

PENGARUH *GREEN ACCOUNTING* DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2021-2024

Dewita T Napitupulu¹, Susi Iestari²
Dewitanapitupulu@gmail.com
Manajemen Bisnis
Politeknik Negeri Batam

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh green accounting dan corporate social responsibility (CSR) terhadap profitabilitas perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2021–2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder dari laporan tahunan, laporan keberlanjutan, dan laporan keuangan Sampel yang digunakan dalam penelitian ini 29 perusahaan dan 116 observasi perusahaan. Green Accounting diukur menggunakan variabel dummy berdasarkan pengungkapan biaya lingkungan tertentu, CSR diukur menggunakan Indeks Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan berdasarkan item terpilih dari Standar GRI 2021, sedangkan profitabilitas diproksikan oleh Return on Assets (ROA). Data dianalisis menggunakan regresi data panel melalui EViews 12 dengan Fixed Effect Model sebagai model yang paling tepat. Hasil pengujian menunjukkan green accounting ditolak karena tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. CSR diterima karena berpengaruh positif terhadap profitabilitas, Oleh karena itu, adanya pengungkapan biaya lingkungan saja tidak cukup untuk menjelaskan peningkatan profitabilitas, sedangkan pengungkapan CSR yang lebih luas dikaitkan dengan peningkatan profitabilitas.

Kata Kunci: corporate social responsibility; green accounting; profitabilitas; return on assets

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the impact of green accounting and corporate social responsibility (CSR) on the profitability of consumer goods companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2021–2024 period. A quantitative approach was employed, utilizing secondary data from annual reports, sustainability reports, and financial statements; the sample consisted of 29 companies, resulting in 116 firm-year observations. Green accounting was measured using a dummy variable based on the disclosure of specific environmental costs, while CSR was measured using a Corporate Social Responsibility Disclosure Index based on selected items from the 2021 GRI Standards; profitability was proxied by Return on Assets (ROA). Data were analyzed using panel data regression in EViews 12, with the Fixed Effect Model identified as the most appropriate model. The results indicate that the hypothesis regarding green accounting was rejected, as it showed no significant effect on profitability. Conversely, the hypothesis regarding CSR was accepted, as it demonstrated a positive effect on profitability. Therefore, the mere disclosure of environmental costs is insufficient to explain increased profitability, whereas broader CSR disclosure is associated with higher profitability.

Keywords: corporate social responsibility; green accounting; profitability; return on assets

Pendahuluan

Perusahaan pada sektor industri barang konsumsi tidak lagi dinilai hanya dari kemampuannya menghasilkan laba. Aktivitas produksi yang bersentuhan langsung dengan kebutuhan sehari-hari, menggunakan energi dan bahan baku alam, serta menghasilkan limbah dan kemasan membuat perusahaan juga menghadapi tuntutan akuntabilitas lingkungan dan sosial. Di tingkat global, pembangunan ekonomi berkelanjutan dipandang penting bagi pertumbuhan jangka panjang dan stabilitas usaha (World Bank, 2023). Di Indonesia, industri pengolahan tetap menjadi salah satu penopang perekonomian nasional sehingga keputusan perusahaan di sektor ini mempunyai konsekuensi ekonomi, sosial, dan lingkungan yang luas (Badan Pusat Statistika, 2024).

Urgensi keberlanjutan menguat setelah pandemi COVID-19 ketika perusahaan harus menghadapi kenaikan biaya bahan baku, energi, dan distribusi sekaligus tekanan untuk memenuhi ekspektasi environmental, social, and governance. Regulasi melalui POJK Nomor 51/POJK.03/2017 dan SEOJK Nomor 16/SEOJK.04/2021 menempatkan informasi keberlanjutan sebagai bagian penting dari pelaporan emiten dan perusahaan publik (Otoritas Jasa Keuangan, 2017, 2021). Keterbukaan ini membuat profitabilitas perlu dikaji bersama cara perusahaan mengelola dan mengungkapkan tanggung jawab lingkungan serta sosial.

Profitabilitas Menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan melalui penggunaan aset dan sumber daya yang dikelola.. Rasio tersebut digunakan oleh manajemen untuk mengevaluasi efisiensi dan oleh investor untuk menilai prospek perusahaan (Brigham & Houston, 2018). Namun, pertumbuhan sektoral tidak selalu diikuti perbaikan kinerja setiap emiten. Pertumbuhan industri makanan dan minuman tercatat 2,54% pada 2021, 4,90% pada 2022, 4,47% pada 2023, dan 5,90% pada 2024 (Badan Pusat Statistik, 2025). Pada saat yang sama, ROA PT Unilever Indonesia Tbk menurun dari sekitar 30,20% pada 2021 menjadi 20,60% pada 2024 (PT Unilever Indonesia Tbk, 2025). Fenomena ini menunjukkan bahwa pemulihan kegiatan industri belum menjamin peningkatan profitabilitas pada tingkat perusahaan.

Salah satu praktik yang diduga berkaitan dengan profitabilitas adalah green accounting. Konsep ini mencakup identifikasi, pengukuran, pencatatan, dan pengungkapan biaya yang timbul dari pengelolaan dampak lingkungan. Informasi biaya lingkungan dapat membantu perusahaan mengenali pemborosan bahan dan energi, mengendalikan biaya limbah, serta mengurangi risiko

lingkungan. Penelitian oleh Nandini dkk. (2020) menunjukkan bahwa integrasi informasi lingkungan dapat dikaitkan dengan kinerja perusahaan, sementara Niandari dan Handayani (2023) menemukan efek positif akuntansi hijau terhadap profitabilitas pada perusahaan yang berpartisipasi dalam proyek PROPER. Namun, biaya lingkungan juga dapat menjadi beban jangka pendek sebelum manfaat dalam hal efisiensi dan reputasi terwujud.

Corporate social responsibility (CSR) adalah komitmen perusahaan untuk mengatasi dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial dari operasinya. Program CSR dapat berfokus pada pemberdayaan masyarakat, kesejahteraan pekerja, keamanan produk, pelestarian lingkungan, dan berkontribusi pada pembangunan sosial. Transparansi yang memadai dapat memperkuat kepercayaan konsumen, dukungan investor, dan memperkuat hubungan perusahaan-masyarakat. Putri dkk. (2023) menunjukkan bahwa CSR berkaitan dengan penciptaan nilai perusahaan, sedangkan Kholmi dan Nafiza (2022) dan Wahyu Dewanti (2024) menemukan pengaruh positif CSR terhadap profitabilitas.

Bukti empiris terdahulu belum menghasilkan kesimpulan yang seragam. Kholmi dan Nafiza (2022), Khusnah dan Kirana (2023), serta Putra et al. (2025) menemukan bahwa praktik lingkungan dan sosial berkaitan dengan kinerja keuangan. Sebaliknya, Ningrum dan Hasan (2024), Kholmi dan Aziz (2024), serta Zulaeha et al. (2025) menunjukkan bahwa salah satu atau kedua variabel tersebut tidak selalu berpengaruh signifikan. Perbedaan sektor, periode, komposisi sampel, dan pengukuran variabel dapat menjelaskan ketidakkonsistenan tersebut.

Penelitian ini mengisi tiga celah. Pertama, banyak kajian terdahulu berfokus pada sektor pertambangan dan energi, sedangkan sektor barang konsumsi memiliki skala produksi, rantai pasok, dan kedekatan dengan konsumen yang berbeda. Kedua, periode 2021–2024 menangkap dinamika pascapandemi dan implementasi GRI Standards 2021. Ketiga, green accounting dalam penelitian ini dibatasi secara tegas pada pengungkapan pos atau nilai biaya lingkungan, bukan sekadar pernyataan komitmen lingkungan. Pembatasan tersebut mengurangi tumpang tindih dengan CSR yang diukur sebagai keluasan pengungkapan 21 item ekonomi, lingkungan, dan sosial. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh green accounting dan corporate social responsibility (CSR) terhadap profitabilitas perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta untuk periode 2021–2024. Temuan penelitian diharapkan dapat memperkaya bukti empiris tentang akuntansi keberlanjutan,

membantu perusahaan mengevaluasi strategi lingkungan dan sosial mereka, serta memberikan informasi lebih lanjut kepada investor dan regulator.

Kajian Literatur

Stakeholder Theory dan Legitimacy Theory

Stakeholder Theory menjelaskan bahwa perusahaan bertanggung jawab tidak hanya kepada pemegang saham, tetapi juga kepada mereka yang memengaruhi atau dipengaruhi oleh aktivitas mereka, seperti konsumen, karyawan, pemerintah, investor, pemasok, masyarakat, dan lingkungan (Freeman, 1984). Dari perspektif ini, pengelolaan biaya lingkungan dan implementasi CSR (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan) merupakan respons terhadap kepentingan pemangku kepentingan. Perusahaan yang mampu membangun hubungan yang saling menguntungkan memiliki potensi untuk mendapatkan dukungan, loyalitas, dan stabilitas operasional, yang mendorong penciptaan nilai jangka panjang (Porter & Kramer, 2006).

Legitimacy Theory memandang korporasi sebagai elemen yang memastikan keanggotaan mereka dalam sistem sosial yang berupaya memastikan bahwa aktivitas mereka sesuai dengan norma dan harapan masyarakat. (Suchman, 1995). Pengungkapan biaya lingkungan dan aktivitas CSR dapat digunakan untuk menunjukkan bahwa perusahaan menyadari dampak operasinya dan melakukan tindakan yang dapat diterima publik. Legitimasi yang terjaga berpotensi menurunkan risiko reputasi, mengurangi resistensi sosial, serta memperkuat penerimaan terhadap produk dan kegiatan perusahaan. Namun, pengungkapan yang tidak disertai kinerja substantif dapat menghasilkan manfaat yang terbatas.

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dalam periode tertentu dan mencerminkan efisiensi pemanfaatan sumber dayanya. Studi ini menggunakan Return on Assets (ROA) karena indikator ini membandingkan laba bersih setelah pajak dengan total aset, sehingga menggambarkan kemampuan seluruh aset untuk menghasilkan keuntungan (Rahayu dkk., 2023; Ramadhan & Rachmadanti, 2023). ROA yang lebih tinggi menunjukkan penggunaan aset yang lebih produktif, sedangkan ROA negatif menunjukkan kerugian relatif terhadap aset yang dikelola. Dalam industri barang konsumsi, profitabilitas juga sensitif terhadap reputasi merek, loyalitas konsumen, efisiensi rantai pasokan, dan pengendalian biaya.

Green Accounting dan Pengembangan Hipotesis

Green accounting mengintegrasikan informasi lingkungan ke dalam proses akuntansi agar konsekuensi ekonomi dari pengelolaan limbah, emisi, penggunaan energi, pencegahan pencemaran, dan rehabilitasi lingkungan dapat dikenali. Dalam penelitian ini, green accounting tidak dinilai dari pernyataan kebijakan atau kegiatan lingkungan secara umum. Skor 1 hanya diberikan ketika perusahaan secara eksplisit mengungkapkan pos atau nilai biaya lingkungan; selain itu diberi skor 0. Pendekatan dummy mengikuti prinsip pengodean yang digunakan Kholmi dan Nafiza (2022) dan ditujukan untuk membedakan keberadaan pengungkapan biaya lingkungan secara dapat ditelusuri.

Berdasarkan Stakeholder Theory (Freeman, 1984), pengungkapan biaya lingkungan merupakan bentuk respons perusahaan terhadap kepentingan pemangku kepentingan seperti investor, pemerintah, konsumen, dan masyarakat, sehingga transparansi tersebut berpotensi memperkuat kepercayaan mereka dan pada akhirnya mendukung penciptaan nilai perusahaan. Berdasarkan Legitimacy Theory (Suchman, 1995), pengungkapan biaya lingkungan menjadi sinyal bahwa perusahaan mengakui dan menanggung konsekuensi lingkungan dari kegiatan operasionalnya sesuai norma dan harapan masyarakat, sehingga legitimasi perusahaan di mata publik dapat terjaga. Kedua perspektif teori tersebut mendasari dugaan bahwa perusahaan yang mengungkapkan biaya lingkungan secara eksplisit berpeluang memperoleh dukungan stakeholder dan legitimasi yang lebih baik, yang pada gilirannya dapat mendorong profitabilitas. Rahayu dkk. (2023), Ryanti dkk. (2024), serta Putra dkk. (2025) memberikan bukti bahwa green accounting berpotensi berkaitan dengan kinerja keuangan, meskipun kekuatan pengaruhnya berbeda menurut sampel dan pengukuran.

H1: Green accounting berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan.

Corporate Social Responsibility dan Pengembangan Hipotesis

CSR mencerminkan tanggung jawab perusahaan terhadap dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial. Pengungkapan CSR memberi informasi mengenai cara perusahaan memperlakukan tenaga kerja, menjaga keamanan produk, berhubungan dengan masyarakat, menggunakan sumber daya, serta mengelola dampak lingkungan. Penelitian ini mengukur CSR melalui Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRI) berdasarkan 21 item yang diadaptasi dari GRI Standards 2021 dan pedoman OJK. GRI dipilih karena menyediakan kerangka pengungkapan keberlanjutan yang dapat digunakan secara konsisten (Global Reporting Initiative, 2021).

Berdasarkan Stakeholder Theory (Freeman, 1984), pengungkapan CSR yang luas mencerminkan upaya perusahaan memenuhi kepentingan berbagai pemangku kepentingan sekaligus, sehingga hubungan yang saling menguntungkan tersebut berpotensi mendorong dukungan dan stabilitas operasional yang bermuara pada peningkatan kinerja keuangan. Berdasarkan Legitimacy Theory (Suchman, 1995), pengungkapan CSR menjadi sarana bagi perusahaan untuk menunjukkan kesesuaian aktivitasnya dengan norma dan harapan sosial, sehingga legitimasi yang terjaga dapat menurunkan risiko reputasi dan resistensi pasar. Pada sektor barang konsumsi, kedekatan perusahaan dengan konsumen akhir membuat reaksi stakeholder lebih mungkin memengaruhi penjualan dan penggunaan aset. Kholmi dan Nafiza (2022), Syafrizal et al. (2024), dan Wahyu Dewanti (2024) menemukan hubungan positif antara CSR dan profitabilitas. Dengan demikian, keluasan pengungkapan CSR diperkirakan berkaitan dengan kemampuan perusahaan menghasilkan laba.

H2: Corporate Social Responsibility berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan.

Kerangka penelitian menempatkan green accounting (X1) dan CSR (X2) sebagai variabel independen serta profitabilitas yang diproksikan dengan ROA (Y) sebagai variabel dependen. Hubungan diuji setelah perbedaan karakteristik tetap masing-masing perusahaan dikendalikan melalui model regresi data panel.

Metode Penelitian

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori dengan data sekunder. Objek penelitian adalah perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama 2021–2024. Data bersumber dari laporan keuangan auditan, laporan tahunan, dan laporan keberlanjutan yang diperoleh melalui situs BEI dan laman resmi perusahaan. Pemilihan istilah sektor industri barang konsumsi mengacu pada batasan operasional kelompok perusahaan penghasil barang konsumsi akhir. Setelah penerapan IDX Industrial Classification pada 2021, perusahaan yang diteliti terutama tersebar pada Consumer Non-Cyclicals dan Healthcare sesuai kegiatan usaha utamanya (Bursa Efek Indonesia, 2021).

Populasi penelitian mencakup perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar secara berturut-turut selama periode pengamatan. Sampel ditentukan dengan purposive sampling berdasarkan ketersediaan laporan tahunan, laporan keuangan, dan data yang diperlukan untuk menghitung ROA serta mengodekan green accounting dan CSR. Proses seleksi menghasilkan 29

perusahaan dengan empat tahun pengamatan atau 116 observasi perusahaan-tahun. Sampel terdiri dari perusahaan makanan dan minuman, rokok, farmasi dan produk kesehatan, kosmetik atau perawatan diri, serta produk kebutuhan rumah tangga.

Tabel 1. Perhitungan Sampel Penelitian

No	Kriteria Sampel	Jumlah
1	Perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI secara berturut-turut selama periode 2021–2024	98
2	Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan tahunan dan laporan keuangan secara lengkap selama periode 2021–2024	(43)
3	Perusahaan yang tidak memiliki data lengkap untuk menghitung ROA dan melakukan pengodean green accounting serta CSR selama periode penelitian	(26)
4	Jumlah sampel Perusahaan	29
5	Tahun penelitian (2021–2024)	4
6	Total observasi perusahaan-tahun	116

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan proses purposive sampling, dari 98 perusahaan dalam populasi terdapat 43 perusahaan yang tidak menerbitkan laporan secara lengkap dan 26 perusahaan yang tidak memiliki data lengkap sesuai kebutuhan penelitian. Dengan demikian, diperoleh 29 perusahaan sebagai sampel. Periode pengamatan selama empat tahun menghasilkan 116 observasi perusahaan-tahun.

Tabel 2. Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional dan Pengukuran	Skala	Sumber
Profitabilitas (Y)	Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari penggunaan asetnya dalam periode tertentu. $ROA = \text{laba bersih setelah pajak} / \text{total aset} \times 100\%$	Rasio	Brigham & Houston (2018); Rahayu et al. (2023)
Green Accounting (X1)	Green Accounting adalah praktik akuntansi yang mengidentifikasi, mengukur, mencatat, dan mengungkapkan biaya yang timbul dari pengelolaan dampak lingkungan perusahaan. Skor 1 jika perusahaan mengungkapkan pos atau nilai biaya lingkungan secara spesifik; skor 0 jika tidak. Komitmen atau kegiatan tanpa informasi biaya tetap diberi skor 0.	Nominal	Kholmi & Nafiza (2022)
Corporate Social Responsibility (X2)	Corporate Social Responsibility adalah komitmen perusahaan untuk bertanggung jawab atas dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial dari kegiatan operasinya terhadap pemangku kepentingan. $CSRI = \text{jumlah item yang diungkapkan} / 21 \text{ item}$. Setiap item diberi skor 1 jika diungkapkan dan 0 jika tidak.	Rasio	GRI (2021); OJK (2021)

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Pengumpulan data dilakukan dengan metode dokumentasi dan content analysis. Keputusan pengodean green accounting didasarkan pada bukti eksplisit berupa pos atau nilai biaya pengelolaan limbah, pencegahan atau pengendalian pencemaran, rehabilitasi, dan biaya lingkungan lain yang dapat diidentifikasi. Setiap keputusan pengodean ditelusuri ke nama laporan

dan halaman sumber. CSR dinilai melalui 21 item terpilih yang terdiri atas empat item ekonomi, delapan item lingkungan, dan sembilan item sosial. Setiap item diberi skor secara dikotomis, lalu dijumlahkan dan dibagi 21 untuk memperoleh CSRI. Kedua puluh satu item ini merupakan subset terpilih, bukan keseluruhan item topik spesifik yang tersedia dalam GRI Standards 2021, yang secara total memuat lebih banyak item pada seri ekonomi (GRI 200), lingkungan (GRI 300), dan sosial (GRI 400). Pembatasan jumlah item didasarkan pada tiga pertimbangan ilmiah. Pertama, prinsip materialitas, item yang dipertahankan adalah yang relevan dengan karakteristik operasional perusahaan sektor barang konsumsi, sedangkan item yang secara khas berkaitan dengan sektor ekstraktif atau intensif lahan, seperti topik keanekaragaman hayati di kawasan lindung, hak masyarakat adat, dan dampak reklamasi tambang, tidak digunakan karena kecil kemungkinannya bersifat material bagi perusahaan sampel. Kedua, ketersediaan dan keterlacakan data, item yang menuntut pengungkapan kuantitatif sangat rinci dan jarang dilaporkan secara konsisten oleh perusahaan di Indonesia, misalnya rincian emisi cakupan 3 per sumber emisi, tidak dimasukkan agar setiap keputusan pengodean tetap dapat ditelusuri ke laporan sumber. Ketiga, penghindaran tumpang tindih pengukuran, item yang substansinya telah tercakup dalam kewajiban pelaporan keuangan berdasarkan pedoman OJK tidak dihitung ulang sebagai item CSR tersendiri agar indeks tidak bias ke atas. Pendekatan pembatasan item pada subset yang material dan dapat ditelusuri ini konsisten dengan praktik pada penelitian pengungkapan CSR berbasis GRI sebelumnya yang juga mengadaptasi sebagian item sesuai konteks sektor dan ketersediaan data (Fahria, 2022).

Analisis data dilakukan dengan EViews 12. Tahap pertama adalah statistik deskriptif untuk menggambarkan nilai rata-rata, median, minimum, maksimum, dan standar deviasi CSR serta ROA. Karena green accounting berbentuk dummy, deskripsinya menggunakan frekuensi dan proporsi. Tahap kedua adalah pemilihan model regresi panel melalui Uji Chow, Uji Hausman, dan Uji Lagrange Multiplier untuk memilih Common Effect Model, Fixed Effect Model, atau Random Effect Model. Tahap ketiga adalah uji normalitas Jarque–Bera, multikolinearitas melalui matriks korelasi, heteroskedastisitas dengan Uji Glejser, dan autokorelasi melalui statistik Durbin–Watson. Tahap terakhir adalah estimasi regresi, uji t, dan koefisien determinasi.

Model regresi data panel dirumuskan sebagai berikut:

$$ROA_{it} = \alpha + \beta_1 GA_{it} + \beta_2 CSR_{it} + \mu_i + \varepsilon_{it}$$

ROA_{it} adalah profitabilitas perusahaan i pada tahun t ; GA_{it} adalah skor green accounting; CSR_{it} adalah indeks pengungkapan CSR; α adalah konstanta; β_1 dan β_2 adalah koefisien regresi; μ_i

adalah efek individual perusahaan; dan ε_{it} adalah komponen kesalahan. Hipotesis diterima apabila koefisien memiliki arah sesuai prediksi dan nilai probabilitas uji t lebih kecil dari 0,05.

Hasil dan Pembahasan

Gambaran Objek dan Statistik Deskriptif

Sampel akhir terdiri atas 29 perusahaan selama empat tahun. Aktivitas perusahaan mencakup pengadaan bahan baku, pengolahan, pengemasan, dan distribusi. Perusahaan makanan dan minuman berkaitan erat dengan penggunaan air, energi, bahan baku pertanian, dan limbah kemasan; industri rokok berkaitan dengan bahan baku tembakau dan isu kesehatan; sedangkan farmasi, kosmetik, dan produk rumah tangga menghadapi persoalan bahan kimia, keamanan produk, dan pengelolaan kemasan. Keragaman ini membuat karakteristik tetap antarperusahaan perlu dikendalikan dalam model.

Tabel 3. Statistik Deskriptif CSR dan Profitabilitas

	CSR_X2	ROA_Y
Mean	0.797619	7.292684
Median	0.833334	8.325929
Maximum	1.000000	30.98814
Minimum	0.238095	-33.91579
Std. Dev.	0.154447	11.51152
Skewness	-1.355066	-0.750537
Kurtosis	4.991083	4.514336

Sumber: Output EViews 12, diolah peneliti (2026)

Statistik deskriptif menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan CSR relatif tinggi, tetapi profitabilitas sangat beragam. Nilai CSRI rata-rata sebesar 0,797619 atau 79,76% menunjukkan bahwa perusahaan rata-rata mengungkapkan sebagian besar dari 21 item yang dinilai. ROA rata-rata sebesar 7,292684%, sedangkan standar deviasi 11,51152% yang lebih besar daripada rata-rata menunjukkan heterogenitas kinerja profitabilitas antarpengamatan.

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Green Accounting

Skor	Kriteria	Frekuensi	Persentase
0	Tidak mengungkapkan biaya lingkungan secara spesifik	60	51,72%
1	Mengungkapkan biaya lingkungan secara spesifik	56	48,28%
Total	-	116	100,00%

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 4, green accounting diukur menggunakan variabel dummy karena menunjukkan ada atau tidaknya pengungkapan biaya lingkungan secara spesifik. Dari 116 observasi, sebanyak 60 observasi atau 51,72% memperoleh skor 0 karena tidak mengungkapkan

biaya lingkungan secara spesifik, sedangkan 56 observasi atau 48,28% memperoleh skor 1 karena mengungkapkannya. Dengan demikian, mayoritas observasi belum melaporkan biaya lingkungan secara spesifik, meskipun selisih proporsinya relatif kecil.

Pemilihan Model Regresi Data Panel

Tabel 5. Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests Equation: Untitled Test cross-section fixed effects			
Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	19.560803	(28,85)	0.0000
Cross-section Chi-square	232.852492	28	0.0000

Sumber: Output EViews 12, diolah peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 5, nilai probabilitas Cross-section F sebesar 0,0000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H0 ditolak dan model yang lebih tepat berdasarkan Uji Chow adalah Fixed Effect Model (FEM), bukan Common Effect Model (CEM).

Tabel 6. Hasil Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test Equation: Untitled Test cross-section random effects			
Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	9.410407	2	0.0090

Sumber: Output EViews 12, diolah peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 6, nilai probabilitas Cross-section random sebesar 0,0090 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H0 ditolak dan model yang dipilih berdasarkan Uji Hausman adalah Fixed Effect Model (FEM), bukan Random Effect Model (REM).

Tabel 7. Hasil Uji Lagrange Multiplier

Lagrange Multiplier Tests for Random Effects Null hypotheses: No effects Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided (all others) alternatives			
	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	93.07056 (0.0000)	0.093657 (0.7596)	93.16422 (0.0000)

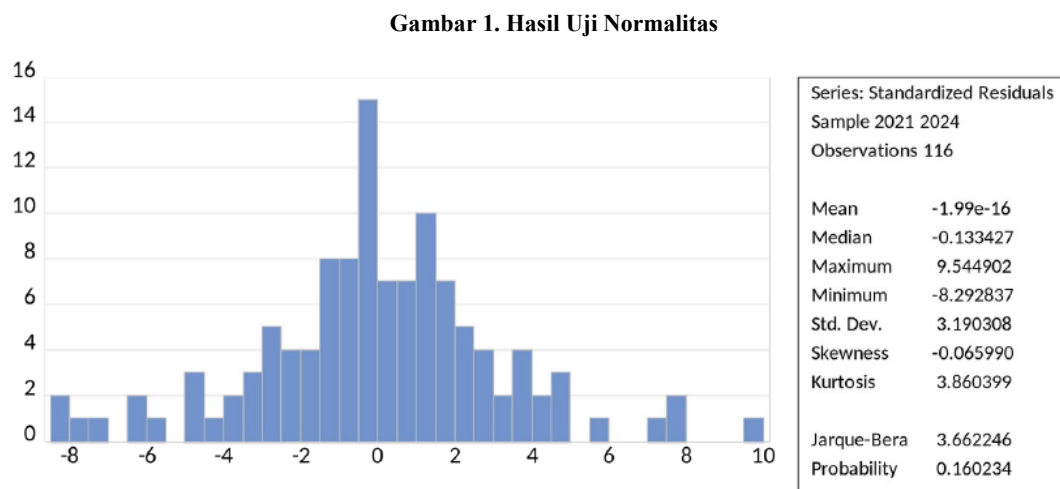
Sumber: Output EViews 12, diolah peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 7, nilai probabilitas Breusch–Pagan pada bagian Cross-section sebesar 0,0000 lebih kecil dari 0,05. Hasil Uji Lagrange Multiplier menunjukkan bahwa Random Effect Model (REM) lebih tepat daripada Common Effect Model (CEM). Namun, keputusan akhir tetap menggunakan Fixed Effect Model (FEM) karena Uji Chow dan Uji Hausman sama-sama memilih FEM.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menilai apakah residual model regresi berdistribusi normal. Keputusan didasarkan pada probabilitas Jarque–Bera; residual dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai probabilitas lebih besar dari 0,05.



Sumber: Output EViews 12, diolah peneliti (2026)

Hasil uji normalitas menunjukkan nilai Jarque–Bera sebesar 3,662246 dengan probabilitas 0,160234. Nilai probabilitas yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa residual model berdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas terpenuhi.

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas		
	GA_X1	CSR_X2
GA_X1	1.000000	0.165605
CSR_X2	0.165605	1.000000

Sumber: Output EViews 12, diolah peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 8, koefisien korelasi antara green accounting dan Corporate Social Responsibility sebesar 0,165605. Nilai tersebut lebih kecil dari batas 0,80, sehingga tidak terdapat gejala multikolinearitas antarvariabel independen.

Tabel 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dependent Variable: ABS_RES
 Method: Panel Least Squares
 Date: 07/24/26 Time: 23:58
 Sample: 2021 2024
 Periods included: 4
 Cross-sections included: 29
 Total panel (balanced) observations: 116

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.387696	1.600613	0.242217	0.8092
GA_X1	0.007562	0.564284	0.013401	0.9893
CSR_X2	2.454880	1.966109	1.248599	0.2152

Sumber: Output EViews 12, diolah peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 9, probabilitas green accounting sebesar 0,9893 dan probabilitas Corporate Social Responsibility sebesar 0,2152. Kedua nilai lebih besar dari 0,05, sehingga model tidak mengalami gejala heteroskedastisitas berdasarkan Uji Glejser.

Tabel 10. Hasil Uji Autokorelasi

Cross-section fixed (dummy variables)			
R-squared	0.923193	Mean dependent var	7.292684
Adjusted R-squared	0.896085	S.D. dependent var	11.51152
S.E. of regression	3.710839	Akaike info criterion	5.683937
Sum squared resid	1170.478	Schwarz criterion	6.419810
Log likelihood	-298.6683	Hannan-Quinn criter.	5.982659
F-statistic	34.05574	Durbin-Watson stat	2.192023
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Output EViews 12, diolah peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 10, nilai Durbin–Watson sebesar 2,192023. Nilai tersebut berada di antara dU sebesar 1,7323 dan 4–dU sebesar 2,2677, sehingga model tidak mengalami autokorelasi positif maupun negatif.

Hasil Regresi dan Pengujian Hipotesis

Tabel 11. Hasil Regresi Fixed Effect Model

Dependent Variable: ROA_Y
 Method: Panel Least Squares
 Date: 07/24/26 Time: 23:56
 Sample: 2021 2024
 Periods included: 4
 Cross-sections included: 29
 Total panel (balanced) observations: 116

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-10.63830	3.103952	-3.427340	0.0009
GA_X1	1.668325	1.094274	1.524595	0.1311
CSR_X2	21.47088	3.812729	5.631367	0.0000

Sumber: Output EViews 12, diolah peneliti (2026)

Estimasi Fixed Effect Model menghasilkan persamaan $ROA = -10,63830 + 1,668325GA + 21,47088CSR + \mu_i + \varepsilon_{it}$. Persamaan regresi data panel tersebut dapat dimaknai sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar $-10,63830$ menggambarkan nilai dasar ROA ketika variabel independen bernilai nol dalam kerangka model.
2. Koefisien green accounting sebesar $1,668325$ menunjukkan bahwa observasi yang mengungkapkan biaya lingkungan secara spesifik cenderung mempunyai ROA $1,668325$ poin lebih tinggi daripada observasi yang tidak mengungkapkan biaya lingkungan.
3. Koefisien CSR sebesar $21,47088$ berarti kenaikan CSRI sebesar $0,10$ berkaitan dengan peningkatan ROA sekitar $2,147088$ poin.

Uji t Parsial

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh green accounting dan CSR terhadap profitabilitas secara parsial. Variabel dinyatakan berpengaruh signifikan apabila nilai probabilitas lebih kecil dari $0,05$.

Tabel 12. Hasil Uji t Parsial

Dependent Variable: ROA_Y

Method: Panel Least Squares

Date: 07/24/26 Time: 23:56

Sample: 2021 2024

Periods included: 4

Cross-sections included: 29

Total panel (balanced) observations: 116

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-10.63830	3.103952	-3.427340	0.0009
GA_X1	1.668325	1.094274	1.524595	0.1311
CSR_X2	21.47088	3.812729	5.631367	0.0000

Sumber: Output EViews 12, diolah peneliti (2026)

Green accounting memiliki koefisien $1,668325$, t-statistic $1,524595$, dan probabilitas $0,1311$. Arah pengaruhnya positif, tetapi tidak signifikan karena probabilitas lebih besar dari $0,05$, sehingga H1 ditolak. CSR memiliki koefisien $21,47088$, t-statistic $5,631367$, dan probabilitas $0,0000$. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas, sehingga H2 diterima.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi profitabilitas. Penilaian menggunakan Adjusted R-squared karena model melibatkan lebih dari satu variabel independen.

Tabel 14. Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Cross-section fixed (dummy variables)			
R-squared	0.923193	Mean dependent var	7.292684
Adjusted R-squared	0.896085	S.D. dependent var	11.51152
S.E. of regression	3.710839	Akaike info criterion	5.683937
Sum squared resid	1170.478	Schwarz criterion	6.419810
Log likelihood	-298.6683	Hannan-Quinn criter.	5.982659
F-statistic	34.05574	Durbin-Watson stat	2.192023
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Output EViews 12, diolah peneliti (2026)

Nilai Adjusted R-squared sebesar 0,896085 menunjukkan bahwa 89,61% variasi profitabilitas dapat dijelaskan oleh green accounting, CSR, dan karakteristik tetap antarperusahaan yang tercakup dalam Fixed Effect Model. Sisanya sebesar 10,39% dijelaskan oleh faktor lain di luar model dan komponen kesalahan. Nilai tersebut tidak diartikan sebagai kontribusi green accounting dan CSR saja karena model juga memasukkan efek tetap perusahaan.

Terpilihnya Fixed Effect Model menegaskan bahwa perbedaan karakteristik tetap antarperusahaan merupakan bagian penting dalam menjelaskan profitabilitas. Karakteristik tersebut dapat mencakup posisi merek, komposisi produk, skala jaringan distribusi, intensitas aset, teknologi produksi, dan kebijakan manajerial yang relatif stabil selama periode pengamatan. Penggunaan efek tetap membuat koefisien green accounting dan CSR ditaksir dari perubahan yang terjadi di dalam perusahaan sepanjang waktu, setelah perbedaan yang tidak berubah tersebut dikendalikan. Oleh karena itu, interpretasi hasil lebih tepat diarahkan pada hubungan perubahan pengungkapan dengan perubahan ROA dalam perusahaan yang sama, bukan hanya perbandingan sederhana antara perusahaan.

Hasil statistik deskriptif dan inferensial juga perlu dibaca secara bersama. Nilai rata-rata CSRI yang tinggi menunjukkan bahwa sebagian besar item tanggung jawab telah diungkapkan, tetapi rentang 0,238095 sampai 1,000000 memperlihatkan masih adanya ruang variasi yang cukup besar.

Variasi ini memungkinkan model mengidentifikasi hubungan CSR dengan ROA. Sebaliknya, green accounting hanya memiliki dua kategori dan distribusinya hampir seimbang. Variabel dummy bermanfaat untuk menjaga ketegasan pengodean, tetapi informasi yang ditangkap lebih terbatas karena nominal, intensitas, dan manfaat biaya lingkungan tidak dibedakan.

Kelayakan asumsi klasik memperkuat dasar interpretasi hasil. Residual yang berdistribusi normal mendukung pengujian signifikansi, korelasi rendah antara kedua variabel bebas mengurangi risiko ketidakstabilan koefisien, dan hasil Glejser serta Durbin–Watson tidak menunjukkan pelanggaran yang material. Meskipun demikian, hasil regresi menunjukkan asosiasi statistik pada sampel dan periode penelitian. Kesimpulan kausal tetap perlu disampaikan secara hati-hati karena kebijakan pengungkapan dan profitabilitas dapat dipengaruhi faktor manajerial lain yang tidak berubah atau tidak dimasukkan ke dalam model.

Pengaruh *Green Accounting* terhadap Profitabilitas

Hasil uji *t* menunjukkan koefisien green accounting sebesar 1,668325 dengan *t-statistic* 1,524595 dan probabilitas 0,1311. Nilai probabilitas yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tidak signifikan. Oleh karena itu, *H1* ditolak. Temuan ini sejalan dengan Syafrizal et al. (2024), yang menemukan bahwa green accounting secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan subsektor makanan dan minuman. Pengeluaran lingkungan dapat terlebih dahulu meningkatkan biaya, sementara manfaat efisiensi, pengurangan risiko, dan reputasi membutuhkan waktu sebelum tercermin dalam laba. Pengukuran dummy juga hanya membedakan ada atau tidaknya pengungkapan dan belum menangkap besarnya biaya, kualitas pengelolaan, maupun efektivitas program lingkungan.

Hasil tersebut berbeda dengan Niandari dan Handayani (2023), yang menemukan pengaruh positif green accounting terhadap profitabilitas perusahaan peserta PROPER. Perbedaan dapat disebabkan karakteristik sampel dan pengukuran. Perusahaan peserta PROPER lebih terpapar pada penilaian kinerja lingkungan, sedangkan sampel penelitian ini mencakup beragam perusahaan barang konsumsi. Hasil ini juga berbeda dengan Rahayu et al. (2023) dan Ryanti et al. (2024), yang menunjukkan peran green accounting pada kinerja perusahaan manufaktur.

Dalam perspektif Stakeholder Theory, arah koefisien positif menunjukkan bahwa transparansi biaya lingkungan berpotensi membangun kepercayaan stakeholder. Legitimacy Theory juga menjelaskan bahwa pengungkapan biaya dapat menjadi sarana menunjukkan kesesuaian kegiatan perusahaan dengan tuntutan sosial. Namun, pengaruh yang tidak signifikan mengindikasikan

bahwa legitimasi dan dukungan stakeholder tidak terbentuk hanya karena informasi biaya tersedia. Pengungkapan perlu disertai pengelolaan yang efektif, efisiensi sumber daya, hasil lingkungan yang terukur, dan komunikasi yang mampu memengaruhi keputusan stakeholder.

Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas

CSR memiliki koefisien sebesar 21,47088, t-statistic 5,631367, dan probabilitas 0,0000. Nilai probabilitas di bawah 0,05 menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas sehingga H2 diterima. Karena CSRI berada pada rentang 0 sampai 1, kenaikan indeks sebesar 0,10 berkaitan dengan peningkatan ROA sekitar 2,147088 poin setelah green accounting dan karakteristik tetap perusahaan dikendalikan.

Temuan tersebut sejalan dengan Kholmi dan Nafiza (2022), Wahyu Dewanti (2024), serta Syafrizal et al. (2024). CSR tidak hanya berfungsi sebagai bentuk pertanggungjawaban, tetapi dapat menghasilkan manfaat ekonomi melalui penguatan reputasi, kepercayaan konsumen, kualitas hubungan dengan masyarakat, dan keberlanjutan operasional. Pada sektor barang konsumsi, informasi mengenai keamanan produk, ketenagakerjaan, masyarakat, dan lingkungan relatif dekat dengan keputusan konsumen sehingga lebih mungkin diterjemahkan menjadi kinerja keuangan.

Hasil ini berbeda dengan Ningrum dan Hasan (2024) serta Zulaeha et al. (2025), yang tidak menemukan pengaruh signifikan CSR terhadap profitabilitas pada sampel mereka. Perbedaan sektor, periode, komposisi sampel, serta indikator pengungkapan dapat menghasilkan respons stakeholder yang tidak sama. Sektor energi memiliki hubungan yang lebih tidak langsung dengan konsumen akhir, sedangkan reputasi merek menjadi aset penting bagi perusahaan barang konsumsi.

Temuan penelitian mendukung Stakeholder Theory karena pengungkapan CSR yang lebih luas memberi informasi kepada konsumen, karyawan, investor, pemerintah, dan masyarakat mengenai pemenuhan tanggung jawab perusahaan. Respons positif mereka dapat meningkatkan loyalitas, menjaga dukungan investor, memperkuat hubungan ketenagakerjaan, dan mengurangi gangguan operasional. Hasil ini juga sesuai dengan Legitimacy Theory: keterbukaan sosial dan lingkungan membantu perusahaan menjaga penerimaan publik, menekan risiko reputasi, dan memperkuat kepercayaan terhadap produk. Kondisi tersebut mendukung penggunaan aset yang lebih produktif dan peningkatan ROA.

Penutup

Kesimpulan

Green accounting tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas karena probabilitas 0,1311. H1 ditolak. Keberadaan pengungkapan biaya lingkungan secara spesifik belum cukup untuk menjelaskan peningkatan ROA perusahaan sektor industri barang konsumsi selama 2021–2024.

Corporate Social Responsibility berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas dengan probabilitas 0,0000. H2 diterima. Semakin luas pengungkapan tanggung jawab ekonomi, lingkungan, dan sosial, semakin tinggi profitabilitas perusahaan setelah karakteristik tetap antarperusahaan dikendalikan.

Implikasi Penelitian

Secara akademik, hasil penelitian menunjukkan bahwa manfaat ekonomi dari pengungkapan keberlanjutan bergantung pada bentuk informasi yang disampaikan. CSR yang mencakup berbagai kepentingan stakeholder mempunyai hubungan yang lebih kuat dengan ROA daripada sekadar keberadaan pengungkapan biaya lingkungan. Secara praktis, perusahaan perlu menempatkan CSR sebagai bagian dari strategi hubungan stakeholder dan menjaga konsistensi pelaporannya. Pengungkapan biaya lingkungan perlu dilengkapi dengan nilai, jenis, tujuan, hasil penggunaan, serta indikator efektivitas agar informasi tersebut lebih bermakna bagi investor dan masyarakat. Bagi regulator, hasil ini menegaskan pentingnya standar pengungkapan yang dapat dibandingkan dan dapat ditelusuri.

Keterbatasan Penelitian

Pengukuran green accounting menggunakan dummy sehingga belum membedakan besarnya biaya, kualitas penerapan, dan efektivitas pengelolaan lingkungan. Periode empat tahun membatasi kemampuan penelitian menangkap manfaat lingkungan yang mungkin muncul setelah jeda waktu. Sampel juga hanya mencakup sektor industri barang konsumsi sehingga generalisasi ke sektor lain perlu dilakukan secara hati-hati.

Saran

Perusahaan disarankan mengungkapkan biaya lingkungan secara konsisten beserta hasil pengelolaannya dan mempertahankan program CSR yang sesuai dengan kebutuhan stakeholder. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan intensitas biaya lingkungan, peringkat PROPER, atau indikator efektivitas program; memperluas sektor dan periode; Dengan menambahkan variable

kontrol seperti ukuran perusahaan, leverage, dan pertumbuhan penjualan, serta menguji pengaruhnya dari waktu ke waktu, penelitian di masa mendatang juga dapat membandingkan kualitas pengungkapan dengan kinerja lingkungan yang sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahsyam, F., Amril, A., & Ramly, R. (2024). Pengaruh penerapan green accounting dan environmental performance terhadap profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018–2022. *Tangible Journal*, 9(1), 1–11. <https://doi.org/10.53654/tangible.v9i1.448>
- Badan Pusat Statistik. (2025). Laju pertumbuhan produk domestik bruto atas dasar harga konstan 2010 menurut lapangan usaha (persen), 2021–2024. <https://www.bps.go.id/>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Perkembangan indeks produksi industri manufaktur 2024*. <https://www.bps.go.id/>
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2018). *Dasar-dasar manajemen keuangan* (14th ed.). Salemba Empat.
- Bursa Efek Indonesia. (2021). *BEI implementasikan IDX Industrial Classification*. <https://www.idx.co.id/id/berita/siaran-pers/1456>
- Fahria, A. A. (2022). Implementation of GRI Standards in the sustainability reports of plantation sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange. *Journal of Financial and Behavioural Accounting*, 2(2), 24–36. <https://doi.org/10.33830/jfba.v2i2.4143.2022>
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge University Press.
- Global Reporting Initiative. (2021). *GRI Standards 2021: Consolidated set of the GRI Standards*. <https://www.globalreporting.org/standards/>
- Kholmi, M., & Nafiza, S. A. (2022). Pengaruh penerapan green accounting dan corporate social responsibility terhadap profitabilitas. *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 142–155. <https://doi.org/10.18196/rabin.v6i1.12998>
- Aziz, Z. R., & Kholmi, M. (2024). Pengaruh green accounting dan corporate social responsibility terhadap profitabilitas (Studi empiris pada perusahaan energi sub sektor pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2019–2021). *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen*, 23(1), 54–63. <https://doi.org/10.19184/jeam.v23i1.43456>
- Khusnah, H., & Kirana, O. P. (2023). Pengaruh penerapan green accounting, corporate social responsibility, dan ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 11(3), 232–241. <https://doi.org/10.26740/akunesa.v11n3.p232-241>
- Nandini, E. S., Sudharani, R., & Suresh, N. (2020). A study on impact of environmental accounting on profitability of companies listed in Bombay Stock Exchange. *Bulletin Monumental*, 21(8), 46–51.
- Niandari, N., & Handayani, H. (2023). Green accounting, kinerja lingkungan, dan profitabilitas. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 16(1), 83–96. <https://doi.org/10.30813/jab.v16i1.3875>

- Ningrum, S., & Hasan, K. (2024). Pengaruh green accounting, kinerja lingkungan, dan corporate social responsibility terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019–2021. *Jurnal Sains Ekonomi dan Edukasi*, 1(9), 835–851.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). *Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 16/SEOJK.04/2021 tentang bentuk dan isi laporan tahunan emiten atau perusahaan publik*.
- PT Unilever Indonesia Tbk. (2025). Laporan tahunan 2024. <https://www.unilever.co.id/>
- Putra, S. P. N., & Airawaty, D. (2025). Pengaruh penerapan green accounting dan corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan pada perusahaan yang terdaftar indeks SRI-KEHATI di Bursa Efek Indonesia tahun 2021–2024. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 8(4). <https://doi.org/10.31539/x6639k51>
- Putri, R. L., Werastuti, D. N. S., Risfandy, T., & Dewi, T. R. (2023). The determinants of company value: Green accounting, CSR, and profitability. *Accounting and Financial Review*, 6(1), 115–126. <https://doi.org/10.26905/afr.v6i1.9740>
- Rahayu, N., Mahsuni, A. W., & Sari, A. F. K. (2023). Pengaruh penerapan green accounting terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2019–2021. *e_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 12(2), 869–881.
- Ramadhan, C. B., Rachmadanti, K. S., Larasati, R. A., & Pandin, M. Y. R. (2023). Pengaruh penerapan green accounting terhadap profitabilitas pada perusahaan (studi kasus pada perusahaan Indofood). *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 2(3), 229–246. <https://doi.org/10.55606/jekombis.v2i3.1956>
- Ryanti, D., Gursdia, H., Alipudin, A., & Yuliasanti, Y. (2024). Era green accounting 4.0 untuk profitabilitas perusahaan manufaktur (sektor industri barang konsumsi tahun 2019–2022). *JATAMA: Jurnal Akuntansi Pratama*, 1(4).
- Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), 571–610. <https://doi.org/10.2307/258788>
- Syafrizal, S., Asmeri, R., & Ardiany, Y. (2024). Pengaruh green accounting dan pengungkapan corporate social responsibility terhadap profitabilitas pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi*, 1(2), 53–61. <https://doi.org/10.64620/jurra.v1i2.44>
- Dewanti, D. W. (2024). Pengaruh green accounting dan corporate social responsibility terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur di Indonesia. *COMSERVA: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 4(8), 2738–2745. <https://doi.org/10.59141/comserva.v4i8.2771>
- World Bank. (2023). *Climate change*. <https://www.worldbank.org/ext/en/topic/climate-change>
- Zulaeha, E., Mareta, S., & Santoso, N. (2025). Pengaruh penerapan green accounting, corporate social responsibility dan good corporate governance terhadap profitabilitas (Studi pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI periode 2019–2023). *Journal of Accounting and Finance Management*, 6(3), 1499–1507. <https://doi.org/10.38035/jafm.v6i3.2057>