

PENGARUH PENERAPAN *GREEN ACCOUNTING* DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN DENGAN CITRA PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING

Mohammad Soedarman

Akuntansi, STIE Malangkececwara Malang
moh.soedarman@gmail.com

Abigail Fenina

Akuntansi, STIE Malangkececwara Malang
abigailfenina22@gmail.com

Lailatus Sa'adah

Akuntansi, STIE Malangkececwara Malang
ila@stie-mce.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel *green accounting* dan variabel *Corporate Social Responsibility* terhadap profitabilitas perusahaan serta pengaruh antara *green accounting* dan *Corporate Social Responsibility* yang dimoderasi oleh citra perusahaan terhadap profitabilitas perusahaan. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi pihak manajemen perusahaan dalam menerapkan kedua konsep ini sebagai upaya memaksimalkan profitabilitas dan citra perusahaan. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif kausalitas. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan diperoleh sampel sebanyak 16 perusahaan makanan dan minuman. Pengolahan data menggunakan SmartPLS 4. Hasil Penelitian ini menunjukkan *green accounting* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas, *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas perusahaan, *green accounting* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas perusahaan melalui citra perusahaan, serta *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas perusahaan melalui citra perusahaan.

Kata Kunci : *Green Accounting*, *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, Citra Perusahaan

Abstract

This study aims to analyze the influence between green accounting and Corporate Social Responsibility variables on company profitability and the effect between green accounting and Corporate Social Responsibility which is moderated by corporate image on company profitability. The results of this study are expected to be able to contribute to company management in applying these two concepts as an effort to maximize profitability and corporate image. This research method uses a quantitative causality approach. The sampling technique used purposive sampling and obtained a sample of 16 food and beverage companies. Data processing uses SmartPLS 4. The results of this study show that green accounting has a negative and not significant effect on profitability, Corporate Social Responsibility has a negative and significant effect on company profitability, green accounting has a negative and significant effect

on company profitability through corporate image, and Corporate Social Responsibility has a positive effect and not significant to company profitability through corporate image.

Keywords: *Green Accounting, Corporate Social Responsibility, Profitability, Corporate Image*

I. PENDAHULUAN

Banyaknya permasalahan lingkungan yang terjadi akibat kurangnya kesadaran dan semakin menipisnya sumber daya alam akibat kegiatan operasional perusahaan. Sehingga, perusahaan dituntut untuk terlibat memperhatikan masyarakat (*people*) dalam hal kesejahteraan dan lingkungan (*planet*) dengan menjaga kelestariannya. Oleh karena itu, kegiatan perusahaan yang ramah lingkungan dapat menerapkan konsep akuntansi hijau (*Green Accounting*) didasarkan pada aktivitas yang berkaitan dengan aspek keuangan serta aktivitas lainnya yang berkaitan erat dengan aspek sosial dan lingkungan.

Green Accounting adalah sistem akuntansi yang menyajikan akun-akun terkait biaya lingkungan, informasi sosial, dan lingkungan secara terintegrasi. Penerapan *Green Accounting* telah diatur pada Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 dimana perseroan terbatas mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan yang menjalankan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam. (Rosaline & Wuryani, 2020). Dalam menerapkan *Green Accounting* dapat muncul dari ketersediaan manajemen untuk melaporkan tanpa ada kewajiban dari pihak ketiga, karena dalam beberapa tahun terakhir pelanggan menuntut adanya kepedulian perusahaan untuk

menciptakan produk atau jasa yang ramah lingkungan. Penerapan akuntansi hijau sangat bergantung pada karakteristik perusahaan dalam memahami permasalahan lingkungan hidup.

Selain menerapkan Akuntansi Hijau (*Green Accounting*), perusahaan juga dituntut menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam menjalankan kegiatan operasionalnya. CSR merupakan bentuk komitmen perusahaan untuk terlibat dalam pengembangan ekonomi berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Di Indonesia, CSR diterapkan oleh perusahaan di akhir tahun 1990-an yang dimulai dengan dikeluarkannya UU Nomor 23 tahun 1997 berisi tentang pengolahan lingkungan hidup (UUPH) pasal 41 ayat (1). Dengan ditetapkan undang-undang tersebut, Pemerintah berharap bahwa nantinya perusahaan tidak lagi melakukan berbagai macam kegiatan yang dapat mencemari lingkungan walaupun pada saat itu kegiatan CSR masih terbatas karena bersifat sukarela. (Heryanto & Juliarto, 2017). Penerapan CSR dapat diketahui melalui pengungkapan pada laporan keberlanjutan perusahaan dan dapat dibantu dengan GRI (*Global Reporting Initiative*) yang berfokus pada indikator kinerja ekonomi, indikator kinerja lingkungan, dan indikator kinerja sosial.

Oleh karena itu, hubungan yang baik antara perusahaan dan lingkungan sekitar akan memberikan dampak positif terhadap *sustainability* perusahaan. (Dewi & Edward, 2020).

Akuntansi Hijau (*Green Accounting*) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) saling berkaitan terutama dalam mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Profitabilitas adalah faktor yang menjadi perhatian penting karena untuk dapat melangsungkan hidup perusahaan, harus berada dalam kondisi yang menguntungkan investor agar tidak menarik modalnya kembali dan investor yang belum menanamkan modal akan tertarik untuk menanamkan modal pada perusahaan yang bersangkutan. Menurut (Nisa, Anggi Choirun, Anik Malikhah, Siti Aminah Anwar, 2020), menyatakan bahwa penerapan *Green Accounting* sesuai dengan PSAK 57 berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Dalam penelitian lainnya yang dilakukan Putri & Amin (2019) menyatakan bahwa hasil perhitungan profitabilitas dengan menggunakan ROE lebih besar pengaruhnya daripada menggunakan ROA dalam penerapan *Green Accounting* pada Perusahaan Manufaktur tahun 2017-2018. Pada penelitian Pengaruh CSR terhadap Profitabilitas Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2010-2013 yang dilakukan (Putra, 2016) menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas perusahaan diukur menggunakan *Return on Asset* (ROA) dan *Net Profit Margin* (NPM), Namun berpengaruh positif dan tidak

signifikan jika dihitung menggunakan *Return on Equity* (ROE). Kemudian, menurut (Heryanto & Juliarto, 2017) menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap profitabilitas yang diukur menggunakan ROA, ROE, EPS, dan NPM.

Dengan diterapkannya *Green Accounting* dan *Corporate Social Responsibility* dalam kegiatan operasional suatu perusahaan maka masyarakat mempunyai opini positif mengenai citra perusahaan tersebut dan hal ini juga dapat berpengaruh pada peningkatan profitabilitas perusahaan. Citra Perusahaan adalah salah satu bagian terpenting yang dimiliki oleh suatu perusahaan yang tidak dapat direkayasa karena mengemukakan informasi yang bersifat faktual. Citra yang positif atau negatif akan mempengaruhi brand image produk atau jasa suatu perusahaan. Citra Perusahaan sebagai variabel moderasi juga memiliki keterkaitan dengan CSR yang didasari pada penelitian (Aryawan et al., 2017) menyatakan bahwa Aspek Ekonomi, Aspek Sosial, dan Aspek Lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap Citra Perusahaan pada PT Pertamina (Persero) Terminal Bahan Bakar Minyak (TBBM).

Berdasarkan uraian latar belakang tujuan penelitian adalah (1) untuk menganalisis pengaruh *Green Accounting* terhadap profitabilitas, (2) untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap profitabilitas, (3) untuk menganalisis pengaruh *Green Accounting* terhadap Profitabilitas dengan citra perusahaan sebagai variabel moderasi, (4) untuk

menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap profitabilitas dengan citra perusahaan sebagai variabel moderasi

II. TINJAUAN PUSTAKA

Akuntansi Hijau (*Green Accounting*)

Undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas yang berisi kewajiban bagi perseroan terkait dengan sumber daya alam untuk memasukkan perhitungan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai biaya yang dianggarkan secara patut dan wajar. Pelanggaran dalam hal ini akan dikenakan sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku. (Kusumaningtyas, 2013). *Green Accounting* memberikan laporan bagi pihak internal dan eksternal perusahaan dengan tujuan sebagai alat manajemen lingkungan dan alat komunikasi dengan masyarakat sekitar untuk meningkatkan jumlah informasi yang relevan bagi siapapun yang memerlukan dan menggunakannya sehingga dapat mengetahui upaya perusahaan dalam menangani pencemaran lingkungan serta kewajiban perusahaan atas masalah tersebut melalui laporan keuangan perusahaan. (Romadloni & Pravitasari, 2022)

Corporate Social Responsibility

Kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*) telah diatur dalam UU Perseroan No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang dilengkapi dengan Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Peraturan ini menjadi acuan

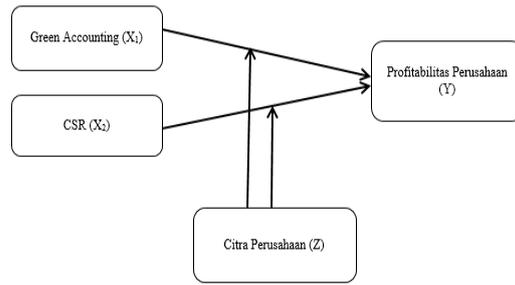
bagi Perusahaan untuk melakukan kegiatan CSR. *Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen perusahaan dalam memberikan kontribusi pada masyarakat atau lingkungan berupa bantuan dana, bantuan tenaga ahli dan perusahaan, bantuan barang, dan lainnya. (Rumengan, Nangoi, & Rondonuwu, 2017). Indikator penerapan CSR dapat diketahui melalui pengungkapan pada laporan keberlanjutan perusahaan. Penilaian CSR dapat dibantu dengan GRI (*Global Reporting Initiative*) yang berfokus pada indikator kinerja sosial, indikator kinerja ekonomi, dan indikator kinerja lingkungan. Hubungan perusahaan dan lingkungan sekitar yang baik maka akan memberikan dampak positif terhadap *sustainability* perusahaan. (Dewi & Edward, 2020).

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan salah satu faktor untuk menilai kinerja perusahaan yang diukur menggunakan *Return on Asset* (ROA). ROA sendiri adalah rasio profitabilitas untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan total aktiva yang dimiliki. (Sofia, 2020). Selain ROA, profitabilitas juga dapat diukur menggunakan *Net Profit Margin* (NPM). NPM adalah rasio yang menunjukkan persentase laba bersih yang diperoleh dari penjualan dimana semakin besar NPM, maka kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba yang tinggi semakin baik. (Sumarni, Bulan, Indri, & Soelaiman, 2022)

Citra Perusahaan

Citra perusahaan adalah salah satu bagian terpenting yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Citra Perusahaan merupakan hasil dari kumpulan proses dimana pelanggan membandingkan berbagai atribut yang dimiliki oleh perusahaan. Atribut yang dimaksud ialah produk, harga, serta kualitas produk dan kualitas layanan (Suratno, Fathoni & Haryono, 2016). Citra Perusahaan tidak dapat direkayasa atau dibuat-buat karena semua informasi yang dikemukakan bersifat faktual, dapat dipercaya, dan tidak memihak. Citra yang baik akan memberikan keuntungan bagi perusahaan tersebut. Citra Perusahaan dapat berbentuk positif ataupun negatif tergantung dari pemahaman dan pengalaman yang dirasakan seseorang terhadap aktivitas perusahaan. Maka dapat disimpulkan, citra perusahaan adalah hasil dari persepsi dan opini individu pada perusahaan yang terbentuk karena informasi terkait produk dan jasa. Kemudian untuk mengukur citra perusahaan digunakan metode pengukuran *dummy* dengan skala nominal. Metode *dummy* merupakan pengukuran untuk mengkuantitatifkan variabel yang bersifat kualitatif dan kategorikal yang diduga mempunyai pengaruh terhadap variabel yang bersifat kontinue.



Gambar 1 : Kerangka Konseptual Penelitian

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Green Accounting terhadap Profitabilitas Perusahaan

Green Accounting merupakan salah satu upaya perusahaan menghubungkan kepentingan ekonomi dengan pelestarian lingkungan agar hasil laporan keuangan bersifat holistik. Sistem akuntansi ini menyajikan akun-akun terkait biaya lingkungan, informasi sosial, dan lingkungan secara terintegrasi. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Putri & Amin (2019) yang menyatakan bahwa *Green Accounting* berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas Perusahaan, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

$H_1 = \text{Green Accounting}$ berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas Perusahaan

Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas Perusahaan

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen perusahaan untuk terlibat dalam pengembangan ekonomi berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Penerapan

CSR dapat diketahui melalui pengungkapan pada laporan keberlanjutan perusahaan dan dapat dibantu dengan GRI (*Global Reporting Initiative*) yang berfokus pada indikator kinerja ekonomi, indikator kinerja lingkungan, dan indikator kinerja sosial. Oleh karena itu, hubungan yang baik antara perusahaan dan lingkungan sekitar akan memberikan dampak positif terhadap *sustainability* perusahaan (Dewi & Edward, 2020). Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Heryanto & Juliarto, 2017) menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap profitabilitas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₂ = *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap Profitabilitas Perusahaan

Moderasi Citra Perusahaan Pada Pengaruh Green Accounting terhadap Profitabilitas Perusahaan

Alasan sebuah perusahaan menerapkan konsep *Green Accounting* adalah untuk menangani isu lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan tersebut. Hal ini dapat meningkatkan citra perusahaan dan profitabilitas perusahaan meningkat di kalangan masyarakat dan *stakeholder*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ratna dan Lestari (2020) menyatakan bahwa *Green Accounting* berpengaruh pada tingkat profitabilitas dan didalam penelitian ini, diduga variabel citra perusahaan memperkuat pengaruh *Green Accounting* terhadap profitabilitas perusahaan, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₃ = Citra Perusahaan memoderasi pengaruh *Green Accounting* terhadap Profitabilitas Perusahaan

Moderasi Citra Perusahaan Pada Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas Perusahaan

Citra Perusahaan adalah bagian terpenting yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Citra yang positif atau negatif akan mempengaruhi *brand image* produk atau jasa suatu perusahaan. Menurut Aryawan (2017) menyatakan bahwa Aspek Ekonomi, Aspek Sosial, dan Aspek Lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap Citra Perusahaan Menurut penelitian yang dilakukan oleh Aryawan (2017) menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap citra perusahaan. Maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₄ = Citra Perusahaan memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas Perusahaan.

III. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan populasi sebanyak 72 perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2021. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive sampling* dengan kriteria (1) perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021, (2) perusahaan yang menerbitkan laporan

keuangan tahunan (*annual report*) secara berturut-turut tahun 2019-2021, (3) perusahaan yang menyajikan informasi dan data yang lengkap terkait variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian, sehingga didapatkan 16 sampel atau 48 data.

Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan ialah sebagai berikut : (1) *Green Accounting* (X_1), Penerapan biaya lingkungan terdiri dari biaya pencegahan lingkungan, biaya deteksi lingkungan, biaya kegagalan internal, dan biaya kegagalan eksternal. Biaya-biaya tersebut dapat berupa biaya tanggung jawab lingkungan, biaya pemulihan lingkungan, hingga biaya provinsi dalam laporan tahunan atau posisi keuangan. Pengukuran *Green Accounting* dalam penelitian ini menggunakan besaran biaya lingkungan, biaya tanggung jawab lingkungan, dan biaya pemulihan lingkungan pada laporan keuangan yang telah dilaporkan oleh perusahaan, (2) *Corporate Social Responsibility* (X_2), Informasi mengenai biaya CSR dapat diperoleh melalui poin tanggung jawab sosial pada laporan tahunan perusahaan. Penelitian ini diukur berdasarkan pedoman *Global Reporting Initiative* (GRI) Standards untuk melihat komitmen perusahaan dalam melakukan kegiatan CSR itu sendiri. GRI Standards adalah indikator pengukuran terbaru yang diterbitkan GRI pada akhir tahun 2016 untuk menggantikan standards GRI G4. GRI Standards mempunyai 3 pengkodean modul utama, yaitu ekonomi (GRI 200), lingkungan (GRI 300), dan sosial (GRI 400) dengan total 79 topik spesifik. (GRI, 2017). Penilaian terhadap

pengungkapan CSR perusahaan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$CSRDI = \frac{\sum X_{ij}}{N_{ij}}$$

Keterangan :

CSRDI : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index*
 $\sum X_{ij}$: Jumlah pengungkapan CSR perusahaan
 N_{ij} : Jumlah item yang ditetapkan GRI (maksimal 79)

Variabel dependen (Y) yang digunakan adalah profitabilitas perusahaan dan dihitung menggunakan *Net Profit Margin* (NPM). Peneliti memilih menggunakan rasio ini karena, NPM menunjukkan tingkat keuntungan perusahaan dari penjualan atau pendapatan yang diperoleh setelah dikurangi dengan biaya seperti biaya pokok penjualan, biaya operasional, bunga, pajak, dan sebagainya. Rumus NPM sebagai berikut :

$$NPM = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

Dalam penelitian ini variabel moderasi (Z) yang digunakan ialah citra perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2013) yang dikutip dalam (Wicaksana, 2016) citra perusahaan memiliki 4 indikator yaitu kepribadian, reputasi, nilai, dan identitas perusahaan.

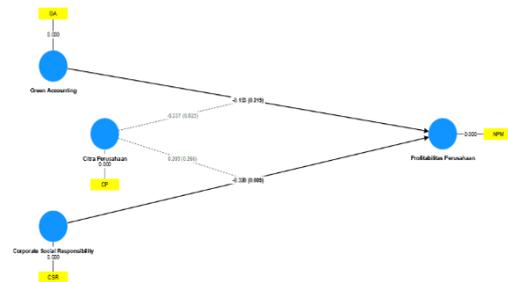
Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data sekunder. Data-data dalam penelitian ini adalah biaya-biaya lingkungan yang dikeluarkan oleh perusahaan, laporan pengungkapan *corporate social responsibility*, profitabilitas perusahaan serta penerapan indikator citra perusahaan yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan (*annual report*) yang dipublikasikan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) dapat diakses melalui <http://www.idx.co.id> menggunakan teknik dokumentasi yaitu dengan cara mempelajari dokumen.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan Software SmartPLS. SEM - PLS adalah tehnik statistic yang mempunyai kemampuan untuk menganalisa hubungan variabel secara serentak. SEM – PLS dilakukan untuk menganalisis jalur. Pengujian model ini dilakukan dengan uji *Goodness of Fit Test* dengan melihat nilai *R Square* (R^2) dan pengujian hipotesis yang dilakukan dengan menganalisis nilai *Path Coefisien*. Apabila nilai *t statistic* lebih besar dari *t table* 1,96 (α level 5%) atau lebih dari 1,65 (α level 10%) maka hipotesis dinyatakan diterima. Dapat juga dilakukan dengan melihat nilai *P-values* untuk melihat tingkat signifikansi. Kesalahan masih bisa ditoleransi apabila *P-values* <0,05 apabila *P-values* >0,05 kesalahan membutuhkan pertimbangan atau tidak dapat ditoleransi.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengujian Model dan Hipotesis

Pengolahan menggunakan software SmartPLS 4.0 menghasilkan diagram jalur sebagai berikut :



Gambar 2. Hasil Uji Hipotesis Goodness of Fit Test

Tabel 1. Hasil Perhitungan Nilai R Square

Variabel	R Square
Profitabilitas Perusahaan (Y)	0,196

(Sumber : Data diolah SmartPLS 4)

Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa nilai *R Square* variabel profitabilitas perusahaan bernilai 0,196 atau 19,6%. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel profitabilitas perusahaan mampu dijelaskan oleh *Green Accounting*, *Corporate Social Responsibility*, dan citra perusahaan sebesar 19,6% atau dengan kata lain kontribusi *Green Accounting* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap profitabilitas perusahaan sebesar 19,6%, sedangkan sisanya 80,4% merupakan kontribusi variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Dengan bantuan SmartPLS 4, diketahui bahwa nilai *R Square* masing-masing variabel berada di angka 0,196 yang artinya variabel dinilai lemah.

Path Coefficient dan Pengujian Hipotesis

Tabel 2. Hasil Olah Data Path Coefficient

	Sampel Asli (O)	Standar Deviasi (STDEV)	t Statistik (OSTDEV)	P Values	Keterangan	Hasil Uji Hipotesis
X1→Y	-0.153	0.124	1.230	0.219	Berpengaruh negatif dan tidak signifikan	ditolak
X2→Y	-0.320	0.123	2.600	0.009	Berpengaruh negatif dan signifikan	diterima
X1→Z→Y	-0.337	0.151	2.237	0.025	Berpengaruh negatif dan signifikan	diterima
X2→Z→Y	0.205	0.184	1.112	0.266	Berpengaruh positif dan tidak signifikan	ditolak

(Sumber : Data yang diolah dengan SmartPLS 4)

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa hasil *path coefficient* uji pengaruh langsung dapat diinterpretasikan sebagai berikut; (1) nilai *original sample Green Accounting* terhadap Profitabilitas Perusahaan bernilai negatif sebesar -0.153 dan berdasarkan *T Statistic* didapatkan $1,230 < 1,96$. Menunjukkan bahwa *Green Accounting* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Profitabilitas Perusahaan. (2) nilai *original sample Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas Perusahaan bernilai negatif sebesar -0,320 dan berdasarkan *T Statistic* didapatkan $2,600 > 1,96$. Menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Profitabilitas Perusahaan. (3) nilai *original sample Green Accounting* terhadap Profitabilitas Perusahaan melalui Citra Perusahaan sebagai variabel moderating bernilai negatif sebesar -0,337 dan berdasarkan nilai *T Statistic* $2,237 > 1,96$. Hal ini menunjukkan bahwa *Green Accounting*

berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Profitabilitas Perusahaan melalui Citra Perusahaan sebagai variabel moderating. (4) nilai *original sample Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas Perusahaan melalui Citra Perusahaan sebagai variabel moderating bernilai positif sebesar 0,205 dan berdasarkan nilai *T Statistic* $1,112 < 1,96$. Hal ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Profitabilitas Perusahaan melalui Citra Perusahaan sebagai variabel moderating.

Pembahasan

Pengaruh Green Accounting Terhadap Profitabilitas Perusahaan

Hasil pengujian menunjukkan *Green Accounting* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Profitabilitas Perusahaan. Hal ini ditunjukkan dengan hasil nilai *Original Sample* yang bernilai negatif -0,153 dan nilai signifikan *t Statistic* $1,230 < 1,96$. Maka dapat dikatakan bahwa hipotesis 1 ditolak. Hasil ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Kholmi & Nafiza, (2022) yang menyatakan bahwa masih banyak perusahaan manufaktur yang tidak mengungkapkan biaya lingkungan karena perusahaan tidak ingin mengalami kerugian. Dimana perusahaan harus memperhatikan kemampuan dalam mengeluarkan biaya lingkungan, biaya pencegahan lingkungan, dan biaya-biaya lainnya agar tidak berdampak negatif pada upaya perusahaan dalam mendapatkan profitabilitas secara maksimal.

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan

Hasil pengujian menunjukkan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Profitabilitas Perusahaan. Hal ini ditunjukkan dengan hasil nilai *Original Sample* yang bernilai negatif -0,320 dan nilai signifikan *T Statistic* 2,600 > 1,96. Maka dapat dikatakan bahwa hipotesis 2 diterima. Hasil ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Rumengan, Nangoi, & Rondonuwu (2017) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Profitabilitas Perusahaan. Dengan kata lain apabila perusahaan meningkatkan kegiatan tanggung jawab sosial maka akan menurunkan profitabilitas perusahaan. Hal ini dapat terjadi jika dana yang akan digunakan dalam kegiatan CSR disalahgunakan oleh oknum perusahaan yang tidak bertanggung jawab, sehingga kegiatan ini tidak diterapkan dengan baik.

Pengaruh Green Accounting Terhadap Profitabilitas Perusahaan Melalui Citra Perusahaan Sebagai Variabel Moderating

Hasil pengujian menunjukkan *Green Accounting* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Profitabilitas Perusahaan melalui Citra Perusahaan sebagai variabel moderating. Hal ini ditunjukkan dengan hasil nilai *Original Sample* yang bernilai negatif -0,337 dan nilai signifikan *T Statistic* 2,237 > 1,96. Maka dapat dikatakan bahwa hipotesis 3 diterima. Hal ini menjelaskan bahwa

citra perusahaan melemahkan pengaruh *Green Accounting* terhadap profitabilitas Perusahaan dikarenakan masih banyak perusahaan manufaktur yang tidak mengungkapkan biaya lingkungan dalam laporan keuangannya dan hal ini berdampak besar bagi profitabilitas perusahaan.

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan Melalui Citra Perusahaan Sebagai Variabel Moderating

Hasil pengujian menunjukkan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Profitabilitas Perusahaan melalui Citra Perusahaan sebagai variabel moderating. Hal ini ditunjukkan dengan hasil nilai *Original Sample* yang bernilai positif 0,205 dan nilai signifikan *t Statistic* 1,112 < 1,96. Maka dapat dikatakan bahwa hipotesis 4 ditolak. Hal tersebut menjelaskan bahwa Citra Perusahaan memperkuat *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas Perusahaan dan sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Aryawan et al., (2017) dimana semakin banyak kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan maka Citra Perusahaan bagi masyarakat dan pihak lainnya semakin tinggi. Namun, pengaruh tersebut tidak berdampak besar bagi Profitabilitas Perusahaan. Biasanya hal ini terjadi karena penerapan *Corporate Social Responsibility* masih salah dalam penanganan sehingga terjadi konflik sosial seperti kasus lumpur panas (Lapindo), jangkauan program belum merata, serta masih banyak perusahaan

menerapkan kegiatan ini hanya untuk kepentingan politik pemerintah.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: (1) *Green Accounting* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Profitabilitas Perusahaan (2) *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Profitabilitas Perusahaan (3) *Green Accounting* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Profitabilitas Perusahaan melalui Citra Perusahaan sebagai variabel moderating (4) *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Profitabilitas Perusahaan melalui Citra Perusahaan.

Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini peneliti hanya membahas tiga faktor yaitu *Green Accounting*, *Corporate Social Responsibility*, dan Citra Perusahaan dalam memoderasi pengaruh *Green Accounting* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas Perusahaan. Nilai R Square sebesar 0,196 atau 19,6% yang artinya variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, sedangkan sisanya sebesar 80,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Oleh karena itu, masih terdapat faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi Profitabilitas Perusahaan.

VI. REFERENSI

- Aryawan, M., Rahyuda, I., & Ekawati, N. (2017). Pengaruh Faktor Corporate Social Responsibility (Aspek Sosial, Ekonomi, Dan Lingkungan) Terhadap Citra Perusahaan. *None*, 6(2), 254415.
- Dewi, P. P., & Edward Narayana, I. P. (2020). Implementasi Green Accounting, Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(12), 3252. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i12.p20>
- Heryanto, R., & Juliarto, A. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 6(4), 1–8.
- Kholmi, M., & Nafiza, S. A. (2022). 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), 143–155. <https://doi.org/10.18196/rabin.v6i1.12998>
- Kusumaningtias, R. (2013). Green Accounting, Mengapa dan Bagaimana? *Akuntansi Dan Keuangan*, 7(2), 978–979.
- Nisa, A. C., Malikhah, A., & Anwar, S. A. (2020). Analisis Penerapan

- Green Accounting Sesuai PSAK 57 dan Kinerja Lingkungan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Pertambangan. *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 09(03), 15–26.
- Putra, A. S. (2016). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013). *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 4(2), 16–22. <https://doi.org/10.21831/nominal.v4i2.8002>
- Putri, A. M., Hidayati, N., & Amin, M. (2019). Dampak Penerapan Green Accounting dan Kinerja Lingkungan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *E-Jra*, 08(04), 149–164.
- Romadloni, E. A., & Pravitasari, D. (2022). Pengaruh Penerapan Green Accounting terhadap Profitabilitas Perusahaan: Studi Kasus Pabrik Roti Monasqu, Desa Gilang, Kec. Ngunut, Kabupaten Tulungagung tahun pembukuan 2015-2021. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 3(2), 141–157. <https://doi.org/10.35912/jakman.v3i2.890>
- Rosaline, V. D., Eni Wuryani., Ekonomi, F., Surabaya, U. N., & Surabaya, K. (2020). Pengaruh Penerapan Green Accounting dan Environmental Performance Terhadap Economic Performance. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 8(3), 569–578. <https://doi.org/10.17509/jrak.v8i3.26158>
- Rumengan, P., Nangoi, G. B., & Rondonuwu, S. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan Pada Pt Bank Central Asia Periode Tahun 2010-2015. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(1), 164–172.
- Sofia, Prima Dewi, N. (2020). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Profitability Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 2(2), 783. <https://doi.org/10.24912/jpa.v2i2.7660>
- Sumarni, A., Fitria, B. T., Tansar, I. A., & Sukmalana, S. (2022). Pengaruh Net Profit Margin (Npm) Dan Return on Equity (Roe) Terhadap Harga Saham. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 15(1), 29–43. <https://doi.org/10.55208/bistek.v15i1.246>
- Suratno, Fathoni, A., & Haryono, A. T. (2016). Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Pelabuhan

Indonesia III Semarang. *Journal Of Management*, 2(2), 1–16.
<https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/502/488>

Wicaksana, A. (2016). 濟無No Title No Title No Title.
Https://Medium.Com/.
<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>