

**PENGARUH PENERAPAN CSR DAN *GREEN ACCOUNTING*
TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN MANUFAKTUR
SEKTOR BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN
2019-2022**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi Sebagian syarat guna memperoleh gelar

Sarjana Program Strata 1 (S.1)

Dalam Ilmu Akuntansi Syariah



Oleh : Fadiya Indah Kurniasari

NIM : 2005046074

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

2024

DEKLARASI

Dengan kesadaran dan tanggung jawab, bersama ini penulis menyatakan skripsi dengan judul “Pengaruh Penerapan CSR Dan Green Accounting Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2019-2022”. Saya menyatakan bahwa yang tertulis dalam skripsi ini benar-benar karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain baik sebagian maupun keseluruhannya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini telah dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah.

Semarang, 17 Juni 2024

Deklarator,



Fadiya Indah Kurniasari

NIM : 2005046074



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang, Kode Pos 50185

PENGESAHAN

Nama : Fadiya Indah Kurniasari
NIM : 2005046074
Judul : Pengaruh Penerapan CSR Dan Green Accounting Terhadap Profitabilitas
Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bei Tahun
2019-2022

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan LULUS dengan predikat cumlaude/baik/baik, pada tanggal :

26 Juni 2024

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata I tahun akademik 2023/2024.

Semarang, 10 Juli 2024

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang

Dr. H. Nur Fathoni, M.Ag.
NIP. 197308112000031004

Penguji I

Fita Nurotul Faizah, M.E.
NIP. 199405032019032026

Pembimbing I

Drs. Saekhu, M.H.
NIP. 196901201994031004

Sekretaris Sidang

Drs. Saekhu, M.H.
NIP. 196901201994031004

Penguji II

Tri Widvastuti Ningsih, M.Ak
NIP. 198710102019032017

Pembimbing II

Firdha Rahmiyanti, M.A.
NIP. 199103162019032018





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. DR. HAMKA (Kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang

Nomor : B-60/Un.10.5/D.1/PP.00.9/VII/2023

13 Juli 2023

Lamp. :-

H a l : Penunjukan menjadi Dosen
Pembimbing Skripsi

Kepada Yth. :
Drs Saekhu, MH
Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
UIN Walisongo
Di Semarang

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan pengajuan proposal skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : FADIYA INDAH KURNIASARI
NIM : 2005046074
Program Studi : S1 Akuntansi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Penerapan CSR dan Green Accounting Terhadap Laba Perusahaan

Maka, kami berharap kesediaan Saudara untuk menjadi Pembimbing I penulisan skripsi mahasiswa tersebut, dengan harapan:

1. Topik yang kami setuju masih perlu mendapat pengarahannya Saudara terhadap judul, kerangka pembahasan dan penulisan.
2. Pembimbingan dilakukan secara menyeluruh sampai selesainya penulisan skripsi.
3. Sesuai dengan Pedoman Tugas Akhir tahun 2022, mahasiswa dapat juga menempuh tugas akhir non skripsi melalui : publikasi ilmiah atau buku ber ISBN atau meraih kejuaraan nasional – internasional. Untuk itu dimohon juga menggali potensi lain dari mahasiswa untuk menempuh tugas akhir non skripsi.

Untuk membantu tugas Saudara, maka bersama ini kami tunjuk sebagai Pembimbing II Saudara/i Firdha Rahmiyanti, M.A
Demikian, atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.



Tembusan :

1. Pembimbing II
2. Mahasiswa yang bersangkutan

PERSEMBAHAN

Saya persembahkan karya kecil ini sebagai bentuk ucapan terimakasih kepada orang-orang yang memberikan dukungan dan doa demi kelancaran dalam penulisan skripsi ini, terkhusus kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Suyanto dan Ibu Rondiyah yang selalu mendoakan, memberikan inspirasi, memberikan support, dan mengajarkan penulis banyak hal terutama arti dari perjuangan kehidupan. Serta tanpa lelah dan terus-menerus memberikan doa dan dukungan baik materi maupun non materi. Semoga Allah senantiasa memuliakan kalian baik didunia maupun di akhirat, selalu memberikan kesehatan dan memberikan kelancaran dalam segala urusan Bapak dan Ibu. Aamiin.
2. Keluarga besar penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan terhadap studi penulis.
3. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan penulis banyak ilmu yang sangat bermanfaat.
4. Dosen pembimbing penulis, Drs. Saekhu, M.H. selaku pembimbing I dan Firdha Rahmiyanti, M.A. selaku pembimbing II yang dengan sabar membimbing penelitian ini dari awal diajukan hingga penulis menyelesaikannya sekarang ini.
5. Partner terbaik, Febri Listyawan, terima kasih telah mendengar keluh kesah, menghibur dan berkontribusi banyak membantu penulis, meluangkan tenaga, waktu maupun materi. Memberikan semangat, motivasi dan doa untuk penulis.
6. Almamater tercinta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
7. Sahabat dan teman-teman terdekat penulis yang selalu memberikan semangat dan masukan dalam penulisan skripsi ini.

MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

"Sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan."

(Q.S. Al-Insyirah : 6)

"Jangan takut gagal, tapi takutlah tidak pernah mencoba"

(Roy T. Bennett)

TRANSLITERASI

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)

ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah	A	A

◌َ	Kasrah	I	I
◌ُ	Dammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَا...	Fathah dan ya	Ai	a dan u
وَا...	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سَيْلٌ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أَيَا...	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
إِي...	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
وِي...	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā

- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup
Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".
2. Ta' marbutah mati
Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".
3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khužu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan

ABSTRAK

Salah satu yang masih menjadi perbincangan menarik adalah isu sosial dan lingkungan. Hal tersebut sejalan dengan munculnya Peraturan Presiden No. 92 Tahun 2020 tentang Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. Dengan demikian, informasi lingkungan yang disajikan dengan lengkap dan akurat akan menghasilkan kinerja lingkungan yang baik. yang Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan *Green Accounting* terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan data analisis panel dengan bantuan Eviews versi 12. Sampel penelitian dipilih dengan metode purposive sampling dan diperoleh 10 perusahaan dengan 40 laporan keuangan dan laporan keberlanjutan yang memenuhi kriteria penelitian, serta penelitian ini memiliki dua variable independen diantaranya *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan *Green Accounting*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara CSR terhadap tingkat profitabilitas perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022. Sedangkan variabel Green Accounting memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat profitabilitas perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *Green Accounting*, Profitabilitas, Sektor barang konsumsi, BEI.

ABSTRACT

One thing that is still an interesting topic of conversation is social and environmental issues. This is in line with the emergence of Presidential Regulation no. 92 of 2020 concerning the Ministry of Environment and Forestry. Thus, environmental information presented completely and accurately will result in good environmental performance. This research aims to determine the influence of Corporate Social Responsibility (CSR) and Green Accounting on the profitability of manufacturing companies in the consumer goods sector listed on the IDX in 2019-2022. The research sample was selected using a purposive sampling method and 10 companies were obtained that met the research criteria, and this research had two independent variables including Corporate Social Responsibility (CSR) and Green Accounting. This research uses quantitative methods and uses panel analysis data with the help of Eviews version 12.

This research uses quantitative methods and uses panel analysis data with the help of Eviews version 12. The research sample was selected using a purposive sampling method and obtained 10 companies with 40 financial reports and sustainability reports that met the research criteria, and this research had two independent variables including Corporate Social Responsibility (CSR) and Green Accounting.

The results of this research show that there is no significant influence between CSR on the level of profitability of manufacturing companies in the consumer goods sector listed on the IDX in 2019-2022. Meanwhile, the Green Accounting variable has a significant influence on the level of profitability of manufacturing companies in the consumer goods sector listed on the IDX in 2019-2022.

Keywords: *Corporate Social Responsibility (CSR), Green Accounting, Profitability, consumer goods sector, BEI.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamiin, puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas berkah, rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi dengan judul “Pengaruh Penerapan CSR Dan Green Accounting Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2019-2022”. Sholawat serta salam penulis haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang kita tunggu-tunggu syafa’at kepada seluruh umat-Nya di *Yaumul Akhir* kelak.

Skripsi ini disusun dalam rangka untuk memenuhi persyaratan guna menyelesaikan program studi Strata 1 jurusan Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan, dorongan serta perhatiannya dari banyak pihak. Sehingga itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Prof Dr. H. Nizar, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Waisongo Semarang
2. Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Walisongo Semarang.
3. Warno, M.Si. selaku Kepala Jurusan Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Walisongo Semarang.
4. Drs. Saekhu, M.H. selaku pembimbing I dan Firdha Rahmiyanti, M.A. selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan serat arahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen pengajar program S1 Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah memeberikan ilmunya kepada penulis.
6. Kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan setiap langkah dan memberikan kasih sayang yang luar biasa.
7. Teman-teman seperjuangan Akuntansi Syariah Angkatan 2020 khususnya AKS C yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.
8. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Terimakasih atas segala doa dan dukunganya kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga kebaikannya akan mendapatkan pahala

dari Allah SWT. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat khususnya untuk penulis dan pembaca

Semarang, 17 Juni 2024

DAFTAR ISI

PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
TRANSLITERASI	vi
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
KATA PENGANTAR	xv
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II	11
LANDASAN TEORI	11
2.1 Teori Legitimasi	11
2.2 Profitabilitas Perusahaan	14
2.3 Corporate Social Responsibility (CSR)	17
2.4 Green Accounting	21
2.5 Penelitian Terdahulu	25
2.6 Kerangka Berpikir	37
2.7 Rumusan Hipotesis	38
BAB III	42
METODE PENELITIAN	42
3.1 Jenis Penelitian	42
3.2 Populasi dan Sampel	43
3.3 Jenis dan Sumber Data	44
3.4 Klasifikasi Variabel	45
3.5 Metode Pengumpulan Data	46
3.6 Metode Analisis Data	46
BAB IV	54

HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Deskripsi Data	54
4.2 Statistik Deskriptif.....	54
4.3 Pemilihan Model (Teknik Estimasi) Regresi Data Panel	55
4.3.1 Uji Chow	55
4.3.2 Uji Hausman.....	56
4.3.3 Uji Langrange Multiplier (LM).....	57
4.4 Uji Regresi Data Panel.....	58
4.5 Uji Asumsi Klasik	58
4.5.1 Uji Multikolinearitas.....	58
4.5.2 Uji Heterokedastisitas.....	59
4.6 Uji Hipotesis	60
4.6.1 Uji Hipotesis Secara parsial (Uji t).....	60
4.6.2 Uji F.....	60
4.6.3 Koefisien Determinan (R^2)	61
4.7 Pembahasan.....	62
BAB V	65
PENUTUP.....	65
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Keterbatasan Penelitian	65
5.3 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kinerja Keuangan	4
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	37

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 3. 1 Kriteria Sampel	43
Tabel 3. 2 Daftar Sampel.....	44
Tabel 3. 3 Tabel Definisi Operasional dan Skala Pengukuran Variabel	45
Tabel 4. 1 Hasil Uji Statistik Deskriptif	55
Tabel 4. 2 Hasil uji Chow	56
Tabel 4. 3 Hasil Uji Husman	56
Tabel 4. 4 Hasil Uji Langrange Multiplier	57
Tabel 4. 5 Model Regresi Data Panel	58
Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolenearitas	59
Tabel 4. 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	59
Tabel 4. 8 Hasil Uji t	60
Tabel 4. 9 Hasil Uji F	61
Tabel 4. 10 Hasil Uji R ²	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Hasil Pengolahan Data Cross section.....	69
Lampiran 1. 2 Hasil Pengolahan Data Time Series	70
Lampiran 1. 3 Hasil Pengolahan ROA.....	71
Lampiran 1. 4 Statistik Deskriptif.....	73
Lampiran 1. 5 Hasil Uji Chow	73
Lampiran 1. 6 Hasil Uji Hausman.....	73
Lampiran 1. 7 Hasil Uji LM.....	74
Lampiran 1. 8 Hasil Uji Multikolenearitas.....	74
Lampiran 1. 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	74
Lampiran 1. 10 Hasil Uji t.....	75
Lampiran 1. 11 Hasil uji F	75
Lampiran 1. 12 Hasil Uji R ²	75

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu sektor yang menjadi fokus pemerintah dalam mendorong laju perekonomian adalah sektor manufaktur. Pada sektor manufaktur selalu memberikan dampak positif seperti penyerapan tenaga kerja dalam negeri, peningkatan nilai tambah bahan baku dalam negeri, dan kenaikan penerimaan devisa negara. Persoalan ini juga berimplikasi pada kebijakan publik yang dibuktikan dengan perubahan pada Perpres Nomor 16 Tahun 2015 tentang Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 17) dimana aturan ini oleh Presiden Joko Widodo dinyatakan dicabut dan sudah tidak berlaku, peraturan tersebut diubah dengan terbitnya Perpres Nomor 92 Tahun 2020 tentang Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan¹. Regulasi yang mewajibkan perusahaan melaksanakan *CSR* terdapat dalam Peraturan Pemerintah Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Perseroan Terbatas atau PP Nomor 47 Tahun 2012. Pada Pasal 2 dan 3 PP tersebut, menerangkan bahwa semua perusahaan sebagai badan hukum memiliki tanggung jawab sosial dan lingkungan. Baik UU PT maupun peraturan pelaksana PP 47/2012 tidak mengatur secara tegas jumlah spesifik minimal dana yang wajib dialokasikan untuk TJSL.

UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas mengatur mengenai sanksi pada pasal 74 ayat (3) menyatakan bahwa “Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.”² Dalam Undang-undang tersebut aturan mengenai sanksi terhadap pelanggaran *CSR* belum dijelaskan secara eksplisit apa sanksi yang diberikan bagi korporasi yang tidak menjalankan *CSR*. Namun dalam Undang-undang ini hanya menyatakan bahwa “sanksi dijatuhkan sesuai dengan ketentuan undang-undang.” Di sisi lain aturan sanksi dalam UU No. 40 tahun 2007 ini hanya terbatas pada perseroan yang kaitannya dengan sumber daya alam. Tetapi bagi perseroan atau korporasi yang kegiatannya tidak ada hubungannya dengan sumber daya alam tidak ada diatur ketentuan *CSR* dan sanksinya. Hal

¹ Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 92 Tahun 2020 Tentang Kementerian Lingkungan Hidup Dan Kehutanan, 2020 <<https://peraturan.bpk.go.id/Details/146510/perpres-no-92-tahun-2020>>.

² Undang-Undang (UU) Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, 2007 <<https://peraturan.bpk.go.id/Details/39965>>.

ini justru menimbulkan ketidakjelasan atas sanksi bagi korporasi yang tidak menjalankan *CSR*.

Pasal 74 ayat (2) UU 40/2007 secara sederhana mengatur bahwa TJSL merupakan kewajiban PT yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya PT yang pelaksanaannya hanya memperhatikan rasionalitas dan keadilan saja. Semua perusahaan wajib mengalokasikan dana perusahaannya untuk program tanggung jawab sosial. Besaran dana *CSR* adalah minimal 2% sampai 4% dari total keuntungan dalam setahun. Besar kecilnya anggaran dana tersebut sesuai Peraturan UU PT dan PP No. 47 tahun 2012. Setiap daerah juga mempunyai aturan besaran dana *CSR* yang harus dikeluarkan, namun tidak boleh melebihi 4%³. Meski demikian, dalam praktiknya, beberapa daerah telah mengatur besaran minimal anggaran TJSL dalam Peraturan Daerah (“Perda”). Sebagai contoh, kami merujuk kepada Perda Provinsi Kalimantan Timur Nomor 3 Tahun 2013 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas serta Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (“Perda Kaltim 3/2013”) Pasal 23 ayat (1) Perda Kaltim 3/2013 mengatur bahwa pendanaan pelaksanaan TJSL dialokasikan minimal 3% dari laba bersih perusahaan tiap tahunnya.

Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal sanksi yang dapat dijatuhkan jika tidak menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan (TJSP) yaitu berbentuk sanksi administratif berupa peringatan atau teguran dengan tulisan, membatasi kegiatan usaha, membekukan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal atau mencabut kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal. *CSR* di Indonesia bukan lagi tugas sukarela. Hal ini sudah menjadi kewajiban hukum yang harus dilaksanakan sebab sudah diatur dalam perundang-undangan sehingga apabila perusahaan tidak melakukannya maka perusahaan tersebut akan diberikan sanksi, akan tetapi bentuk sanksi yang diberikan bagi perusahaan masih belum jelas, sehingga kita perlu melihat peraturan perundang-undangan terkait terlebih dahulu⁴

Dikutip dari Badan Pusat Statistika (2020) menyebutkan bahwa Sumber daya alam di Indonesia seringkali dieksploitasi secara besar-besaran tanpa disertai pengelolaan yang baik, sehingga dapat mengakibatkan pencemaran lingkungan. Hal itu melanggar UU Nomor 32 tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup yang menyebutkan bahwa setiap warga negara Indonesia memiliki hak untuk mendapat lingkungan hidup yang

³ ‘<https://www.bhinneka.com/blog/pengertian-csr-adalah/>’.

⁴ Raden roro Kusumaningayu Mukti Wijayanti, "Pertanggungjawaban Pidana Korporasi Yang Tidak Melaksanakan Corporate Social Responsibility", 2014.

baik dan sehat. Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang menyumbang dan berkontribusi terbesar atas Pendapatan Domestik Bruto (PDB) di Indonesia. Akan tetapi, pada kenyataannya perusahaan-perusahaan manufaktur belum memiliki kesadaran yang tinggi akan lingkungan⁵.

Hal itu disampaikan oleh Sekretaris Dirjen Pengendalian Pencemaran dan Kerusakan Lingkungan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) Sigit Reliantoro yang dikutip dari situs ekonomi.bisnis.com, menjelaskan bahwa hanya 23 perusahaan manufaktur yang memiliki kelayakan untuk memperoleh peringkat hijau dan hanya 1 perusahaan yang memperoleh peringkat emas dari keseluruhan sejumlah 2.045 perusahaan manufaktur yang tercatat pada PROPER (Public Disclosure Program for Environmental Compliance). AMDAL yang tidak diimplementasikan mengakibatkan perusahaan terbebas dari biaya sosial dan lingkungan yang mana hal itu akan berdampak buruk bagi kondisi lingkungan dan sosial sekitar perusahaan. Keberadaan peraturan tersebut akan lebih menuntut perusahaan sebab perusahaan didorong untuk tidak mengutamakan kepentingan manajerial, pemilik modal dan karyawan saja, tetapi terhadap *stakeholder* lainnya.

Sumber daya alam merupakan kunci esensial bagi perusahaan untuk mempertahankan operasional bisnisnya secara berkelanjutan di era Revolusi Industri 4.0, *owner* dan manajerial, juga pihak-pihak terkait misalnya karyawan, pelanggan, masyarakat dan lingkungan menjadi fokus utama dalam kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan selama ini sangat mengutamakan proses memaksimalkan keuntungan dan memanfaatkan sumber daya terus menerus, hingga hal itu berpengaruh besar bagi lingkungan dan masyarakat. Oleh karena itu, akuntansi lingkungan memegang peranan penting dalam memegang kendali hal tersebut⁶.

Di Indonesia, Perusahaan sektor barang konsumsi mengalami perkembangan pesat. Investor tertarik sebab memiliki prospek yang sangat menguntungkan dimasa depan dan sangat cepat digunakan oleh masyarakat menyebabkan sektor ini mudah untuk berkembang. Sektor industri barang konsumsi memiliki beberapa subsektor antara lain yaitu, industri makanan dan minuman, industri kosmetik, industri kosmetik dan keperluan rumah tangga, industri rokok, industri farmasi, dan industri peralatan rumah tangga.

⁵ 'Statistik Lingkungan Hidup Indonesia 202', 2021

<<https://www.bps.go.id/id/publication/2020/11/27/5a798b6b8a86079696540452/statistik-lingkungan-hidup-indonesia-2020.html>> [accessed 2 June 2024].

⁶ Eka Sulistiawati, "Green Accounting Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia", *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*, 6.1 (2016), 865–72.



Sumber : Jurnal Riset Akuntansi⁷

Gambar 1. 1 Kinerja Keuangan

Melihat sektor manufaktur pada grafik, sektor barang konsumsi mengalami penurunan kinerja keuangan yang signifikan dari tahun 2019 hingga 2021 dibanding dengan sektor lainnya. Tahun 2019 memperoleh angka 3,25 namun pada tahun 2021 turun menjadi 1,74. Penurunan tersebut ditimbulkan dengan minat beli masyarakat yang bertamabag turun di sepanjang tahun 2021. Perusahaan yang dapat mempertahankan kinerja keuangan adalah perusahaan yang memiliki produk yang beragam dan strategi yang tepat dan mampu bertahan dari pandemi Covid-19 yang sangat mempengaruhi. Perusahaan dapat melakukan salah satu strategi yaitu dengan mengaplikasikan Green Accounting dan melakukan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan lalu mengungkapkannya secara sukarela. Tanggung jawab sosial tersebut guna membantu masyarakat. Penggunaan Corporate Social Responsibility diyakini mampu memberi peningkatan atas kinerja keuangan, karena para investor memiliki kecenderungan untuk menanamkan modal terhadap perusahaan yang menjalankan kegiatan CSR. Oleh karenanya, perusahaan-perusahaan yang mempunyai kepedulian sosial dapat menjadikan informasi tanggung jawab sosial (kegiatan CSR) sebagai salah satu kelebihan perusahaan dalam bersaing.

Jika biaya lingkungan dianggarkan dan dihitung oleh perusahaan, keuangan akan meningkat secara jangka panjang kinerja, dan disertai dengan meningkatnya citra perusahaan bagi *stakeholders*. Maka dari itu, konsep akuntansi hijau atau biasa disebut

⁷ Komang Pande, Rita Septiani, and Made Arie Wahyuni, 'PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY , UKURAN PERUSAHAAN , DAN SOLVABILITAS TERHADAP KINERJA KEUANGAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2018- 2021', 12.2 (2023), 65–73.

akuntansi lingkungan memegang peranan penting dalam meningkatkan kinerja lingkungan perusahaan dan kelestarian lingkungan. Konsep *green environmental accounting* atau akuntansi lingkungan telah dilakukan pengembangan di Eropa semenjak tahun 1970-an.⁸ Konsep tersebut memuat bagaimana perusahaan mengungkapkan biaya lingkungan dalam laporan keuangannya untuk menyesuaikan perkembangan perusahaan dengan fungsi lingkungan hidup dan pemberian manfaat bagi masyarakat sekeliling perusahaan. *Green accounting* merupakan salah satu cara perusahaan untuk mengangkat perekonomian dengan mempedulikan kondisi lingkungan dan masyarakat⁹.

Informasi lingkungan yang lengkap dan tepat diperlukan untuk menghasilkan kinerja lingkungan yang baik. Beberapa penelitian terdahulu telah dilakukan mengenai *green accounting* yang berkaitan dengan profitabilitas, penelitian tersebut dilakukan oleh Ningtyas dan Triyanto (2019), Chasbiandani dkk (2019), Putri dkk (2019), Nisa dkk (2020), Rounaghi (2019), Risal dkk (2020), memperoleh hasil bahwa *green accounting* berpengaruh positif secara signifikan atas profitabilitas yang diukur menggunakan ROE (Return on Equity). Nilai positif antara pengaplikasian *green accounting* dengan profitabilitas bisa terjadi disebabkan perusahaan memperoleh tanggapan positif dari sektor keuangan, lingkungan, dan masyarakat.

Dikutip dari Antaranews, 25/7/2023 ketua MPR RI Bambang Soesatyo menyatakan bahwa peraturan di level perundang-undangan sangat diperlukan sebab masih ditemukan kasus-kasus penyalahgunaan distribusi pada Corporate Social Responsibility. Setiap tahunnya diperkirakan terdapat Rp 10 triliun hingga Rp 15 triliun dana CSR yang tidak dikelola dengan maksimal. Oleh karena itu diperlukan peraturan dengan level undang-undang¹⁰.

Perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi merupakan kontributor penting bagi pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Stabilitas sektor ini didukung oleh permintaan yang konsisten serta pertumbuhan yang selalu mengikuti peningkatan jumlah penduduk dinegara tersebut. Untuk mengevaluasi kinerja manajemen yakni dengan mengukur profitabilitas perusahaan. Dengan menggunakan rasio profitabilitas, kinerja keuangan dapat

⁸ Sulistiawati.

⁹ Tryas Chasbiandani, Nelyumna Rizal, and Indra Indra Satria, 'Penerapan Green Accounting Terhadap Profitabilitas Perusahaan Di Indonesia', *AFRE (Accounting and Financial Review)*, 2.2 (2019), 126–32 <<https://doi.org/10.26905/afr.v2i2.3722>>.

¹⁰ 'Https://Www.Antaranews.Com/Berita/3651924/Bamsoet-Diperlukan-Aturan-Di-Level-Perundangan-Terkait-Distribusi-Csr'.

diukur sejauh mana perusahaan dapat melakukan aktivitas operasionalnya secara efisien dalam menghasilkan keuntungan.

Profitabilitas perusahaan dapat terhambat apabila jumlah pesaing meningkat, tekanan untuk meningkatkan efisiensi, dan penurunan harga jual. Profitabilitas dapat diukur dengan membandingkan antara laba yang diperoleh perusahaan dengan jumlah asset yang digunakan dalam menghasilkan asset operasional. Perhitungan profitabilitas menggunakan ROA (Return On Asset) merupakan salah satu indikator untuk mengukur profitabilitas. Total arus kas yang dihasilkan dari aktivitas operasional perusahaan yang mampu menghasilkan cukup arus kas untuk memenuhi kewajiban perusahaan. Meningkatkan profitabilitas dapat memastikan kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan.

Perusahaan harus selalu menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat dalam menjalankna aktivitasnya. Perusahaan manufaktur khususnya sektor barang konsumsi bersentuhan langsung dengan konsumen hal ini mengharuskan perusahaan harus memperhatikan dampak perusahaan bagi lingkungan dan masyarakat untung kelangsungan hidup perusahaan.

Contoh bentuk *CSR* yang dilakukan perusahaan yaitu Klinik Apung yang diselenggarakan oleh PT. Kimia Farma. Klinik Apung menciptakan program Kawasan Sehat di daerah Desa Gili Gede Indah, Nusa Tenggara Barat. Aktivitas yang dilakukan adalah sosialisasi terkait perilaku hidup bersih dan sehat, pelayanan kesehatan gratis, sosialisai pencegahan stunting dan gizi buruk pada ibu hamil dan bayi, serta pemeriksaan rapid test. Selain itu PT Unilever Indonesia Tbk juga melaksanakan program *CSR* dengan program Mari Berbagi Peran membantu Indonesia mengatasi pandemic Covid-19 dengan mengalokasikan dana lebih dari Rp 200 miliar ditahun 2020. Dana tersebut direalisasikan dalam bentuk 8,5 juta produk yang disalurkan untuk masyarakat maupun fasilitas kesehatan, puluhan ribu alat tes PCR, makanan untuk tenaga kesehatan dan lainnya¹¹.

Menanam kepercayaan atau yang sering kita sebut dengan investasi kepercayaan jauh lebih efektif ketimbang beranggapan bahwa dipahami sebagai sisa anggaran yang tak terpakai oleh perusahaan sehingga membuang anggapan bahwa *CSR* adalah kewajiban bukanlah sekedar sesuatu yang sifatnya memaksa dan ini sangat penting untuk direalisasikan oleh setiap perusahaan, jika etika bisnis adalah ruh dan jiwa kita dalam berbisnis maka *CSR* adalah manivestasinya. Perlu kita pahami bersama bahwa menanam

¹¹ Rata Roa and others, 'Gambar 1. Rata – Rata ROA Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Tahun 2015-2021 1', 2021, 1–22.

kepercayaan atau yang sering kita sebut dengan investasi kepercayaan jauh lebih efektif ketimbang anggapan bahwa *CSR* dipahami sebagai sisa anggaran yang tak terpakai oleh perusahaan sehingga membuang anggapan bahwa *CSR* adalah kewajiban bukanlah sekedar sesuatu yang sifatnya memaksa dan ini sangat penting untuk direalisasikan oleh setiap perusahaan, jika etika bisnis adalah ruh dan jiwa kita dalam berbisnis maka *CSR* adalah manifestasinya.

Etika bisnis sangat relevan dengan keuntungan perusahaan untuk menjalin relasi bisnis demi terbangunnya reputasi perusahaan sehingga perusahaan bisa lebih kompetitif dan bertahan lama (keuntungan jangka panjang), hal ini terbukti diberbagai testimony perusahaan-perusahaan besar yang beroperasi di Indonesia cukup berarti dalam mempertahankan citra perusahaan dengan jalan merealisasikan program-program yang berbasis sosial kemasyarakatan salah satu contoh dari perusahaan yang punya kontribusi besar terhadap masyarakat Indonesia khususnya dalam bidang olah raga dan pendidikan sebut saja PT. Djarum Dan PT. Sampoerna

Kasus penyalahgunaan distribusi *CSR* diantaranya penyelewengan dana *CSR* dari Boeing untuk korban kecelakaan Pesawat Lion Air JT-610 oleh Yayasan Aksi Cepat Tanggap (ACT) dengan nilai mencapai Rp 107,3 miliar pada Agustus 2022. Dan dikasus lain Pada Maret 2023 ditemukan indikasi penyelewengan dana *CSR* dari perusahaan tambang di NTB selama periode 2018-2022 dengan perkiraan total nilai mencapai Rp400 miliar. Pada beberapa kasus, penyalahgunaan dana *CSR* perusahaan di daerah juga melibatkan oknum pemerintah daerah. Ketentuan mengenai *CSR* saat ini terdapat pada Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang memberikan kewajiban pada perusahaan untuk senantiasa menjalankan *CSR*. Namun, penerapannya dilapangan masih sangat lemah karena tidak adanya ketegasan sanksi maupun hal lain yang membuat perusahaan bersedia menjalankan program *CSR*.

Kasus terbaru terkait dengan dana *CSR* yang saat ini menjadi sorotan publik yakni kasus korupsi PT. Timah wilayah izin usaha tahun 2015-2022. Harvey Moeis diduga menerima uang hasil mega korupsi timah tersebut berkedok dana Corporate Social Responsibility (*CSR*) dari para pengusaha. Pusat Studi Anti Korupsi Fakultas Hukum Universitas Mulawarman mengungkapkan bahwa dana *CSR* sering dijadikan sebagai kedok untuk

mengalirkan dana hasil kejahatan. Terutama untuk memfasilitasi sarana dan fasilitas, baik para pemilik smelter maupun untuk dirinya sendiri¹².

Alasan dipilihnya perusahaan manufaktur menjadi objek penelitian ialah karena mayoritas aktivitas perusahaan manufaktur menghasilkan limbah yang mengakibatkan pencemaran lingkungan dan memberi pengaruh terhadap masyarakat sosial di sekitar perusahaan. Hasil penelitian ini memberi kontribusi dalam bentuk informasi bagi perusahaan tentang penerapan akuntansi hijau dan *CSR* akan menjadi sinyal positif bagi pemangku kepentingan, yaitu masyarakat, investor dan calon investor. Rasa peduli dan kesadaran perusahaan akan kondisi lingkungan dan sosial dapat menanggulangi dampak buruk yang ditimbulkan dari perusahaan, sehingga perusahaan mampu menentukan prioritas agar berpindah menuju proses bisnis yang ramah lingkungan.

Alasan peneliti mengambil objek perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi adalah pada sektor barang konsumsi menghasilkan produksi kebutuhan pokok yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat, tingginya permintaan pada sektor barang konsumsi berdampak pada kemampuan menghasilkan profitabilitas yang optimal. Dan dengan profitabilitas yang diperoleh tersebut apakah perusahaan juga memperhatikan dampak lingkungan yang ditimbulkan karena proses produksi perusahaan yang dapat dialokasikan kedalam biaya lingkungan.

Putu Purnama Dewi menjelaskan bahwa penerapan akuntansi hijau memberi pengaruh positif dan signifikan secara parsial atas profitabilitas dan pengungkapan *CSR* juga memberi pengaruh positif dan signifikan secara parsial atas profitabilitas. Perusahaan yang mengaplikasikan *green accounting* melalui kinerja lingkungan khususnya mengikuti program PROPER yang diinisiasi oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia bisa menaikkan citra positif perusahaan sehingga mampu menambah minat konsumen maupun kapitalis untuk menanam investasi modal dan menggunakan produk yang diproduksi perusahaan, hal ini menjadikan penjualan dan profitabilitas perusahaan meningkat. Sedangkan investor melihat perusahaan yang melakukan pengungkapan *CSR* lebih peduli dengan ancaman yang akan ditimbulkan. Semakin banyaknya investor yang memiliki minat atas saham sebuah perusahaan, maka nilai saham dan perusahaan tersebut akan semakin tinggi¹³.

¹² 'Kontan.Co.Id' <<https://www.google.com/amp/s/amp.kontan.co.id/news/di-kasus-korupsi-pt-timah-dana-csr-jadi-alat-cuci-dosa-atas-kejahatan-lingkungan>>.

¹³ Putu Purnama Dewi and Wardani Wardani, 'Green Accounting, Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Profitabilitas Perusahaan Manufaktur', *E-Jurnal Akuntansi*, 32.5 (2022), 1117 <<https://doi.org/10.24843/eja.2022.v32.i05.p01>>.

Sebaliknya, Rini Lestari dkk menyimpulkan bahwa penerapan akuntansi hijau yang diukur dengan kinerja lingkungan memiliki pengaruh terhadap tingkat profitabilitas perusahaan yang diukur dengan Return On Assets¹⁴. Sedangkan penggunaan *green accounting* yang diukur dengan pengungkapan lingkungan tidak memiliki pengaruh terhadap tingkat profitabilitas perusahaan. Masiyah Kholmi dan Sazkia An Nafiza menyatakan bahwa *green accounting* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas, sedangkan CSR memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas, namun penerapan CSR memberi beban tambahan kepada perusahaan. Beban tersebut akan mengurangi profitabilitas perusahaan, hingga akhirnya profitabilitas perusahaan mengalami penurunan. Secara tidak langsung beban tersebut ditanggung oleh *stakeholder* perusahaan sehingga keuntungan yang diperoleh investor berkurang. Penurunan laba ini memberi pengaruh terhadap minat investor atas saham suatu perusahaan. Minat investor yang rendah menyebabkan turunnya harga saham dan nilai perusahaan¹⁵.

Dari penelitian terdahulu tersebut peneliti ingin mengetahui dan melakukan pengujian apakah terdapat pengaruh CSR dan *green accounting* terhadap profitabilitas perusahaan pada sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI pada tahun 2019-2022. Penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali korelasi/hubungan pengungkapan CSR terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan. Hasil penelitian terdahulu yang tidak konsisten menjadi sebab untuk melakukan penelitian terhadap isu ini. Penelitian ini berfokus pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi sebagai objek penelitian. Produk pada sektor industri barang konsumsi sifatnya konsumtif dan bersentuhan langsung dengan masyarakat tanpa perlu dilakukan pengolahan kembali. Untuk itu reputasi suatu perusahaan menjadi hal penting yang harus untuk diperhatikan. Reputasi perusahaan berpengaruh terhadap kemampuan perusahaan untuk mencapai profitabilitas. Di samping itu, sektor ini cenderung stabil disebabkan produk yang diproduksi dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Sehingga, investor lebih memilih untuk mempercayakan modalnya di sektor ini.

¹⁴ Rini Lestari and others, 'Pengaruh Penerapan Green Accounting Terhadap Tingkat Profitabilitas Perusahaan (Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Di BEI Tahun 2015-2017)', *Jurnal Kajian Akuntansi*, 20.2 (2020), 124–31.

¹⁵ Masiyah Kholmi and Saskia An Nafiza, 'Pengaruh Penerapan Green Accounting Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2018-2019)', *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 6.1 (2022), 143–55
<<https://doi.org/10.18196/rabin.v6i1.12998>>.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

- a. Apakah *CSR* berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022 ?
- b. Apakah *green accounting* berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Mengetahui pengaruh pengungkapan *CSR* terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022.
- b. Mengetahui pengaruh *green accounting* terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022 .

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini terbagi menjadi dua manfaat yaitu manfaat praktis dan manfaat teoritis adalah :

1.4.1 Manfaat Praktis

Berkontribusi pada pengembangan literatur tentang hubungan antara *green accounting* dan *CSR* dengan profitabilitas serta mempromosikan penerapan *green accounting* dan *CSR*.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Memberikan informasi kepada seluruh perusahaan, tidak di sektor manufaktur saja, tetapi tentunya di sektor lainnya (pemerintahan, pariwisata, dan lain sebagainya) yang melakukan pengolahan limbah sehingga dapat dinilai keberhasilan suatu kinerja perusahaan terutama dalam penerapan *green accounting* dan pengungkapan *CSR* terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Legitimasi

Teori legitimasi (*Legitimacy Theory*) berfokus pada relasi antara perusahaan dan masyarakat. Teori ini mengungkapkan bahwa organisasi hendaknya mencermati norma-norma sosial masyarakat karena merupakan keselarasan terhadap norma-norma sosial mampu meningkatkan legitimasi suatu perusahaan. Teori legitimasi ini erat kaitannya dengan teori *stakeholder*. Menurut Ghazali dan Chairi legitimasi penting untuk organisasi, batasan yang ditetapkan oleh norma dan nilai sosial, dan respon atas batasan tersebut mendorong urgensi menganalisis perilaku organisasi dengan mempedulikan lingkungan¹⁶.

Legitimasi ini dapat menjadi faktor strategis dalam mengembangkan perusahaan dimasa mendatang dengan merancang strategi khususnya kaitannya dengan upaya menempatkan diri di tengah-tengah masyarakat yang semakin modern. Ang dan Marsella menuturkan perusahaan hingga kini dituntut untuk tidak berorientasi pada keuntungan finansial saja tetapi harus punya kesadaran terhadap masyarakat dan lingkungan. Hal ini disebabkan perusahaan sudah mendapatkan keuntungan dari memanfaatkan sumber daya, sehingga keuntungan yang diperoleh harus dirasakan juga oleh masyarakat dan lingkungan.¹⁷ Di samping itu, secara tidak langsung perusahaan dapat memperkuat legitimasi yang mereka peroleh dari masyarakat dan berdampak pada nilai perusahaan di hadapan investor dan masyarakat pada umumnya dengan mengungkapkan tanggung jawab sosial. Teori legitimasi mengharuskan organisasi untuk terus membuktikan telah berjalan konsisten sesuai dengan perilaku nilai-nilai sosial. Kesenjangan legitimasi akan terjadi ketika suatu perusahaan hanya berfokus pada pencapaian keuntungan maksimal tanpa mempertimbangkan dampak dari aktivitasnya atau ekspektasi masyarakat terhadap perusahaan tersebut..

Organisasi perlu legitimasi, batasan yang ditetapkan oleh norma dan sosial, disertai respon atas batasan tersebut memberi dorongan akan pentingnya menganalisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan. Teori yang mendasari legitimasi ialah kontrak sosial

¹⁶ Haninun and Nurdiawansyah, 'ANALYSIS OF EFFECT SIZE COMPANY, PROFITABILITY, AND LEVERAGE AGAINST SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE OF LISTED MINING INDUSTRY IN INDONESIA STOCK EXCHANGE PERIOD 2009-2012', *URNAL Akuntansi & Keuangan*, 5 (2014), 1–18 <<https://eje.bioscientifica.com/view/journals/eje/171/6/727.xml>>.

¹⁷ Ang Swat Lin Lindawati and Marsella Eka Puspita, 'Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder Dan Legitimacy Gap Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan', *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 2015, 157–74 <<https://doi.org/10.18202/jamal.2015.04.6013>>.

antara perusahaan dengan masyarakat sekitar perusahaan dan memanfaatkan sumber daya ekonomi. Legitimasi sendiri merupakan suatu kondisi psikologis keberpihakan individu dan kelompok orang yang sangat peduli atas gejala-gejala lingkungan sekitarnya. Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis perusahaan guna mengembangkan perusahaan di masa yang akan datang. Hal ini menjadi sarana perusahaan untuk menyusun strategi khususnya yang berkaitan dengan usaha menempatkan diri di masyarakat yang semakin modern. Ciri-ciri jika perusahaan atau organisasi tersebut telah dilegitimasi oleh masyarakat (legitimacy) adalah sesuai dengan kerangka rasional dan hukum yang ada di masyarakat.

Tuntutan perusahaan saat ini tidak berorientasi pada keuntungan finansial saja tetapi juga mempunyai kepedulian akan masyarakat dan lingkungan karena perusahaan telah mengambil manfaat dari penggunaan sumber daya, sehingga keuntungan yang diperoleh dapat dirasakan kembali oleh masyarakat dan lingkungan hidup. Di samping itu, secara tidak langsung perusahaan dapat memperkuat legitimasi yang diperolehnya dari masyarakat dan berdampak pada nilai perusahaan di mata investor dan masyarakat luas dengan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya.

Teori legitimasi erat kaitannya dengan teori pemangku kepentingan. Gary, Kouhy dan Lavers (1994) dalam Rahmawati (2012) menuturkan bahwa teori legitimasi dan teori pemangku kepentingan merupakan perspektif teoritis dalam kerangka teori ekonomi politik. Disebabkan pengaruh masyarakat yang lebih luas bisa mengalokasikan sumber daya keuangan dan sumber daya ekonomi lain, perusahaan perlu mengungkapkan kinerja lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan dalam rangka melegitimasi kegiatan perusahaan di tengah masyarakat. Beda halnya dengan teori pemangku kepentingan yang menerangkan bahwa perusahaan dan manajemennya berbuat dan melaporkan sesuai dengan kemauan dan kekuasaan kelompok pemangku kepentingan yang berbeda, teori legitimasi memfokuskan padarelasi antara perusahaan dan masyarakat. Sumber kekuatan institusional dan kebutuhan akan layanan konsisten tidak dapat ditemukan dalam masyarakat yang dinamis. Oleh karenanya, sebuah lembaga harus lolos uji legitimasi dan relevansi dengan membuktikan bahwa masyarakat membutuhkan jasa perusahaan dan organisasi tertentu yang mendapatkan manfaat dari pencapaian yang diterima, yang memperoleh izin masyarakat. Dalam teori legitimasi, organisasi harus terus menunjukkan bahwa mereka telah berjalan dengan perilaku nilai-nilai sosial yang secara terus menerus¹⁸.

¹⁸ MT Mahmud, 'Teori Legitimasi Dan Hubungannya Dengan Pengungkapan CSR', 2019.

Ada istilah *legitimacy gap*, hal ini merupakan gambaran perbedaan antara nilai-nilai yang dipakai perusahaan dengan nilai-nilai masyarakat dimana perusahaan akan bertempad pada posisi yang terdapat ancaman. Kesenjangan legitimasi akan muncul jika perusahaan tidak peduli akan dampak mungkin timbul dari aktivitas perusahaan dan harapan masyarakat terhadap perusahaan serta orientasinya hanya pada menghasilkan keuntungan yang besar. Di sinilah *CSR* diperlukan guna memperkecil legitimasi kesenjangan dengan meningkatkan kesesuaian antara operasional perusahaan dan harapan masyarakat. Legitimasi dapat dinyatakan sebagai sebuah manfaat atau sumber potensial bagi perusahaan untuk tetap bertahan.

Melalui teori legitimasi perusahaan dalam menjalankan kegiatan *CSR* tidak menjadi suatu keharusan lagi yang memberi kerugian bagi perusahaan, namun hal ini menjadi landasan bagi perusahaan untuk melahirkan keharmonisan sosial yang sejalan dengan nilai dan norma di masyarakat sehingga dapat tercapainya legitimasi perusahaan. Teori legitimasi ini cocok sekali untuk dipakai dalam akuntansi lingkungan sama halnya dengan *green accounting* itu sendiri. Pentingnya legitimasi pada perusahaan yang menanamkan kepedulian lingkungan supaya lingkungan tempat perusahaan atau organisasi tersebut dapat menerima dan agar kemudian hari dapat mengembangkannya. Legitimasi dari masyarakat ialah sumber daya operasional yang penting sekali bagi perusahaan sebab hal tersebut berkaitan dengan perkembangan perusahaan.

Teori ini juga terkait dengan pengungkapan sosial yang menyatakan bahwa perusahaan mengungkapkan aktivitas lingkungannya untuk menggapai kebutuhan masyarakat dimana perusahaan beroperasi, dan bahwa tidak adanya pengungkapan dapan berdampak negative pada perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan yang mempunyai rasa peduli yang tinggi terhadap lingkungan sekitar akan dianggap melahirkan citra yang baik di masyarakat. Dengan mempunyai citra baik terhadap lingkungan dimata masyarakat perusahaan dapat dinilai turutserta melakukan pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) yang mana masyarakat meyakini bahwa adanya perusahaan tidak mengakibatkan kerugian bagi masyarakat dan lingkungan. Dengan begitu hasil baik akan dituai oleh perusahaan karena masyarakat tidak menolak keberadaan perusahaan dengan cara melaksanakan program yang mengutamakan pembangunan yang berkelanjutan.

Harapannya melalui adanya teori legitimasi perusahaan dalam menjalankan kegiatan *CSR* tidak menjadi suatu keharusan lagi yang memberi kerugian bagi perusahaan, namun hal ini menjadi landasan bagi perusahaan untuk melahirkan keharmonisan sosial yang sejalan dengan nilai dan norma di masyarakat sehingga dapat tercapainya legitimasi perusahaan. Dari *CSR*

perusahaan tidak mengambil keuntungan, namun kegiatan ini diharapkan mendapat keuntungan yang berbentuk citra perusahaan. Dengan meningkatnya kinerja pengungkapan CSR maka profitabilitas serta kondisi perusahaan semakin baik. Menurut Guthrie dan Parker salah satu cara untuk melegitimasi kontribusi perusahaan dari perspektif ekonomi dan politik adalah dengan pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan¹⁹. Teori legitimasi ini cocok diterapkan pada green accounting sebab legitimasi bagi perusahaan yang peduli lingkungan itu sangat penting sehingga masyarakat sekitar dapat menerima perusahaan dengan baik guna mendukung aktivitas perusahaan yang keberlanjutan. Sebagaimana tertuang dalam Al Qur'an QS. As Syu'ara (26): 151-152

وَلَا تُطِيعُوا أَمْرَ الْمُسْرِفِينَ الَّذِينَ يُفْسِدُونَ فِي الْأَرْضِ وَلَا يُصْلِحُونَ

Artinya : “ janganlah kamu mengikuti orang yang melewati batas. Yang membuat kerusakan dan tidak mengadakan perbaikan”

Dengan demikian pembangunan berwawasan lingkungan tidak hanya menjadi motto dari pemerintahan. Pemerintah, dan institusi-institusi yang mewakili kepentingan rakyat atau mengatas nama rakyat, tampaknya perlu meninjau kembali konsep pembangunan secara menyeluruh. Karena sejauh ini terlihat bahwa konsep pembangunan harus dibayar social cost yang tinggi.

2.2 Profitabilitas Perusahaan

Perusahaan selalu ingin memperoleh profit yang tinggi dalam mengelola usahanya. Profitabilitas adalah aspek yang wajar untuk menilai keberlangsungan perusahaan. Terdapat banyak ukuran profitabilitas, masing - masing terkait dengan penanaman modal, aset yang dijual, atau nilai saham²⁰. Tingkat profitabilitas perusahaan diukur dengan Return On Assets (ROA).

Ada tiga cara pengukuran profitabilitas suatu perusahaan yakni ROA (Return On Assets Ratio), ROE (Return On Equity Ratio), dan ROI (Return On Investment). Penelitian ini menggunakan ROA sebagai alat untuk mengukur profitabilitas karena analisis ROA dapat dipakai untuk mengukur profitabilitas dari setiap output yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. ROA berfungsi untuk mengukur kemampuan dan efisiensi manajemen dalam menggunakan

¹⁹ Vinta Paulinda et al Awuy, 'Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Earnings Response Coefficient (ERC) (Suatu Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2010-2013)', *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 18.1 (2016), 15–26 <<https://doi.org/10.9744/jak.18.1.15-26>>.

²⁰ Sulistiawati.

aset perusahaan untuk menghasilkan keuntungan serta melaporkan total return yang dicapai perusahaan.

Profitabilitas mengacu pada kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Laba tersebut dihasilkan dari aset yang dimiliki perusahaan. Efisiensi suatu perusahaan bisa dilihat dengan membandingkan antara laba yang dihasilkannya dengan modal yang mendapat laba tersebut. Agar suatu perusahaan mampu menjaga kelangsungannya maka perusahaan haruslah berada dalam keadaan menguntungkan (*profitable*). Owner dan manajemen perusahaan selalu mengusahakan untuk menaikkan keuntungan tersebut. Sebab hal tersebut sangat penting untuk masa depan perusahaan. Sedangkan untuk perusahaan profitabilitas dipakai untuk bahan evaluasi atas efektivitas manajerial unit bisnis tersebut.

Dalam operasional sebuah perusahaan profit sangatlah penting. Dengan kemampuan dalam memperoleh laba dengan seluruh sumber daya yang milik perusahaan maka akan tercapainya tujuan-tujuan perusahaan. Pemaksimalan sumber daya yang dimiliki perusahaan maka hal tersebut juga akan meningkatkan profit perusahaan. Rasio profitabilitas memiliki tujuan bagi semua *stakeholder* nya, baik untuk pemilik perusahaan, manajemen dan pihak luar perusahaan. penggunaan profitabilitas bagi perusahaan maupun pihak eksternal bertujuan:

- a. Untuk menghitung dan mengukur keuntungan yang didapat suatu perusahaan selama jangka waktu tertentu.
- b. Untuk mengevaluasi keadaan pendapatan perusahaan dari tahun sebelumnya ke tahun yang sedang dijalani.
- c. Untuk evaluasi tren keuntungan jangka panjang.
- d. Mengukur produktivitas seluruh sumber daya perusahaan yang digunakan, termasuk modal dan ekuitas.
- e. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh sumber daya perusahaan yang digunakan.

Rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur efektivitas manajemen menyeluruh yang ditentukan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang dihasilkan dalam kaitannya dengan penjualan dan investasi. Return On Assets (ROA) merupakan ukuran yang merefleksikan kinerja keuangan suatu perusahaan. Jika nilai ROA semakin tinggi maka perusahaan dapat tergolong memiliki kinerja yang baik. Dalam menganalisis laporan keuangan, rasio ini paling disoroti karena dapat memperlihatkan keberhasilan perusahaan dalam memperoleh keuntungan pada masa lampau yang kemudian diproyeksikan untuk masa depan. Assets yang dimaksud

ialah segala kekayaan perusahaan yang didapatkan dari modal pribadi maupun asing dan telah diolah perusahaan menjadi kekayaan perusahaan untuk keberlangsungan perusahaan.

ROA adalah rasio laba bersih atas total aktiva mengukur pengembalian setelah bunga dan pajak terhadap total aktiva. ROA mengukur efektivitas secara menyeluruh dalam memperoleh laba melalui asset yang ada. Nilai ROA yang semakin besar maka hal tersebut menunjukkan semakin baik pula kinerja perusahaan, karena nilai pengembalian investasi semakin besar. Nilai pada rasio ini menunjukkan besarnya pengembalian perusahaan dari semua aktiva (pendanaan) yang diberikan untuk perusahaan.

Hubungan teori *legitimasi* dan variabel profitabilitas perusahaan yakni, perusahaan yang bertambah besar akan bertambah banyak pula pihak-pihak yang akan bergabung ke dalam pemangku kepentingan perusahaan, sehingga perusahaan akan meningkat dari investasi atau modal. Para *stakeholder* (pemegang saham) akan menanamkan modalnya ke perusahaan dengan profit yang tinggi, sehingga perusahaan dianggap baik oleh investor. Di samping pertimbangan dari tingginya profitabilitas, perusahaan juga diharapkan dapat memperhatikan struktur modal yang terdiri atas modal pribadi maupun modal yang bersumber dari eksternal (hutang), perusahaan yang jumlah hutangnya besar maka tanggung jawab atas kreditur juga bertambah besar. Menurut teori *stakeholder*, jika perusahaan menjalankan kinerja lingkungan dengan baik maka dapat meningkatkan *stakeholder* disertai citra perusahaan meningkat.

Para informan menyampaikan pendapat bahwa dalam Islam profitabilitas ialah keuntungan yang dicapai melalui tujuan dan arah yang sama yaitu akhirat. Tentunya dalam mencapai tujuan, kita harus mengikuti jalan yang di perintahkan Allah SWT. Merupakan kewajiban bagi Muslim untuk mentaati firman Allah SWT dan Sabda Nabi. Sebab pada kenyatannya seluruh kehidupan yang dijalani sudah diatur oleh Yang Maha Kuasa. Profitabilitas menurut pandangan Islam yang rujukannya kepada Al-Quran dan Hadits, memberikan tolok ukur dalam mencapai suatu tujuan profitabilitas tidak melupakan fokus pada akhirat. Di samping manfaat numerik ataupun materiil, ia memiliki banyak arti lain. Padahal angka ataupun materi tersebut hanyalah bantuan untuk mencapai tujuan akhirat tersebut. Untuk lebih jelasnya bagaimana profitabilitas dalam Islam, berikut ini adalah penjelasan berdasarkan pernyataan para informan²¹. Dalam Al-Quran dalam surat Al-Baqarah [2] : 276

²¹ Putri Pratama and Jaharuddin, "Rekonstruksi Konsep Profitabilitas Dalam Islam", *Ikraith-Humaniora*, 2.2 (2018), 101–8 <journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/download/226/125>.

يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُزْبِئُ الصَّدَقَاتِ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ

Artinya : “Allah memusnahkan riba dan menyuburkan sedekah. Allah tidak menyukai setiap orang yang tetap dalam kekafiran dan bergelimang dosa.”

Ekonomi islam yang didasarkan pada prinsip syariah tidak mengenal konsep bunga karna menurut islam bunga adalah riba yang haram (terlarang) hukumnya.

2.3 Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate social responsibility merupakan satu dari sekian bentuk kepatutan yang diberikan oleh perusahaan kepada masyarakat sekitar perusahaan. Adanya tanggung jawab sosial perusahaan ini dapat memberikan sebuah perubahan positif di dalam kehidupan masyarakat atau komunitas. Dikutip dari bisnis.tempo.com didasarkan pada aturan yang mewajibkan perusahaan melakukan CSR tercantum pada Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Perseroan Terbatas. Pada Pasal 2 dan 3 PP tersebut, diterangkan bahwa setiap perseroan sebagai subjek hukum bertanggung jawab sosial dan lingkungan. Tanggung jawab tersebut dijalankan oleh Direksi berdasar pada rencana kerja tahunan perseroan yang telah memperoleh persetujuan Dewan Komisaris atau RUPS sesuai dengan anggaran dasar Perseroan, kecuali terdapat ketentuan lain pada peraturan perundang-undangan. Hal ini berarti besaran dana CSR tidak spesifik, sesuai kebijakan perusahaan. Kendati begitu, biaya CSR tetap wajib disediakan, dihitung, dan dialokasikan oleh perusahaan sesuai dengan kewajiban dan kepatutan. CSR ialah operasi bisnis yang tidak berkomitmen untuk menaikkan keuntungan finansial perusahaan saja tetapi juga untuk pengembangan sosial ekonomi.

Pengungkapan informasi CSR dalam laporan keuangan secara umum dibagi ke dalam dua macam, *voluntary disclosure* dan *mandatory disclosure*. *Voluntary disclosure* ialah pengungkapan semua informasi yang ada kaitannya dengan aktivitas ataupun kondisi perusahaan secara sukarela. Meskipun dalam praktiknya pengungkapan secara sukarela tersebut tidak terjadi secara pasti karena perusahaan cenderung menyimpan secara sengaja informasi yang bersifat bisa mengurangi peredaran kas sehingga hal itu bisa menimbulkan kerugian pada perusahaan. Oleh karena itu, pengungkapan informasi yang baik akan dilakukan oleh manajer agar dapat menguntungkan perusahaan.²² Sedangkan *mandatory disclosure* ialah pengungkapan informasi yang ada kaitannya dengan aktivitas ataupun

²² Sri Rokhlinasari, "Teori –Teori Dalam Pengungkapan Informasi Corporate Social Responsibility Perbankan", *Jurnal Penelitian Akuntansi*, 6.August (2016), 128.

keadaan perusahaan yang sifatnya wajib dan tercantum dalam peraturan hukum. Dalam *mandatory disclosure* ini diawasi langsung dari Lembaga yang berwenang. *Mandatory disclosure* juga dapat menjadi perantara terhadap asimetri informasi antara pihak yang berinvestasi dengan manajer perusahaan atas kebutuhan informasi.

Pemahaman mengenai *CSR* berkisar pada tiga hal pokok, yakni pertama, *CSR* merupakan peran yang bersifat sukarela (*voluntary*). Perusahaan turut serta mengatasi permasalahan sosial dan lingkungan, oleh karenanya perusahaan diberi kebebasan dalam melakukan atau tidak melakukan peran ini. Kedua, di samping perusahaan memiliki tujuan untuk memperoleh profit, perusahaan menyisihkan sebagian keuntungan untuk perilaku dermawan (*filantropi*) untuk memberdayakan sosial dan memperbaiki lingkungan yang diakibatkan adanya eksploitasi dan eksplorasi. Ketiga, *CSR* sebagai bentuk kewajiban perusahaan untuk peduli dan mengurangi krisis kemanusiaan dan lingkungan yang semakin meningkat²³.

Pemahaman *CSR* selanjutnya bukan didasarkan pada pemerintah melalui kebijakan publik saja, namun perusahaan juga wajib bertanggung jawab atas masalah-masalah sosial. Perusahaan hidup bersama dengan suatu lingkungan. Perusahaan dapat berkembang berkat masyarakat dimana perusahaan itu hidup. Perusahaan dapat menyediakan sarana infrastruktur umum bagi perusahaan dan masyarakat sekitar antara lain, dalam bentuk jalan, transportasi, listrik dan lain-lain. Faktor yang menjadikan penyebab mengapa *CSR* menjadi penting dalam organisasi yaitu:

- a. Terdapat kecenderungan globalisasi, yang menekankan pada hilangnya batas-batas antar wilayah di dunia sehingga menciptakan universalitas. Dengan beitu sangat memungkinkan bagi perusahaan multinasional untuk berkembang menjadi mata rantai globalisasi dimanapun
- b. Konsumen dan investor yang merupakan audiens utama organisasi komersial, memerlukan gambaran tentang tanggung jawab organisasi atas isu sosial dan lingkungan
- c. Sebagai bagian dari etika organisasi, pengelolaan suatu organisasi yang baik memerlukan tanggung jawab organisasi untuk mampu melakukan pengelolaan organisasi dengan baik (biasa disebut dengan *good corporate governance*)

²³ T Romi Marnelly, "Tinjauan Teori Dan Praktek Di Indonesia", *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3.1 (2012), 49–59.

- d. Di sebagian negara, masyarakat percaya bahwa suatu organisasi sudah terpenuhinya standar etika berorganisasi, saat organisasi tersebut memiliki kepedulian terhadap lingkungan dan masalah sosial
- e. Tanggung jawab sosial setidaknya mampu mengurangi potensi krisis yang terjadi dalam suatu organisasi
- f. Tanggung jawab sosial dianggap mampu menaikkan reputasi organisasi.

CSR bukan hanya usaha dalam membuktikan kepedulian suatu organisasi atau perusahaan pada permasalahan lingkungan dan sosial, tetapi juga mendukung terciptanya pembangunan yang berkesinambungan antara aspek pembangunan sosial dan ekonomi yang didukung dengan perlindungan lingkungan hidup. Usaha yang dilakukan perusahaan dalam membangun kepercayaan ialah merencanakan dan mengembangkan serangkaian program yang berorientasi pada tanggung jawab sosial.

Program ini menjadi tolok ukur kepedulian organisasi dengan mengembangkan aspek sosial pada publik. Program ini bukan dalam rangka membagikan harta sehingga dapat membuat senang banyak pihak, tetapi lebih ke arah bagaimana memberdayakan masyarakat, agar secara bersamaan dengan perusahaan dapat mempedulikan aspek sosial.

Pengungkapan CSR juga dapat dilakukan dengan melihat *sustainability report* suatu perusahaan. *Sustainability report* merupakan laporan mengenai dampak ekonomi, lingkungan dan sosial akibat aktivitas yang dilakukan perusahaan. *Sustainability report* mempunyai beberapa fungsi yaitu sebagai alat untuk menghitung pencapaian target ketenagakerjaan dalam isu Triple Bottom Line, *Sustainability report* juga berfungsi sebagai alat control atas pencapaian kinerja perusahaan dan sebagai pertimbangan investor dalam mendistribusikan sumber daya keuangannya. Sedangkan untuk *stakeholder* lainnya *Sustainability report* merupakan tolok ukur untuk menilai keseriusan dalam masalah ini²⁴.

ISO 26000 memberikan pedoman standar yang sifatnya sukarela mengenai tanggung jawab sosial sebuah institusi yang memuat seluruh sektor organisasi badan publik ataupun badan privat, baik dalam negara berkembang atau negara maju. Melalui ISO 26000 ini akan memberikan nilai tambah pada aktivitas tanggung jawab sosial yang sedang dikembangkan, antara lain: 1) membangun konsensus mengenai definisi tanggung jawab sosial ; 2)

²⁴ Mita Kurnia Rizki, Ratno Agriyanto, and Dessy Noor Farida, "The Effect of Sustainability Report and Profitability on Company Value: Evidence from Indonesian Sharia Shares", *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 10.1 (2019), 117–40 <<https://doi.org/10.21580/economica.2019.10.1.3747>>.

memberikan panduan untuk menerjemahkan prinsip-prinsip menjadi tindakan yang efektif; dan 3) memilih praktik-praktik terbaik yang dikembangkan dan disebarkan dalam rangka kepentingan komunitas atau masyarakat internasional²⁵.

Dalam konteks ini, dari perspektif Islam, *CSR* ialah praktik bisnis dengan tanggung jawab etis secara keislaman. Perusahaan mempertimbangkan norma-norma agama Islam, yang ditandai dengan integritas dan penghormatan terhadap kontrak sosial di dalam pengelolaannya. Dengan cara ini, praktik bisnis berdasarkan kerangka *CSR* Islami memuat serangkaian kegiatan bisnis dalam bentuknya. *CSR* dalam perspektif Islam mencakup beragam aktivitas bisnis. Menurut AAOIFI *CSR* menurut Islam mencakup seluruh aktivitas yang dilakukan institusi finansial Islam untuk memenuhi kepentingan religius, etika, hukum, ekonomi, dan kebijaksanaan sebagai perantara lembaga keuangan baik bagi perseorangan, institusi atau organisasi.

Dalam konsep *CSR* perusahaan hadir sebagai entitas yang lebih humanis yang dapat bersinergi dengan baik dengan alam dan masyarakat. Perlindungan dan pengembangan masyarakat sebagaimana yang disebutkan Griffin dan Pustay tidak hanya berfokus pada manusianya akan tetapi juga alam dimana bumi itu dipijak dan dikeruk untuk kepentingan industri. Hal tersebut sejalan dengan konsep Triple Bottom Line (people, planet, profit) ketiga faktor tersebut sudah sepatutnya bersinergi dengan baik untuk keberlangsungan hidup yang layak, karena manusia dan masyarakat membutuhkan ekonomi dan keuntungan melalui kegiatan bermuamalah yang sesuai aturan Islam dan untuk melaksanakan kegiatan muamalah atau bisnis tersebut manusia membutuhkan alam untuk digunakan sesuai fungsinya²⁶.

Corporate Social Responsibility menurut Islam ialah satu dari berbagai cara mencapai tujuan Ekonomi Islam, yakni keadilan, kesejahteraan ekonomi, pendistribusian pendapatan secara adil dan kebebasan individu dalam kerangka menyejahterakan sosial masyarakat. Dalam bisnis pasti terdapat banyak permasalahan sosial dan penyelesaiannya dibebankan pada perusahaan. Maka dari itu Islam sangat mendukung implementasi *CSR*. *CSR* menjembatani antara kebutuhan dan kepentingan stakeholdernya. Dalam pandangan Islam, hakikat *CSR* memikul 3 bentuk implementasi yang menonjol, yaitu : (1) *CSR* terhadap stakeholders, (2)

²⁵ Elita Rahmi, "Standarisasi Lingkungan (ISO 26000) Sebagai Harmonisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dan Instrumen Hukum Di Indonesia", *Jurnal Ilmu Hukum*, ISO26000, 2011, 1–14.

²⁶ Naili Saadah and Dessy Noor Farida, "Etika Pertanggungjawaban Lingkungan Dalam Bingkai Al-Qur'an", *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7.2 (2019), 343 <<https://doi.org/10.21043/equilibrium.v7i2.4548>>.

CSR terhadap lingkungan hidup, dan (3) CSR terhadap kesejahteraan sosial dalam lingkup universal.

Menurut Islam, pemberlakuan CSR hendaknya tujuannya untuk menghasilkan kebaikan melalui amalan yang disyariatkan Allah, berupa zakat, infaq, sedekah, dan wakaf, bukan kegiatan yang mengandung unsur riba. CSR juga harus memutamakan nilai kemurahan hati dan integritas. Praktik CSR dalam Islam mengutamakan etika bisnis keislaman. Dalam Al-Quran surat Al-Hasyr :7

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَى فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ
وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ
فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya : “Harta rampasan (fai') dari mereka yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya (yang berasal) dari penduduk beberapa negeri, adalah untuk Allah, Rasul, kerabat (Rasul), anak-anak yatim, orang-orang miskin dan untuk orang-orang yang dalam perjalanan, agar harta itu jangan hanya beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu.”

Manusia hendaknya tidak melakukan kegiatan ataupun tindakan yang dapat merusak bumi, karena sesungguhnya Allah telah menciptakan manusia bukan buntut merusak bumi melainkan menjadikan bumi sebagai sarana beribadah kepada Allah.

2.4 Green Accounting

Green Accounting merupakan akuntansi yang memuat identifikasi, pengukuran, penyajian, dan pengungkapan anggaran dan manfaat tidak langsung dari aktivitas perusahaan yang berkaitan dengan lingkungan dan sosial. *Green accounting* ialah suatu wujud komitmen perusahaan dalam mengimplementasikan akuntansi dengan mencantumkan biaya lingkungan (*environmental cost*) dalam beban perusahaan sebagai imbas dari kegiatan operasional perusahaan²⁷. Menurut Lako menyampaikan bahwa *green accounting* sebagai proses pengenalan, penilaian, pencatatan, peringkasan, pelaporan dan pengungkapan informasi secara terintegrasi mengenai objek, peristiwa keuangan, transaksi, sosial dan lingkungan perusahaan terhadap masyarakat, lingkungan serta perusahaan itu sendiri dalam laporan informasi

²⁷ Ni Made Indrawati and I Gusti Ayu Intan Saputra Rini, "Analisis Penerapan Akuntansi Lingkungan Pada Badan Rumah Sakit Umum Daerah (Brsud) Tabanan", *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 9.2 (2018), 85 <<https://doi.org/10.22225/kr.9.2.480.85-95>>.

akuntansi guna sebagai dasar pengambilan keputusan maka informasi yang dilaporkan harus relevan²⁸.

Aktivitas-aktivitas dalam pengadaan green accounting tentu membutuhkan biaya. Kegiatan tersebut merupakan biaya yang wajib dikeluarkan oleh pelaku usaha sehubungan dengan penyediaan barang dan jasa pada konsumen. Dengan beban yang telah diberikan diharapkan dapat menciptakan lingkungan yang bersih dan sehat. Pembangunan berkelanjutan perlu diterapkan sebab kegiatan ekonomi saat ini kemungkinan besar mengurangi pemenuhan dimasa yang akan datang dengan merusak ekosistem global, sedangkan pertanggung jawaban sosial perusahaan atau *CSR* harus diterapkan dalam operasional perusahaan .

Green accounting sangat mendukung evaluasi aktivitas seperti kegiatan lingkungan khususnya analisis permasalahan limbah melalui laporan biaya lingkungan yang dipublikasikan akan membantu para pemangku kepentingan untuk melakukan evaluasi pelestarian lingkungan dan meningkatkan efisiensi pengelolaan lingkungan hidup untuk mendukung kelangsungan usaha saat ini dan masa depan. Namun sayangnya dalam implementasinya, sering ditemukan sebagian perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan berita negatif yang dihadapi, sehingga pelaporan akan biaya lingkungan menjadi tidak efektif.

Menurut Lako (2018), informasi yang ada dalam green accounting harus memenuhi beberapa karakteristik kualitatif, antara lain yaitu sebagai berikut:

1. Pengguna informasi akuntansi ialah para *stakeholders*, yakni pihak manajemen, pemegang saham, kreditor, investor atau pemilik, karyawan, konsumen, pemerintah, dan masyarakat luas, yang secara langsung atau tidak langsung terhubung dengan entitas korporasi yang mempunyai kepentingan.
2. Keterbatasan informasi akuntansi hijau ialah rasio terukur antara biaya dan manfaat, usaha dan hasil, materialitas informasi yang diberikan, dan pengungkapan informasi akuntansi kuantitatif dan kualitatif secara terintegrasi.
3. Persyaratan khusus dan menyeluruh bagi pengguna informasi akuntansi ialah bahwa informasi akuntansi yang ditunjukkan kepada para pihak pemakai harus mudah dipahami dan berguna untuk mengevaluasi dan mengambil keputusan ekonomi dan non ekonomi.

²⁸ Dewi and Wardani.

Adapun tujuan diterapkannya *Green Accounting* yaitu sebagai upaya menanggulangi dampak negatif kepada lingkungan dari aktivitas operasional dengan mengungkapkan biaya lingkungan²⁹. Fungsi *Green Accounting* diklasifikasikan menjadi dua yakni fungsi internal dan fungsi eksternal. Fungsi internal dapat memberi kemungkinan dalam mengatur biaya konservasi lingkungan dan menganalisis biaya lingkungan dan manfaatnya, serta dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi aktifitas pemulihan lingkungan yang kaitannya dengan keputusan perusahaan, sedangkan fungsi eksternal berupa pengungkapan hasil pengukuran kuantitatif dari aktivitas konservasi lingkungan, maka fungsi eksternal dapat memberi kemungkinan perusahaan dalam memberi pengaruh pada keputusan stakeholder, yaitu konsumen, mitra bisnis, investor, dan masyarakat local. Akuntansi lingkungan dapat menjadi alat manajemen dan sebagai alat komunikasi dengan masyarakat.

Peraturan yang mengatur *Green Accounting* antara lain : (1) UU Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup. Aturan ini memuat tentang kewajiban bagi setiap orang yang melakukan usaha atau kegiatan untuk melindungi, mengelola, dan membagikan informasi yang aktual dan cermat tentang lingkungan hidup. Sanksi hukum atas pelanggaran yang mengakibatkan pencemaran dan kerusakan lingkungan hidup telah ditetapkan; (2) UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Aturan ini mengatur kewajiban bagi perusahaan yang bergerak di bidang sumber daya alam untuk menghitung tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai biaya yang dialokasikan secara wajar dan cermat. Pelanggaran terhadap hal ini akan dijatuhi sanksi sebagaimana diatur dalam aturan yang berlaku; (3) Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan No: KEP-134/BL/2006 tentang Kewajiban Penyampaian Laporan Tahunan bagi Emiten atau Perusahaan Publik.

Aturan ini memuat tentang kewajiban laporan tahunan yang mencantumkan Tata Kelola Perusahaan (Corporate Governance) yang berisi aktivitas dan biaya yang dibebankan sehubungan dengan tanggung jawab sosial suatu perusahaan atas masyarakat dan lingkungan hidup; (4) Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 32 (Akuntansi Kehutanan) dan No. 33 (Akuntansi Pertambangan Umum). Kedua PSAK tersebut memuat aturan mengenai kewajiban perusahaan sektor tambang dan pemilik Hak Pengusaha Hutan (HPH) untuk mengungkapkan aspek-aspek lingkungan hidup dalam laporan keuangan.

²⁹ Sunarmin Sunarmin, "Green Technology Accounting as an Innovation to Reduce Environmental Pollution", *Neraca : Jurnal Akuntansi Terapan*, 1.2 (2020), 135–41 <<https://doi.org/10.31334/neraca.v1i2.862>>.

Dalam akuntansi lingkungan ini diharapkan perusahaan dapat melaksanakan tanggung jawabnya dalam akuntabilitas stakeholder dan untuk evaluasi dari konservasi lingkungan. Kesuksesan green accounting ini tidak bergantung dari bagaimana perusahaan mengelompokkan biaya yang dibutuhkan perusahaan, melainkan saling berkaitan dengan dua fungsi manajemen akuntansi yaitu perencanaan dan penghimpunan data pelaporan³⁰. Pengorbanan biaya lingkungan ini mampu memangkas potensi biaya yang lebih besar di masa yang mendatang seperti biaya ganti rugi pada masyarakat atas rusaknya lingkungan oleh industri maupun resiko lain seperti penutupan perusahaan akibat sanksi dari pemerintah. Manfaat pengaplikasian green accounting menurut Pramanik (2007) yaitu : (a) Meningkatkan transparansi lingkungan dan mendorong pertanggungjawaban entitas, (b) mendukung lembaga-lembaga dalam mengembangkan strategi untuk mengatasi berbagai isu-isu terkait lingkungan sebagai respons terhadap meningkatnya tuntutan LSM dan masyarakat mengenai isu-isu lingkungan, (c) Menumbuhkan citra yang lebih baik untuk mendapatkan pandangan yang positif dari masyarakat dan aktivis lingkungan, (d) Mendorong konsumen; pembelian produk ramah lingkungan memberikan kualitas pemasaran yang lebih bersaing, (e) Menunjukkan komitmen perusahaan atas upaya memperbaiki lingkungan, (f) Menghindari opini negatif dari masyarakat.

Menurut perspektif Islam aktivitas-aktivitas yang termasuk ke dalam penilaian green accounting meliputi kepedulian lingkungan, tanggung jawab dan pelaporan yang didasarkan atas prinsip Al-Qur'an dan Hadist Rasul saw. Keberadaan nilai tauhid bermakna bahwa segala hal terletak di bawah kekuasaan Allah SWT semata dan segala hal terletak di bawah kehendak-Nya sehingga Allah SWT dijadikan sebagai stakeholder pertama. Sebagai bentuk tanggungjawab manusia menjadi *khalifatul fil ardhi* manusia menjalankan kewajibannya terhadap alam dengan melakukan tindakan pemeliharaan ekologis. Salah satunya ialah berupaya dalam mengungkapkan biaya lingkungan dalam laporan keuangan supaya penggunaan akuntansi lingkungan mampu meminimalisir dampak lingkungan dari aktivitas perusahaan dalam produksi. Pengungkapan akuntansi lingkungan berlandaskan nilai Islami dapat memberi tambahan nilai bagi perusahaan dimana stakeholder dapat melakukan pengamatan, evaluasi, dan analisis kegiatan-kegiatan konservasi lingkungan yang didasarkan pada prinsip syari'ah sehingga mendukung perusahaan untuk semakin maju.

³⁰ Sunarmin.

Allah sudah memerintahkan manusia agar tidak melakukan kerusakan di muka bumi. Firman tersebut salah satunya termaktub dalam Q.S Al-Baqarah [2]: 205

وَإِذَا تَوَلَّى سَعَى فِي الْأَرْضِ لِيُفْسِدَ فِيهَا وَيُهْلِكَ الْحَرْثَ وَالنَّسْلَ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ
الْفُسَادَ

Artinya : “apabila dia berpaling (dari engkau), dia berusaha untuk berbuat kerusakan di bumi, serta merusak tanam-tanaman dan ternak, sedang Allah tidak menyukai kerusakan.”

Manusia hendaknya tidak melakukan kegiatan ataupun tindakan yang dapat merusak bumi, karena sesungguhnya Allah telah menciptakan manusia bukan buntut merusak bumi melainkan menjadikan bumi sebagai sarana beribadah kepada Allah.

2.5 Penelitian Terdahulu

Pembiayaan pada bank syariah telah banyak diteliti. Berikut beberapa penelitian terdahulu dengan berbagai variabel yang diuji terhadap profitabilitas:

No	Penulis	Judul	Variabel Independen	Variabel Dependen	Alat Analisis	Perbedaan	Hasil
1	Murniati, Ingra Sovita (2021)	“Penerapan Green Accounting Terhadap Profitabilitas Perusahaan Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2015 – 2019”	CSR dan Green Accounting	Profitabilitas	Uji Regresi linear berganda	Objek penelitian berfokus pada sektor perusahaan makanan dan minuman. Rentan tahunnya 2015-2019	Analisis data menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics 23. Hasil penelitian menggambarkan bahwa kinerja lingkungan tidak memberi pengaruh terhadap ROA

							dengan nilai signifikansi $0,489 > 0,05$, sedangkan pengungkapan 1
2	Rini Lestari, Fara Aisyah, Nadira, Nurleli, Helliana (2019)	“Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Green Accounting Terhadap Profitabilitas ”	Kinerja lingkungan, Green accounting	Profitabilitas	Regresi linier berganda	Penelitian ini menggunakan rentan waktu tahun 2015-2017	Penerapan Green Accounting pada perusahaan manufaktur sector industry barang konsumsi masih belum menyeluruh, masih terdapat perusahaan yang tidak menghiraukan tanggung jawab akan lingkungan dan tidak membuat laporan secara rinci. 2) Tingkat Profitabilitas Perusahaan yang diukur dengan ROA

							<p>pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi mengalami peningkatan pada tahun 2016, tetapi mengalami penurunan pada tahun 2017. 3)</p> <p>Penggunaan Green Accounting terhadap Tingkat Profitabilitas Perusahaan a)</p> <p>Penggunaan Green Accounting yang diukur dengan kinerja lingkungan memberi pengaruh terhadap Tingkat Profitabilitas Perusahaan</p>
--	--	--	--	--	--	--	---

							yang diukur dengan ROA. b) Penggunaan Green Accounting yang diukur dengan pengungkapan lingkungan tidak memberi pengaruh terhadap Tingkat Profitabilitas Perusahaan.
3	Putu Purnama Dewi (2022)	“Green Accounting, Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas Perusahaan Manufaktur”	CSR dan Green Accounting	Profitabilitas	Regresi linear berganda	Objek pada penelitian ini menggunakan semua subsektor yang terdaftar di perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Penelitian ini menggunakan tahun 2018-2020	Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa penggunaan green accounting secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan atas profitabilitas sehingga hipotesis pertama diterima. Hal ini berdasar

							<p>pada pemahaman bahwa dengan mengaplikasikan green accounting melalui kinerja lingkungan yaitu dengan turut serta dalam program PROPER yang diadakan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia mampu memberi peningkatan citra positif perusahaan sehingga mampu meningkatkan minat konsumen maupun para kapitalis untuk menanam investasi</p>
--	--	--	--	--	--	--	---

							<p>modal dan mengkonsumsi produk yang hasil perusahaan, dan akan berdampak pada peningkatan penjualan dan profitabilitas. Variabel pengungkapan CSR juga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap profitabilitas sehingga hipotesis kedua diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaplikasian green accounting dan pengungkapan CSR secara simultan</p>
--	--	--	--	--	--	--	---

							memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas sehingga hipotesis ketiga diterima.
4	Ayu Mayshella Putri, Nur Hidayati, Moh Amin (2019)	“Dampak Penerapan Green Accounting Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia”	Green accounting dan kinerja lingkungan	Profitabilitas	Regresi linier berganda.	Objek pada penelitian ini menggunakan semua subsektor yang terdaftar di perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Penelitian ini menggunakan tahun 2017-2018	Berdasarkan hasil diskusi yang telah dijelaskan sebelumnya, kesimpulan penelitian ini ialah : 1. Green Accounting memberi dampak signifikansi pada Profitabilitas (ROA) Perusahaan Manufaktur di BEI tahun 2017 serta 2018. 2. Kinerja Lingkungan berdampak

							<p>signifikansi pada Profitabilitas (ROA) Perusahaan Manufaktur di BEI tahun 2017 serta 2018. 3. Green Accounting berdampak signifikan pada Profitabilitas (ROE) Perusahaan Manufaktur di BEI tahun 2017 serta 2018. 4. Kinerja Lingkungan berdampak signifikan pada Profitabilitas (ROE) Perusahaan Manufaktur di BEI tahun 2017 serta 2018. 5. Green Accounting</p>
--	--	--	--	--	--	--	---

							serta Kinerja Lingkungan pada profitabilitas memakai ROE lebih besar pengaruhnya.
5	Catur Muhammad Erlangga, Achmad Fauzi, Ati Sumiati (2021)	“Penerapan Green Accounting dan Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas ”	Green Accounting dan CSR	Profitabilitas	Analisis Regresi sederhana dan linier berganda	Penelitian ini menggunakan objek perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2019	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan atas penerapan Green Accounting dan Corporate Social Responsibility Disclosure terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan, profitabilitas juga mempengaruhi nilai perusahaan secara signifikan, namun

							pengaruh mediasi dari variabel profitabilitas tidak terjadi.
6	Kleysia N. Tanod , Grace B. Nangoi, I Gede Suwetja (2019)	“Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017”	CSR	Profitabilitas	Regresi Linier berganda	Penelitian ini hanya menggunakan satu variabel independen yaitu CSR. Tahun 2013-2017	Menurut data yang telah diuji dapat diketahui bahwa Corporate Social Responsibility memiliki pengaruh yang signifikan kepada profitabilitas perusahaan diukur menggunakan rasio Return On Assets. Maka dari itu bisa diambil kesimpulan yaitu pengujian hipotesis yang telah dilakukan dinyatakan bahwa Corporate

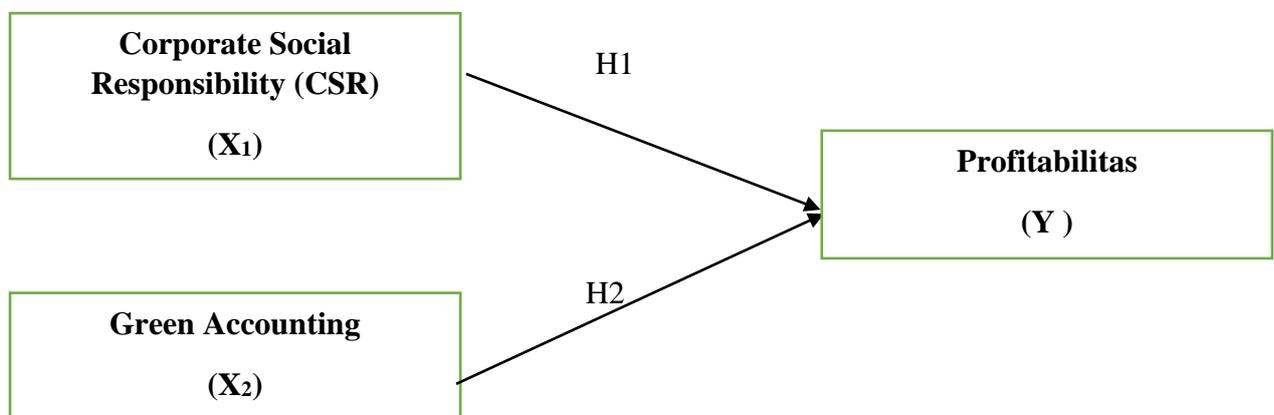
							<p>Social Responsibility memiliki pengaruh yang signifikan kepada Return On Assets bisa diterima.</p> <p>data yang telah diuji dapat diketahui bahwa Corporate Social Responsibility memiliki pengaruh yang signifikan kepada profitabilitas perusahaan diukur menggunakan rasio Return on Equity. Maka dari itu bisa diambil kesimpulan yaitu pengujian hipotesis yang telah dilakukan dinyatakan</p>
--	--	--	--	--	--	--	--

							bahwa Corporate Social Responsibility memiliki pengaruh yang signifikan kepada Return on Equity bisa diterima.
7	Kholmi dan Saskia An Nafiza (2022)	“Pengaruh Penerapan Green Accounting dan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2019)”	Green Accounting dan CSR	Profitabilitas	Regresi Linier Berganda	Pada penelitian ini yaitu 2018-2019	Green accounting tidak memiliki pengaruh terhadap profitabilitas, sedangkan Corporate Social Responsibility berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Hasil ini membuktikan bahwa masih banyak perusahaan manufaktur yang menggunakan sebagian

							keuntungannya untuk kegiatan sosialnya. Namun banyak perusahaan tidak mengungkapkan biaya lingkungan mereka karena perusahaan tidak ingin rugi dengan menambahkan biaya lingkungan.
--	--	--	--	--	--	--	---

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

2.6 Kerangka Berpikir



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

2.7 Rumusan Hipotesis

2.7.1 Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bentuk keterlibatan perusahaan dalam berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi, dan optimalisasi kualitas hidup stakeholder yang didasarkan pada prinsip kemitraan dan kesukarelaan. *CSR* juga biasa disebut sebagai akibat yang wajib ditanggung oleh perusahaan sebagai akibat dari pengambilan keputusan dan kegiatan perusahaan untuk membersihkan keuntungan besar yang diperoleh perusahaan yang menyebutkan *CSR* memiliki pengaruh terhadap profitabilitas perusahaan.³¹

Profitabilitas perusahaan merupakan keuntungan bersih yang diterima perusahaan sebagai keuntungan dari aktivitas perusahaan. Seperti yang kita ketahui dalam melaksanakan operasional perusahaan seringkali merugikan lingkungan dan sosial disekitar perusahaan. Sehingga perusahaan berkewajiban untuk memperbaiki kondisi lingkungan dan masyarakat yang terkena dampak. Dengan hal itu perusahaan diharapkan dapat mengangkat nilai dan citra perusahaan sehingga dapat memikat minat konsumen untuk membeli produk perusahaan maka secara tidak sengaja profitabilitas perusahaan akan meningkat. Hal ini merupakan investasi jangka panjang bagi perusahaan sebagaimana dinyatakan dalam penelitian.

Aktivitas *CSR* dilakukan perusahaan guna menunjukkan sistem nilai perusahaan selaras dengan sistem sosial dimana perusahaan beroperasi. Dengan kata lain legitimasi masyarakat diperoleh dari perusahaan yang melakukan *CSR*. Legitimasi ini mengkindarkan perusahaan dari hal-hal yang tidak diinginkan dan dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan. Bukan hanya hak-hak investor yang diperhatikan tetapi hak-hak publik juga diperhatikan dalam teori legitimasi ini.

Indikator pada penilaian *CSR* menggunakan GRI (*Global Reporting Initiative*) yang digunakan sebagai indeks kriteria pengungkapan *CSR*. GRI digunakan sebagai standar pelaporan *sustainability report* bagi organisasi atau perusahaan. Berdasarkan indeks dari *Global Reporting Initiative G4 (GRI-G4)* yang terdiri dari 91 elemen dan indeks *GRI-standards* yang terdiri dari 136 elemen, keduanya memiliki penekanan yang sama, yaitu

³¹ Catur Muhammad Erlangga, Achmad Fauzi, and Ati Sumiati, "Penerapan Green Accounting Dan Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas", *Akuntabilitas*, 14.1 (2021), 61–78 <<https://doi.org/10.15408/akt.v14i1.20749>>.

rantai nilai dan kesetaraan gender dalam setiap aspek keberlanjutan. Perhitungan dalam pengungkapan *CSR* adalah poin 0 (nol) apabila indeks pada daftar GRI tidak diungkapkan perusahaan. Poin 1 (satu) apabila indeks pada daftar GRI diungkapkan perusahaan.

Perusahaan memiliki tanggung jawab kepada masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan tersebut berdiri dan menjalankan operasionalnya. Kaitan antara *CSR* dengan teori legitimasi karena pada teori tersebut terdapat usulan bahwa perusahaan harus memiliki tanggung jawab kepada stakeholder, termasuk diantaranya masyarakat dan lingkungan.

Profitabilitas perusahaan mengalami peningkatan dengan pengungkapan *CSR*. Karena dengan pengungkapan *CSR* perusahaan akan memperoleh pandangan yang positif dari masyarakat sehingga masyarakat akan mempergunakan produk perusahaan. Dengan *CSR* perusahaan melaksanakan tanggung jawabnya sehingga perusahaan mengetahui langkah langkah apa saja yang harus dilakukan dalam tanggung jawab social.

Hal tersebut juga sesuai dengan penelitian yang mengatakan bahwa pengungkapan *CSR* secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas perusahaan³². Menurut hasil penelitian Catur Muhammad Erlangga, Achmad Fauzi², Ati Sumiati (2021) menunjukkan bahwa penerapan Green Accounting dan *CSR* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Dan menurut penelitian Kleysia N. Tanod , Grace B. Nangoi, I Gede Suwetja (2019) data yang telah dilakukan pengujian dapat dipahami bahwa Corporate Social Responsibility berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas perusahaan diukur dengan rasio Return On Assets.

Peneliti menduga bahwa *CSR* memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas. Maka daripada itu berdasar pada kajian terdahulu, peneliti menuliskan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Corporate Social Responsibility berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

2.7.2 Pengaruh Green Accounting Terhadap Profitabilitas Perusahaan

Green Accounting ialah suatu penerapan akuntansi sebagai bentuk komitmen perusahaan atas dampak aktivitas bisnisnya dengan memasukkan biaya lingkungan

³² Dewi and Wardani.

(*environmental cost*) ke dalam pengeluaran perusahaan³³. *Green accounting* mengumpulkan, menganalisis, memperkirakan dan menghasilkan laporan data lingkungan maupun finansial untuk mengurangi dampak dan biaya lingkungan. Perusahaan yang menerapkan Green Accounting diharapkan menjaga kelestarian lingkungan dan dengan sukarela mematuhi kebijakan pemerintah.

Penerapan *Green Accounting* berdampak positif terhadap profitabilitas. Pasalnya, penerapan *green accounting* melalui kinerja lingkungan, khususnya melalui partisipasi dalam program PROPER yang diselenggarakan oleh KLHK dapat manikkan citra positif perusahaan, sehingga dapat minat konsumen atau para kapitalis juga meningkat dalam penanaman modal dan menggunakan produk yang diproduksi perusahaan. Hubungan teori legitimasi dan Green accounting adalah adanya kontrak sosial antara perusahaan dengan pemanfaatan sumber daya alam pada wilayah tersebut.

Dengan memperoleh informasi mengenai aktivitas perusahaan maka perusahaan akan mendapat pengakuan (legitimasi) dari masyarakat karena perusahaan konsisten mencoba untuk meyakinkan kegiatan atau aktivitas yang dilakukan perusahaan sesuai dengan batasan dan norma masyarakat dimana perusahaan berada. Perusahaan menggunakan laporan tahunannya sebagai informasi mengenai aktivitas perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab sosial lingkungan perusahaan terhadap stekholder, yang didalamnya mengungkapkan akun-akun terkait dengan biaya lingkungan yang disebut sebagai Akuntansi lingkungan atau Green accounting merupakan gambaran bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan, sehingga perusahaan dapat diterima oleh masyarakat³⁴.

Indikator *green accounting* pada penelitian ini adalah penilaian PROPER(Public Disclosure Program for Environmental Compliance) yang diadakan oleh KLHK setiap tahunnya. Kriteria penilaian proper terdiri dari dua kategori, yaitu kriteria penilaian ketaatan dan kriteria penilaian lebih dari yang dipersyaratkan dalam peraturan (beyond compliance) Kriteria penilaian ketaatan menjawab pertanyaan sederhana saja. Peringkat didalam PROPER : PROPER Emas PROPER Hijau PROPER Biru PROPER Merah PROPER Hitam

³³ Indrawati and Intan Saputra Rini.

³⁴ G elisabeth fahik, 'Pengaruh Penerapan Green Accounting Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Perusahaan Peraih Penghargaan Industri Hijau Yang Listing Di BEI.', 0, 2016, 1–23.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rini Lestari, Fara Aisyah Nadira, Nurleli, Helliana (2019) menyatakan bahwa Penerapan *Green Accounting* yang diukur dengan kinerja lingkungan berpengaruh terhadap Tingkat Profitabilitas Perusahaan yang diukur dengan Return On Assets. Dalam penelitian Putu Purnama Dewi (2022). Penerapan green accounting secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Menurut Ayu Mayshella Putri, Nur Hidayati, Moh Amin (2019). *Green Accounting* berdampak signifikan pada Profitabilitas (ROE).

Peneliti menduga bahwa kinerja lingkungan mempunyai pengaruh positif terhadap profitabilitas. Oleh karenanya, menurut penelitian sebelumnya, peneliti membuat hipotesis berikut:

H₂ : Green Accounting berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penyelesaian penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Pengukuran penerapan green accounting dalam penelitian ini yaitu dengan kinerja lingkungan. Menurut pandangan ahli Suratno (2006) dan Lankoski (2000) dalam Sulistiawati (2017) kinerja lingkungan merupakan kinerja perusahaan untuk menjaga kelestarian lingkungan perusahaan dari kerusakan yang diakibatkan oleh perusahaan tersebut. Pengukuran kinerja lingkungan berdasarkan keberhasilan keikutsertaan perusahaan dalam program PROPER. Menurut Handayani, PROPER merupakan program yang diinisiasi oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) untuk menyokong perusahaan menyelenggarakan pengelolaan lingkungan hidup dengan menggunakan instrument informasi³⁵.

Ada tiga cara pengukuran profitabilitas suatu perusahaan yakni ROA (Return On Assets Ratio), ROE (Return On Equity Ratio), dan ROI (Return On Investment). Penelitian ini menggunakan ROA sebagai alat untuk mengukur profitabilitas karena analisis ROA dapat dipakai untuk mengukur profitabilitas dari setiap output yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. ROA berfungsi untuk mengukur kemampuan dan efisiensi manajemen dalam menggunakan aset perusahaan untuk menghasilkan keuntungan serta melaporkan total return yang dicapai perusahaan.

Tingkat profitabilitas perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan Rasio Perputaran Aset atau Return On Assets (ROA) yang dipakai untuk mengukur kemampuan suatu badan usaha dalam memperoleh hasil return dari aset yang sudah diinvestasikan pemegang saham. Dapat dikatakan, semakin tinggi rasio ROA maka semakin tinggi pula nilai perusahaan ROA merupakan rasio keuangan yang digunakan sebagai alat analisis untuk mengukur kinerja bentuk manajemen perusahaan dalam mendapatkan profitabilitas menyeluruh. Semakin tinggi nilai sebuah ROA pada suatu perusahaan, semakin baik serta efektif pula perusahaan dalam menggunakan aset. Adapun rumus dari ROA yaitu:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Profitabilitas bersih setelah pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Menurut pandangan para ahli Suratno (2006) dan Matthews (1997) dalam Sulistiawati, (2017) pengungkapan lingkungan ialah pengungkapan informasi yang disusun perusahaan guna menyebarkan informasi mengenai aktivitas yang dilakukan perusahaan.

³⁵ Ignatius Bondan Suratno, Darsono, and Siti Mutmainah, "Pengaruh Environmental Performance Terhadap Environmental Disclosure Dan Economic Performance", *Simposium Nasional 9 Padang*, 2006, 23–26.

Perusahaan memedomani GRI dari berbagai ukuran, sebagai indikator pengungkapan informasi lingkungan (Clarkson 2008 dalam Nurleli dan Faisal, 2016) yang mengadopsi GRI G4 sebagai Indikator pengungkapan informasi lingkungan.

Selain itu, untuk mengukur pengungkapan CSR ialah menggunakan Indeks Global Reporting Initiative (GRI) dan selanjutnya dilakukan penghitungan dengan rumus berikut.

$$CSR_i = \frac{\sum X_{yi}}{N_i}$$

CSR_i : Indeks luas pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan i.

$\sum X_{yi}$: nilai 1 = jika item y diungkapkan; 0 = jika item y tidak diungkapkan.

N_i : jumlah item untuk perusahaan i, $n_i \leq 79$.

3.2 Populasi dan Sampel

Data sekunder yang digunakan berasal dari proses mendalami dan mengamati laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan manufaktur yang tercatat dalam BEI tahun 2019 hingga tahun 2022 yang dibuka via www.idx.co.id yang merupakan situs resmi Bursa Efek Indonesia dan situs resmi perusahaan dimaksud, serta perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi tahun 2019-2022. Sebanyak 190 perusahaan sektor barang konsumsi yang secara konsisten listing pada Bursa Efek Indonesia selama periode 2019-2022 dijadikan populasi dalam penelitian ini.

Pengambilan sampel meliputi serangkaian pencatatan menggunakan beberapa kriteria yaitu secara konsisten listing pada BEI jangka waktu 2019-2022, melansir laporan keuangan tahunan, melansir laporan keberlanjutan dan menyampaikan indeks Global Reporting Initiative (GRI), dengan 136 Indeks pengungkapan GRI serta peringkat perusahaan proper dalam mengukur green accounting. Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling sehingga diperoleh 10 perusahaan dan 40 laporan keuangan dan laporan keberlanjutan sebagai sampel penelitian selama 4 tahun pengamatan.

Tabel 3. 1 Kriteria Sampel

No.	Kriteria	Jumlah
1.	Perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang secara konsisten listing di Bursa Efek Indonesia selama periode 2019-2022	190
2.	Perusahaan yang tidak mempublikasikan Laporan tahunan	(102)
3.	Perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan keberlanjutan	(82)

	dan mengungkapkan indeks Global Reporting Initiative (GRI)	
4.	Perusahaan yang tidak mengikuti Program Penilaian Kerja Perusahaan (PROPER)	(6)
Total Perusahaan Sampel		10
Total pengamatan penelitian (4 tahun)		40

DAFTAR SAMPEL PENELITIAN PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI

Tabel 3. 2 Daftar Sampel

No.	Kode Saham	Nama Emiten	Sub Sektor
1.	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	Makanan dan Minuman
2.	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk	Makanan dan Minuman
3.	MLBI	PT. Multi Bintang Indonesia Tbk	Makanan dan Minuman
4.	GGRM	Gudang Garam Tbk	Rokok
5.	KAEF	Kimia Farma (Persero) Tbk	Farmasi
6.	KLBF	Kalbe Farma Tbk	Farmasi
7.	SIDO	Industri Jamu & Farmasi Sido Muncul Tbk	Farmasi
8.	TSPC	Tempo Scan Pacific Tbk	Farmasi
9.	ADES	PT. Akasha Wira International Tbk	Kosmetik
10.	UNVR	Unilever Indonesia Tbk	Barang rumah tangga

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan penelitian ini ialah data sekunder. Data penelitian ini menggunakan laporan keuangan perusahaan manufaktur makanan dan minuman pada tahun 2019-2022 dan menggunakan laporan sustainability report perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi tahun 2019-2022 yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia. Pemilihan tahun 2019 -2022 dimaksudkan untuk mengetahui apakah pandemi Covid-19 mempengaruhi tingkat kepatuhan perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungannya.

3.4 Klasifikasi Variabel

Ada dua Variabel yang dipakai dalam penelitian ini, yakni variabel dependen (terikat) yang dinyatakan sebagai Y, dan variabel independen (bebas yang dinyatakan sebagai x, berikut akan dijelaskan mengenai kedua variabel tersebut,

1. Variabel Dependen

Variabel dependen pada penelitian ini ialah Profitabilitas Perusahaan Profitabilitas Perusahaan Manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022 (Y).

2. Variabel Independen

Penelitian ini memiliki lima variabel independen, yakni Corporate Social responsibility (X1), Green Accounting (X2).

Variabel	Definisi	Pengukuran	Skala
Corporate Social Responsibility	kepatutan yang diberikan oleh perusahaan kepada masyarakat yang berada di sekitar perusahaan. Adanya tanggungjawab sosial perusahaan ini dapat memberikan sebuah perubahan positif di dalam kehidupan masyarakat atau komunitas.	$CSR_i = \sum X_{yi} / N_i$ CSR _i : Indeks luas pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan i. $\sum X_{yi}$: nilai 1 = jika item y diungkapkan; 0 = jika item y tidak diungkapkan. N _i : jumlah item untuk perusahaan i, $n_i \leq 79$.	Rasio
Green Accounting	Akuntansi yang di dalamnya memuat identifikasi, pengukuran, penyajian, dan pengungkapan biaya-biaya dan manfaat tidak langsung dari aktivitas perusahaan yang berkaitan dengan lingkungan dan sosial.	Indikator yang digunakan penelitian ini untuk mengukur penerapan green accounting ialah kinerja lingkungan yaitu menggunakan peringkat PROPER Dan penerbitan laporan CSR yang menyertakan biaya lingkungan	Peringkat PROPER : 1. PROPER Emas 2. PROPER Hijau 3. PROPER Biru 4. PROPER Merah 5. PROPER Hitam

Tabel 3. 3 Tabel Definisi Operasional dan Skala Pengukuran Variabel

3.5 Metode Pengumpulan Data

Data pada penelitian ini dikumpulkan dengan metode dokumentasi, yaitu cara memperoleh data melalui proses menyelidiki dan mengamati dokumen-dokumen yang sesuai periode (2019 – 2022).

3.6 Metode Analisis Data

Data dalam penelitian ini dianalisis dengan metode analisis kuantitatif yaitu analisis yang menggunakan perhitungan angka statistik untuk meninjau sebuah hipotesis dan memerlukan beberapa alat analisis. Analisis yang dipakai dalam penelitian ini ialah :

3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif

Ghozali (2018:19) menerangkan bahwa Statistik deskriptif menggambarkan atau mendeskripsikan suatu data yang ditinjau dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, sum, range, nilai maksimum dan minimum. Penelitian ini akan menjabarkan jumlah data, rata-rata, nilai minimum dan maksimum, dan standar deviasi. Analisis ini memuat semua variabel dependen dan independen³⁶.

3.6.2 Penentuan Model Estimasi Panel

Ghozali dan Ratmono (2011) menuturkan data panel adalah data yang mempunyai gabungan dari dua elemen yaitu time series dan cross section. Menurut Ozkan (2001) Data panel lebih fleksibel dari pada data cross section dalam memilih variabel yang digunakan untuk mengontrol endogenitas dibandingkan. Dalam penelitian Widjarjono,(2013). Data time series yang digunakan dalam penelitian ini adalah dari periode 2019-2022 dan data cross section terdiri dari 10 perusahaan dan 40 laporan keuangan dan laporan keberlanjutan. Data yang dikumpulkan kemudian diolah dengan bantuan software pengolah data Eviews 12. Saat menentukan estimasi model panel, Menurut Widarjono, (2013:355) ada tiga pendekatan model regresi data panel yaitu common effect model, fixed effect model, dan random effect model. Berikut penjelasan model tersebut sebagai berikut :

a. Common Effect Model atau Pooled Least Square (PLS)

ialah pendekatan yang paling simpel dari model data panel sebab hanya dengan melakukan penggabungan data time series dan cross-section. Model tersebut tidak menghiraukan dimensi waktu atau individu, sehingga mengasumsikan bahwa perilaku data perusahaan serupa dalam berbagai periode waktu. Menurut Gujarati dan Porter

³⁶ Nenti Rosdiani and Angga Hidayat, "Pengaruh Derivatif Keuangan, Konservatisme Akuntansi Dan Intensitas Aset Tetap Terhadap Penghindaran Pajak", *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 1.2 (2020), 131–43 <<https://doi.org/10.37195/jtebr.v1i2.43>>.

(2009) metode ini dapat menggunakan pendekatan OLS (Ordinary Least Square) atau teknik kuadrat terkecil untuk mengestimasi model data panel.

Dalam model data panel sering diduga bahwa $\beta_{it} = \beta$ yaitu pengaruh dari perubahan dalam X diasumsikan konstan dalam kategori waktu cross-section. Model regresi dari common effect model adalah sebagai berikut:

$$Y_{it} = X_{it}\beta_{it} + X_{iit}\beta_{iit} + e_{it}$$

Dimana:

Y_{it} = ialah pengamatan dari unit ke-i dan diamati dalam periode t (yaitu variabel dependen menjadi data panel).

X_{it} = ialah variabel independen dari unit ke-i dan dilakukan pengamatan dalam periode waktu t, dengan asumsi bahwa X_{it} berisi variabel konstanta

X_{iit} = ialah variabel independen dari unit ke-ii dan diamati dalam periode waktu t, dengan asumsi bahwa X_{iit} berisi variabel konstanta

E_{it} = ialah komponen error yang diasumsikan memiliki nilai rata-rata nol, varians waktu homogen dan tidak bergantung pada X_{it}

b. Fixed Effect Model (FEM)

Model ini mengasumsikan perbedaan antar individu dapat dikompensasi dari intersep yang berbeda. Model Fixed effect ialah teknik untuk mengestimasi data panel menggunakan variabel dummy untuk mengetahui adanya perbedaan intersep.

Dalam model fixed effect, seseorang dapat memilih fixed effect satu arah dengan intersep yang memiliki perbedaan dalam setiap cross-section atau dengan membuat efek waktu apabila diyakini bahwa beberapa faktor pengaruh objek penelitian dapat mengalami perubahan dari waktu ke waktu menurut Gujarati dan Porter (2009). Selain itu model ini mengasumsikan bahwa koefisien pada regresi tetap di antar perusahaan atau antar waktu.

Pendekatan variabel dummy ini diketahui sebagai least square dummy variabels (LSDV). Persamaan Fixed effect Model dapat dirumuskan berikut ini:

$$Y_{it} = X_{it}\beta + X_{iit}\beta + C_i + \dots + e_{it}$$

Dimana:

C_i = variabel dummy

c. Random Effect Model (REM)

Model ini memperkirakan data panel dimana gangguan variabel mungkin saling berkaitan dari waktu ke waktu dan lintas individu. Dalam model Random effect perbedaan intersep disesuaikan oleh error terms tiap-tiap perusahaan. Keuntungan digunakannya random effect model ialah menghapus heteroskedastisitas. Model ini disebut juga Teknik Generalized Least Square (GLS). Persamaannya ditulis berikut ini:

$$Y_{it} = X_{it}\beta + V_{it}$$

Dimana :

$$V_{it} = C_i + D_i + \epsilon_{it}$$

C_i = diasumsikan memiliki sifat independent and identically distributed (iid) normal dengan rerata 0 dan variansi σ^2_c (komponen cross section)

D_i = diasumsikan memiliki sifat iid normal dengan rerata 0 dan variansi σ^2_d (komponen time series error).

ϵ_{it} = diasumsikan memiliki sifat iid dengan rerata 0 dan variansi σ^2

3.6.3 Pemilihan Model Estimasi

Dari ketiga model regresi yang dapat dipakai untuk mengestimasi data panel, model regresi, yang memperoleh hasil terbaiklah yang akan dipakai dalam melakukan analisis. Guna mengetahui model terbaik yang akan digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis model Common Effect Model (CEM), Fixed Effect Model (FEM), atau Random Effect Model (REM), maka perlu dilakukan pengujian spesifikasi model yang tepat untuk mendeskripsikan data terlebih dahulu menggunakan uji Chow dan uji Hausman.

a. Uji Chow

Uji Chow dilakukan untuk mengkomparasikan atau memilih model yang lebih baik antara common effect model atau fixed effect model (Ghozali dan Ratmono, 2011). Berikut hipotesis pada uji chow :

H_0 : Common Effect Model (CEM)

H_1 : Fixed Effect Model (FEM)

Pengambilan keputusan dilihat dari nilai probabilitas (p) untuk cross-section F. Apabila nilai probabilitas F lebih dari 0.05, maka hipotesis nol diterima, yang artinya common

effect model adalah model yang tepat untuk data panel dibanding fixed effect model. Sebaliknya apabila nilai probabilitas F kurang dari 0.05, maka hipotesis nol ditolak, yang berarti common effect model adalah model yang kurang tepat untuk data panel dibanding dengan fixed effect model.

b. Uji Hausman

Uji Hausman dilakukan untuk membandingkan atau menentukan model mana yang unggul antara fixed effect model atau random effect model (Ghozali dan Ratmono, 2011). Pengujian statistik uji hausman menggunakan distribusi statistik Chi-Square dengan derajat kebebasan (df) sejumlah variabel bebas. Berikut hipotesis pada uji hausman:

H0 : Random Effect Model (REM)

H1 : Fixed Effect Model (FEM)

Pengambilan keputusan dengan melihat nilai probabilitas (p) chi-square. Apabila nilai prob chi-square lebih dari 0.05, maka hipotesis nol diterima, yang berarti random effect model ialah model regresi yang tepat untuk data panel dibanding fixed effect model. Sebaliknya apabila nilai prob chi-square kurang dari 0.05, maka hipotesis nol ditolak, yang artinya random effect model adalah model regresi yang kurang tepat untuk data panel dibandingkan dengan fixed effect model.

3.6.4 Uji Asumsi Klasik

Verbeek (2000), Wibisono (2003), Aulia (2004) dalam buku Ajija dkk (2011) memberi kesimpulan bahwa “Keunggulan lain pada data panel yaitu data panel memiliki implikasi tidak harus dilakukan pengujian asumsi klasik”, maka data panel tidak memerlukan uji asumsi klasik seperti normalitas dan autokorelasi. Alasan lain yang menyebabkan tidak diperlukan uji normalitas dan autokorelasi ialah sebagai berikut:

- a) Menurut Ajija dkk, (2011) Uji normalitas hanya dipakai apabila jumlah observasi <30, agar error term mendekati distribusi normal dapat diketahui. Apabila observasi berjumlah >30, maka tidak diperlukan pengujian normalitas karena jumlah distribusi sampling error term mendekati normal.
- b) Uji autokorelasi dipakai untuk menguji apakah model regresi linear ada korelasi antara confounding error pada periode t dengan confounding error pada periode sebelumnya. Metode Generalized Least Square (GLS) merupakan metode yang menghilangkan autokorelasi orde pertama pada sebuah estimasi persamaan regresi.

Hal ini juga dipertegas oleh Sarwoko (2005), yang menyatakan bahwa “Penggunaan metode GLS dapat mengatasi masalah autokorelasi yang biasanya terjadi pada kesalahan estimasi varian sehingga dengan metode GLS masalah autokorelasi dapat diatasi.” Selain daripada itu, Gujarati (2003) juga menyatakan bahwa “Penggunaan metode GLS dapat menekan autokorelasi yang biasanya timbul dalam rumus OLS (Ordinary Least Square) sebagai akibat dari kesalahan estimasi varians. Ghazali & Ratmono (2011), menuturkan bahwa analisis regresi linear berganda perlu menjauhi defleksi penyimpangan asumsi klasik agar tidak menyebabkan masalah pada penerapan analisis tersebut. Analisis regresi yang menggunakan metode Ordinary Least Squares (OLS) menghasilkan output yang Best Linear Unbiased Estimator (BLUE) apabila seluruh asumsi klasik terpenuhi. Pengujian asumsi klasik menjadi syarat statistik yang harus terpenuhi dalam analisis regresi linear berganda berbasis OLS. Jika data regresi tidak memenuhi asumsi tersebut, maka regresi yang digunakan akan menghasilkan hasil yang bias. Untuk menggunakan model OLS guna menghasilkan nilai parameter model yang lebih akurat, maka peneliti perlu menentukan apakah model tersebut memiliki penyimpangan dari asumsi klasik. tersebut terdiri dari :

a. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali & Ratmono (2011) Multikolinearitas dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana satu atau lebih variabel independen (bebas) dapat dikemukakan sebagai kombinasi kolinier dari variabel lain. Uji multikolinearitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat gejala korelasi antar variabel bebas. Berikut hipotesis yang digunakan:

H0 : Tidak terindikasi multikolinearitas

H1 : Terindikasi multikolinearitas

Pengambilan keputusan dapat dilihat dengan menganalisis nilai matriks korelasi variabel independen. Jika ditemukan korelasi yang cukup tinggi atau > 0.90 maka menandakan adanya multikolinearitas, sehingga hipotesis nol diterima. Jika terdapat korelasi artinya memiliki masalah multikolinearitas. Untuk mengatasi hal tersebut, kita perlu satu variabel independen yang mempunyai korelasi dengan variabel lainnya. Mengenai hal ini, model dengan metode GLS sudah diantisipasi dari multikolinearitas.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi memiliki ketimpangan varian dari residual satu observasi ke observasi lainnya. Apabila varian dari residual antar suatu pengamatan ke pengamatan lain adalah tetap, maka disebut homokedastisitas, dan apabila berbeda disebut heteroskedastisitas. Adanya sifat heteroskedastisitas dapat membuat estimasi model menjadi tidak efektif. Secara umum, Menurut Gujarat (1978). masalah heteroskedastisitas lebih sering terjadi pada data cross-section daripada dengan deret waktu atau time series Berikut adalah hipotesis yang digunakan:

H0 : Tidak terindikasi heteroskedastisitas

H1 : Terindikasi heteroskedastisitas

Ada beberapa cara untuk menguji varians error term heteroskedastisitas, salah satunya dapat menerapkan uji white dengan meninjau nilai prob chi-square pada Obs* R-squared. Apabila diketahui nilai prob chi-square > 5% maka data tidak terindikasi masalah heteroskedastisitas, artinya hipotesis nol diterima.

3.6.5 Analisis Regresi Data Panel

Dalam penelitian ini, menggunakan analisis regresi yang digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan dua variabel atau lebih serta menunjukkan arah dari hubungan variabel dependen dengan variabel independen. Variabel independen pada penelitian ini ialah green accounting, profitabilitas, dan media exposure. Sedangkan variabel dependennya ialah corporate social responsibility disclosure. Berikut persamaan model regresi pada penelitian ini:

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

Keterangan :

Y = Corporate social responsibility disclosure

α = Konstanta

$\beta_1 \beta_2$ = Koefisien regresi

X₁ = Corporate Sustainability Report

X₂ = Green Accounting

3.6.6 Uji Goodness of Fit

Pengujian ini dilakukan untuk memberi penilaian terhadap akurasi fungsi regresi sampel dalam perkiraan nilai penyesuaian terukur yang sebenarnya. Secara statistik bisa diukur dengan nilai koefisien determinasi (R²), nilai F-statistik dan nilai t-statistik.

a. Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Koefisien determinasi (Adjusted R²) dipakai dalam rangka menunjukkan seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai Adjusted R² adalah antara 0 sampai 1 atau 0% sampai 100%. Menurut Ghazali (2018) Nilai koefisien yang kecil atau mendekati nol berarti mengindikasikan kemampuan variabel independen untuk memberi penjelasan variabel dependen sangat terbatas, sedangkan nilai koefisien yang besar yaitu mendekati satu mengindikasikan bahwa variabel independen mampu menyajikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk menjelaskan variabel dependen. Oleh karena itu, semakin tinggi nilai koefisien determinasi (Adjusted R²), semakin baik pula model regresinya.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji statistik-F)

Pada dasarnya uji signifikansi simultan atau uji F adalah uji signifikansi untuk menunjukkan apakah secara simultan atau bersamaan variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Berpengaruh atau tidaknya variabel independen dapat diketahui dengan nilai probabilitas (F-statistik). Menurut Ghazali (2018) Ketentuan uji F dilihat jika nilai probabilitas (F-statistic) < 5%, maka kesimpulannya bahwa model regresi tersebut tidak nol, berarti variabel independen memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. jika nilai probabilitas (F-statistic) > 5%, maka kesimpulannya bahwa model regresi tersebut sama dengan nol, artinya variabel independen tidak memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

c. Uji Signifikansi Parsial (Uji statistik-t)

Umumnya uji signifikansi parsial atau uji t ialah uji signifikansi untuk menunjukkan apakah secara individu variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Berpengaruh atau tidaknya variabel independen dapat diketahui dengan nilai probabilitas

signifikansi. Menurut Ghazali (2018) Ketentuan uji t dilihat jika nilai probabilitas $< 5\%$, maka kesimpulannya bahwa model regresi tersebut tidak nol, yang berarti variabel independen memiliki pengaruh secara individu terhadap variabel dependen. jika nilai probabilitas $> 5\%$, maka kesimpulannya bahwa model regresi tersebut sama dengan nol, yang berarti variabel independen tidak memiliki pengaruh secara individu terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Data yang dibutuhkan dalam mendukung penelitian ini adalah data sekunder yaitu sumber data yang didapat oleh peneliti melalui media perantara atau secara tidak langsung. Penulis memperoleh data dan informasi dari situs yang terkait yaitu www.idx.co.id dan situs perusahaan-perusahaan yang digunakan sebagai sampel penelitian. Objek penelitian ini ialah variabel-variabel yang mencakup Corporate Social Responsibility, Green Accounting serta pengaruhnya atas profitabilitas perusahaan (ROA).

Penelitian ini merupakan penelitian menggunakan data sekunder. Dalam penelitian ini perusahaan yang menjadi objek ialah perusahaan manufaktur bidang barang konsumsi pada kurun waktu empat tahun, yaitu tahun 2019-2022. Data yang dipakai pada penelitian ini ialah laporan tahunan dan laporan keberlanjutan (*sustainability report*). Penelitian ini memakai metode *purposive sampling*, sehingga sampel penelitian selaras dengan kriteria yang dijelaskan pada bab sebelumnya. Di bawah ini jumlah sampel perusahaan yang dikaji:

No.	Kode Saham	Nama Emiten	Sub Sektor
1.	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	Makanan dan Minuman
2.	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk	Makanan dan Minuman
3.	MLBI	PT. Multi Bintang Indonesia Tbk	Makanan dan Minuman
4.	GGRM	Gudang Garam Tbk	Rokok
5.	KAEF	Kimia Farma (Persero) Tbk	Farmasi
6.	KLBF	Kalbe Farma Tbk	Farmasi
7.	SIDO	Industri Jamu & Farmasi Sido Muncul Tbk	Farmasi
8.	TSPC	Tempo Scan Pacific Tbk	Farmasi
9.	ADES	PT. Akasha Wira International Tbk	Kosmetik
10.	UNVR	Unilever Indonesia Tbk	Kosmetik

4.2 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberi ringkasan atau deskripsi sebuah data dengan menggunakan nilai rerata (mean), maksimum, standar deviasi, kurtosis, sum, dan skewness (perbedaan distribusi). Penelitian ini menerangkan dampak Corporate Social Responsibility dan Green Accounting terhadap Profitabilitas Perusahaan.

Tabel 4. 1 Hasil Uji Statistik Deskriptif

	X1	X2	Y
Mean	0.301471	2.625000	16.18988
Median	0.319853	3.000000	13.17854
Maximum	0.441176	3.000000	41.66655
Minimum	0.095588	1.000000	0.086583
Std. Dev.	0.109918	0.718795	12.44166
Skewness	-0.392397	-1.564304	0.737895
Kurtosis	2.105633	3.859521	2.530808
Jarque-Bera	0.943862	7.017979	1.598733
Probability	0.623797	0.029927	0.449614
Sum	4.823529	42.000000	259.0381
Sum Sq. Dev.	0.181228	7.750000	2321.923
Observations	16	16	16

Sumber : Hasil pengolahan data dengan eviews 12, 2024

Berdasar hasil tabel tersebut menunjukkan bahwa variabel ROA memiliki nilai paling rendah yaitu senilai 0,086583 serta nilai paling tinggi dari ROA yaitu senilai 41,66655. Variabel ROA mempunyai nilai rerata 16,18988 dan standar deviasi senilai 12,44166.

Corporate Social Responsibility (CSR) mempunyai nilai paling rendah yaitu sejumlah 0,095588 dan nilai paling tinggi sejumlah 0,441176. Sedangkan nilai rerata dari variabel Corporate Social Responsibility yaitu sejumlah 0,301471 dan standar deviasi sejumlah 0,109918.

Variabel Green Accounting mempunyai nilai paling rendah yakni sejumlah 1,000000 dan nilai paling tinggi sejumlah 3,000000. Sedangkan nilai rerata dari variabel Green Accounting sejumlah 2,625000 dan standar deviasi sebesar 0,718795.

4.3 Pemilihan Model (Teknik Estimasi) Regresi Data Panel

Penelitian ini memakai Uji Chow, lalu Uji Hausman, serta Uji Lagrange Multiplier yang berfungsi untuk memilih model. Adapun model yang dipakai pada penelitian ini ialah random effect model dan fixed effect model serta common effect model. Sesudah data diolah dan diuji menggunakan model tersebut, kemudian dipilih model terbaik dimana nantinya akan dipakai pada penelitian ini.

4.3.1 Uji Chow

Uji ini dipakai untuk menentukan model yang paling akurat antara *common effect* dan *fixed effect*. Pengujian hipotesis untuk uji ini yaitu :

H_0 : Common Effect Model

H_1 : Fixed Effect Model

Untuk pengujian terbaik dalam uji chow, jika nilai prob untuk cossection $> 0,05$ maka H_0 diterima maka model yang dipilih ialah CEM, apabila $< 0,05$ maka model yang dipilih yaitu FEM.

Tabel 4. 2 Hasil uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests
Equation: Untitled
Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	0.366457	(3,10)	0.7788
Cross-section Chi-square	1.668852	3	0.6439

Sumber : Hasil pengolahan data dengan Eviews 12, 2024

Tabel di atas memperlihatkan bahwa nilai prob untuk cross section $0,6439 > 0,05$ artinya signifikan pada ambang 5%, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hasil uji chow yang terpilih ialah Common Effect Model (CEM). Berikutnya untuk memperlihatkan apakah *Fixed Effect Model* atau *Random Effect Model* yang paling cocok dipakai, maka Uji Hausman harus dilakukan.

4.3.2 Uji Hausman

Uji Hausman dipakai untuk memiliki apakah *random effect model* atau *fixed effect model* yang paling sesuai. Pengujian hipotesis untuk uji ini yaitu :

H_0 : *Random effect Model*

H_1 : *Fixed effect Model*

Untuk pengujian terbaik dalam Uji Hausman, dapat ditunjukkan dari prob untuk *cross-section* apabila nilai prob *cross-section* $> 0,05$ maka H_0 diterima maka model yang digunakan ialah *Random Effect Model*, apabila $< 0,05$ maka model yang digunakan ialah *Fixed Effect Model*.

Tabel 4. 3 Hasil Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test
Equation: Untitled
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	1.045317	2	0.5929

** WARNING: estimated cross-section random effects variance is zero.

Sumber : Hasil pengolahan data dengan Eviews 12, 2024

Tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai prob 0,5929 > 0,05 artinya H_1 ditolak dan H_0 diterima. Oleh karena itu Uji Hausman yang dipilih dan digunakan dalam penelitian ini ialah *Random effect Model* (REM).

4.3.3 Uji Langrange Multiplier (LM)

Uji langrange multiplier dipakai untuk memilih apakah *Common Effect Model* atau *Random Effect Model* yang paling sesuai. Pengujian hipotesis untuk uji ini yaitu :

H_0 : *Common effect Model*

H_1 : *Random effect Model*

Untuk terbaik dalam pengujian Uji LM, dapat ditunjukkan dari nilai (prob > chi²). Apabila nilai (prob < chi²) lebih kecil dari nilai signifikan 0,05 model yang dipilih ialah *Random Effect Model*. Apabila nilai (prob > chi²) lebih besar dari nilai signifikan 0,05 maka model yang dipilih ialah *Common Effect Model*.

Tabel 4. 4 Hasil Uji Langrange Multiplier

Lagrange Multiplier Tests for Random Effects
 Null hypotheses: No effects
 Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided (all others) alternatives

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	1.251932 (0.2632)	1.262753 (0.2611)	2.514685 (0.1128)
Honda	-1.118898 (0.8684)	-1.123723 (0.8694)	-1.585772 (0.9436)
King-Wu	-1.118898 (0.8684)	-1.123723 (0.8694)	-1.585772 (0.9436)
Standardized Honda	-0.892241 (0.8139)	-0.978180 (0.8360)	-4.518412 (1.0000)
Standardized King-Wu	-0.892241 (0.8139)	-0.978180 (0.8360)	-4.518412 (1.0000)
Gourieroux, et al.	--	--	0.000000 (1.0000)

Sumber : Hasil pengolahan data dengan Eviews 12, 2024

Tabel tersebut memperlihatkan bahwa prob 0,2632 > 0,05 artinya H_0 diterima dan H_1 ditolak. Maka hasil Uji LM yang dipilih ialah *Common Effect Model* (CEM). Untuk memilih model yang sesuai dalam penelitian ini, disajikan tabel kesimpulan berikut:

No	Metode	Pengujian	Hasil
1	Uji Chow	H ₀ : Common Effect Model H ₁ : Fixed Effect Model	Common Effect Model
2	Uji Hausman	H ₀ : Random Effect Model H ₁ : Fixed Effect Model	Random Effect Model
3	Uji Langrange Multiplier	H ₀ : Common Effect Model H ₁ : Random Effect Model	Common Effect Model

Tabel 4. 5 Model Regresi Data Panel

4.4 Uji Regresi Data Panel

Basuki dan Prawoto mengatakan data panel ialah himpunan antara data runtut waktu (*time series*) dengan data silang (*cross section*)³⁷. Data runtut waktu adalah data yang memuat satu atau lebih variabel dan diperiksa dalam kurun waktu tertentu dalam suatu unit penelitian. Sebaliknya data silang mencakup data penelitian dari sebagian unit studi dalam satu waktu. Penentuan data panel ini dipilih karena pada penelitian ini mencakup jangka waktu empat tahun serta pada sepuluh perusahaan.

Lain dari pada itu, model ini dipilih karena terdapat kelebihan di dalamnya yakni mempunyai tolok ukur yang lebih beragam. Penelitian ini memiliki model analisis regresi linier berganda menggunakan data panel. Analisis regresi data panel ialah alat analisis regresi yang mengumpulkan data secara perseorangan (*cross section*) dan dalam jangka waktu tertentu (*time series*). Dalam penelitian ini temuat dua variabel bebas yang dimasukkan dalam persamaan regresi yaitu CSR dan Green Accounting. Dalam regresi data panel sudah dipilih menggunakan model *common effect*, sehingga persamaan model *common effect* berikut ini:

$$Y = 46.70 - 23.17X_1 - 8.96X_2 + \text{error}$$

Persamaan regresi data panel tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta 46,70 berarti apabila variabel independent tetap maka variabel dependen senilai 46,70
2. Nilai koefisien regresi variabel pengaruh CSR (X₁) senilai 23,17 berarti apabila variabel independent lainnya bernilai tetap dan CSR (X₁) naik 1 satuan maka *Return On Assets* akan turun sejumlah 23,17. Koefisien yang nilainya negatif menandakan terjadi keterkaitan negatif antara CSR (X₁) dengan *Return On Assets*
3. Nilai koefisien regresi variabel pengaruh Green Accounting (X₂) ialah sebesar 8,96 berarti apabila variabel independent lainnya bernilai tetap dan Green Accounting naik 1 satuan maka *Return On Assets* akan turun sejumlah 8,96. Koefisien yang memiliki nilai negatif menandakan adanya hubungan negatif antara Green Accounting (X₂) dengan *Return On Assets*.

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Multikolinearitas

Menurut In, A. W. K., (2019) Uji multikolinearitas ialah pengujian yang dilakukan untuk menekankan suatu model regresi terdapat interkorelasi atau kolinearitas antar variabel

³⁷ Sugiono, 'Bab Iii Metoda Penelitian', *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3 (2019), 1–9.

bebas³⁸. Dalam regresi data panel pada uji multikolinearitas dikatakan bebas dari multikolinearitas apabila mempunyai nilai toleransi variabel bebas <10. Hasil uji multikolinearitas ditunjukkan pada tabel dibawah ini :

Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolenearitas

	X1	X2
X1	1.000000	-0.062044
X2	-0.062044	1.000000

Sumber: Hasil pengolahan data Eviews 12, 2024

Berdasar hasil penelitian tersebut diketahui bahwa nilai keseluruhan variabel <10 maka dapat dikonklusikan bahwa tidak ada Multikolinearitas atau bebas dari Multikolinearitas.

4.5.2 Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas merupakan uji yang menilai apakah residu untuk seluruh observasi dalam model regresi linier mempunyai varian yang tidak sama. Uji ini merupakan satu dari uji asumsi klasik yang sebaiknya dilaksanakan dalam regresi linier. Jika tidak dapat memenuhi asumsi heteroskedastisitas, maka model regresi dinyatakan tidak valid menjadi alat prediksi .

Uji heteroskedastisitas dibutuhkan guna mengetahui apakah terjadi masalah heteroskedastisitas dengan data yang dipakai. Dibawah ini merupakan output yang menerangkan keberadaan masalah heteroskedastisitas pada penelitian.

Tabel 4. 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dependent Variable: ABS(RESID)
Method: Panel Least Squares
Date: 04/27/24 Time: 09:51
Sample: 2019 2022
Periods included: 4
Cross-sections included: 4
Total panel (balanced) observations: 16

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	16.78080	8.787074	1.909714	0.0785
X1	-12.82184	16.65616	-0.769796	0.4552
X2	-2.025373	2.547048	-0.795185	0.4408

Sumber: Hasil pengolahan data eviews 12, 2024

Berdasar hasil uji Heterokedastisitas memakai eviews dapat dilihat bahwa Prob. tiap-tiap variabel >0,05, variabel CSR senilai 0,4552, variabel Green Accounting senilai 0,4408 sehingga dapat disimpulkan bahwa uji statistic ini tidak ditemukan masalah heteroskedastisitas dalam data penelitian.

³⁸ B A B li and Tinjauan Pustaka, 'UNIKOM_Wahyu Mahatir M_BAB II', 2019 (2020), 16–27.

4.6 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menemukan cara membuktikan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang kebenarannya belum terbukti. Pengujian hipotesis ialah metode pengambilan keputusan berdasarkan analisis data yang diperoleh dari eksperimen yang terkendali, maupun dari pengamatan (tidak terkendali). Pengujian hipotesis seringkali disebut sebagai “mengkonfirmasi analisis data”. Keputusan dari pengujian hipotesis paling sering didasarkan pada ujihipotesis. Adapun jenisnya yaitu uji t (parsial), dan uji determinasi (R²).

4.6.1 Uji Hipotesis Secara parsial (Uji t)

Uji hipotesis secara parsial dilaksanakan dengan uji-t. Tujuannya guna mengetahui apakah variable independent mempunyai pengaruh yang berarti atas variabel dependen dalam rangka mengetahui pengaruh variabel independen yaitu CSR dan Green Accounting atas variable dependen Return On Assets. Uji parsial hasil koefisien regresi dapat disajikan berikut :

Tabel 4. 8 Hasil Uji t

Dependent Variable: Y
Method: Panel Least Squares
Date: 04/27/24 Time: 10:01
Sample: 2019 2022
Periods included: 4
Cross-sections included: 4
Total panel (balanced) observations: 16

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	46.70139	13.91486	3.356223	0.0052
X1	-23.17948	26.37604	-0.878808	0.3955
X2	-8.961361	4.033404	-2.221786	0.0447

Sumber : Hasil pengolahan data Eviews 12, 2024

Dilihat berdasar hasil signifikan dalam tabel memperlihatkan probability variabel CSR sejumlah 0,3955 >0,05 maka tidak adanya pengaruh, sehingga dapat dikonklusikan bahwa secara parsial CSR tidak memiliki pengaruh terhadap ROA.

Ditinjau berdasar hasil signifikan dalam tabel memperlihatkan probability variabel Green Accounting sejumlah 0,0447 <0,05 maka adanya pengaruh yang signifikan, sehingga dikonklusikan bahwa Green Accounting secara parsial memiliki pengaruh positif serta signifikan atas ROA.

4.6.2 Uji F

Uji F bertujuan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variabel independent mempengaruhi variable dependen secara simultan pada taraf signifikansi sejumlah 0,05 atau

5%, dengan kriteria H0 ditolak apabila nilai prob > 0,05 dan Ha diterima apabila nilai prob < 0,05. Adapun hipotesis desain pada penelitian ini yaitu:

H0: $\beta = 0$ (tidak ada pengaruh X1, X2 terhadap Y) tidak terdapat pengaruh antara variabel CSR, dan *Green Accounting* terhadap Return On Assets

Ha: $\beta \neq 0$ (tidak ada pengaruh X1 dan X2 terhadap Y) tidak terdapat pengaruh antara variabel CSR, dan *Green Accounting* terhadap Return On Assets.

Berikut adalah hasil uji F :

Tabel 4. 9 Hasil Uji F

R-squared	0.296821
Adjusted R-squared	0.188640
S.E. of regression	11.20689
Sum squared resid	1632.727
Log likelihood	-59.70636
F-statistic	2.743738
Prob(F-statistic)	0.101374

Sumber : Hasil pengolahan data Eviews 12, 2024

Berdasarkan pengujian pengaruh variabel CSR dan *Green Accounting* atas Profitabilitas (ROA) dengan melakukan uji F maka diperoleh nilai prob sejumlah 0,101374 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis (Ha) ditolak. Dari uraian di atas terlihat bahwa variabel independen secara simultan dari penelitian ini yaitu CSR dan *Green Accounting* tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen profitabilitas (ROA).

4.6.3 Koefisien Determinan (R²)

Koefisien determinasi merupakan konsep statistik yang menyatakan bahwa apabila nilai R² tinggi maka garis regresinya baik, sebaliknya apabila nilai R²nya rendah maka garis regresinya buruk. Uji koefisien determinasi R² pada dasarnya mengukur derajat kemampuan sebuah model dalam memberi penjelasan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasinya antara 0 hingga 1. Angka koefisien determinasi yang lebih tinggi menandakan variabel independen menyediakan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen. Sebaliknya, nilai R² yang kecil menandakan kemampuan variabel independen dalam memberi penjelasan variasi dependen sangat terbatas.. Hasil koefisien determinasi dapat ditunjukkan pada tabel berikut ini.

Tabel 4. 10 Hasil Uji R²

R-squared	0.296821
Adjusted R-squared	0.188640
S.E. of regression	11.20689
Sum squared resid	1632.727
Log likelihood	-59.70636
F-statistic	2.743738
Prob(F-statistic)	0.101374

Berdasarkan tabel tersebut dapat dimengerti bahwa nilai *R-squared* (R^2) sebesar 0,296821 yang artinya kontribusi pengaruh variabel independent yaitu *CSR* dan Green Accounting terhadap variabel dependen yaitu ROA ialah sejumlah 29%, sedangkan selebihnya sejumlah 71% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dikaji.

4.7 Pembahasan

4.7.1 Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (*CSR*) Terhadap Profitabilitas (ROA)

Berdasarkan hasil uji t memperlihatkan probabilitas variabel *CSR* sejumlah $0,3955 > 0,05$ maka tidak ada pengaruh, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial *CSR* tidak berpengaruh atas ROA.

Hal itu membuktikan bahwa *CSR* belum dapat menerangkan pengaruhnya terhadap ROA. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa ROA tidak akan menurun dengan meningkatnya *CSR*. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa semakin tinggi indeks pengungkapan *CSR* yang dilakukan perusahaan, tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan dalam pengembalian aktiva untuk aktifitas operasi perusahaan atau Return On Assets (ROA) yang diperoleh perusahaan. Selain itu dengan adanya kegiatan *CSR* menjadi biaya bagi perusahaan yang dapat mengurangi atau tidak dapat meningkatkan laba bersih perusahaan tersebut secara signifikan. Peningkatan aset apabila tidak diimbangi dengan peningkatan laba akan berakibat pada rasio Return On Assets (ROA) yang rendah. Sehingga mengakibatkan profitabilitas yang diperoleh perusahaan ikut berkurang. Hal ini bisa disebabkan oleh perusahaan yang melakukan over investasi, dana *CSR* tidak dialokasikan dengan tepat, ataupun salah dalam memilih media dan metode pelaporan.

Peneliti menyimpulkan ada beberapa kemungkinan alasan mengapa *CSR* tidak mempengaruhi profitabilitas (ROA). Pertama, masih kurangnya kesadaran para pelaku usaha dan pemegang saham sebuah perusahaan mengenai pentingnya kegiatan *CSR*. Wirawan (2010), menyatakan bahwa pengusaha atau pemegang saham dan masyarakat umum masih belum tertarik dengan kegiatan *CSR* yang dilakukan oleh perusahaan. Di Indonesia sendiri belum banyak perusahaan yang mengembangkan program *CSR* berkelanjutan. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya perusahaan yang dilengkapi dengan struktur organisasi dan SDM untuk mengelola *CSR*. Akibatnya, perusahaan banyak memiliki program jangka pendek dan tidak meminimalkan risiko operasi perusahaan, tetapi lebih banyak pada pencitraan dengan sedikit melakukan kegiatan santunan atau bakti sosial. Pencitraan memang penting dan sudah menjadi bagian strategi bisnis. Namun pencitraan saja tidak menjamin kelangsungan hidup suatu perusahaan.

Kedua, peran pemerintah daerah masih sedikit dan lemah dalam menerapkan peraturan mengenai *CSR*. Pemerintah dapat memulainya dengan mengatur rambu-rambu dan pedoman untuk implementasi dan pelaporannya, *CSR* bukan sumber tambahan pendanaan swasta bagi pemerintah. Peran pemerintah dalam mendorong *CSR* bukan hanya sekedar menciptakan peraturan, kebijakan dan control, tetapi pemerintah juga diharapkan memberikan contoh praktik terbaik, memberikan informasi dan fasilitasi, serta berperan melakukan koordinasi, menjadi mitra dalam perencanaan.

Ketiga, kepedulian masyarakat rendah. makananya, meskipun pengusaha telah mempedulikan lingkungannya, namun masyarakat atau konsumen sebagai pengguna produk perusahaan tidak ada rasa peduli akan lingkungannya maka upaya itu tidak berdampak positif terhadap profitabilitas keuangan. Dengan kata lain konsumen masih berfikir yang terpenting suatu produk memenuhi kebutuhannya dengan harga terjangkau tanpa mempertimbangkan apakah produk tersebut ramah lingkungan atau tidak.

Pada perusahaan yang telah melakukan CSR tetapi perusahaan kurang memaksimalkan dana CSR tersebut maka perusahaan juga memperoleh feedback nya pun tidak maksimal. Besaran dana CSR di tiap perusahaan tergantung oleh besarnya profit yang diterima perusahaan. Pelaksanaan CSR setiap tahunnya mengalami peningkatan namun hal tersebut justru membuat dana CSR disalah gunakan oleh oknum tertentu. Pengungkapan CSR oleh perusahaan sektor barang konsumsi masih fluktuasi atau tidak stabil setiap tahunnya. Kemungkinan terburuk jika perusahaan lalai dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya yaitu keberlangsungan perusahaan jangka panjang perusahaan akan terancam. Salah satu contoh kasusnya pada PT. Pengungkapan CSR dengan Siantar TOP dan PT SBI pada tahun 2017 yang didapati limbah yang dikeluarkan menyebabkan genangan di sungai hingga membuat air berubah warna dan menimbulkan bau, yang dalam hal ini udara dan air menjadi tercemar dikutip dari bekasiekspres.com juli 2017 (<http://bekasiekspres.com/2017/08/16pt-sbi-dansiantar-top-buang-limbah-di-drainase>).

Pengungkapan CSR dengan menggunakan pendekatan teori legitimasi mengatakan bahwa sebuah organisasi hanya dapat bertahan bila masyarakat merasa bahwa organisasi berjalan sesuai nilai yang dianut masyarakat. Saat ini masih banyak perusahaan yang masih enggan melakukan kegiatan CSR karena menurut mereka untuk melaksanakan berbagai kegiatan CSR berarti perusahaan harus mengeluarkan biaya yang besar, dan biaya tersebut pada akhirnya akan menjadi beban yang harus ditanggung oleh perusahaan sehingga mengurangi pendapatan, dan tingkat profit perusahaan akan mengalami penurunan³⁹. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Fatah dan Haryanto (2016) yang menyatakan bahwa CSR tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap ROA⁴⁰. Penelitian Heryanto dan Juliarto (2017) juga mengungkapkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA⁴¹.

Vence (dalam Andre 2009) mengungkapkan bahwa pengungkapan sosial perusahaan justru memberikan kerugian kompetitif sebab perusahaan harus mengeluarkan biaya tambahan untuk mengungkapkan informasi tersebut⁴².

³⁹ Aliah Pratiwi, 'Go To English Page', *Pengaruh CSR Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di BEI*, 4 (2020), 14–17.

⁴⁰ Haryanto Fatah, 'PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN : STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI DASAR DAN KIMIA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA', *Ekonomi*, 10 (2016).

⁴¹ Juliarto Heryanto, 'PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2015)', *Ekonomi*, 6 (2017).

⁴² Rosmila Rosmila and others, "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan (Study Pada Perusahaan Manufaktur Industri Barang Konsumsi (Consumer Good Industry) Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015 - 2018)", *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 13.2 (2021), 223 <<https://doi.org/10.55598/jmk.v13i2.23333>>.

4.7.2 Pengaruh Green Accounting Terhadap Profitabilitas (ROA)

Berdasar hasil uji t memperlihatkan *probability* variabel Green Accounting sejumlah 0,0447 <0,05 maka terjadi pengaruh yang signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial Green Accounting berpengaruh positif dan signifikan atas profitabilitas perusahaan (ROA).

Penerapan Green Accounting berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Hal ini disebabkan karena dengan penerapan green accounting menempuh kinerja lingkungan yaitu dengan mengikuti program PROPER yang diadakan oleh KLHK mampu mengangkat citra positif perusahaan sehingga dapat menaikkan peminat maupun para kapitalis untuk menanam investasi modal dan menggunakan produk yang diproduksi perusahaan. Green Accounting diterapkan sebagai upaya untuk memperbaiki lingkungan hidup perusahaan-perusahaan di Indonesia. Hal ini dilaksanakan untuk menilai kinerja lingkungan perusahaan dan mendorong agar perusahaan semakin baik kepeduliannya terhadap lingkungan. Semakin besar pengungkapan akuntansi lingkungan atau *Green Accounting* maka investor akan semakin meningkatkan penanaman modal sehingga profitabilitas yang diterima perusahaan pun meningkat.

Green Accounting dapat berguna bagi pemakai dalam mengambil keputusan ekonomi dan non ekonomi. Green Accounting dapat meningkatkan jumlah informasi relevan yang dibuat bagi mereka yang membutuhkan atau menggunakannya. Adanya kontrak sosial antara perusahaan dan penggunaan sumber daya alam di wilayah tersebut merupakan gambaran dari teori legitimasi. Pengungkapan biaya lingkungan di perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi akan menambah biaya lingkungan dalam laporan keuangannya. Hal tersebut dapat membuat perusahaan memperoleh citra yang baik dimata investor sehingga investor tertarik untuk menanam modalnya.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rini Lestari, Fara Aisya Nadira, Nurleli, Helliana (2019) menyatakan bahwa Penerapan Green Accounting yang diukur dengan kinerja lingkungan berpengaruh terhadap Tingkat Profitabilitas Perusahaan yang diukur dengan Return On Assets. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Putu Purnama Dewi (2022) menuturkan bahwa penerapan Green Accounting memiliki pengaruh positif atas profitabilitas perusahaan. Sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh septiani (2013) yang mengatakan bahwa semakin besar pengungkapan Green Accounting maka hal tersebut akan meningkatkan profitabilitas perusahaan melalui penanaman modal oleh investor⁴³. Hal ini membuktikan bahwa Green Accounting memiliki pengaruh terhadap profitabilitas perusahaan yang diukur menggunakan Return On Assets.

⁴³ Eka Sulistiawati and Novita Dirgantari, 'Analisis Pengaruh Penerapan Green Accounting Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia', *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*, 6.1 (2017) <<https://doi.org/10.22219/jrak.v6i1.5082>>.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel *CSR* tidak mempunyai pengaruh signifikan atas profitabilitas pada perusahaan manufaktur bidang barang konsumsi yang tercatat di BEI periode 2019-2022. Hal ini dikarenakan perusahaan belum tentu banyak melakukan aktivitas social karena perusahaan berorientasi hanya pada laba.
2. Variabel Green Accounting memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur bidang barang konsumsi yang tercatat di BEI periode 2019-2022. Hal ini dikarenakan perusahaan yang terdaftar di PROPER dapat menaikkan minat investor untuk menanamkan modal dan mengangkat citra yang baik di masyarakat sehingga hal tersebut akan meningkatkan penjualan dan secara tidak langsung juga akan meningkatkan profitabilitas.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah :

1. Pada penelitian ini hanya memakai Corporate Social Responsibility (X1), Green Accounting (X2) sebagai variable independent. Sementara variable dependen adalah profitabilitas perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022.
2. Hasil dari penelitian ini tidak dapat mewakili keseluruhan perusahaan yang tercatat di BEI karena populasi dalam penelitian ini hanya untuk perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang konsisten terdaftar pada tahun 2019-2022 serta menerbitkan laporan keuangan dan laporan keberlanjutan.
3. Kesimpulan dari penelitian ini tidak terdapat perpanjangan ke periode lain karena periode dalam penelitian ini hanya 4 tahun, serta tahun terakhir belum dipakai.

5.3 Saran

Meningkatkan pengungkapan laporan keberlanjutan perusahaan manufaktur sector barang konsumsi di BEI, maka peneliti memberi saran :

1. Bagi peneliti berikutnya, diharapkan dapat menambah atau mengganti variable independent yang bisa mempengaruhi tingkat profitabilitas perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022, yang tidak terdapat pada penelitian ini.
2. Penelitian berikutnya melengkapi variabel bebas yang lain yang memungkinkan mempengaruhi profitabilitas perusahaan.
3. Memperpanjang jumlah periode penelitian sampai diketahui perkembangan dan perubahan yang berkaitan profitabilitas perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliah Pratiwi, 'Go To English Page', *Pengaruh CSR Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di BEI*, 4 (2020), 14–17
- Awuy, Vinta Paulinda et al, 'Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Earnings Response Coefficient (ERC) (Suatu Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2010-2013)', *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 18.1 (2016), 15–26
<<https://doi.org/10.9744/jak.18.1.15-26>>
- Chasbiandani, Tryas, Nelyumna Rizal, and Indra Indra Satria, 'Penerapan Green Accounting Terhadap Profitabilitas Perusahaan Di Indonesia', *AFRE (Accounting and Financial Review)*, 2.2 (2019), 126–32 <<https://doi.org/10.26905/afr.v2i2.3722>>
- Dewi, Putu Purnama, and Wardani Wardani, 'Green Accounting, Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Profitabilitas Perusahaan Manufaktur', *E-Jurnal Akuntansi*, 32.5 (2022), 1117 <<https://doi.org/10.24843/eja.2022.v32.i05.p01>>
- Erlangga, Catur Muhammad, Achmad Fauzi, and Ati Sumiati, 'Penerapan Green Accounting Dan Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas', *Akuntabilitas*, 14.1 (2021), 61–78
<<https://doi.org/10.15408/akt.v14i1.20749>>
- Fatah, Haryanto, 'ENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN : STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI DASAR DAN KIMIA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA', *Ekonomi*, 10 (2016)
- G elisabeth fahik, 'Pengaruh Penerapan Green Accounting Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Perusahaan Peraih Penghargaan Industri Hijau Yang Listing Di BEI.', 0, 2016, 1–23
- Haninun, and Nurdiawansyah, 'ANALYSIS OF EFFECT SIZE COMPANY, PROFITABILITY, AND LEVERAGE AGAINST SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE OF LISTED MINING INDUSTRY IN INDONESIA STOCK EXCHANGE PERIOD 2009-2012', *URNAL Akuntansi & Keuangan*, 5 (2014), 1–18
<<https://ejournal.bioscientifica.com/view/journals/eje/171/6/727.xml>>
- Heryanto, Juliarto, 'PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2015)', *Ekonomi*, 6 (2017)
- '<https://www.antarane.ws/Berita/3651924/Bamsuet-Diperlukan-Aturan-Di-Level-Perundangan-Terkait-Distribusi-Csr>'
- '<https://www.bhinneka.com/Blog/Pengertian-Csr-Adalah/>'
- li, B A B, and Tinjauan Pustaka, 'UNIKOM_ Wahyu Mahatir M_BAB II', 2019 (2020), 16–27
- Indrawati, Ni Made, and I Gusti Ayu Intan Saputra Rini, 'Analisis Penerapan Akuntansi Lingkungan Pada Badan Rumah Sakit Umum Daerah (Brsud) Tabanan', *KRISNA:*

- Kumpulan Riset Akuntansi*, 9.2 (2018), 85 <<https://doi.org/10.22225/kr.9.2.480.85-95>>
- Kholmi, Masiyah, and Saskia An Nafiza, 'Pengaruh Penerapan Green Accounting Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2018-2019)', *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 6.1 (2022), 143–55 <<https://doi.org/10.18196/rabin.v6i1.12998>>
- 'Kontan.Co.Id' <<https://www.google.com/amp/s/amp.kontan.co.id/news/di-kasus-korupsi-pt-timah-dana-csr-jadi-alat-cuci-dosa-atas-kejahatan-lingkungan>>
- Lestari, Rini, Fara Aisya Nadira, Nurleli, and Helliana, 'Pengaruh Penerapan Green Accounting Terhadap Tingkat Profitabilitas Perusahaan (Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Di BEI Tahun 2015-2017)', *Jurnal Kajian Akuntansi*, 20.2 (2020), 124–31
- Lindawati, Ang Swat Lin, and Marsella Eka Puspita, 'Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder Dan Legitimacy Gap Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan', *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 2015, 157–74 <<https://doi.org/10.18202/jamal.2015.04.6013>>
- Mahmud, MT, 'Teori Legitimasi Dan Hubungannya Dengan Pengungkapan CSR', 2019
- Marnelly, T Romi, 'Tinjauan Teori Dan Praktek Di Indonesia', *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3.1 (2012), 49–59
- Pande, Komang, Rita Septiani, and Made Arie Wahyuni, 'PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY , UKURAN PERUSAHAAN , DAN SOLVABILITAS TERHADAP KINERJA KEUANGAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2018-2021', 12.2 (2023), 65–73
- Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 92 Tahun 2020 Tentang Kementerian Lingkungan Hidup Dan Kehutanan*, 2020 <<https://peraturan.bpk.go.id/Details/146510/perpres-no-92-tahun-2020>>
- Pratama, Putri, and Jaharuddin, 'Rekonstruksi Konsep Profitabilitas Dalam Islam', *Ikraith-Humaniora*, 2.2 (2018), 101–8 <journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/download/226/125>
- Rahmi, Elita, 'Standarisasi Lingkungan (ISO 26000) Sebagai Harmonisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dan Instrumen Hukum Di Indonesia', *Jurnal Ilmu Hukum*, ISO26000, 2011, 1–14
- Rizki, Mita Kurnia, Ratno Agriyanto, and Dessy Noor Farida, 'The Effect of Sustainability Report and Profitability on Company Value: Evidence from Indonesian Sharia Shares', *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 10.1 (2019), 117–40 <<https://doi.org/10.21580/economica.2019.10.1.3747>>
- Roa, Rata, Perusahaan Manufaktur, Sektor Industri, and Barang Konsumsi, 'Gambar 1. Rata – Rata ROA Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Tahun 2015-2021 1', 2021, 1–22
- Rosdiani, Nenti, and Angga Hidayat, 'Pengaruh Derivatif Keuangan, Konservatisme Akuntansi Dan Intensitas Aset Tetap Terhadap Penghindaran Pajak', *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 1.2 (2020), 131–43 <<https://doi.org/10.37195/jtebr.v1i2.43>>

- Rosmila, Rosmila, Buyung Sarita, Riski Amalia Madi, Farhan Ramdhani Istianandar, and Zaluddin Zaluddin, 'Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan (Study Pada Perusahaan Manufaktur Industri Barang Konsumsi (Consumer Good Industry) Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015 - 2018)', *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 13.2 (2021), 223
<<https://doi.org/10.55598/jmk.v13i2.23333>>
- Saadah, Naili, and Dessy Noor Farida, 'Etika Pertanggungjawaban Lingkungan Dalam Bingkai Al-Qur'an', *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7.2 (2019), 343
<<https://doi.org/10.21043/equilibrium.v7i2.4548>>
- Sri Rokhlinasari, 'Teori –Teori Dalam Pengungkapan Informasi Corporate Social Responsibility Perbankan', *Jurnal Penelitian Akuntansi*, 6.August (2016), 128
- 'Statistik Lingkungan Hidup Indonesia 202', 2021
<<https://www.bps.go.id/id/publication/2020/11/27/5a798b6b8a86079696540452/statistik-lingkungan-hidup-indonesia-2020.html>> [accessed 2 June 2024]
- Sugiono, 'Bab Iii Metoda Penelitian', *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3 (2019), 1–9
- Sulistiawati, Eka, 'Green Accounting Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia', *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*, 6.1 (2016), 865–72
- Sulistiawati, Eka, and Novita Dirgantari, 'Analisis Pengaruh Penerapan Green Accounting Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia', *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*, 6.1 (2017)
<<https://doi.org/10.22219/jrak.v6i1.5082>>
- Sunarmin, Sunarmin, 'Green Technology Accounting as an Innovation to Reduce Environmental Pollution', *Neraca : Jurnal Akuntansi Terapan*, 1.2 (2020), 135–41
<<https://doi.org/10.31334/neraca.v1i2.862>>
- Suratno, Ignatius Bondan, Darsono, and Siti Mutmainah, 'Pengaruh Environmental Performance Terhadap Environmental Disclosure Dan Economic Performance', *Simposium Nasional 9 Padang*, 2006, 23–26
- Undang-Undang (UU) Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas*, 2007
<<https://peraturan.bpk.go.id/Details/39965>>
- Wijayanti, Raden roro Kusumaningayu Mukti, 'PERTANGGUNGJAWABAN PIDANA KORPORASI YANG TIDAK MELAKSANAKAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY', 2014

LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Hasil Pengolahan Data Cross section

PERUSAHAAN	TAHUN	CSR	GREEN ACCOUNTING	ROA
		X1	X2	Y
Unilever	2019	0,397058824	2	35,80175396
Akasha	2019	0,323529412	3	10,2003344
Tempo	2019	0,205882353	3	7,10822037
Sidomuncul	2019	0,132352941	1	22,83608405
Kalbe	2019	0,316176471	3	12,52226019
Kimia Farma	2019	0,411764706	3	0,086582822
Gudang Garam	2019	0,272058824	3	13,83481391
Multi Bintang	2019	0,161764706	3	41,66654585
Indofood Sukses	2019	0,264705882	3	6,135984844
Indofood CBP	2019	0,095588235	3	13,84687158
Unilever	2020	0,338235294	2	34,88514428
Akasha	2020	0,323529412	3	14,16252343
Tempo	2020	0,272058824	3	9,164207974
Sidomuncul	2020	0,441176471	1	24,26320608
Kalbe	2020	0,441176471	3	12,40730923
Kimia Farma	2020	0,426470588	3	0,11630114
Gudang Garam	2020	0,375	3	9,780779113
Multi Bintang	2020	0,411764706	3	12,37817047
Indofood Sukses	2020	0,345588235	3	5,364872448
Indofood CBP	2020	0,161764706	3	7,161592776
Unilever	2021	0,514705882	2	30,19712267
Akasha	2021	0,323529412	3	20,37852693
Tempo	2021	0,272058824	3	9,101906938
Sidomuncul	2021	0,470588235	1	30,98813705
Kalbe	2021	0,512820513	3	12,59225319
Kimia Farma	2021	0,485294118	3	1,63223877
Gudang Garam	2021	0,382352941	3	6,230601139
Multi Bintang	2021	0,522058824	3	22,78734176
Indofood Sukses	2021	0,588235294	3	6,246207723
Indofood CBP	2021	0,330882353	3	6,691375992
Unilever	2022	0,384615385	2	29,2866449
Akasha	2022	0,32352941	3	22,17890084
Tempo	2022	0,358974359	3	9,158180386
Sidomuncul	2022	0,623931624	1	27,06675729
Kalbe	2022	0,692308	3	12,66489398
Kimia Farma	2022	0,461538462	3	0,53936816
Gudang Garam	2022	0,478632479	3	3,138730645

PERUSAHAAN	TAHUN	CSR	GREEN ACCOUNTING	ROA
		X1	X2	Y
Multi Bintang	2022	0,666666667	3	2,740866652
Indofood Sukses	2022	0,658119658	3	5,094718658
Indofood CBP	2022	0,666666667	3	4,962635966

Lampiran 1. 2 Hasil Pengolahan Data Time Series

PERUSAHAAN	TAHUN	CSR	GREEN ACCOUNTING	ROA
		X1	X2	Y
UNILEVER	2019	0,397058824	2	35,80175396
	2020	0,338235294	2	34,88514428
	2021	0,514705882	2	30,19712267
	2022	0,384615385	2	29,2866449
AKASHA	2019	0,323529412	3	10,2003344
	2020	0,323529412	3	14,16252343
	2021	0,323529412	3	20,37852693
	2022	0,32352941	3	22,17890084
TEMPO	2019	0,205882353	3	7,10822037
	2020	0,272058824	3	9,164207974
	2021	0,272058824	3	9,101906938
	2022	0,358974359	3	9,158180386
SIDOMUNCUL	2019	0,132352941	1	22,83608405
	2020	0,441176471	1	24,26320608
	2021	0,470588235	1	30,98813705
	2022	0,623931624	1	27,06675729
KALBE	2019	0,316176471	3	12,52226019
	2020	0,441176471	3	12,40730923
	2021	0,512820513	3	12,59225319
	2022	0,692308	3	12,66489398
KIMIA FARMA	2019	0,411764706	3	0,086582822
	2020	0,426470588	3	0,11630114
	2021	0,485294118	3	1,63223877
	2022	0,461538462	3	0,53936816
GUDANG GARAM	2019	0,272058824	3	13,83481391
	2020	0,375	3	9,780779113
	2021	0,382352941	3	6,230601139
	2022	0,478632479	3	3,138730645
MULTI BINTANG	2019	0,161764706	3	41,66654585
	2020	0,411764706	3	12,37817047
	2021	0,522058824	3	22,78734176

PERUSAHAAN	TAHUN	CSR	GREEN ACCOUNTING	ROA
		X1	X2	Y
	2022	0,666666667	3	2,740866652
INDOFOOD SUKSES	2019	0,264705882	3	6,135984844
	2020	0,345588235	3	5,364872448
	2021	0,588235294	3	6,246207723
	2022	0,658119658	3	5,094718658
INDOFOOD CBP	2019	0,095588235	3	13,84687158
	2020	0,161764706	3	7,161592776
	2021	0,330882353	3	6,691375992
	2022	0,666666667	3	4,962635966

Lampiran 1. 3 Hasil Pengolahan ROA

Nama Perusahaan	Tahun	Laba Bersih Setelah Pajak	Total Aktiva atau Aset	%	ROA
UNILEVER	2019	7.392.837.000.000	20.649.371.000.000	100	35,80175396
	2020	7.163.536.000.000	20.534.632.000.000	100	34,88514428
	2021	5.758.148.000.000	19.068.532.000.000	100	30,19712267
	2022	5.364.761.000.000	18.318.114.000.000	100	29,2866449

Nama Perusahaan	Tahun	Laba Bersih Setelah Pajak	Total Aktiva atau Aset	%	ROA
AKASHA WIRA INTER	2019	83.885.000.000	822.375.000.000	100	10,2003344
	2020	135.789.000.000	958.791.000.000	100	14,16252343
	2021	265.758.000.000	1.304.108.000.000	100	20,37852693
	2022	364.972.000.000	1.645.582.000.000	100	22,17890084

Nama Perusahaan	Tahun	Laba Bersih Setelah Pajak	Total Aktiva atau Aset	%	ROA
TEMPO SCAN PACIFIK	2019	595.154.912.874	8.372.769.580.743	100	7,10822037
	2020	834.369.751.682	9.104.657.533.366	100	9,164207974
	2021	877.817.637.643	9.644.326.662.784	100	9,101906938
	2022	1.037.527.882.044	11.328.974.079.150	100	9,158180386

Nama Perusahaan	Tahun	Laba Bersih Setelah Pajak	Total Aktiva atau Aset	%	ROA
Industri Jamu & Farmasi Sido Muncul	2019	807.689.000.000	3.536.898.000.000	100	22,83608405
	2020	934.016.000.000	3.849.516.000.000	100	24,26320608
	2021	1.260.898.000.000	4.068.970.000.000	100	30,98813705
	2022	1.104.714.000.000	4.081.442.000.000	100	27,06675729

Nama Perusahaan	Tahun	Laba Bersih Setelah Pajak	Total Aktiva atau Aset	%	ROA
KALBE FARMA	2019	2.537.601.823.645	20.264.726.862.584	100	12,52226019
	2020	2.799.622.515.814	22.564.300.317.374	100	12,40730923
	2021	3.232.007.683.281	25.666.635.156.271	100	12,59225319
	2022	3.450.083.412.291	27.241.313.025.674	100	12,66489398

Nama Perusahaan	Tahun	Laba Bersih Setelah Pajak	Total Aktiva atau Aset	%	ROA
INDOFOOD CBP SUKSES MAKMUR	2019	5.360.029.000.000	38.709.314.000.000	100	13,84687158
	2020	7.418.574.000.000	103.588.325.000.000	100	7,161592776
	2021	7.900.282.000.000	118.066.628.000.000	100	6,691375992
	2022	5.722.194.000.000	115.305.536.000.000	100	4,962635966

Nama Perusahaan	Tahun	Laba Bersih Setelah Pajak	Total Aktiva atau Aset	%	ROA
INDOFOOD SUKSER MAKMUR	2019	5.902.729.000.000	96.198.559.000.000	100	6,135984844
	2020	8.752.066.000.000	163.136.516.000.000	100	5,364872448
	2021	11.203.585.000.000	179.366.193.000.000	100	6,246207723
	2022	9.192.569.000.000	180.433.300.000.000	100	5,094718658

Nama Perusahaan	Tahun	Laba Bersih Setelah Pajak	Total Aktiva atau Aset	%	ROA
KIMIA FARMA	2019	15.890.439.000	18.352.877.132.000	100	0,086582822
	2020	20.425.756.000	17.562.816.674.000	100	0,11630114
	2021	289.888.789.000	17.760.195.040.000	100	1,63223877
	2022	109.782.957.000	20.353.992.893.000	100	0,53936816

Nama Perusahaan	Tahun	Laba Bersih Setelah Pajak	Total Aktiva atau Aset	%	ROA
GUDANG GARAM	2019	10.880.704.000.000	78.647.274.000.000	100	13,83481391
	2020	7.647.729.000.000	78.191.409.000.000	100	9,780779113
	2021	5.605.321.000.000	89.964.369.000.000	100	6,230601139
	2022	2.779.742.000.000	88.562.617.000.000	100	3,138730645

Nama Perusahaan	Tahun	Laba Bersih Setelah Pajak	Total Aktiva atau Aset	%	ROA
MULTI BINTANG INDONESIA	2019	1.207.059.000.000	2.896.950.000.000	100	41,66654585
	2020	285.617.000.000	2.307.425.000.000	100	12,37817047
	2021	665.850.000.000	2.922.017.000.000	100	22,78734176
	2022	924.906.000.000	33.745.020.000.000	100	2,740866652

Lampiran 1. 4 Statistik Deskriptif

	X1	X2	Y
Mean	0.301471	2.625000	16.18988
Median	0.319853	3.000000	13.17854
Maximum	0.441176	3.000000	41.66655
Minimum	0.095588	1.000000	0.086583
Std. Dev.	0.109918	0.718795	12.44166
Skewness	-0.392397	-1.564304	0.737895
Kurtosis	2.105633	3.859521	2.530808
Jarque-Bera	0.943862	7.017979	1.598733
Probability	0.623797	0.029927	0.449614
Sum	4.823529	42.00000	259.0381
Sum Sq. Dev.	0.181228	7.750000	2321.923
Observations	16	16	16

Lampiran 1. 5 Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests
Equation: Untitled
Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	0.366457	(3,10)	0.7788
Cross-section Chi-square	1.668852	3	0.6439

Lampiran 1. 6 Hasil Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test
Equation: Untitled
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	1.045317	2	0.5929

** WARNING: estimated cross-section random effects variance is zero.

Lampiran 1. 7 Hasil Uji LM

Lagrange Multiplier Tests for Random Effects
 Null hypotheses: No effects
 Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided
 (all others) alternatives

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	1.251932 (0.2632)	1.262753 (0.2611)	2.514685 (0.1128)
Honda	-1.118898 (0.8684)	-1.123723 (0.8694)	-1.585772 (0.9436)
King-Wu	-1.118898 (0.8684)	-1.123723 (0.8694)	-1.585772 (0.9436)
Standardized Honda	-0.892241 (0.8139)	-0.978180 (0.8360)	-4.518412 (1.0000)
Standardized King-Wu	-0.892241 (0.8139)	-0.978180 (0.8360)	-4.518412 (1.0000)
Gourieroux, et al.	--	--	0.000000 (1.0000)

Lampiran 1. 8 Hasil Uji Multikolinearitas

	X1	X2
X1	1.000000	-0.062044
X2	-0.062044	1.000000

Lampiran 1. 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dependent Variable: ABS(RESID)
 Method: Panel Least Squares
 Date: 04/27/24 Time: 09:51
 Sample: 2019 2022
 Periods included: 4
 Cross-sections included: 4
 Total panel (balanced) observations: 16

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	16.78080	8.787074	1.909714	0.0785
X1	-12.82184	16.65616	-0.769796	0.4552
X2	-2.025373	2.547048	-0.795185	0.4408

Lampiran 1. 10 Hasil Uji t

Dependent Variable: Y
Method: Panel Least Squares
Date: 04/27/24 Time: 10:01
Sample: 2019 2022
Periods included: 4
Cross-sections included: 4
Total panel (balanced) observations: 16

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	46.70139	13.91486	3.356223	0.0052
X1	-23.17948	26.37604	-0.878808	0.3955
X2	-8.961361	4.033404	-2.221786	0.0447

Lampiran 1. 11 Hasil uji F

R-squared 0.296821
Adjusted R-squared 0.188640
S.E. of regression 11.20689
Sum squared resid 1632.727
Log likelihood -59.70636
F-statistic 2.743738
Prob(F-statistic) 0.101374

Lampiran 1. 12 Hasil Uji R²

R-squared 0.296821
Adjusted R-squared 0.188640
S.E. of regression 11.20689
Sum squared resid 1632.727
Log likelihood -59.70636
F-statistic 2.743738
Prob(F-statistic) 0.101374

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Fadiya Indah Kurniasari

Tempat dan Tanggal Lahir : Jepara, 06 April 2002

Alamat : Kedungsarimulyo RT 10/RW 03, Kecamatan Welahan,
Kabupaten Jepara, Kode pos 59464

Jenis kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Email : fadiyakurniasari@gmail.com

Jenjang Pendidikan :

SD Negeri 1 Kedungsarimulyo

SMP Negeri 1 Welahan

SMA Negeri 1 Welahan

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 17 Juni 2024

Fadiya Indah Kurniasari

NIM: 2005046074