

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Landasan Teori

##### 1. Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori Keagenan menjelaskan adanya kerjasama antara manajemen sebagai *agent* dan para pemegang saham sebagai *principal*. Menurut (Eisenhardt, 1989) teori keagenan (*agency theory*) dapat menjelaskan adanya kesenjangan antara *agent* dan *principal* yang mendelegasi pekerjaan kepada pihak *agent* untuk melaksanakan tugas pekerjaan. Pihak manajemen bertanggungjawab secara profesional atas rencana dan prospek bisnis untuk masa depan sebaik mungkin sehingga akan memaksimalkan aktivitas operasi dan keuntungan perusahaan. Kemudian manajer sebagai *agent* akan memperoleh kompensasi yang sesuai dengan kontrak, sedangkan *principal* yang memiliki kontrol atau pengendalian atas kondisi kerja dari *agent* akan memastikan modal dikelola dengan aman.

Meskipun demikian, terdapat pemisah antara pemilik sebagai *principal* dan manajemen sebagai *agent*, karena muncul permasalahan atau konflik (*conflict of interest*) yang dapat menimbulkan perbedaan dari keputusan yang dibuat. Dengan adanya perbedaan tersebut membuat masing-masing pihak berusaha untuk mencapai tujuan yang dikehendakinya. Pemegang saham (*principal*) lebih mementingkan terkait peningkatan kinerja keuangan dengan mendapatkan keuntungan yang besar atas investasi yang ditanamkan. Tujuan tersebut berbeda dengan yang diinginkan oleh *agent*

karena manajemen sebagai *agent* lebih cenderung untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya atas kinerja yang mereka (*agent*) lakukan. Dari perbedaan tujuan tersebut akan memicu adanya *agency problem* yang dapat mengakibatkan besar maupun kecilnya profit (keuntungan) yang akan diperoleh perusahaan.

Teori keagenan adalah teori yang berfokus pada mempelajari desain kontrak untuk menyelesaikan masalah keagenan yang timbul akibat hubungan keagenan, terutama delegasi pengambilan keputusan pada *agent*. Adanya kontrak sosial tersebut maka kegiatan dan pengelolaan perusahaan hendaknya bertujuan untuk berpihak kepada masyarakat, pemerintah, perseorangan, dan lingkungan alam sekitar. Apabila perusahaan melakukan hal tersebut maka akan mampu menghasilkan produk yang memberikan manfaat dan memiliki kontribusi terhadap masyarakat maupun lingkungan, sehingga menjadi perusahaan yang akan dipercaya oleh kalangan masyarakat.

Dengan adanya laporan pengungkapan lingkungan yang telah dipublikasi dapat menunjukkan bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan alam dan juga telah melakukan kontrak sosialnya. Sebagai contohnya, tujuan umum dilakukan pengungkapan sosial adalah untuk meningkatkan nilai positif bagi perilaku perusahaan dibandingkan dengan nilai yang negatif. Sehingga pentingnya perusahaan untuk melakukan pengungkapan dalam mendapatkan pengakuan dari kegiatan perusahaan di mata masyarakat. Perusahaan akan diterima oleh masyarakat apabila menunjukkan tingkat kepatuhan dalam pengungkapan CSR yang

disampaikan dalam *sustainability report* dan kinerja lingkungan perusahaan.

## **2. Teori Stakeholders**

Menurut (Mardikanto, 2018) teori *stakeholders* merupakan teori untuk membantu perusahaan mengembangkan keunggulan kompetitif serta mempertahankan hubungannya dengan para pihak eksternal. Menurut (Ghozali dan Chairi, 2014) teori *stakeholders* tidak hanya mementingkan kegiatan operasional untuk mencapai kepentingan laba semata dalam kegiatan operasional melainkan perusahaan harus menciptakan manfaat bagi para *stakeholders* (pemegang saham, kreditur, pelanggan, pemasok, masyarakat, pemerintah dan pihak lain) yang mendapatkan dampak dari kegiatan operasional perusahaan tersebut.

Para *stakeholders* tidak hanya membutuhkan tanggung jawab berupa bentuk kondisi keuangan perusahaan, melainkan tanggung jawab yang berkaitan dengan kondisi sosial dan lingkungannya. Untuk mengetahui kondisi sosial dan lingkungan tersebut, *stakeholders* dapat melihat pengungkapan CSR yang telah disampaikan perusahaan dalam laporan tahunannya atau *annual report*. Menurut (Asjuwita & Agustin, 2020) nama baik perusahaan akan menjadi baik di kalangan masyarakat, apabila membuat kepercayaan *stakeholder* pada perusahaan dapat bertambah dan perusahaan dikatakan terlegitimasi.

Teori *stakeholders* menegaskan bahwa suatu perusahaan tidak dapat lepas dari peran *stakeholders* dalam kegiatan operasionalnya, hal tersebut membuat perusahaan harus mempertahankan kepercayaan dari

stakeholders dan memberikan informasi mengenai kegiatan dari perusahaan dengan melakukan salah satu cara seperti mengungkapkan CSR dan biaya lingkungan yang telah dilakukan oleh perusahaan dalam setiap tahunnya pada *annual report* dan *sustainability report*.

Perusahaan yang mendapatkan citra baik dalam masyarakat akan berpotensi untuk meningkatkan profitabilitas. Apabila perusahaan mendapatkan citra yang baik maka tingkat kepercayaan konsumen juga akan meningkat. Sebelum meningkatkan kepercayaan terhadap konsumen, harus diawali terlebih dahulu membangun kepercayaan dari perusahaan itu sendiri dengan keyakinan akan barang atau jasa yang diproduksi oleh emiten sehingga dengan adanya keyakinan tersebut diharapkan kepercayaan konsumen terhadap barang atau jasa juga meningkat. Kepercayaan dari konsumen akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan karena dengan semakin banyak konsumen yang menggunakan jasa atau produk dari perusahaan maka akan menghasilkan laba yang besar.

### **3. Profitabilitas**

Menurut (Mursidah N, 2023) profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada suatu periode. Laba menjadi salah satu tolak ukur dalam penilaian suatu kinerja perusahaan. Secara umum dapat dikatakan bahwa ketika perusahaan mampu menghasilkan laba yang tinggi berarti kinerja perusahaan juga tinggi. Selama beroperasi, perusahaan selalu menginginkan keuntungan yang tinggi. Untuk menilai keberlangsungan bisnis, profitabilitas merupakan hal yang wajar karena

setiap perusahaan menilai profitabilitas berdasarkan penjualan aset, modal, nilai saham atau nilai perusahaan (Sulistiawati, 2017).

Profitabilitas berfungsi supaya investor dan kreditur dapat menilai keuntungan investasi yang akan didapatkan oleh para investor serta jumlah keuntungan perusahaan untuk menilai kemampuan perusahaan untuk membayar hutang kepada kreditur berdasarkan tingkat penggunaan aset dan sumber daya lainnya. Sehingga, tingkat efisiensi manajemen perusahaan dapat dilihat dari keuntungan penjualan dan investasi, yang dapat dilihat dari laporan keuangan. Semakin tinggi nilai rasio, semakin baik keadaan suatu perusahaan.

Rasio profitabilitas ini akan memberikan informasi penting yang kemudian dapat menjadi bahan perbandingan dengan rasio periode sebelumnya dan rasio kompetitor. Rasio profitabilitas ini juga dapat melihat hasil akhir dari kebijakan keuangan serta keputusan operasional manajemen perusahaan, yang akan dipengaruhi oleh sistem pencatatan kas kecil. Dalam penelitian ini, *Return on Asets* (ROA) adalah alat atau indikator yang digunakan untuk menentukan tingkat profitabilitas perusahaan. Indikator ini dipilih karena memiliki keterkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari operasinya. Variabel ROA diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Return On Asets} = \frac{\text{laba bersih}}{\text{total aset}}$$

#### **4. *Corporate Social Responsibility***

Menurut *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), CSR merupakan komitmen berkelanjutan perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi sekaligus meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarganya serta masyarakat, baik lokal maupun nasional.

Kesadaran akan pentingnya menjaga lingkungan hidup tampaknya mulai meningkat di Indonesia saat ini. Undang-Undang yang mengatur mengenai tanggungjawab sosial dan lingkungan adalah Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas No.40 Tahun 2007, yang diberlakukan pada tanggal 16 Agustus 2007. Undang-undang ini menetapkan bahwa perusahaan yang bekerja dengan sumber daya alam harus melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Perusahaan harus mempertimbangkan lingkungan sosialnya saat membuat keputusan agar dapat bertahan lama.

Pengungkapan CSR dilakukan dengan menilai item yang diungkapkan perusahaan pada annual report dalam bentuk *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) atau dapat diungkapkan melalui *Sustainability Report*. Menurut (Akadiati, 2023) *Sustainability Report* merupakan kunci untuk mengkomunikasikan kinerja ekonomi, lingkungan sosial, dan tata kelola perusahaan yang mencerminkan dampak positif dan negatif. Berdasarkan hasil penelitian (Akadiati, 2023) *sustainability report* tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham perdana, hal ini dapat disebabkan *sustainability report* merupakan laporan berkelanjutan yang

terpisah dari laporan keuangan dengan penerapan prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan mengenai dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial dari aktivitas perusahaan. Menurut (Akadiati et al., 2023) Laporan berkelanjutan yang disusun secara inisiatif sukarela sesuai dengan Standar GRI, standar kinerja, menunjukkan kesungguhan suatu organisasi dalam pembangunan berkelanjutan yang dapat dilihat dari pergerakan waktu.

Standar pengungkapan CSR tersebut disesuaikan dengan pedoman laporan keberlanjutan G4 yang telah diterbitkan oleh *Global Report Initiative* (GRI) pada tahun 2013 dengan tujuan untuk memberikan informasi terkait isu-isu organisasi yang kritikal (majalahcsr.id, 2018). GRI G4 menggunakan 4 indikator yaitu aspek lingkungan, aspek kesehatan dan ketenagakerjaan, sosial serta produk, dan total keseluruhan dari cakupan aspek tersebut adalah 78 indikator. Untuk memperoleh data CSR akan dilakukan analisis dalam laporan tahunan perusahaan. Nilai 1 jika item CSR diungkapkan pada laporan tahunan. Sedangkan nilai 0 jika perusahaan tidak mengungkapkan item CSR pada laporan tahunan. Jika semua item sudah terkumpul akan dilakukan perhitungan untuk mendapatkan CSR indexnya dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$CSR = \frac{\text{Total Item yang Diperoleh}}{\text{Total Item Keseluruhan}}$$

## 5. *Green Accounting*

Menurut (Lako, 2018) Akuntansi Hijau merupakan suatu proses pengakuan, pengukuran nilai, pencatatan, peringkasan, pelaporan, dan pengungkapan secara terintegrasi terhadap objek, transaksi, atau peristiwa keuangan, sosial, dan lingkungan dalam proses akuntansi supaya menghasilkan informasi akuntansi keuangan, sosial, dan lingkungan yang utuh, terpadu, dan relevan sehingga bermanfaat bagi para pemakai dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan ekonomi dan nonekonomi.

Menurut (Erlangga et al., 2021) *Green Accounting* merupakan disiplin akuntansi secara luas dalam beberapa tingkat akuntansi termasuk akuntansi keuangan, akuntansi manajemen dan akuntansi nasional. *Green Accounting* meliputi semua objek, tindakan, fenomena atau transaksi-transaksi yang terjadi pada lingkungan alam serta manusia. Untuk mengukur *Green Accounting* dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan variabel *dummy* sebagai berikut:

Nilai 0 = Jika perusahaan tidak memiliki komponen biaya lingkungan, biaya penelitian, biaya kegiatan sosial, dan biaya daur ulang limbah.

Nilai 1 = Jika perusahaan memiliki komponen biaya lingkungan, biaya penelitian, biaya kegiatan sosial, dan biaya daur ulang limbah.

Karena dalam pengukuran variabel *green accounting* ini menggunakan *dummy* dengan menilai komponen-komponen biaya lingkungan. Biaya

lingkungan terdiri dari komponen biaya pencegahan, biaya deteksi, biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal. Untuk komponen biaya lingkungan dapat diperoleh dari *annual report* maupun *sustainability report* dari masing-masing perusahaan, komponen biaya lingkungan dapat dilihat pada tabel 2.1 sebagai berikut:

**Tabel 2.1**  
**Komponen Biaya Lingkungan**

No	Komponen Biaya	Rincian
1	Biaya Pencegahan	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Biaya pelatihan karyawan</li> <li>b. Biaya pengembangan desain produk</li> <li>c. Biaya pemeliharaan peralatan</li> <li>d. Biaya pelatihan dan kerjasama</li> <li>e. Biaya pengendalian erosi dan sedimentasi</li> </ul>
2	Biaya Deteksi	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Biaya pemeriksaan produk dan proses</li> <li>b. Biaya pengembangan pengukuran kinerja lingkungan</li> <li>c. Biaya pemantauan lingkungan</li> </ul>
3	Biaya Kegagalan Internal	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Biaya pengoperasian peralatan</li> <li>b. Biaya pengelolaan limbah</li> <li>c. Biaya penanganan polusi</li> <li>d. Biaya pemeliharaan peralatan polusi</li> </ul>
4	Biaya Kegagalan Eksternal	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Biaya pembersihan danau</li> <li>b. Biaya restorasi tanah</li> <li>c. Biaya penyelesaian klaim kerusakan properti</li> </ul>

Sumber : (Hansen dan Mowen, 2005)

## 6. Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan merupakan pencapaian suatu perusahaan yang terjadi dengan adanya pengelolaan masalah lingkungan akibat kegiatan operasional perusahaan. Pengukuran untuk kinerja lingkungan dapat dilakukan dengan PROPER yang diterbitkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup. Berdasarkan data dari (Keputusan Menteri Lingkungan Hidup Dan Kehutanan Republik Indonesia Nomor SK.386/MENLHK/SETJEN/KUM.1/4/2023 Tentang Hasil Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan Dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup, 2023) yang terlampir bersama dengan hasil PROPER. PROPER diterbitkan untuk memberikan informasi kepada masyarakat bahwa suatu perusahaan ikut serta dalam melestarikan lingkungan. Pengukuran kinerja lingkungan dapat dilakukan dengan melihat peringkat skor perusahaan yang diprosikan dengan angka 1-5. Peringkat PROPER ini dikelompokkan menjadi 5 warna yakni Emas, Hijau, Biru, Merah, Hitam. Pengukuran peringkat PROPER untuk kinerja lingkungan dapat dilihat pada tabel 2.2 sebagai berikut :

**Tabel 2.2**  
**Peringkat PROPER**

No	Peringkat	Keterangan	Skor
1	Emas	Sungguh-sungguh tertib	5
2	Hijau	Sungguh tertib	4
3	Biru	Tertib	3
4	Merah	Terburuk	2
5	Hitam	Sangat terburuk	1

Sumber : Kementerian Lingkungan Hidup (2023)

## B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel 2.3 di bawah ini:

**Tabel 2.3**  
**Daftar Tabel Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Metode Penelitian	Variabel
1	(Azizah N & Fadilla C, 2022)	Pengaruh CSR, Kinerja Lingkungan, Dan Biaya Lingkungan Terhadap Profitabilitas (Studi Empiris Perusahaan Industri Dasar Dan Bahan Kimia)	Hasil penelitian ini CSR, kinerja lingkungan, dan biaya lingkungan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.	Teknik pengambilan sampel non-probability sampling menggunakan metode purposive sampling. Sampel penelitian sebanyak 7 perusahaan.	Variabel dependen yang digunakan adalah Profitabilitas.  Variabel independen yang digunakan adalah CSR, Kinerja Lingkungan, dan Biaya Lingkungan
2	(Wiyono S & Chita A, 2023)	Analisis Pengaruh <i>Green Accounting</i> , Kinerja Lingkungan, Biaya Lingkungan Dan Pengungkapan CSR Terhadap Tingkat Profitabilitas Perusahaan (Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021)	<i>Green Accounting</i> tidak memiliki pengaruh terhadap Profitabilitas, Kinerja Lingkungan memiliki pengaruh positif terhadap Profitabilitas, Biaya Lingkungan Tidak memiliki pengaruh terhadap Profitabilitas sedangkan Pengungkapan CSR memiliki pengaruh positif terhadap Profitabilitas	Metode analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program Eviews didalam proses pengolahan data.	1. Profitabilitas (ROA) (Y) 2. <i>Green Accounting</i> (X1) 3. Kinerja Lingkungan (X2) 4. Biaya Lingkungan (X3) 5. Pengungkapan CSR (X4)

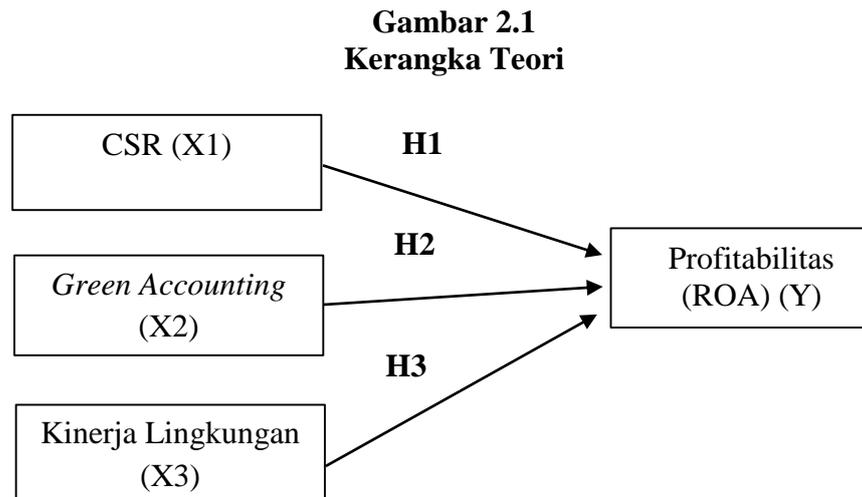
3	(Chasbiandan i et al., 2019)	Penerapan <i>Green Accounting</i> Terhadap Profitabilitas Perusahaan Di Indonesia	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>green accounting</i> dan kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan	Analisis data panel dengan bantuan program <i>eviews</i> .	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Profitabilitas (ROE) (Y)</li> <li>2. <i>Green Accounting</i> (X1)</li> <li>3. Kinerja Lingkungan (X2)</li> </ol>
4	(Erlangga et al., 2021)	Penerapan <i>Green Accounting</i> dan <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas. Akuntabilitas	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan atas penerapan <i>Green Accounting</i> dan <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan, profitabilitas juga mempengaruhi nilai perusahaan secara signifikan, namun pengaruh mediasi dari variabel profitabilitas tidak terjadi.	Metode analisis jalur perluasan dari analisis regresi sederhana dan berganda, uji sobel, analisis koefisien korelasi ganda (R), dan koefisien determinasi.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Profitabilitas (Y)</li> <li>2. <i>Green Accounting</i> (X1)</li> <li>3. CSR (X2)</li> </ol>
5	(Hermawan, A., 2021)	The Effect of Corporate Social Responsibility, Firm Size, Dividend Policy and Liquidity on Firm Value: Evidence	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan kebijakan dividen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.	Variabel CSR diukur dengan Indikator Indeks (CSRI), ukuran perusahaan dihitung dengan SIZE, kebijakan dividen diukur	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nilai Perusahaan (Y)</li> <li>2. CSR (X1)</li> <li>3. Ukuran Perusahaan (X2)</li> <li>4. Kebijakan Dividen (X3)</li> </ol>

		from Manufacturing Companies in Indonesia.	Dengan demikian , Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan likuiditas tidak ada pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan	dengan Dividen Payout Ratio (DPR), likuiditas diukur dengan Current Ratio, dan variabel dependen nilai perusahaan diukur dengan TOBIN'SQ.	5. Likuiditas (X4)
6	(Kholmi & Nafiza, 2022)	Pengaruh Penerapan <i>Green Accounting</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Profitabilitas	Hasil analisis menunjukan bahwa <i>Green Accounting</i> tidak memiliki pengaruh terhadap profitabilitas sedangkan CSR berpengaruh terhadap profitabilitas	Pengolahan dan analisis data menggunakan <i>SEM-Smart Partial Least Square</i> (PLS).	<i>Variabel independen dalam penelitian ini adalah Green Accounting dan Corporate Social Responsibility Sedangkan variabel dependennya Profitabilitas</i>

Sumber : Penelitian terdahulu

### C. Kerangka Teori

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan dalam tinjauan pustaka maka pengaruh variabel CSR, variabel *Green Accounting*, variabel Kinerja Lingkungan terhadap variabel Profitabilitas dapat dirumuskan pada gambar 2.1 di bawah ini:



Sumber : Olah Data Penelitian (2024)

#### Keterangan :

—————> Pengaruh Parsial

### D. Hipotesis

#### 1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas

Untuk meningkatkan legitimasi dari pihak eksternal membutuhkan pengungkapan CSR karena mampu untuk mengukur dan menilai besarnya kegiatan operasional perusahaan yang telah sesuai dengan norma dalam masyarakat. Pengungkapan CSR secara lengkap dan transparan akan menciptakan kepercayaan investor untuk melakukan investasi dan akan

membuat konsumen menjadi lebih terbuka untuk menggunakan produk atau jasa dari perusahaan. Dari hal tersebut akan membuat citra perusahaan semakin baik di mata komunitas bisnis dan profitabilitas perusahaan akan menjadi meningkat. Pengungkapan CSR dapat dikatakan berkaitan dengan *Sustainable Development Goals* (SDGs). Hal tersebut didukung dengan penelitian yang dilakukan (Akadiati, 2023) menyatakan bahwa perusahaan yang telah melaporkan SDGs dapat menunjang kinerja keuangan di masa depan, karena perusahaan telah berkontribusi dan bertanggungjawab terhadap sosial, ekonomi, lingkungan hidup, serta hukum dan tata kelola di sekitar perusahaan ini akan membuat perusahaan dikenal oleh masyarakat sebagai perusahaan yang baik, serta investor akan semakin percaya diri dalam memberikan modal atau menanamkan saham pada perusahaan.

Menurut hasil penelitian dari (Syahzuni, B. A., & Florencia, 2022) yang mengatakan bahwa perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR akan meningkatkan profitabilitas perusahaan. Menurut (Wiyono, 2023) mengatakan bahwa semakin banyak perusahaan melakukan pengungkapan CSR maka akan semakin meningkatkan profitabilitas perusahaan. Di lain pihak menurut (Erlangga et al., 2021) juga menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility Disclosure* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Berbeda dengan hasil penelitian dari (Christiawan, 2020) dan (Amin, C., & Lastanti, 2020) yang mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap

profitabilitas. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat ditentukan hipotesis pertama sebagai berikut:

**H1 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas**

## **2. Pengaruh *Green Accounting* terhadap Profitabilitas**

Kepercayaan dari konsumen akan semakin meningkat terhadap perusahaan apabila perusahaan tersebut juga melaksanakan *green accounting* secara baik dan dapat memberikan dampak yang cukup besar bagi investor maupun konsumen. Dari hal tersebut dapat menciptakan citra perusahaan semakin baik dan meningkatkan profitabilitas dari perusahaan. Hasil penelitian dari (Chasbiandani et al., 2019) menyatakan variabel *green accounting* berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Menurut (Wiyono, 2023) juga menyatakan bahwa *green accounting* memiliki pengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. Dilain pihak menurut (Christiawan, 2020) menyatakan akuntansi hijau berpengaruh negatif terhadap profitabilitas.

Menurut hasil penelitian (Ayu Putri et al, 2019) menyatakan *green accounting* memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas (ROA). Hasil tersebut menjelaskan bahwa semakin baik pengungkapan *green accounting* maka semakin tinggi profitabilitas (ROA) perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat ditentukan hipotesis kedua sebagai berikut:

**H2 : *Green Accounting* berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas**

### **3. Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Profitabilitas**

Menurut (Shofia & Anisah, 2020) kinerja lingkungan merupakan suatu pencapaian hasil perusahaan yang dapat menciptakan perusahaan yang bersih. Perusahaan yang menerapkan kinerja lingkungan yang baik dapat memaksimalkan profitabilitas entitas berupa laba bersih yang dihasilkan dari aktivitas penjualan. PROPER merupakan penilaian kinerja lingkungan dengan memberikan pengaruh yang cukup signifikan. Kinerja lingkungan dapat meningkatkan reputasi dan citra perusahaan di kalangan masyarakat. Karena jika perusahaan memikirkan kondisi lingkungan akan mendapat respon secara positif dari stakeholders yang akan berdampak pada peningkatan penjualan dan pendapatan, yang pada akhirnya akan menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi.

Hasil penelitian dari (Putri et al, 2019) dan (Suandi & Ruchjana, 2021) mengatakan kinerja lingkungan berpengaruh terhadap profitabilitas. Hasil penelitian tersebut berbeda dengan (Asjuwita & Agustin, 2020) dan (Widyowati, A., & Damayanti, 2022) yang menyatakan bahwa kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat ditentukan hipotesis ketiga sebagai berikut:

**H3 : Kinerja Lingkungan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas**