

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori *Stakeholder*

Teori stakeholder untuk pertama kali diperkenalkan oleh R. Edward Freeman tahun 1984. Teori ini berkaitan dengan etika bisnis dan manajemen strategi dalam pengelolaan organisasi. Perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri akan tetapi kegiatannya juga harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya* (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain) dengan kata lain ada keterkaitan yang jelas yaitu pada saat dipengaruhi oleh stakeholder dan pada saat mempengaruhi stakeholder. Teori *stakeholder* pun mengemukakan jika kesuksesan dan hidup matinya suatu perusahaan akan sangat tergantung dari ke-mampuan perusahaan dalam menyeimbangkan beragam kepentingan para stakeholder. Jika perusahaan mampu, maka akan mendapatkan dukungan yang berkelanjutan dan menikmati pertumbuhan pangsa pasar, penjualan, serta laba (Siregar & Napitu, 2021).

Stanford Research Institute memperkenalkan istilah *stakeholders* pada tahun 1963 (Freeman, 1984). Istilah ini menjelaskan bahwa agar suatu organisasi dapat berfungsi secara efektif, penting bagi organisasi tersebut untuk menerima dukungan dari para pemangku kepentingannya. Freeman adalah orang yang mengembangkan teori *stakeholder* pada tahun 1984 yang bertujuan untuk mengimplementasikan akuntabilitas dan transparansi perusahaan di hadapan para *stakeholders* terkait. Teori *stakeholders*, juga dikenal sebagai rencana strategis perusahaan dalam beroperasi dengan asumsi bahwa bisnis harus memprioritaskan tidak hanya kepentingan mereka sendiri tetapi juga kepentingan *stakeholder*. *Stakeholders* ini termasuk investor, pemasok pemerintah, pelanggan, masyarakat, dan lingkungan. Tujuan dari teori *stakeholders* adalah untuk menjamin keberlangsungan hubungan antara semua pihak yang terlibat (Angelina & Nursasi, 2021).

Teori stakeholder perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*

(Chariri, 2008). Perusahaan harus menjaga hubungan dengan stakeholdernya dengan dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan para stakeholder perusahaan, terutama stakeholder yang mempunyai kekuatan terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, seperti tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain (Chariri et al., 2014). Tujuan teori stakeholder lainnya yaitu untuk menolong manager korporasi dalam meningkatkan nilai dan dampak aktifitas – aktifitas perusahaan, dan meminimalkan kerugian bagi stakeholder. Untuk menjaga keberlangsungan bisnisnya, perusahaan harus dapat merangkul kepentingan para *stakeholder*. Perusahaan penting mengetahui berbagai kepentingan *stakeholder* untuk kemudian menyediakan informasi-informasi relevan terkait aktivitas perusahaan (Siregar & Napitu, 2021).

Teori *stakeholder* menjelaskan terkait informasi atas tanggung jawab akibat operasional perusahaan yang diberikan oleh pemangku kepentingan untuk *stakeholders*. Perusahaan diharapkan mampu memberikan pelayanan semaksimal mungkin. Pelayanan dapat dilakukan dengan memberikan kebijakan dan perencanaan bisnis. Hal ini berkaitan dengan cara perusahaan untuk mengelola hubungan antara perusahaan dengan *stakeholders*-nya melalui tanggung jawab sosial. Dalam penelitian ini menggunakan teori *stakeholders* karena dapat menjelaskan terkait hubungan antara *green accounting*, CSR, dan kinerja keuangan. Suatu perusahaan akan berkomitmen pada tanggung jawab yang berkaitan dengan lingkungan. Tanggung jawab lingkungan dilaporkan oleh perusahaan secara sukarela melalui alokasi biaya yang dikeluarkan untuk pengelolaan lingkungan. Pengungkapan alokasi biaya lingkungan akan dianggap sebagai suatu hal yang positif dan mampu meningkatkan nilai perusahaan di masa depan. Nilai perusahaan akan memberikan *impact* pada peningkatan kinerja keuangan secara jangka panjang (Permatasari & Widianingsih, 2020).

Dalam penelitian ini menggunakan teori *stakeholder* dimana teori ini menjelaskan bagaimana manajemen perusahaan memenuhi atau mengelola harapan para *stakeholder*. Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas

yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, tetapi harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Teori ini menekankan akuntabilitas organisasi jauh melebihi kinerja keuangan atau ekonomi sederhana. Semua *stakeholder* mempunyai hak memperoleh informasi mengenai aktivitas perusahaan yang dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan. Teori *stakeholder* juga menekankan pentingnya mempertimbangkan berbagai pihak yang terlibat dalam perusahaan, termasuk karyawan, pelanggan, dan pemegang saham, untuk mencapai keberhasilan jangka panjang salah satunya dengan memperhatikan ukuran perusahaan, seperti total aset yang dikelola bisa mempengaruhi sejauh mana perusahaan dapat memenuhi kebutuhan *stakeholder*, dan dapat mendukung perbaikan kinerja keuangan (Alfaiz & Aryati, 2019).

2.2 Kinerja Keuangan

Menurut Irham Fahmi (2017) kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan secara baik dan benar, seperti dengan membuat laporan keuangan yang telah memenuhi standard dan ketentuan dalam SAK (Standar Akuntansi Keuangan) atau GAAP (*General Accepted Accounting Principle*), dan lainnya. Kinerja keuangan menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan calon investor ketika memutuskan untuk berinvestasi saham. Pentingnya bagi perusahaan untuk menjaga dan meningkatkan kinerja keuangannya agar sahamnya dapat menarik perhatian investor. Laporan keuangan yang dikeluarkan suatu perusahaan mencerminkan kinerja keuangan perusahaan. Informasi keuangan tersebut mempunyai fungsi sebagai sarana informasi, pertanggungjawaban manajemen kepada pemilik perusahaan, penggambaran terhadap indikator keberhasilan perusahaan dan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Para pelaku pasar sering kali menggunakan informasi tersebut sebagai tolak ukur atau pedoman dalam melakukan transaksi jual-beli saham suatu.

Kinerja keuangan dijadikan sebagai capaian perusahaan dalam mengelola aset perusahaan. Sedangkan, jumlah liabilitas yang dimiliki perusahaan digunakan untuk melihat prospek pertumbuhan keuangan perusahaan. Kinerja keuangan suatu perusahaan dari perspektif investor, dapat digambarkan dengan nilai pasar. Pelaku pasar bursa akan menentukan harga saham, sehingga membentuk nilai pasar tiap perusahaan. Hal tersebut dapat digunakan dalam mengukur tingkat kinerja keuangan perusahaan di masa mendatang (Tahu, 2019). Tinggi rendahnya harga saham akan berpengaruh pada peluang investasi melalui tingkat penyaluran modal saham dari investor kepada perusahaan. Tingkat pertumbuhan investasi berbanding lurus dengan kinerja keuangan (Paryanto & Sumarsoso, 2018).

Kinerja keuangan perusahaan merupakan ukuran keberhasilan dalam mencapai visi dan misi perusahaan. Kinerja keuangan perusahaan memiliki signifikansi penting bagi para investor, karena dapat menjadi acuan dalam pengambilan keputusan investasi. Selain itu, kinerja keuangan perusahaan juga memengaruhi persepsi dan kepentingan pemangku kepentingan terkait pengelolaan perusahaan (Farida, 2022). Kinerja keuangan dapat dianggap sebagai hasil kerja berbagai departemen atau bagian perusahaan, yang tercermin dalam posisi keuangan perusahaan pada periode tertentu. Hal ini berarti mengumpulkan dan menyalurkan dana yang dievaluasi menggunakan ukuran seperti solvabilitas, solvabilitas, dan profitabilitas bisnis. Kinerja keuangan juga dapat dipahami sebagai gambaran pencapaian perusahaan melalui berbagai kegiatan, yang tujuannya untuk menilai seberapa besar perusahaan telah mengikuti standar akuntansi yang benar dan efektif (Rumerung & Alexander, 2019).

Menurut Naz *et al* (2016) kinerja keuangan adalah mengukur sejauh mana kesehatan keuangan perusahaan selama periode waktu tertentu. Dengan kata lain, ini adalah tindakan finansial yang digunakan untuk menghasilkan penjualan yang lebih tinggi, profitabilitas dan nilai entitas bisnis untuk pemegang sahamnya melalui pengelolaan aset lancar dan tidak lancar, pembiayaan, pemerataan, pendapatan dan pengeluaran. Sedangkan menurut IAI, kinerja keuangan adalah

kemampuan perusahaan untuk mengelola dan mengendalikan sumber dayanya. Informasi posisi keuangan dan kinerja keuangan masa lalu seringkali digunakan sebagai dasar untuk memprediksi posisi keuangan dan kinerja dimasa yang akan datang dan hal-hal lain yang langsung menarik perhatian pemakai seperti dividen, upah, pergerakan harga sekuritas dan kemampuan perusahaan untuk memenuhi komitmennya (Fadrul, Budiyanto & Asyik, 2023).

Tahapan dalam menganalisis kinerja keuangan perusahaan secara umum terdiri dari Lima (5) tahap sebagai berikut Menurut Fahmi, 2017 pada bukunya yang berjudul 'Analisa Kinerja Keuangan' cetakan ke-Empat):

1. Melakukan review

terhadap data laporan keuangan Review disini dilakukan dengan tujuan agar laporan keuangan sudah di buat tersebut sesuai dengan penerapan kaidah-kaidah yang berlaku umum dalam dunia akuntansi, sehingga dengan demikian hasil laporan keuangan tersebut dapat dipertanggungjawabkan.

2. Melakukan perhitungan

Penerapan metode perhitungan di sini adalah disesuaikan dengan kondisi dan permasalahan yang sedang dilakukan sehingga hasil dari perhitungan tersebut akan memberikan suatu kesimpulan sesuai dengan analisis yang diinginkan.

3. Melakukan perbandingan terhadap hasil hitungan yang telah diperoleh

Dari hasil yang sudah diperoleh tersebut kemudian dilakukan perbandingan dengan hasil hitungan dari berbagai perusahaan lainnya. Metode yang paling umum dipergunakan untuk melakukan perbandingan ini ada dua yaitu:

- 1) *Time Series Analysis*, yakni membandingkan secara antarwaktu atau antar period, dengan tujuan itu nantinya akan terlihat secara grafik.

- 2) *Cross Sectional Approach*, yakni melakukan perbandingan terhadap hasil hitungan rasio-rasio yang telah dilakukan antara satu perusahaan dan perusahaan lainnya dalam ruang lingkup yang sejenis yang dilakukan secara bersamaan

Dari hasil penggunaan kedua metode ini diharapkan nantinya akan dapat dibuat suatu kesimpulan yang menyatakan posisi perusahaan tersebut berada dalam kondisi sangat baik, baik, sedang/ normal, tidak baik, dan sangat tidak baik.

4. Melakukan penafsiran (*interpretation*) terhadap berbagai permasalahan yang ditemukan.

Pada tahap ini analisis melihat kinerja keuangan perusahaan adalah setelah dilakukan ketiga tahap tersebut selanjutnya dilakukan penafsiran untuk melihat apa-apa saja permasalahan dan kendala-kendala yang dialami.

5. Mencari dan memberikan pemecahan masalah (*solution*) terhadap berbagai permasalahan yang ditemukan.

Pada tahap terakhir ini setelah ditemukan berbagai permasalahan yang dihadapi maka dicarikan solusi guna memberikan suatu input atau masukan agar apa yang menjadi kendala dan hambatan selama ini dapat terselesaikan.

Kinerja sebuah Perusahaan lebih banyak diukur berdasarkan rasio – rasio keuangan selama periode tertentu. Rasio keuangan menurut Mella Katrina Sari (2020) dalam buku berjudul “Analisis Laporan Keuangan” antara lain:

2.2.1 Rasio Likuiditas

Pada rasio likuiditas ini ditujukan untuk melihat kemampuan suatu perusahaan dalam membayar utang jangka pendeknya. Dua rasio likuiditas yang sering digunakan adalah *current ratio* dan *quick ratio*.

2.2.2 Rasio Solvabilitas

Rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajibannya. Berikut yang termasuk kedalam Rasio Solvabilitas yaitu; *Debt to Assets Ratio*, *Debt to Equity Ratio*, *Long Term Debt to Equity Ratio*, *Time Interest Earned*, *Operating Income to Liabilities Ratio*.

2.2.3 Rasio Aktivitas

Rasio Aktivitas digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan efisiensi dari pemanfaatan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Berikut yang termasuk kedalam Rasio Aktivitas yaitu; Perputaran Piutang Usaha (*Accounts Receivable Turnover*), Perputaran Persediaan (*Inventory Turnover*), Perputaran Modal Kerja

(*Working Capital Turnover*), Perputaran Aset Tetap (*Fixed Assets Turnover*) dan Perputaran Total Aset (*Total Assets Turnover*).

2.2.4 Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan. Adapun beberapa pengukuran diantaranya; *Return on Asset* (ROA), *Return on Equity* (ROE) dan *Net Profit Margin* (NPM).

2.2.5 Rasio Pasar

Rasio pasar merupakan sekumpulan rasio yang menghubungkan antara laba saham dengan laba buku per saham. Berikut yang termasuk kedalam Rasio Pasar yaitu: *Earning Per Share* (EPS), *Price Earning Ratio* (PER), *Book Value Per Share* (BV), *Deviden Yield* (DY), *Deviden Payout Ratio* (DPR).

Pada penelitian ini kinerja keuangan di proyeksikan dengan *Return on Asset* (ROA) yang merupakan pengukuran yang sering digunakan dalam mengukur profitabilitas. Rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi.

2.3 Green Accounting

Menurut Prof. Dr. Andreas Lako, (2018:99) dalam bukunya Akuntansi Hijau menjelaskan bahwa Akuntansi Hijau adalah proses pengakuan, pengukuran nilai, pencatatan, peringkasan, pelaporan, dan pengungkapan informasi terhadap objek, transaksi, peristiwa, atau dampak dari aktivitas ekonomi, sosial, dan lingkungan korporasi terhadap masyarakat dan lingkungan, serta korporasi itu sendiri dalam satu paket pelaporan informasi akuntansi yang terintegrasi agar dapat bermanfaat bagi para pemakai dalam penilaian dan pengambilan keputusan ekonomi dan non ekonomi.

Green accounting merupakan akuntansi yang menghitung dan memasukkan biaya – biaya pencegahan maupun yang terjadi karena disebabkan oleh kegiatan operasional perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. *Green accounting* pada praktiknya dilakukan menggunakan data biaya lingkungan, awal mulanya data akan dikumpulkan, dianalisis, diperkirakan, dan disiapkan dari laporan tahunan perusahaan (Hamidi, 2019). Penerapan akuntansi lingkungan di Indonesia masih belum optimal dan banyak perusahaan yang beroperasi tanpa memperhatikan dampak lingkungan yang mungkin terjadi. *Green accounting* adalah sebuah paradigma baru dalam akuntansi yang menyarankan bahwa fokus proses akuntansi tidak hanya pada transaksi. *Green accounting* membutuhkan akuntansi yang tidak hanya berfokus dalam mencapai tujuan profit saja, namun juga harus berfokus kepada manusia dan planet (Farhan, 2021). Kehadiran *green accounting* biaya dapat diakui sebagai aset dalam bentuk investasi tanggungjawab sosial lingkungan. Laba yang diperoleh perusahaan tidak akan tergerus oleh biaya pelaksanaan operasi bisnis yang ramah lingkungan, justru sebaliknya aset perusahaan akan meningkat, biaya *corporate social responsibility* (CSR) juga diperlakukan serupa, sehingga CSR perusahaan meningkat dengan penggunaan *green accounting* (Farhan, 2021).

Green accounting berkaitan erat dengan biaya – biaya yang dialokasikan untuk pengelolaan lingkungan oleh suatu perusahaan (Endiana, *et al.*, 2020). *Green accounting* adalah suatu proses pengakuan, pengukuran nilai, pencatatan, peringkasan, pelaporan, serta pengungkapan secara terintegrasi terhadap objek, transaksi, maupun peristiwa sosial, keuangan, dan lingkungan dalam proses akuntansi dapat menciptakan informasi akuntansi keuangan, social dan lingkungan yang utuh, terpadu dan relevan yang bermanfaat untuk pengambilan keputusan serta pengelolaan aspek ekonomi maupun nonekonomi (Lako, 2018). *Green accounting* bertujuan untuk mengurangi efek negatif dari aktivitas operasional perusahaan pada lingkungan. *Green accounting* juga tergantung pada perusahaan itu sendiri dalam menghadapi masalah yang timbul dalam lingkungan sekitarnya. Perusahaan yang memiliki pemahaman terkait masalah lingkungan hidup, cenderung membentuk

kebijakan untuk mengelolah lingkungan lebih lanjut (Widyowati & Damayanti, 2022).

Green accounting memiliki peranan yang penting terkait sukses tidaknya perusahaan dalam jangka panjang. Dikatakan demikian, karena *green accounting* mampu memberikan pola produksi yang ramah lingkungan. *Green accounting* bukan memicu pemborosan biaya, justru memicu pada penghematan biaya perusahaan dalam jangka panjang (Agustina, 2023). Di Indonesia, memiliki peraturan perundang – undangan terkait biaya lingkungan yang diatur dalam PSAK Nomor 33 dan PP Nomor 78 tahun 2010. Dalam peraturan tersebut, dijelaskan bahwa perusahaan atau PT yang usahanya secara langsung berinteraksi dengan lingkungan, maka diwajibkan untuk bertanggungjawab dengan memberikan kontribusi terhadap masyarakat sosial dan lingkungan (Rosaline, *et al.*, 2020). Dalam hal ini, alokasi biaya lingkungan yang dikeluarkan oleh perusahaan tiap tahunnya dijadikan sebagai indikator dari variabel *green accounting* (Riyadh *et al.*, 2020).

Tujuan *green accounting* adalah untuk meningkatkan jumlah informasi yang relevan untuk mereka yang menggunakannya, keberhasilan *green accounting* tidak hanya bergantung pada ketepatan dalam mengkalsifikasikan seluruh biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan tetapi juga kemampuan dan keakuratan data akuntansi perusahaan untuk mengurangi dampak lingkungan yang timbul dari aktivitas perusahaan (Chairia., dkk, 2022). Terdapat beberapa prinsip akuntansi yang menjadi landasan *green accounting* (Lako, 2018), yaitu:

1. Prinsip sustainabilitas atau kelestarian (*sustainability principle*)
2. Prinsip pengakuan aset (*asset recognition*)
3. Prinsip pengakuan kewajiban (*liability recognition*)
4. Prinsip *matching* dalam pengukuran nilai *costs-benefits* (*measurement principle*)
5. Prinsip proses akuntansi terintegrasi (*integrated accounting process principle*)

6. Prinsip pelaporan dan pengungkapan informasi akuntansi yang terintegrasi
(*integrated reporting principle*)

Green accounting dapat diterapkan di perusahaan yang bersekala besar maupun skala kecil dalam setiap industri manufaktur, pertambangan maupun jasa. Penerapan *green accounting* didasarkan pada kebutuhan perusahaan dan juga digunakan sebagai upaya perusahaan untuk membantu dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu tanggung jawab kepada *stakeholder*. Dengan penerapan *green accounting* sangat menguntungkan semua pihak baik pengusaha, konsumen dan *stakeholder* (investor, masyarakat) untuk jangka waktu yang lebih panjang. Namun penerapan *green accounting* masih terbilang sedikit, perusahaan yang menerapkan *green accounting* adalah perusahaan-peusahaan yang secara sukarela menerapkannya karena kepedulian perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan menjalankan kegiatan usahanya. Dengan menerapkan *green accounting* berarti perusahaan dengan sendirinya mematuhi peraturan pemerintahan dimana perusahaan berada. Pelaksanaan *green accounting* sangatlah bergantung pada karakteristik dari masing-masing perusahaan dalam menganalisis masalah pada lingkungan hidup. Karena bukan suatu hal yang mudah bagi perusahaan dalam mengukur kerusakan lingkungan pada masyarakat yang timbul karena polusi udara dan limbah cair akibat ulah perusahaan. Maka perusahaan perlu melaksanakan atau menerapkan *green accounting* karena kegiatan operasional perusahaan tidak terlepas dari tanggung jawab terhadap lingkungan dimana perusahaan berada dan juga perusahaan dapat menghindari berbagai dampak negatif akibat kegiatan operasi perusahaan (Elisabeth, 2020).

Ramadhani *et al.* (2022) menjelaskan bahwa *green accounting* memiliki peran penting dalam menganalisis keterkaitan antara anggaran terkait lingkungan oleh perusahaan dengan alokasi dana yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan operasional. *Green accounting* juga berperan dalam upaya meminimalkan konsumsi energi dan sumber daya alam (SDA), mengurangi risiko kesehatan dan mendorong keunggulan bisnis yang kompetitif. Menurut teori *stakeholder*,

penggunaan akuntansi lingkungan di perusahaan juga merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan. *Stakeholder* tidak hanya memperhatikan nilai finansial perusahaan, tetapi juga memperhatikan nilai lingkungan, yaitu seberapa besar kepedulian perusahaan terhadap dampak lingkungan dari operasinya.

Kegiatan-kegiatan dalam pelaksanaan green accounting tentu saja mengeluarkan biaya. Kegiatan tersebut merupakan biaya yang harus dibebankan oleh perusahaan yang juga timbul bersamaan dengan penyediaan barang maupun kepada pelanggan atau konsumen perusahaan. Diharapkan dengan adanya beban yang dialokasikan akan membentuk lingkungan yang sehat serta terjaga kelestariannya. Penelitian ini berfokus mengenai bagaimana perusahaan telah menjalankan green accounting dalam kegiatan perusahaannya dengan mengidentifikasi biaya yang dikeluarkan yang berhubungan dengan biaya lingkungan. Adapun dalam perhitungannya menggunakan *Green accounting* diukur menggunakan total biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk perlindungan dan pengelolaan lingkungan.

2.4 Corporate Social Responsibility

Menurut Friedman (1982), *corporate social responsibility* (CSR) merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line* dalam bentuk ekonomi atau nilai perusahaan saja, tetapi juga berpijak pada *triple bottom line* yaitu tanggung jawab terhadap masalah sosial dan lingkungan. *Triple bottom line reporting* merupakan laporan yang memberikan informasi mengenai pelaksanaan kegiatan ekonomi, sosial dan lingkungan dari sebuah entitas. Apabila prinsip *triple bottom line* dapat diimplementasikan dengan baik, maka akan menunjukkan akuntabilitas perusahaan tidak hanya untuk kegiatan ekonomi mereka, tetapi juga untuk pelaksanaan kegiatan sosial dan lingkungan. Carrol menjelaskan bahwa tujuan utama perusahaan adalah menghasilkan keuntungan dari barang dan jasa yang dihasilkan, perusahaan harus memiliki nilai tambah ekonomi sebagai prasyarat agar perusahaan

dapat terus *survive* dan berkembang. Namun perlu diperhatikan juga bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab kepada para pemangku kepentingan. Hal lain yang perlu diperhatikan yaitu *legal responsibilities*, yaitu bagaimana perusahaan melakukan operasinya sesuai dengan peraturan yang berlaku yang telah ditetapkan oleh pemerintah (Wati, 2019).

Corporate Social Responsibility telah dianggap sebagai praktik bisnis yang global beberapa tahun terakhir ini. Perusahaan perlu melakukan upaya yang sesuai dengan harapan masyarakat umum agar dapat menjalankan kegiatan operasionalnya dengan baik. Perusahaan yang berfokus pada kesejahteraannya sendiri memiliki umur yang terbatas, sementara perusahaan yang lebih memikirkan pelanggan termasuk lingkungan dan sosial lebih mungkin berhasil di pasar saat ini. Pelaksanaan CSR memberikan citra yang positif bagi perusahaan. Perusahaan tidak lagi berfokus hanya pada keuntungan namun juga mulai memperhatikan lingkungan dan sosial. Meskipun isu tentang CSR telah muncul di tahun 1980an, namun pelaksanaan CSR di Indonesia baru ditetapkan dalam Undang-undang di tahun 2007. Pelaksanaan CSR diatur dalam UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Selain Undang-undang, pelaksanaan CSR juga diatur dalam berbagai peraturan daerah. Hal ini menggambarkan tentang pentingnya pelaksanaan CSR oleh perusahaan (Rosyidiana, Pradnyani, & Sihardianto, 2023).

Bentuk tanggung jawab perusahaan dikenal sebagai tanggung jawab sosial perusahaan/*Corporate Social Responsibility* (CSR). *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai salah satu pilar *Good Corporate Governance* (GCG), yang pelaksanaannya merupakan hal yang penting yang harus dilakukan oleh perusahaan. CSR merupakan bentuk pertanggungjawaban sosial perusahaan kepada *stakeholders* sudah menjadi tuntutan jaman ditengah dunia bisnis yang sudah berubah. Definisi *corporate social responsibility* masih belum ada satupun yang disetujui secara global, karena definisi CSR dan komponen CSR dapat berbeda-beda di negara atau daerah yang lain, namun umumnya CSR berbicara hubungan antara perusahaan dan *stakeholders* yang di dalamnya terdapat nilai-nilai

pemenuhan ketentuan hukum, maupun penghargaan terhadap masyarakat dan lingkungan, serta komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan berkelanjutan (Agustina, 2018).

CSR akan menjadi strategi bisnis dalam perusahaan untuk menjaga atau meningkatkan daya saing melalui reputasi dan citra perusahaan. Kedua hal tersebut akan menjadi keunggulan kompetitif perusahaan yang sulit untuk ditiru oleh para pesaing. CSR bisa dikatakan sebagai komitmen yang berkesinambungan dari kalangan bisnis, untuk berperilaku secara etis dan memberi kontribusi bagi perkembangan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas kehidupan dari karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya. Dalam interaksi dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan. Beberapa alasan mengapa CSR perlu dilaksanakan:

1. Merupakan hal etis yang dilakukan
2. Meningkatkan citra perusahaan
3. Hal ini diperlukan dalam rangka untuk menghindari peraturan yang berlebihan
4. Jenis kegiatan tanggung jawab sosial dapat juga menguntungkan
5. Lingkungan sosial yang lebih baik akan bermanfaat bagi perusahaan
6. Dapat menarik minat para investor
7. Dapat meningkatkan motivasi karyawan
8. Dapat membantu untuk memperbaiki masalah sosial yang disebabkan oleh bisnis (Agustina, 2018).

Menurut Gurvy Kavei, pakar manajemen dari Universitas Manchester, Inggris (Agustina, 2018) menegaskan bahwa setiap perusahaan yang mengimplementasikan CSR dalam aktivitas usahanya akan mendapatkan 5 (lima) manfaat utama sebagai berikut:

1. Meningkatkan profitabilitas dan kinerja finansial yang lebih kokoh, misalnya lewat efisiensi lingkungan;
2. Meningkatkan akuntabilitas, *assessment* dan komunitas investasi;
3. Mendorong komitmen karyawan, karena mereka diperhatikan dan dihargai;

4. Menurunkan kerentanan gejala dengan komunitas; dan
5. Mempertinggi reputasi dan *corporate branding*.

Perusahaan yang memiliki kesadaran untuk memperbaiki kerusakan lingkungan yang telah terjadi, dapat menciptakan kehidupan timbal balik antara manusia dengan lingkungan, sehingga kesejahteraan dapat tercipta (Endiana *et al.*, 2020). Kegiatan operasional perusahaan memunculkan dampak pada lingkungan, sosial, dan ekonomi, sehingga dibutuhkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* agar dapat mengkomunikasikan antara keduanya. Pengungkapan CSR dapat diukur menggunakan GRI G-4. Pengukuran tersebut lebih terfokus pada lingkup lingkungan, ekonomi, dan sosial sebagai dasar keberlanjutan (Permatasari & Widianingsih, 2020). *Global Reporting Initiative* (GRI) G-4 merupakan pengungkapan CSR dengan melakukan *check list*, sesuai indikator yang telah ditetapkan. Indikator ini mulai berlaku di Indonesia pada tahun 2013. *Check list* data pada GRI-G4 akan dicocokkan dengan data yang diungkapkan pada item *annual report*. Jika item diungkapkan dalam laporan diberi nilai 1, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan (Badjuri *et al.*, 2021).

Dalam melakukan penilaian luas pengungkapan CSR, item – item yang akan diberikan skor akan mengacu kepada indikator kinerja atau item yang disebut dalam GRI guidelines. Total indikator pada GRI G4 sebanyak 91 indikator, diantaranya 9 indikator bidang ekonomi, 34 indikator bidang lingkungan, 16 indikator bidang tenaga kerja, 12 indikator bidang HAM, 11 indikator bidang sosial, dan 9 indikator bidang produk. Terdapat 3 dimensi dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang perlu dibangun agar membentuk keseimbangan sebagai tujuan dari keberlanjutan, diantaranya:

1. Dimensi Sosial

Dimensi sosial menyangkut keberlanjutan sebuah organisasi yang telah berdampak di dalam system sosial yang beroperasi. Indikator kinerja sosial GRI mengidentifikasi kunci aspek kinerja yang meliputi praktek perburuhan/tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat/sosial, dan tanggung jawab produk.

Dimensi sosial merupakan suatu bentuk partisipasi suatu perusahaan untuk mencapai kesejahteraan masyarakat. Perusahaan diharapkan mampu memberikan kontribusi positif, karena telah memberikan dampak sosial akibat aktivitas operasional perusahaan. Salah satu cara untuk meningkatkan dimensi sosial, yakni dengan meningkatkan kualitas SDM melalui pendidikan dan kesehatan. Tingginya kualitas pendidikan dan kesehatan, mampu meningkatkan perekonomian masyarakat dan kesejahteraan dapat tercapai.

2. Dimensi Lingkungan

Dimensi lingkungan menyangkut keberlanjutan organisasi berdampak pada kehidupan, di dalam system alam, termasuk didalamnya sebuah ekosistem, tanah, udara, dan air. Indikator kerja lingkungan terkait dengan input (bahan, energy, air) dan output (emisi/gas, limbah sungai, limbah kering/sampah). Aktivitas operasional perusahaan perlu memperhatikan biofisik lingkungan agar memberikan daya dukung alam dan menambah kualitas lingkungan. Dari sisi perspektif masyarakat yang dianggap sebagai *input* bisnis dalam pasar, kualitas lingkungan mampu memberikan *impact* secara langsung pada bisnis perusahaan. Dimensi lingkungan merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan atas kegiatan operasional yang dilakukan perusahaan. Selain itu, kinerja mereka mencakup kinerja yang berkaitan dengan keanekaragaman hayati, kepatuhan lingkungan, dan informasi yang berkaitan lainnya seperti limbah yang dapat merusak ekosistem lingkungan serta dampak dari produk dan jasa yang dihasilkan.

3. Dimensi Ekonomi

Dimensi ekonomi menyangkut keberlanjutan organisasi berdampak pada kondisi ekonomi dari stakeholder dan system ekonomi pada tingkat local, nasional, dan tingkat global. Dimensi ekonomi merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan agar mampu mendapatkan *profit*. Salah satu upaya tersebut dilakukan melalui *going concern*. *Going concern* berkaitan dengan kelangsungan hidup suatu bisnis agar bertahan secara jangka panjang, sehingga diharapkan suatu entitas tidak mengalami kebangkrutan. Upaya untuk mencapai keberlangsungan, sejalan dengan aktivitas kepedulian terhadap lingkungan dan

sosial. Semakin tinggi kepedulian terhadap lingkungan dan sosial, maka *profit* cenderung akan meningkat pula.

2.5 Penelitian Terdahulu

Dalam penulisan skripsi ini, penulis merujuk pada beberapa penelitian terdahulu mengenai pengaruh Green Accounting Terhadap Kinerja Keuangan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi Pada Perusahaan Industry Basic Materials Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2021 – 2023.

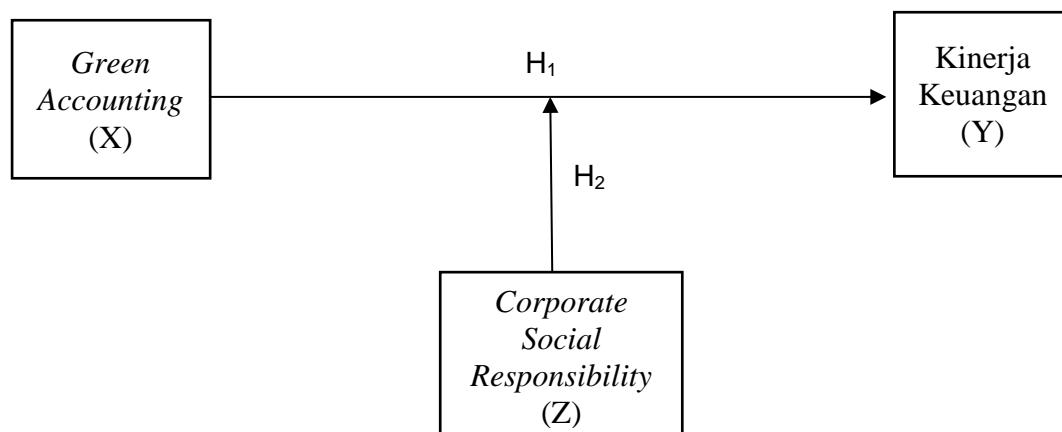
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, Tahun dan Judul	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
1.	Noviolita Lingga asti & Aulia Yoosita (2024) “Pengaruh <i>Green Accounting</i> Terhadap Kinerja Keuangan Dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Sebagai Mediasi”	<i>Green Accounting</i> (X), Kinerja Keuangan (Y), <i>Corporate Social Responsibility</i> (Z)	<i>Path Analysis</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Green accounting</i> berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur sektor energi 2. <i>Green accounting</i> berpengaruh terhadap <i>corporate social responsibility</i> pada perusahaan manufaktur sektor energi 3. <i>Corporate social responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur sektor energi 4. <i>Corporate social responsibility</i> tidak mampu memediasi hubungan antara <i>green accounting</i> terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur sektor energy
2.	Intan Windtar Handono Putri., Anny Widiasmara & Juli Murwarni (2024)	<i>Green accounting</i> (X ₁), Kinerja Lingkungan (X ₂), Kinerja Keuangan (Y), <i>Corporate Social</i>	Uji Regresi Linier Berganda	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Green accounting</i> berpengaruh terhadap kinerja keuangan 2. Kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan 3. <i>Corporate social responsibility</i> dapat

		<i>Responsibility (Z)</i>		memoderasi hubungan antara <i>green accounting</i> dan kinerja lingkungan.
3.	Agustina (2023) “Pengaruh <i>Green Accounting</i> Terhadap Kinerja Keuangan Denfan <i>Corporate Social Responsibility</i> Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Periode 2019 – 2021)”	<i>Green Accounting (X), Kinerja Keuangan (Y), Corporate Social Responsibility (Z)</i>	<i>Path Analysis</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Green accounting</i> tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan 2. <i>Green accounting</i> berpengaruh positif terhadap <i>corporate social responsibility</i> pada perusahaan 3. <i>Corporate social responsibility</i> berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan pada perusahaan 4. <i>Corporate social responsibility</i> tidak mampu memediasi hubungan antara <i>green accounting</i> terhadap kinerja keuangan perusahaan
4.	Rahmadhani <i>et al</i> (2021) “Pengaruh <i>Green Accounting</i> dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Kinerja Keuangan dengan Pengungkapan CSR Sebagai Variabel <i>Intervening</i> ”	<i>Green Accounting (X₁), Kepemilikan Saham Publik (X₂), Kinerja Keuangan (Y), Corporate Social Responsibility (Z)</i>	SEM PLS	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Green accounting</i> tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan 2. <i>Green accounting</i> tidak berpengaruh terhadap CSR 3. <i>Corporate social responsibility</i> berpengaruh terhadap kinerja keuangan 4. <i>Corporate social responsibility</i> tidak mampu memediasi hubungan <i>green accounting</i> terhadap kinerja keuangan.
5.	Elisabeth, Fahik Graciana (2020) “Pengaruh <i>Green Accounting</i> Terhadap Kinerja Keuangan Dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Manufaktur Tekstil & Garmen	<i>Green Accounting (X), Kinerja Keuangan (Y), Corporate Social Responsibility (Z)</i>	Uji Regresi Moderasi (MRA)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Green accounting</i> berpengaruh terhadap kinerja keuangan 2. <i>Corporate social responsibility</i> berpengaruh terhadap kinerja keuangan 3. <i>Corporate social responsibility</i> tidak mampu memediasi hubungan <i>green accounting</i> terhadap kinerja keuangan.

2.6 Kerangka Pemikiran

Dari uraian yang telah di paparkan, dapat digambarkan secara sistematis tentang penelitian yang berjudul pengaruh penerapan *green accounting* terhadap kinerja keuangan dengan *corporate social responsibility* sebagai *variable Moderasi*. Maka dapat dirumuskan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.7 Pengembangan Hipotesis

2.7.1 Pengaruh *Green Accounting* Terhadap Kinerja Keuangan

Green accounting merupakan akuntansi yang menghitung dan memasukkan biaya – biaya pencegahan maupun yang terjadi karena disebabkan oleh kegiatan operasional perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. *Green accounting* berkaitan erat dengan biaya – biaya yang dialokasikan untuk pengelolaan lingkungan oleh suatu perusahaan (Endiana, *et al.*, 2020). Dalam upaya menciptakan reputasi terkait lingkungan yang baik, suatu perusahaan perlu melakukan alokasi biaya lingkungan atau *green accounting*. *Green accounting* bertujuan untuk mengurangi dampak negatif dari aktivitas ekonomi dan lingkungan. Perusahaan yang memiliki pemahaman terkait masalah lingkungan hidup, maka dapat mengarahkan perusahaan untuk membuat kebijakan terkait keselamatan lingkungan hidup (Widyowati & Damayanti, 2022).

Biaya lingkungan yang dikeluarkan perusahaan merupakan pengeluaran investasi (aset) untuk jangka panjang, maka perusahaan akan memperoleh manfaat sosial dan ekonomi. Di sisi sosial, perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan dinilai sebagai perusahaan yang ramah lingkungan oleh pemerintah maupun masyarakat sehingga reputasi perusahaan meningkat dan menambah citra perusahaan. Di sisi ekonomi dengan mengungkapkan biaya lingkungan pada laporan tahunan perusahaan akan menjadi pedoman investor dalam berinvestasi. Dengan semakin luas perusahaan mengungkapkan biaya lingkungan maka semakin besar perusahaan terhindar dari kewajiban-kewajiban kontijensi dimasa depan, dan dampak positif dari akuntansi lingkungan terhadap keuangan dilandasi oleh persepsi positif konsumen kepada perusahaan dimana akan mendorong peningkatan penjualan dan kemudian meningkatkan laba perusahaan.

Penelitian mengenai *green accounting* terhadap kinerja keuangan dilakukan oleh Asti & Aulia (2024), Putri, Widiasmara & Murwarni (2024), dan Elisabeth (2020) dimana mereka mengungkapkan bahwa *green accounting* memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan. Dimana dijelaskan, alokasi biaya lingkungan berbanding lurus dengan tingkat kinerja keuangan secara jangka panjang. Selain itu, alokasi biaya lingkungan juga dapat mengurangi kewajiban potensial yang terjadi di masa mendatang. Hal tersebut mampu menarik minat investor untuk berinvestasi di suatu perusahaan. Berdasarkan pernyataan tersebut peneliti mengajukan hipotesis:

H₁: *Green Accounting* berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

2.7.2 Pengaruh *Green Accounting* Terhadap Kinerja Keuangan yang di Moderasi oleh *Corporate Social Responsibility*.

Green accounting yang didistribusikan sebagai bentuk *corporate social responsibility* (CSR) dapat memberikan reputasi di mata *stakeholders*, serta mampu memberikan dampak bagi lingkungan dalam jangka panjang (Asti & Aulia, 2024). Perusahaan akan mengungkapkan informasi apabila mampu mempengaruhi nilai suatu perusahaan. Hal tersebut dijadikan sebagai cara tanggung jawab perusahaan

dan diharapkan mampu menjadi *goodnews* dari *stakeholders* agar mendapat pengakuan keberadaan perusahaan. Salah satu bentuk pengakuan tersebut dapat diperoleh dari pengalokasian biaya lingkungan atau *green accounting* untuk aktivitas pengelolaan lingkungan (Rahmadhani et al., 2021). Alokasi *green accounting* melalui kegiatan CSR mampu mengurangi kewajiban potensial perusahaan dan berpengaruh pada citra perusahaan, sehingga lebih berorientasi ke masa depan. Dengan adanya citra perusahaan yang positif, mampu meningkatkan investor dan jumlah penjualan. Hal tersebut berpengaruh pada kinerja keuangan perusahaan (Ikhsan & Muharam, 2016).

Suatu perusahaan yang memiliki kesadaran terhadap lingkungan, cenderung menjadikan lingkungan sebagai salah satu aset perusahaan yang dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan dalam jangka panjang. Sebagaimana teori legitimasi, hal tersebut mampu menimbulkan legitimasi keberadaan suatu perusahaan dan pengakuan di mata publik. Bagi *investor* dan konsumen mampu memberikan dampak pada peningkatan modal dan *profit*, sehingga kinerja keuangan dapat meningkat kinerja perusahaan (Agustina, 2023). Penelitian yang dilakukan oleh mengungkapkan bahwa CSR mampu menjadi memoderasi antara, dan *green accounting* terhadap kinerja keuangan. *Green accounting* yang dialokasikan sebagai bentuk CSR dapat memberi reputasi di mata *stakeholders*, serta mampu memberikan efek bagi lingkungan dalam jangka panjang. Sehingga, kinerja keuangan perusahaan juga cenderung akan mengalami peningkatan. Berdasarkan pernyataan tersebut peneliti mengajukan hipotesis:

H₂: Corporate Social responsibility mampu memoderasi pengaruh *green accounting* terhadap kinerja keuangan.