadapi.

---

<sup>21</sup> Nuryanti, et. al., “Pengaruh Akuntansi Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan (Pada Perusahaan Tekstil Wilayah Bandung)”, *Prosiding Penelitian SPeSIA* (2015), 216.

<sup>22</sup> Hardianti, Skripsi: “Peran *Green Accounting* Dalam Upaya Mencegah Pencemaran Lingkungan Untuk Menunjang Keberlangsungan Usaha (Studi Pada PTPN Persero Pabrik Gula Takalar)”, (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2017), 9.

## 2. Peraturan Terkait *Green Accounting*

Peraturan terkait dengan *green accounting* antara lain:<sup>23</sup>

- a. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas  
Undang-undang ini mewajibkan perusahaan yang terlibat dalam eksploitasi sumber daya alam untuk memasukkan perhitungan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam biaya anggaran yang tepat dan wajar. Pelanggaran terhadap undang-undang ini akan dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- b. Peraturan Bank Indonesia Nomor 7/dua/PBI/2005 Tentang Penilaian Kualitas Aktivitas Bagi Bank Umum  
Pada peraturan ini dijelaskan salah satu persyaratan pinjaman adalah aspek lingkungan. Perusahaan yang mencari pembiayaan bank harus dapat menunjukkan minat dalam pengelolaan lingkungan. Pengukuran kualitas limbah industri yang digunakan adalah PROPER yang menggunakan lima peringkat (hitam, merah, biru, hijau dan emas). Perusahaan dievaluasi berdasarkan keberhasilan dalam pengelolaan limbahnya.
- c. Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Kapital Serta Forum Keuangan KEP- 134/BL/2006 Tentang Kewajiban Penyampaian Laporan Tahunan Bagi Emiten atau Perusahaan Publik  
Peraturan tersebut menetapkan kewajiban pelaporan tahunan, termasuk tata kelola perusahaan, dan harus memperhitungkan aktivitas dan biaya

---

<sup>23</sup> Medina Almunawwaroh, et. al., *Green Accounting...*, 7-9.

yang dikeluarkan sehubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan.

- d. Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 32 (Akuntansi Kehutanan) serta Nomor 33 (Akuntansi Pertambangan Umum)

Kedua PSAK tersebut mengatur kewajiban bagi perusahaan di bidang pertambangan dan pemilik Hak Pengusahaan Hutan (HPH) untuk mengungkapkan item-item lingkungan dalam laporan keuangannya.

### 3. Tujuan *Green Accounting*

Menurut Medina Almunawwaroh, tujuan penerapan *green accounting* yaitu:<sup>24</sup>

- a. Mendorong pertanggungjawaban entitas serta menaikkan transparansi lingkungan.
- b. Membantu entitas untuk menetapkan seni manajemen dalam menanggapi isu lingkungan hidup.
- c. Membentuk entitas mempunyai keunggulan pemasaran yang lebih kompetitif dibandingkan dengan entitas yang tidak melakukan pengungkapan.
- d. Menunjukkan komitmen perusahaan terhadap usaha perbaikan lingkungan hidup.
- e. Mencegah opini negatif dari publik mengenai perusahaan yang berbisnis pada area yang beresiko dan tidak ramah lingkungan pada umumnya akan mendapat tantangan dari masyarakat.

---

<sup>24</sup> Ibid, 9-10.

#### 4. Unsur *Green Accounting*

Menurut Medina Almunawwaroh, unsur dari *Green Accounting* antara lain:<sup>25</sup>

a. Biaya Berdasarkan Kegiatan (*Activity Base Costing/ABC*)

Biaya berdasarkan kegiatan ini merupakan semua biaya yang berhubungan dengan tenaga kerja, bahan baku dan bahan penolong, peralatan yang digunakan, dan tambahan biaya dalam kontrak yang mencakup biaya eksploitasi dari masing-masing kegiatan.

b. Total Kualitas Manajemen/Total Kualitas Lingkungan

Salah satu titik fokus perusahaan adalah kualitas. Untuk meningkatkan kualitas, perusahaan mampu melakukan berbagai hal, kualitas tersebut di tetapkan pada produk, pelayanan, dan manajemen perusahaan yang disebut dengan *Total Quality Manajemen (TQM)*. Menurut Juran (Dalam Medina Almunawwaroh, 2022) terdapat tiga proses manajerial sebuah organisasi yang biasa disebut dengan *trilogy* Juran, yaitu:

- 1) Kualitas perencanaan, merupakan proses identifikasi konsumen untuk dijadikan patokan membuat produk yang memiliki karakteristik yang tepat.
- 2) Kualitas pengendalian, melakukan evaluasi produk, dan penyelesaian masalah.

---

<sup>25</sup> Medina Almunawwaroh, et. al., *Green Accounting...*, 39-48.

- 3) Peningkatan kualitas (*quality improvement*), merupakan tata cara yang dilakukan secara konsisten untuk menjaga mutu.

c. Proses Bisnis *Re-engineering* atau Pengurangan Biaya

Rekayasa ulang proses bisnis atau proses bisnis *re-engineering* adalah upaya yang dilakukan perusahaan untuk menghadapi persaingan perusahaan agar memiliki keunggulan kompetitif. Dalam pelaksanaannya, proses bisnis *re-engineering* terdiri dari:

- 1) Proses, yang merupakan unsur terpenting dalam *re-engineering*. Proses yang dimaksud disini adalah menggunakan input untuk menghasilkan output yang bernilai bagi perusahaan.
- 2) Fundamental, merupakan tindakan perubahan yang mendasar atau pokok sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Misalnya pembaharuan, pembenaran, perluasan, dan lain-lain.
- 3) Dramatis, merupakan perbaikan kerja yang membawa pengaruh besar dan menyeluruh.
- 4) Radikal, merupakan pembuangan semua struktur dan prosedur yang sudah ada dan membuat cara yang baru dalam menyelesaikan kerja.

d. Model Kualitas Biaya Lingkungan atau Model Kualitas Biaya

Hansen dan Mowen (2009) (Dalam Zaenal Aripin, 2021) menyatakan bahwa biaya lingkungan adalah biaya yang dikeluarkan sebagai akibat buruknya kualitas lingkungan atau potensi buruknya

kualitas lingkungan.<sup>26</sup> Keadaan ideal menurut model kualitas biaya lingkungan ini adalah keadaan dimana tidak terdapat kerusakan lingkungan yaitu keadaan cacat nol pada manajemen kualitas total. Komponen dari biaya lingkungan ini antara lain:

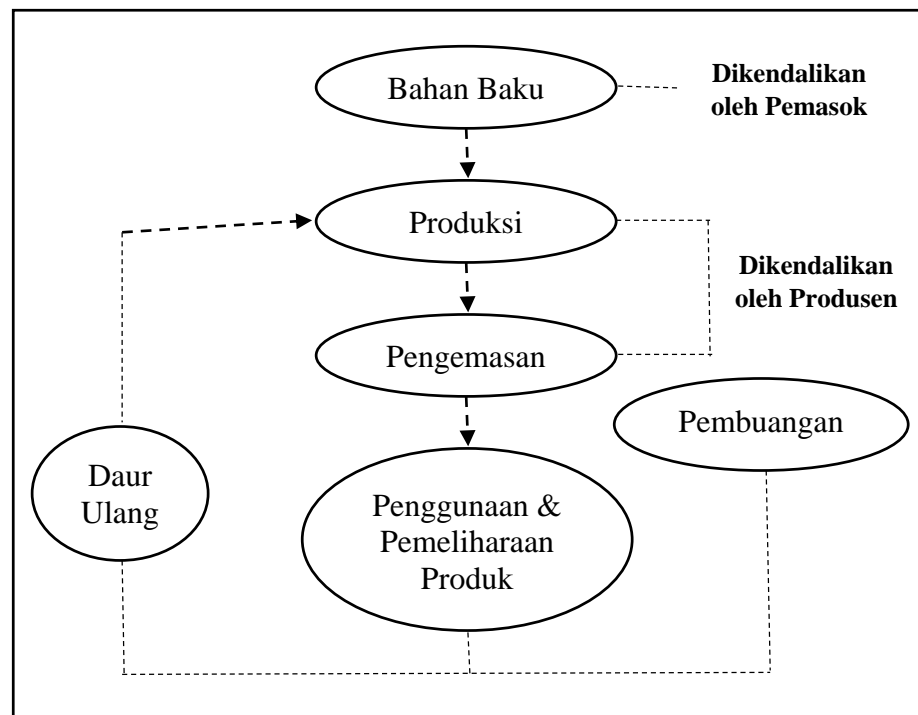
- 1) Biaya pencegahan (*prevention costs*), merupakan biaya untuk aktivitas yang dilakukan untuk mencegah diproduksi limbah atau sampah yang dapat merusak lingkungan.
- 2) Biaya deteksi (*detection costs*), merupakan biaya untuk aktivitas yang dilakukan untuk menentukan bahwa produk, proses, dan aktivitas lain pada perusahaan telah memenuhi standart lingkungan dan prosedur yang diikuti perusahaan.
- 3) Biaya kegagalan internal (*internal failure costs*), merupakan biaya untuk aktivitas yang dilakukan karena diproduksi limbah dan sampah, tetapi tidak dibuang ke lingkungan luar (biaya kegagalan internal yang terjadi untuk menghilangkan atau mengelola limbah dan sampah ketika diproduksi).
- 4) Biaya kegagalan eksternal (*external failure costs*), merupakan biaya untuk aktivitas yang dilakukan setelah melepas limbah atau sampah ke dalam lingkungan.

---

<sup>26</sup> Zaenal Aripin dan M. Rizqi Padma Negara, *Akuntansi Manajemen* (Yogyakarta: Deepublish, 2021), 129-130.

e. Desain Siklus Hidup atau Desain Untuk Lingkungan

Desain siklus hidup ini merupakan konsep dari runtutan penentuan apa saja komposisi produk, bagaimana proses produksinya, bagaimana kinerjanya dan apa manfaat yang ditinggalkan setelah kadaluarsa. Penilaian siklus hidup mengidentifikasi pengaruh lingkungan dari suatu produk disepanjang siklus hidupnya, kemudian mencari peluang untuk memperoleh perbaikan lingkungan. Jika semua atau beberapa komponen produk tidak dapat didaur ulang, maka pembuangan akan diperlukan dan pengelolaan limbah akan menjadi suatu isu lingkungan yang perlu untuk diperhatikan.



Gambar 2.1 Isu Lingkungan dalam Siklus Hidup Produk

Penjelasan dari gambar 2.1 yaitu sudut pandang siklus hidup yang digunakan menggabungkan sudut pandang pemasok, produsen, dan pelanggan. Hubungan internal maupun eksternal dianggap penting



dalam menilai pengaruh lingkungan dari prodak, desain prodak, dan desain proses yang berbeda-beda. Apabila sistem akuntansi biaya memainkan peran dalam penilaian siklus hidup, maka langkah yang paling nyata yaitu menilai dan membebankan biaya lingkungan yang disebabkan oleh produsen kedalam setiap tahapan siklus hidup.

## **B. *Corporate Social Responsibility (CSR)***

### **1. *Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)***

*Corporate Social Responsibility (CSR)* dikembangkan keberadaannya dalam rangka memperkuat keberlanjutan perusahaan itu sendiri dengan cara membangun kerja sama antar *stakeholder* yang difasilitasi perusahaan tersebut dengan menyusun program-program pengembangan masyarakat sekitarnya, atau dalam pengertian perusahaan untuk dapat beradaptasi dengan lingkungannya, komunitas dan *stakeholder* yang terkait dengannya, baik lokal, nasional, maupun global. *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang sering dianggap sebagai inti dari Etika Bisnis adalah bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal, tetapi juga kewajiban terhadap pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholders*), karena perusahaan tidak bisa hidup, beroperasi, dan memperoleh keuntungan tanpa bantuan dari pihak lain.

*Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan pengambilan keputusan oleh organ-organ perseroan yang dikaitkan dengan nilai-nilai etika, dapat memenuhi kaidah-kaidah dan keputusan hukum dan menjunjung tinggi harkat manusia, masyarakat, dan lingkungan. Penerapan

*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu implementasi etika bisnis dalam hal tanggung jawab sosial dan lingkungan.<sup>27</sup>

Menurut Kotler dalam bukunya *Corporate Social Responsibility: Doing The Most Good for Company and Your Cause* (2005), mengungkapkan bahwa: “*Corporate Social Responsibility is a commitment to improve community well being through discretionary business practices and contributions of corporate resources*”. Dalam definisi tersebut, Kotler memberikan penekanan pada kata *discretionary* yang berarti kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) semata-mata merupakan komitmen perusahaan secara sukarela untuk turut meningkatkan kesejahteraan komunitas dan bukan merupakan aktifitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum dan perundang-undangan seperti kewajiban untuk membayar pajak atau kepatuhan perusahaan terhadap undang-undang ketenagakerjaan.

Menurut Hart (Dalam Andhianty Nurjanah , 2022) *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perkembangannya menjadi alat perusahaan yang digunakan secara taktis untuk meredam kritik dan melindungi citra perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga menjadi alat yang efektif dalam masyarakat yang demokratis untuk membuat perusahaan bertanggungjawab secara sosial dan lingkungan. Dimana tanggung jawab tersebut termasuk dalam mencegah dan menanggulangi dampak negatif yang muncul akibat berbagai aktivitas bisnis yang dijalankan.

---

<sup>27</sup> Muchtar Anshary Hamid Labetubun, et. al., *CSR PERUSAHAAN "Teori dan Praktis Untuk Manajemen Yang Bertanggung Jawab"* (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2022), 19-20.

Menurut Wibisono, *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan tanggung jawab perusahaan kepada para *stakeholder* (pemangku kepentingan) untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.<sup>28</sup>

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah kewajiban perusahaan dalam menaati peraturan pemerintah yang tercantum dalam undang-undang dan memberikan dampak positif terhadap *stakeholder* (pemangku kepentingan) baik dari segi ekonomi, sosial, dan lingkungan.

## **2. Konsep *Triple Bottom Line* Dalam Menjalankan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Menurut John Elkington**

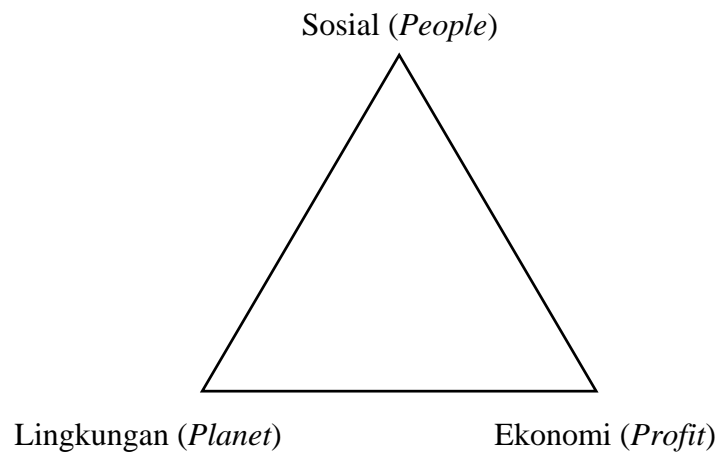
Konsep *Triple Bottom Line* adalah pedoman yang digunakan sebagai acuan dalam menjalankan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menurut John Elkington (1997). Konsep ini merupakan 3 pilar *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dikenal dengan 3P, yaitu *profit*, *people*, dan *planet*. Maksudnya adalah tujuan bisnis tidak hanya mencari laba (*profit*), tetapi juga menyejahterakan orang (*people*), dan menjamin keberlanjutan hidup planet ini.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Adhianty Nurjanah, *Komunikasi CSR dan Reputasi* (Yogyakarta: Samudra Biru, 2022), 11.

<sup>29</sup> *Ibid*, 12-13.

Berikut merupakan ilustrasi hubungan 3P menurut John Elkington.



Gambar 2.2 Ilustrasi hubungan antara *Profit*, *People*, dan *Planet* (3P)

Melihat ilustrasi hubungan dalam 3P menurut John Elkington, sebuah perusahaan seyogyanya tidak sekedar mencari keuntungan. Lebih dari itu, mereka juga memiliki kewajiban menyejahterakan orang (*people*) dan menjamin keberlanjutan hidup planet ini (*planet*).

*Profit* diartikan sebagai wujud aspek ekonomi, *planet* sebagai wujud aspek lingkungan, dan *people* sebagai aspek sosial atau masyarakat. Berikut uraian dari tiga konsep tersebut:

a. Ekonomi (*Profit*)

*Profit* atau keuntungan yang tetap, menjadi orientasi bagi sebuah perusahaan. Setiap skema bisnis oleh perusahaan mempunyai tujuan utama untuk memperoleh keuntungan sebesar-besarnya. *Profit* juga dapat dimaksimalkan oleh perusahaan dengan memperhatikan aspek efisiensi biaya, reformasi birokrasi, hingga pada pembenahan segi manajemen internal.

b. Lingkungan (*Planet*)

*Planet* atau lingkungan hidup merupakan aspek yang harus diperhatikan oleh perusahaan atas kegiatan produksinya. Dimana perusahaan harus turut serta dalam menjaga, mitigasi, dan menanggulangi dampak-dampak negatif dari perusahaan terhadap lingkungan seperti polusi, pencemaran udara, deforestasi, dan perubahan iklim.

c. Sosial (*People*)

*People* atau masyarakat adalah sebagai salah satu *stakeholder* pada sebuah perusahaan. Saat ini, perusahaan dituntut harus memperhatikan kesejahteraan masyarakat utamanya yang berada di sekitar perusahaan. Perusahaan sebagai sebuah lembaga harus ikut berpartisipasi dalam memberikan dampak yang positif terhadap masyarakat. Sehingga, perusahaan harus peduli kepada masyarakat dengan memberikan berbagai program akomodatif dengan tujuan meningkatkan kompetensi dan kesejahteraan bagi masyarakat sekitar. Dengan demikian, perusahaan akan mendapatkan citra positif dari masyarakat dan media karena kepeduliannya terhadap masyarakat.

Pendapat John Elkington terhadap konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini memberikan perhatian yang lebih luas bagi perusahaan dalam melakukan praktik bisnisnya. Perusahaan dituntut untuk memahami kebutuhan lingkungan sebagai sumber daya yang harus dijaga kelestarian dan keberlanjutannya. Kelestarian dan keberlanjutan disini

mengandung arti bahwa sumber daya harus bisa terus dinikmati oleh generasi saat ini dan generasi berikutnya. Dengan kata lain, ia merupakan wujud timbal balik antara perusahaan dan lingkungan masyarakat yang telah mendapat keuntungan dari sumber daya alam tersebut.

### C. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Usaha mikro, kecil, dan menengah atau UMKM merupakan bentuk usaha produktif yang memiliki sifat atau karakteristik tersendiri, biasanya dimiliki oleh orang atau badan yang melakukan kegiatan perdagangan.<sup>30</sup> Sesuai dengan UUD 1945, usaha mikro, kecil, dan menengah yang diperkuat dengan TAP MPR NO.XVI/MPR-RI/1998 tentang ekonomi politik dalam rangka demokrasi ekonomi, UMKM perlu diberdayakan sebagai bagian integral dari perekonomian nasional yang memiliki posisi, peran, dan potensi yang strategis untuk mencapai struktur ekonomi nasional yang lebih seimbang, maju, dan merata. Selanjutnya, pengertian UMKM ditetapkan melalui UU No. 9 Tahun 1999 dan diubah dengan Pasal 20 Ayat 1 UU Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Tahun 2008 karena situasi perkembangan yang semakin dinamis. Pengertian UMKM adalah sebagai berikut:<sup>31</sup>

1. Usaha mikro adalah usaha produktif yang dimiliki oleh perseorangan dan/atau suatu badan usaha yang memenuhi kriteria usaha mikro.
2. Usaha kecil adalah usaha produktif yang berdiri sendiri dan dijalankan oleh perseorangan atau badan usaha yang menurut undang-undang memiliki,

---

<sup>30</sup> Kurnia Cahaya Lestari dan Arni Muarifah Amri, *Sistem Informasi Akuntansi (Beserta Contoh Penerapan Aplikasi Sia Sederhana Dalam UMKM)* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 40.

<sup>31</sup> Nurjaya, *Manajemen UMKM* (Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2022) 1-2.

menguasai, dan menjalankan secara langsung atau tidak langsung usaha kecil yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari suatu perusahaan yang merupakan bagian dari perusahaan yang lebih besar.

3. Usaha Menengah adalah usaha produktif yang berdiri sendiri dan dijalankan oleh perseorangan atau badan usaha dan bukan bagian dari usaha kecil atau usaha besar, bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dan dikuasai dengan jumlah kekayaan bersih atau omzet tahunan.

Berikut kriteria UMKM dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam tabel.

**Tabel 2.1**  
**Kriteria UMKM Dalam UU Nomor 20 Tahun 2008**

No.	Uraian	Kriteria	
		Aset	Omzet
1.	Usaha Mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 juta
2.	Usaha Kecil	>50 juta – 500 juta	>300 juta – 2,5 M
3.	Usaha Menengah	>500 juta – 10 M	>2,5 M – 50 M

Sumber: UU Nomor 20 Tahun 2008