

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Pustaka

Konsep *green (environmental accounting)* atau akuntansi lingkungan sebenarnya sudah mulai berkembang sejak tahun 1970-an di Eropa. Akibat tekanan lembaga-lembaga bukan pemerintah dan meningkatnya kesadaran lingkungan di kalangan masyarakat yang mendesak agar perusahaan-perusahaan bukan sekedar berkegiatan industri demi bisnis saja, tetapi juga menerapkan pengelolaan lingkungan. Secara singkat, akuntansi hijau dapat memberikan informasi mengenai sejauh mana organisasi atau perusahaan memberikan kontribusi positif maupun negatif terhadap kualitas hidup manusia dan lingkungannya (Komar, 2004). Ada beberapa teori yang dapat menjelaskan tentang penerapan akuntansi hijau dan Corporate Social Responsibility terhadap profitabilitas perusahaan.

2.1.1 Teori Legitimasi

Chariri dan Ghozali (2007) menyatakan bahwa hal yang mendasari teori legitimasi adalah “kontrak sosial” antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Sulistiawati dan Dirgantara (2016) Teori legitimasi menyatakan bahwa organisasi atau perusahaan secara berkesinambungan harus memastikan apakah mereka telah beroperasi di dalam norma–norma yang dijunjung masyarakat dan memastikan bahwa aktivitas mereka bisa diterima pihak luar (dilegitimasi). Dipraja (2014) menyatakan teori legitimasi merupakan suatu gagasan kontrak sosial dengan masyarakat. Perlunya perusahaan memperoleh legitimasi dari seluruh *stakeholder* dikarenakan adanya batasan-batasan yang dibuat dan ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan.

Dasar pemikiran teori legitimasi adalah perusahaan dapat terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang selaras dengan sistem nilai masyarakat di sekitarnya. Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk memastikan bahwa aktivitas dan

kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*) (Gunawan, 2018).

2.1.2 Teori Sinyal

Teori sinyal dikembangkan oleh Ross (1977) menyatakan bahwa pihak eksekutif perusahaan memiliki informasi lebih baik mengenai perusahaannya dan akan terdorong untuk menyampaikan informasi tersebut kepada calon investor agar harga saham perusahaannya meningkat. Hal positif dalam teori sinyal dimana perusahaan yang memberikan informasi yang bagus akan membedakan mereka dengan perusahaan yang tidak memiliki “berita bagus” dengan menginformasikan pada pasar tentang keadaan mereka, sinyal tentang bagusnya kinerja masa depan yang diberikan oleh perusahaan yang kinerja keuangan masa lalunya tidak bagus tidak akan dipercaya oleh pasar.

Teori Sinyal membahas mengenai dorongan perusahaan untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal. Informasi yang wajib perusahaan ungkapkan adalah informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan atau yang sering disebut dengan corporate social responsibility. Informasi mengenai corporate social responsibility dimuat didalam laporan tahunan perusahaan atau laporan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilaporkan secara terpisah. Setiap perusahaan yang melakukan aktivitas tanggung jawab sosial diharapkan dapat meningkatkan citra perusahaan dan juga nilai perusahaan (Rustiarini, 2010).

Pertimbangan menggunakan teori ini adalah karena teori ini mampu memberikan dorongan bagi perusahaan untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan yang nantinya akan mempengaruhi nilai perusahaan dan juga berpengaruh pada perubahan harga saham perusahaan.

2.1.3 Teori Stakeholder

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah mulai dikenal sejak awal 1970-an, yang secara umum dikenal dengan Teori stakeholder artinya sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan stakeholder, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan,

serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. Teori Stakeholder dimulai dengan asumsi bahwa nilai (*value*) secara eksplisit merupakan bagian dari kegiatan usaha.

Teori stakeholder menunjukkan bahwa keberhasilan bisnis terletak pada kemampuan perusahaan untuk mempertahankan hubungan yang saling percaya dan saling menghormati dengan berbagai stakeholder, yang meliputi pelanggan, pemasok, karyawan, masyarakat, dan pemerintah (Freedman, 2003). Berdasarkan Teori ini, peranan stakeholder sangat besar dalam keberlangsungan perusahaan karena mereka memiliki semua sumber daya yang dibutuhkan oleh perusahaan. Hal ini menjadikan keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder. Menurut Ghazali (2013) teori stakeholder mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholder-nya. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan tersebut.

Teori stakeholder merupakan praktik dan juga berbagai kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan para pemangku kepentingan, pelaksanaan ketentuan hukum, nilai-nilai, apresiasi masyarakat dan lingkungan, serta kesiapan perusahaan didalam menjalankan bisnis dan dapat memberikan berkontribusi dalam pembangunan yang berkesinambungan teori stakeholder berawal dari munculnya persepsi bahwa nilai (*value*) yang secara spesifik merupakan hal yang sangat berkaitan dengan kegiatan usaha.

Perusahaan didalam melakukan aktivitas sangat bergantung pada lingkungan dan sosial, maka sangat diperlukan kepercayaan stakeholder serta memberikannya posisi khusus didalam pengambilan kebijakan dan juga keputusan yang akan diambil, sehingga dapat memberikan keberlangsungan hidup perusahaan yang menjadi tujuan perusahaan dapat tercapai.

2.1.4 Akuntansi Hijau

Pelaporan akuntansi yang tidak ramah lingkungan dituding sebagai penyebab terjadinya perilaku yang tidak ramah lingkungan dari para pemakai laporan keuangan. Perlakuan tersebut dituding telah mendorong para pelaku

ekonomi dan bisnis untuk semakin mengeksploitasi masyarakat dan lingkungan untuk kepentingan perusahaan dalam hal meningkatkan laba dan ekuitas pemegang saham. Untuk mengatasi tudingan yang diterima oleh para akuntan maka para akuntan diminta harus berperan aktif dalam gerakan kolaborasi global untuk mengatasi tudingan tersebut dengan cara mereformasi kerangka konseptual dan praktik akuntansi ke arah yang lebih hijau dengan kata lain akuntan diminta untuk menghijaukan akuntansi dan pelaporan keuangan (Lako, 2018).

Ningsih dan Rachmawati (2017) menyatakan Akuntansi Hijau adalah akuntansi berupaya menghubungkan sisi anggaran lingkungan dengan dana operasi bisnis. Akuntansi Hijau dapat meningkatkan kinerja lingkungan, mengendalikan biaya, berinvestasi dalam teknologi ramah lingkungan, dan mempromosikan proses produk ramah lingkungan. Akuntansi lingkungan atau akuntansi hijau juga menyediakan cara untuk peluang untuk meminimalkan energi, melestarikan sumber daya, mengurangi risiko kesehatan dan keselamatan lingkungan, dan mempromosikan keunggulan kompetitif. Konsep *green (environmental accounting)* atau akuntansi lingkungan sebenarnya sudah mulai berkembang sejak tahun 1970-an di Eropa. Akibat tekanan lembaga-lembaga bukan pemerintah dan meningkatnya kesadaran lingkungan di kalangan masyarakat yang mendesak agar perusahaan-perusahaan bukan sekedar berkegiatan industri demi bisnis saja, tetapi juga menerapkan pengelolaan lingkungan. Tujuannya adalah meningkatkan efisiensi pengelolaan lingkungan dengan melakukan penilaian kegiatan lingkungan dari sudut pandang biaya (*environmental costs*) dan manfaat atau efek (*economic benefit*), serta menghasilkan efek perlindungan lingkungan (*environmental protection*) (Almilia dan Wijayanto, 2007).

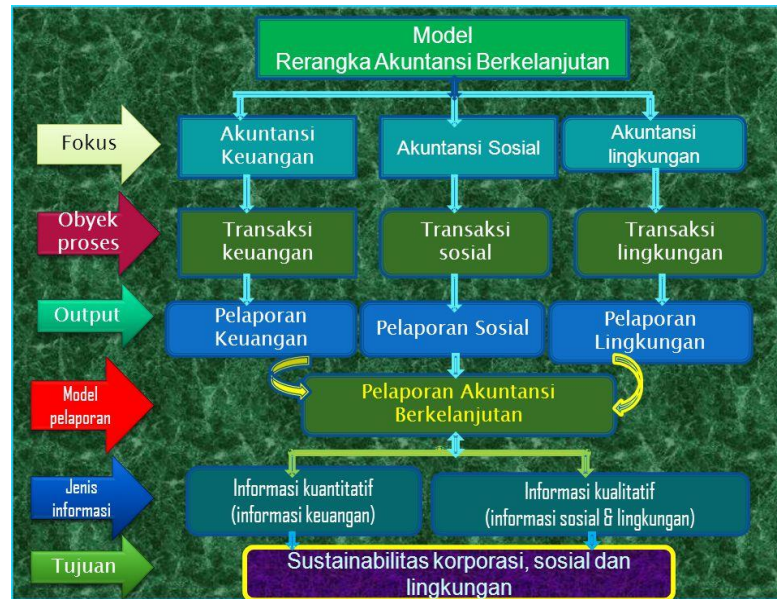
Akuntansi lingkungan didefinisikan sebagai pencegahan, pengurangan, dan atau penghindaran dampak terhadap lingkungan, bergerak dari beberapa kesempatan, dimulai dari perbaikan kembali kejadian-kejadian yang menimbulkan bencana atas kegiatan-kegiatan tersebut. Dampak lingkungan merupakan beban terhadap lingkungan dari operasi bisnis atau kegiatan manusia lainnya, yang secara potensial dapat merintangi pemeliharaan lingkungan yang baik (Ikhsan, 2009).

2.1.4.1 Model Akuntansi Hijau

Sesuai dengan definisi dan ruang lingkup Akuntansi Hijau di atas, model Akuntansi Hijau seperti disajikan dalam Gambar 2.1, Gambar 2.1 memperlihatkan bahwa ruang lingkup dari akuntansi hijau mencakup akuntansi keuangan, akuntansi sosial dan akuntansi lingkungan. Karena itu, obyek yang diproses dalam akuntansi hijau mencakup semua peristiwa, obyek, dampak atau transaksi-transaksi keuangan, masyarakat dan lingkungan yang berkaitan langsung atau tidak langsung pada entitas korporasi (Lako, 2018).

Hasil dari proses akuntansi hijau untuk masing-masing obyek akuntansi tersebut disajikan dalam model pelaporan informasi akuntansi hijau. Model pelaporan ini sesungguhnya berisi tiga pelaporan informasi yaitu pelaporan informasi keuangan, pelaporan informasi sosial dan pelaporan informasi lingkungan yang telah diintegrasikan. Dalam model pelaporan informasi akuntansi hijau, terdapat dua jenis informasi akuntansi, yaitu informasi akuntansi kuantitatif yang tercermin dalam angka-angka dari elemen-elemen laporan akuntansi hijau, dan informasi akuntansi kualitatif yang menjelaskan aspek-aspek kualitatif dibalik angka-angka kuantitatif dari elemen-elemen akuntansi hijau. Dengan penyajian yang komprehensif terhadap ketiga informasi tersebut maka manajemen, pemegang saham, kreditor, pemerintah dan para pemakai lainnya akan sangat terbantu dalam mengevaluasi dan menilai posisi dan kinerja keuangan, risiko dan prospek bertumbuh serta keberlanjutan dari korporasi dalam jangka pendek dan jangka panjang (Lako, 2018).

Gambar 2. 1 Konstruksi Model Akuntansi Hijau



Sumber: Lako, 2018

2.1.4.2 Karakteristik Kualitatif Informasi Akuntansi hijau

Lako (2018) menyatakan sama seperti karakter kualitatif dari informasi g akuntansi yang berlaku umum selama ini (FASB dalam SFAC No. 2, 1978; SAK, 2014). Informasi Akuntansi Hijau juga harus memenuhi karakteristik kualitatif berikut ini:

1. Para pengguna informasi akuntansi adalah para pemangku kepentingan, yaitu pihak manajemen, pemegang saham, investor atau pemilik, kreditor, pemasok, konsumen, karyawan, pemerintah, dan masyarakat luas yang memiliki kepentingan secara langsung maupun tidak langsung dengan entitas korporasi.
2. Kendala informasi akuntansi hijau adalah perbandingan keterukuran antara biaya dan manfaatnya, upaya dan hasilnya, materialitas informasi yang disajikan, dan pengungkapan informasi akuntansi kuantitatif dan kualitatif secara terintegrasi.
3. Syarat khusus dan pervasif yang dibutuhkan para pemakai informasi akuntansi adalah informasi akuntansi yang disajikan kepada para pihak pemakai harus dapat dipahami dan berguna dalam penilaian dan pengambilan keputusan ekonomi dan nonekonomi.

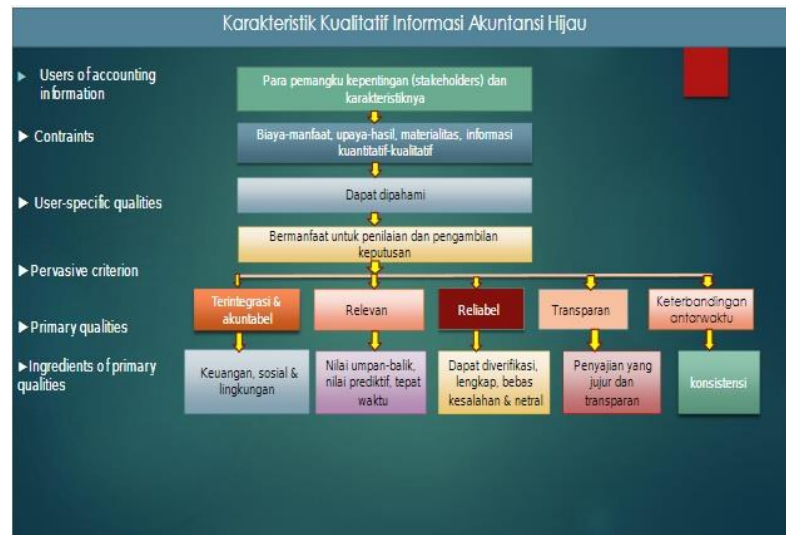
4. Kriteria atau syarat utama dalam penyajian informasi Akuntansi Hijau adalah : 1) terintegritas dan akuntabel, yaitu informasi akuntansi yang disajikan dalam pelaporan akuntansi hijau harus memperhitungkan, mengintegrasikan, dan mempertanggungjawabkan semua informasi akuntansi keuangan, sosial, dan lingkungan secara terpadu dalam satu paket pelaporan; 2) relevan, yaitu informasi yang disajikan harus relevan dengan kebutuhan para pemakai dalam penilaian dan pengambilan keputusan. Oleh karena itu, informasi akuntansi yang disajikan harus memiliki nilai umpan-balik dan nilai prediktif, serta disajikan tepat waktu; 3) reliabel, yaitu informasi akuntansi yang disajikan harus reliabel atau andal agar dapat dipercaya dan bermanfaat bagi para pemakai dalam penilaian dan pengambilan keputusan ekonomi dan nonekonomi. Untuk itu, informasi akuntansi yang disajikan harus dapat diverifikasi, valid, akurat, dan netral; 4) transparan, yaitu informasi akuntansi harus disajikan secara transparan dan jujur; 5) keterbandingan, yaitu informasi akuntansi yang disajikan memiliki daya banding antar periode dan disajikan secara konsisten dari waktu ke waktu.

Selain memenuhi karakteristik kualitatif di atas, ada tiga karakteristik kualitatif khusus dari informasi akuntansi hijau yang sangat bermanfaat dalam evaluasi, penilaian pengambilan keputusan para pemakai (*primary decision-specific qualities*).

1. Akuntabilitas (*accountability*) yaitu informasi akuntansi yang disajikan memperhitungkan semua aspek informasi entitas, terutama informasi yang berkaitan dengan tanggung jawab ekonomi, sosial dan lingkungan entitas dan biaya-manfaat (*costs-benefits*) dari dampak (*impacts*) yang ditimbulkan.
2. Terintegrasi dan komprehensif yaitu informasi akuntansi yang disajikan merupakan hasil integrasi antara informasi akuntansi keuangan dengan informasi akuntansi sosial dan lingkungan yang disajikan secara komprehensif dalam satu paket pelaporan akuntansi.
3. Transparan (*transparency*) yaitu informasi akuntansi terintegrasi harus disajikan secara jujur, akuntabel dan transparan agar tidak

menyesatkan para pihak dalam evaluasi, penilaian dan pengambilan keputusan ekonomi dan nonekonomi. Secara lebih lengkap, konstruksi karakteristik kualitatif informasi akuntansi hijau disajikan dalam gambar 2 berikut ini.

Gambar 2. 2 Karakteristik Kualitatif Informasi Akuntansi hijau



Sumber: Lako, 2018

2.1.4.3 Komponen-komponen Laporan Akuntansi Hijau

Lako (2018) menyatakan secara umum, komponen-komponen laporan akuntansi hijau atau laporan keuangan hijau tidak jauh berbeda dengan komponen-komponen laporan keuangan, dalam akuntansi keuangan konvensional yang selama ini menjadi basis dan digunakan dalam IAS-IFRS dan SAK, yaitu aset, liabilitas, ekuitas pemilik, pendapatan, biaya, dan laba. Namun, ada beberapa akun krusial yang membedakan akuntansi hijau dengan akuntansi keuangan konvensional antara lain:

1. Dalam struktur aset entitas yang melaksanakan aktivitas tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan (TJSLP), CSR, dan *Green Business* akan muncul akun-akun baru seperti aset sumber daya alam, investasi sosial dan lingkungan, investasi hijau, atau investasi CSR di bawah kelompok aset tetap. Secara umum, struktur aset perusahaan dalam konstruksi akuntansi

hijau meliputi aset lancar, investasi finansial, aset tetap, aset sumber daya alam, investasi sosial dan lingkungan, aset tak berwujud dan aset lainnya.

2. Dalam struktur akun liabilitas entitas yang melaksanakan TJSLP, CSR, dan korporasi hijau akan muncul akun-akun baru seperti liabilitas sosial dan liabilitas lingkungan yang bersifat kontinjen. Kewajiban tersebut muncul sebagai konsekuensi logis dari komitmen manajemen kepada pemerintah dan masyarakat untuk melaksanakan TJSLP, CSR, atau bisnis hijau, atau harus bertanggungjawab atas kerugian ekonomi yang dialami masyarakat dan negara akibat kerusakan lingkungan atau pencemaran air, udara, atau tanah yang ditimbulkan oleh operasi perusahaan. Liabilitas sosial kontinjen dan liabilitas lingkungan kontinjen tersebut bisa bersifat jangka pendek atau jangka panjang tergantung pada komitmen perusahaan untuk memenuhinya.
3. Dalam struktur akun-akun ekuitas korporasi yang melaksanakan aktivitas CSR yang bersifat sukarela karena dilandasi oleh niat tulus dan nilai-nilai spiritualitas bisnis (*spiritual CSR*) dari para pemegang sahamnya, bisa muncul akun baru, yaitu akun donasi CSR, di bawah akun laba rugi periode berjalan. Akun baru tersebut muncul karena manajemen atas permintaan dari pemilik atau pemegang saham memperlakukan sejumlah program CSR dan pengorbanan sumber daya ekonomi entitas untuk melaksanakan CSR tersebut sebagai perbuatan amal atau kasih kepada sesama (masyarakat) yang miskin, lemah, difabel, dan tersingkir. Karena bersifat amal-kasih maka informasi donasi CSR tersebut diminta untuk tidak diwartakan kepada para *stakeholder* dan masyarakat luas.

Gambar 2. 3 Konstruksi Laporan Akuntansi Hijau atau Laporan keuangan Hijau

Laporan Posisi Keuangan Hijau			
Aset		Liabilitas	
Aset lancar	Rp xxx	Liabilitas lancar	Rp xxx
Aset finansial	Rp xxx	Liabilitas sosial & lingkungan kontingen	Rp xxx
Aset tetap	Rp xxx	Liabilitas jangka panjang	Rp xxx +
Aset sumberdaya alam	Rp xxx	Total liabilitas	Rp XXX
Investasi sosial & lingkungan	Rp xxx		
Aset tidak bernilai	Rp xxx	Ekuitas pemilik	
Aset lain-lain	Rp xxx +	Modal saham/dieter	Rp xxx
Total aset	Rp XXX	Laba ditahan	Rp xxx
		Laba/rugi periode berjalan	Rp xxx +
		Nilai ekuitas	Rp xxx
		Donasi CSR	Rp xxx +
		Total ekuitas	Rp xxx +
		Total liabilitas dan ekuitas	Rp XXX
		Rangka Konseptual Akuntansi Keuangan 12	

Laporan Kinerja Keuangan Hijau (laba/rugi)			
Pendapatan		Rp xxx	
Biaya produksi		Rp xxx	
Laba/rugi kotor		Rp xxx	
Biaya operasional:			
• Biaya pemasaran	Rp xxx		
• Biaya administrasi & umum	Rp xxx +		
Total biaya operasional		Rp xxx	
Laba/rugi operasional		Rp xxx	
Biaya sosial & lingkungan:			
• Biaya sosial	Rp xxx		
• Biaya lingkungan	Rp xxx +		
Total biaya sosial & lingkungan		Rp xxx	
Laba/rugi hijau operasional		Rp xxx	
Pendapatan dan beban lain-lain		Rp xxx	
Laba/rugi bersih sebelum pajak		Rp xxx	
PPh Badan		Rp xxx	
Laba/rugi bersih		Rp xxx	
		Rangka Konseptual Akuntansi Keuangan 13	

Sumber: Lako, 2018

2.1.4.4 Prinsip-Prinsip Akuntansi Hijau

Lako (2018) menyatakan ada beberapa prinsip akuntansi (*accounting principles*) yang mendasari akuntansi hijau. Berikut disajikan enam konstruksi prinsip akuntansi hijau yang dapat dipertimbangkan dalam proses praktik akuntansi hijau.

1. Prinsip sustainabilitas atau kelestarian (*sustainability principle*). Akuntansi yang mengakui dan mengukur nilai, mencatat, meringkas dan melaporkan informasi terkait obyek-obyek, dampak-dampak, peristiwa-peristiwa atau transaksi-transaksi keuangan, sosial dan lingkungan secara terpadu dan sistematis dalam satu paket pelaporan akuntansi untuk

mendukung keberlanjutan pertumbuhan laba korporasi, kesejahteraan sosial dan kelestarian ekologi. Proses akuntansi yang terpadu tersebut dimaksudkan untuk menghasilkan laporan akuntansi hijau atau laporan keuangan hijau yang terintegrasi, relevan dan reliabel untuk membantu manajemen dan para pemakai lainnya dalam penilaian dan pertimbangan pengambilan keputusan ekonomi dan nonekonomi, terutama menyangkut risiko dan prospek keberlanjutan entitas korporasi.

2. Prinsip pengakuan aset (*asset recognition*). Pengorbanan sumber daya ekonomi entitas korporasi (*costs*) untuk melaksanakan *green business* dan *green corporation*, melaksanakan tanggung jawab sosial korporasi (CSR) yang bersifat sukarela maupun tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan (TJSLP) yang bersifat wajib dapat diakui sebagai pengorbanan investasi (aset) apabila pengorbanan tersebut dinilai dapat memberikan manfaat ekonomi (*tangible benefits*) dan nonekonomi (*intangible benefits*) yang cukup pasti di masa sekarang maupun di masa datang. Apabila tidak memenuhi kriteria tersebut maka pengorbanan tersebut harus segera diperlakukan sebagai beban periodik dalam laporan kinerja laba-rugi entitas.
3. Prinsip pengakuan kewajiban (*liability recognition*). Suatu kewajiban lingkungan (*environment liability*) atau kewajiban sosial (*social liability*) harus segera diakui ketika entitas korporasi diwajibkan oleh pemerintah atau pihak lain untuk menanggung kerugian atau mengganti biaya kerusakan lingkungan dan kerugian masyarakat yang diakibatkan oleh aktivitas operasi korporasi. Komitmen korporasi untuk bertanggung jawab mengatasi pencemaran dan polusi, memulihkan kerusakan lingkungan, ikut menghijaukan dan melestarikan alam, serta ikut serta membantu pemerintah dalam upaya peningkatan kualitas hidup dan kesejahteraan ekonomi masyarakat sekitar melalui program-program CSR juga dapat diakui sebagai kewajiban sosial dan lingkungan.

4. Prinsip *matching* dalam pengukuran nilai *costs-benefits* dan *efforts-accomplishments (measurement principle)* dari tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pengukuran nilai dan perbandingan hasil terhadap *costs-benefits* dan upaya-pencapaian (*efforts-accomplishments*) tanggung jawab sosial dan lingkungan korporasi tidak hanya diberlakukan dalam periode akuntansi yang sama, tapi juga untuk periode-periode yang berbeda di waktu-waktu selanjutnya apabila pengorbanan sumberdaya ekonomi (*costs*) dan daya-upaya (*efforts*) tersebut memiliki potensi manfaat ekonomi dan nonekonomi yang cukup pasti di masa datang. Hakikat dari prinsip pengukuran nilai tersebut juga menjadi basis dalam prinsip pengakuan biaya (*expense recognition*) dan pengakuan pendapatan (*revenue recognition*).
5. Prinsip proses akuntansi terintegrasi (*integrated accounting process principle*). Proses akuntansi, yaitu pengakuan pengukuran nilai, pencatatan, peringkasan dan pelaporan informasi akuntansi harus memadukan obyek-obyek, transaksi-transaksi dan peristiwa-peristiwa keuangan/ekonomi, sosial dan lingkungan secara sistematis dan terintegrasi dalam satu paket pelaporan sehingga para pemakai dapat memperoleh informasi akuntansi yang lengkap, utuh, relevan dan handal serta berguna untuk pengambilan keputusan ekonomi dan nonekonomi. Keenam, prinsip pelaporan dan pengungkapan informasi akuntansi yang terintegrasi (*integrated reporting principle*). Dalam pelaporan dan pengungkapan informasi akuntansi, entitas korporasi harus melaporkan dan mengungkapkan semua informasi akuntansi keuangan, sosial dan lingkungan, baik yang kuantitatif maupun yang bersifat kuantitatif, secara terpadu agar para pemakai internal dan eksternal dapat memperoleh informasi yang lengkap, relevan dan handal tentang posisi keuangan dan kinerja keuangan, risiko dan prospek, serta komitmen tanggung jawab sosial dan lingkungan dan keberlanjutan suatu entitas sebelum melakukan evaluasi, penilaian dan mengambil suatu keputusan. Peran pengungkapan informasi akuntansi kualitatif tersebut adalah untuk melengkapi dan menjelaskan hal-hal penting yang berkaitan dengan item-

item informasi akuntansi sosial dan lingkungan yang bersifat kuantitatif. Pengungkapan informasi akuntansi sosial dan lingkungan yang bersifat kualitatif tersebut dapat dilakukan melalui media catatan atas laporan akuntansi hijau (prinsip pengungkapan penuh atau *full disclosure*).

Tujuan utama dari proses akuntansi yang terintegrasi tersebut adalah untuk mendukung keberlanjutan atau kelestarian lingkungan (*planet*), masyarakat (*people*) dan pertumbuhan laba (*profit*) sebagai pilar dasar dari entitas korporasi. Dengan menyajikan informasi akuntansi yang terintegrasi maka para pihak akan menggunakannya untuk melakukan penilaian dan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan tindakan ekonomi dan nonekonomi yang lebih ramah masyarakat dan lingkungan.

2.1.5 Corporate Social Responsibility

Suatu konsep yang banyak diperbincang oleh para ahli, CSR belum memiliki kesamaan dalam memberikan definisi, meskipun memiliki esensi yang sama. Pengertian (CSR) diatur dalam Pasal 1 ayat (3) Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (Undang Undang No 40, 2007). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Definisi ini pada dasarnya berangkat dari filosofi bagaimana mengelola perusahaan baik sebagian maupun keseluruhan memiliki dampak positif bagi dirinya dan lingkungannya. Perusahaan harus mampu mengelola operasi bisnisnya dengan menghasilkan produk yang berorientasi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan (Hadi, 2011).

CSR juga dapat digunakan perusahaan agar lebih unggul dari pesaing dalam hal mendapatkan keuntungan. Begitu sebuah perusahaan dalam suatu industri telah berhasil menerapkan kebijakan CSR, perusahaan pesaing mungkin terpaksa untuk terlibat juga dalam aktivitas CSR. Apabila perusahaan pesaing tidak menerapkan CSR, maka perusahaan pesaing tersebut terancam kehilangan loyalitas konsumen. Di sisi lain, beberapa perusahaan yang terlibat dalam CSR

hanya karena mereka percaya bahwa hal tersebut benar untuk dilakukan. Terlepas dari dasar tersebut, CSR telah menjadi istilah yang lazim digunakan di arena bisnis. Lanis & Grant (2012) menyatakan bahwa CSR dianggap sebagai faktor kunci dalam keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan.

2.1.5.1 Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Pengungkapan CSR telah menarik banyak penelitian akuntansi selama dua dekade. Gray & Lavers (1995) mendefinisikan pengungkapan CSR sebagai proses penyediaan informasi yang dirancang untuk menunjukkan akuntabilitas sosial. Pengungkapan CSR adalah sebagai bentuk komitmen perusahaan dalam memberikan informasi kepada stakeholder dan untuk tujuan akuntabilitas perusahaan.

Berdasarkan definisi pengungkapan tanggung jawab CSR ini, beberapa teori telah dikemukakan dalam literatur untuk menjelaskan, mengapa sebuah perusahaan akan secara sukarela mengungkapkan informasi terkait CSR dalam laporan tahunannya?, pertanyaan itu dijawab secara empiris oleh Deegan (2002) dimana pengungkapan CSR digunakan untuk keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang, oleh karena itu CSR yang dilakukan perusahaan berorientasi pada legitimasi, ekonomi, sosial, politik dan stakeholder.

2.1.5.2 Pengungkapan Corporate Social Responsibility menggunakan Global Reporting Initiative (GRI)

GRI adalah organisasi nirlaba internasional dengan struktur berbasis jaringan. Kegiatannya melibatkan ribuan tenaga profesional dan organisasi dari beragam sektor, konstituen, dan wilayah. GRI mendorong penerapan pelaporan keberlanjutan sebagai cara bagi perusahaan dan organisasi agar menjadi lebih berkelanjutan dan berkontribusi pada ekonomi global yang berkelanjutan. Misi GRI adalah untuk membuat pelaporan keberlanjutan menjadi praktik standar agar semua perusahaan dan organisasi dapat melaporkan kinerja dan dampak ekonomi, lingkungan, sosial, dan tata kelola mereka. GRI membuat Pedoman Keberlanjutan tidak berbayar.

2.1.6 Profitabilitas

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau hasil akhir operasional perusahaan selama periode tertentu. Laba dijadikan indikator bagi para *stakeholder* untuk menilai seberapa jauh kinerja manajemen dalam mengelola suatu perusahaan. Tingkat kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dapat dilihat dan diukur dengan menganalisis laporan keuangan melalui rasio profitabilitas.

Menurut Camilia (2016) rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam mendapatkan laba. Perhatian ditekankan pada rasio ini karena hal ini berkaitan erat dengan kelangsungan hidup perusahaan. Ada beberapa yang umum dipergunakan untuk mengukur rasio ini yakni adalah *profit margin*, *gross profit margin*, *net profit margin*, *return on investment* (ROI) dan *return on assets* (ROA). Sedangkan menurut Kasmir (2015) rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efisiensi manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi.

2.1.6.1 Tujuan Penggunaan Rasio Profitabilitas

Semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan semakin besar kemampuan perusahaan menggunakan sumber dananya yang berasal dari internal perusahaan berupa keuntungan dari operasi perusahaan. Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan menurut Kasmir (2015) yaitu :

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam suatu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk menilai produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan dengan modal sendiri.

6. Untuk tujuan lain.

2.1.6.2 Jenis-jenis Rasio Profitabilitas

Kasmir (2015) dalam praktiknya, jenis-jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan adalah:

1. Profit margin (*profit margin on sales*)

Profit Margin on Sales atau Ratio Profit Margin atau margin laba atas penjualan merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan.

2. *Return on Investment (ROI)*

Return on Investment (ROI) merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan.

3. *Return on Equity (ROE)*

Return on Equity (ROE) atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.

4. *Earning per Share (EPS)*

Laba per lembar saham biasa (*Earning per share of Common Stock*) Rasio laba per lembar saham atau disebut juga rasio nilai buku merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham.

2.1.6.3 Return on Assets

Dalam penelitian ini penulis menggunakan rasio *Return on Assets (ROA)*, karena rasio ini dirasa bisa menjadi tolak ukur dari perusahaan tentang besar kecilnya tingkat keuntungan perusahaan dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi serta dapat menilai efektivitas perusahaan. Kasmir (2015) menyatakan *return on assets* merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. Sedangkan menurut Fahmi (2012) *Return on assets* sering juga disebut sebagai *return on investment*, karena ROA ini melihat sejauh mana investasi yang telah ditanamkan mampu memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan yang diharapkan dan investasi tersebut sebenarnya sama dengan aset perusahaan yang ditanamkan atau ditempatkan. Munawir (2010) Keunggulan *return on asset* adalah

- a. ROA dapat mengukur efisiensi penggunaan modal yang menyeluruh yang sensitif terhadap setiap hal yang mempengaruhi keadaan keuangan perusahaan. Efisiensi disini diartikan sebagai daya guna yang mana penekanannya disamping hasil yang ingin dicapai, juga harus memperhitungkan pengorbanan modal tersebut untuk mencapai hasil yang ingin dicapai. Kesalahan atau kekeliruan dalam penggunaan modal akan menyebabkan buruknya kondisi keuangan suatu perusahaan sehingga kegiatan perusahaan dapat terhambat atau terhenti sama sekali.
- b. ROA dapat mempertimbangkan posisi perusahaan dengan rasio industri sehingga dapat diketahui apakah perusahaan berada di bawah, sama atau di atas rata-rata industri. Hal ini merupakan salah satu langkah dalam perencanaan strategi.
- c. ROA dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas dari masing-masing produk yang dihasilkan perusahaan.
- d. ROA dapat digunakan untuk mengukur efisiensi tindakan tindakan yang dilakukan oleh setiap divisinya dan pemanfaatan akuntansi divisinya.
- e. Selain berguna untuk kepentingan kontrol, ROA juga berguna untuk kepentingan perencanaan.

Rasio profitabilitas mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditujukan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi (Fahmi, 2012). Penghitungan ROA menurut Fahmi (2012) menggunakan rumus:

$$\frac{\text{Earning After Tax (EAT)}}{\text{Total Assets}}$$

2.2. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian Zulhaimi (2015) tentang Pengaruh Penerapan Akuntansi hijau terhadap kinerja perusahaan dari hasil penelitian terbukti bahwa terdapat kenaikan *earning* dan harga saham setelah penerapan akuntansi hijau, hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan para ahli. Walaupun hasil pengujian t-test menunjukkan tidak ada perbedaan yang signifikan antara data sebelum dan sesudah penerapan akuntansi hijau. Dalam penelitian tersebut menjelaskan bahwa belum

ditemukan hasil yang signifikan terhadap penerapan akuntansi hijau yang berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, hal tersebut dikarenakan terbatasnya jumlah sampel yang memenuhi kriteria penilaian yaitu hanya 6 sampel sehingga peneliti masih belum bisa mendapatkan hasil yang signifikan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Mega Kurnia Rosdewanti, Moch. Dzulkirom AR dan Zahroh ZA (2016) tentang pengaruh corporate social responsibility terhadap profitabilitas perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar pada bursa efek Indonesia dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh signifikan terhadap ROA. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan Uji Signifikansi Parsial Individual (Uji Statistik t) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap ROA perusahaan.

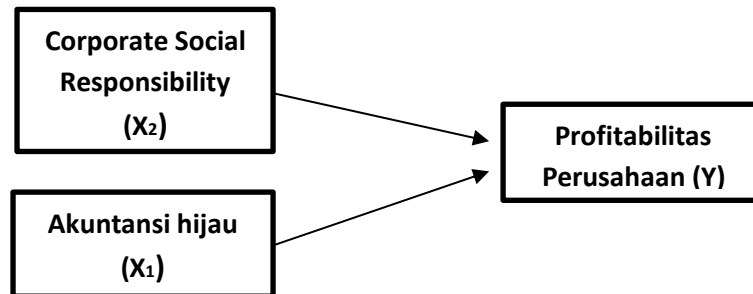
Penelitian Robby Heryanto dan Agung Juliarto (2017) tentang pengaruh corporate social responsibility terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur yang terdaftar pada bursa efek Indonesia dengan hasil yang menunjukkan bahwa variabel Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh positif terhadap profitabilitas yang diukur dengan Return on Asset (ROA), Return on Equity (ROE), Earning per Share (EPS), dan Net Profit Margin (NPM) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin banyak perusahaan melakukan pengungkapan CSR dalam laporan tahunan maka profitabilitas perusahaan akan mengalami peningkatan.

Penelitian Sulistiawati dan Dirgantari (2016) tentang analisis pengaruh penerapan *green accounting* terhadap profitabilitas pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di bursa efek Indonesia dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap profitabilitas dengan nilai signifikan sebesar 0,018 kurang dari α sebesar 0,05. Sedangkan variabel pengungkapan lingkungan tidak berpengaruh positif terhadap profitabilitas dengan nilai signifikan sebesar 0,377 lebih besar dari α sebesar 0,05. Di dalam penelitian ini disampaikan bahwa pengaruh tersebut terjadi karena semakin baik tingkat kinerja lingkungan, maka akan direspon positif oleh investor melalui fluktuasi harga saham perusahaan yang dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

2.3. Model Konseptual Penelitian

Berdasarkan uraian teoritis yang telah disampaikan diatas, kerangka pemikiran penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.4 Kerangka Konseptual



Hipotesis :

H₁ : Akuntansi hijau mempengaruhi profitabilitas perusahaan

H₂ : Corporate Social Responsibility mempengaruhi profitabilitas perusahaan

2.4. Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan telaah teoritis yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan beberapa hipotesis sebagai berikut:

2.4.1 Akuntansi hijau mempengaruhi profitabilitas perusahaan

Dalam beberapa dekade terakhir, krisis ekologi global maupun nasional yang disebabkan oleh kerusakan lingkungan akibat eksploitasi sumber daya alam dan lingkungan secara serakah dan mengawatirkan (Iako, 2018). Dalam hal ini masing-masing perusahaan akan bertanggungjawab dan akan berdampak pada penambahan biaya kembali. Pengorbanan biaya untuk melaksanakan program TJSL/CSR adalah sebagai investasi lingkungan dan investasi sosial, dan dilaporkan dalam laporan posisi keuangan pada kelompok aset, dampaknya ialah citra, reputasi, dan nama baik perusahaan akan meningkat. Semua dampak positif tersebut pada akhirnya akan berdampak pada meningkatnya pangsa pasar, penjualan, efisiensi biaya produksi, operasional, laba, nilai ekuitas pemilik, dan nilai aset perusahaan (Iako, 2018). Dengan meningkatnya pangsa pasar, penjualan, efisiensi biaya produksi dan dampak positif lainnya maka laba yang diperoleh perusahaan juga akan meningkat. Zulhaimi (2015) juga menyebutkan dalam penelitiannya terbukti bahwa terdapat kenaikan *earning* dan harga saham setelah penerapan akuntansi hijau, hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan para

ahli. Walaupun hasil pengujian t-test menunjukkan tidak ada perbedaan yang signifikan antara data sebelum dan sesudah penerapan akuntansi hijau. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Akuntansi hijau mempengaruhi profitabilitas perusahaan

2.4.2 Corporate Social Responsibility mempengaruhi profitabilitas perusahaan

CSR adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggungjawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan (Untung 2009). Konsep CSR sejalan dengan konsep triple bottom line yaitu suatu perusahaan yang ingin menerapkan konsep pembangunan berkelanjutan harus memperhatikan “Triple P” yaitu profit, planet, dan people. Profit merupakan tujuan utama perusahaan dimana untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan tidak lepas dari peran people, yaitu stakeholders sebagai investor, masyarakat, pesaing, dan pemerintah, juga perusahaan membutuhkan tempat atau wadah untuk melakukan aktivitasnya, dalam konsep ini disebut planet yang harus dijaga kelestariannya. Hadi (2011) menjelaskan bahwa tingkat tanggungjawab social perusahaan memiliki dampak terhadap peningkatan kinerja ekonomi perusahaan, seperti: meningkatkan penjualan, legitimasi pasar, meningkatkan investor di pasar modal, meningkatkan nilai bagi kesejahteraan pemilik dan sejenisya. Pelaksanaan corporate social responsibility yang dilakukan oleh perusahaan akan memberikan citra baik bagi perusahaan sehingga dapat menjadi daya tarik perusahaan menarik konsumen dan para investor sehingga laba yang diperoleh perusahaan juga ikut meningkat, pernyataan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Robby Heryanto dan Agung Juliarto (2017) bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh positif terhadap profitabilitas yang diukur dengan Return on Asset (ROA), Return on Equity (ROE), Earning per Share (EPS), dan Net Profit Margin (NPM) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H2 : Corporate social responsibility mempengaruhi profitabilitas perusahaan