

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir, isu lingkungan dan sosial menjadi perhatian utama dalam dunia bisnis. Perusahaan tidak hanya dituntut untuk meraih keuntungan secara finansial, tetapi juga diharapkan mampu menjalankan tanggung jawab sosial dan menjaga kelestarian lingkungan. Kondisi ini mendorong perubahan dalam praktik bisnis yang lebih memperhatikan aspek keberlanjutan, termasuk di dalamnya penerapan *green accounting*, peningkatan kinerja lingkungan, serta pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara menyeluruh (Iannou & Serafein, 2021).

Tabel 1. 1 Pertumbuhan FMCG

Negara	Pertumbuhan FMCG
<i>Indonesia</i>	7%
<i>Korea Selatan</i>	6.6%
<i>China</i>	1.7%

Sumber : kantar.com, 2025

Sektor industri barang konsumsi atau fast-moving consumer goods (FMCG) merupakan salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan cukup pesat di Indonesia. Berdasarkan (*Kantar.Com, 2025*) pertumbuhan sektor FMCG Indonesia pada tahun 2024 tercatat sebesar 7%, lebih tinggi dibandingkan dengan Korea Selatan (6,6%) dan China (1,7%). Pertumbuhan ini menunjukkan bahwa industri *consumer goods* memiliki potensi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, terutama karena produk-produknya sangat dibutuhkan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Namun, di balik pesatnya pertumbuhan sektor ini, muncul berbagai tantangan lingkungan yang cukup serius. Sektor *consumer goods* memiliki kaitan yang erat dengan timbulnya limbah cair industri, karena proses produksinya umumnya membutuhkan penggunaan air dalam jumlah besar, seperti untuk mencampur bahan, sterilisasi, pencucian, hingga pengemasan.

Tabel 1. 2 Data Limbah Cair Industri Nasional

Tahun	Volume Limbah Cair Industri (juta m³/tahun)
2020	57,63
2021	59,66
2022	60,76
2023	65,52

Sumber : Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK)

Berdasarkan data (Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), 2025), sektor industri pengolahan, termasuk consumer goods, menjadi salah satu penyumbang limbah cair industri terbesar di Indonesia pada tahun 2023, yaitu sebesar 65.520.000 m³ per tahun. Tingginya volume limbah ini menunjukkan bahwa aktivitas produksi masih memiliki dampak negatif yang perlu dikelola secara bijaksana agar tidak menimbulkan kerusakan lingkungan yang lebih luas (KLHK, 2025).

Produk *consumer goods* memiliki siklus hidup pendek dan sangat bergantung pada kemasan, yang seringkali berbahan dasar plastik. Hal ini mengakibatkan tingginya volume limbah cair dan emisi karbon. Seiring meningkatnya kesadaran konsumen terhadap keberlanjutan, perusahaan dituntut untuk mengelola dampak lingkungan dari produksinya secara lebih serius (Usti, 2023). Namun, belum semua perusahaan mampu merespons tuntutan tersebut secara optimal, terutama perusahaan kecil yang memiliki keterbatasan sumber daya.

Selain itu, kondisi tersebut menuntut perusahaan untuk mengintegrasikan praktik bisnis berkelanjutan, antara lain melalui green accounting, peningkatan kinerja lingkungan, dan penerapan Corporate Social Responsibility (CSR). Ketiga aspek ini sejalan dengan konsep *triple bottom line* untuk menjalankan bisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial, tetapi juga memperhatikan aspek sosial dan lingkungan. Perusahaan berkomitmen untuk meningkatkan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosialnya serta mengutamakan keseimbangan antara ekonomi, sosial, dan lingkungan (Pohan

et al., 2019). Konsep ini menekankan bahwa tujuan utama dari kegiatan bisnis tidak semata-mata untuk menghasilkan keuntungan (*profit*), tetapi juga untuk mensejahterakan masyarakat (*people*) dan melindungi lingkungan (*planet*) (Alim & Puji, 2021). Konsep *triple bottom line* tersebut sangat relevan dan sejalan dengan variabel-variabel dalam penelitian ini, yaitu *green accounting*, kinerja lingkungan, dan *corporate social responsibility* (CSR), yang merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan sosial. Sementara itu, profitabilitas tetap menjadi tolok ukur keberhasilan perusahaan dalam menjalankan operasionalnya.

Profitabilitas menjadi indikator penting yang sering digunakan untuk menilai kinerja keuangan perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja keuangan yang baik dapat dilihat dari laba yang dihasilkan memiliki nilai yang besar, apabila laba yang diperoleh perusahaan relatif kecil dapat dikatakan kinerja perusahaan menunjukkan hasil yang kurang baik (Pohan et al., 2019). Profitabilitas juga dipercaya sebagai salah satu indikator penting dalam menjamin keberlangsungan usaha, karena mampu mencerminkan prospek perusahaan di masa datang. Perusahaan yang mempunyai total aset yang besar dapat menjadikan perusahaan lebih transparan lagi dalam menyampaikan kinerja perusahaan terhadap *stakeholder* (Fahira & Yusrawati, 2023).

Profitabilitas ini dapat memberikan gambaran tentang seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga memberikan keuntungan bagi Perusahaan (Purwanti et al., 2024). Dalam upaya perusahaan meningkatkan laba usaha tersebut maka berkembang ilmu akuntansi yang mempelajari lebih dalam mengenai keterkaitan perusahaan dengan lingkungan yang biasa disebut *green accounting* (Ningrum & Hasan, 2024). Dengan menerapkan menerapkan *green accounting*, perusahaan dapat mengevaluasi efisiensi penggunaan sumber daya alam dan kontribusinya terhadap keberlanjutan lingkungan.

Green accounting atau akuntansi lingkungan digunakan untuk mengawasi berapa banyak uang yang dibelanjakan untuk biaya lingkungan dalam pengelolaan limbah melalui penerapan sistem akuntansi yang dapat membantu mengurangi biaya tersebut, mengatur sejauh mana perusahaan bertanggung jawab untuk melindungi lingkungan di sekitarnya, dan menghasilkan laporan yang merinci biaya

tersebut untuk digunakan sebagai pedoman pengambilan keputusan internal (Sudarmaji et al., 2022). Penerapan *green accounting* diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai dampak lingkungan dari aktivitas perusahaan, serta mendorong perusahaan untuk lebih bertanggung jawab dalam pengelolaan sumber daya alam. Selain itu, penerapan akuntansi hijau diharapkan dapat memenuhi kebutuhan entitas perusahaan untuk mengidentifikasi dan memberikan informasi mengenai akuntansi keuangan, sosial & lingkungan secara komprehensif (Alim & Puji, 2021).

Environmental performance atau kinerja lingkungan dilakukan melalui berbagai kegiatan yang diarahkan untuk mendorong perusahaan untuk menaati peraturan perundang-undangan dan mendorong perusahaan yang sudah baik kinerja lingkungannya untuk menerapkan produksi bersih (*cleaner production*) (H. Dadang Suparman. MM, 2020). Semenjak tahun 2002 pemerintah yang melalui Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) membuat sebuah program yang dinamai PROPER (program penilaian peringkat kerja perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup) yang digunakan untuk menilai kinerja lingkungan Perusahaan (Fahira & Yusrawati, 2023).

Corporate Social Responsibility (CSR) juga menjadi salah satu aspek penting dalam praktik bisnis modern. Adanya CSR, perusahaan akan mudah diketahui masyarakat melalui program-program yang diberikan. Secara tidak langsung akan memberikan manfaat yaitu sebagai bahan promosi perusahaan terhadap masyarakat (Al Gista & Prastiwi, 2022). Hal ini dapat berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan, karena konsumen cenderung lebih memilih produk dari perusahaan yang memiliki reputasi baik dalam hal tanggung jawab sosial.

Namun, pengaruh penerapan *green accounting*, kinerja lingkungan, dan CSR terhadap profitabilitas perusahaan tidak selalu bersifat langsung. Ukuran perusahaan dapat berperan sebagai variabel moderasi yang mempengaruhi hubungan antara ketiga variabel tersebut. Ukuran perusahaan mempunyai peran penting dalam upaya meningkatkan profitabilitas perusahaan (Fahira & Yusrawati, 2023). Selain itu, ukuran Perusahaan dapat memperlihatkan besar atau kecilnya

suatu kekayaan (asset) perusahaan yang dimiliki serta juga bertujuan dalam membedakan antara perusahaan besar dengan perusahaan kecil secara kuantitatif yang bisa memengaruhi kemampuan manajemen dengan berbagai situasi dan kondisi yang dihadapinya untuk mengoperasikan perusahaan (Fahira & Yusrawati, 2023). Perusahaan besar mungkin memiliki sumber daya yang lebih untuk menerapkan praktik ramah lingkungan dan CSR, sementara perusahaan kecil mungkin menghadapi tantangan yang lebih besar dalam hal biaya dan implementasi. Ukuran perusahaan dijadikan sebagai variabel moderasi karena besar kecilnya sebuah perusahaan akan berdampak pada terhadap hasil keuntungan dan bentuk pengendalian yang akan dilakukan (Maryanti, Biduri, 2022).

Penelitian terdahulu yang dilakukan (Helmisar Saifuddin & Wiyono, 2023) menyatakan bahwa Green Accounting tidak memiliki pengaruh terhadap profitabilitas, kinerja lingkungan dan pengungkapan CSR memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas. Ketidaksignifikanan ini disebabkan oleh rendahnya kesadaran, kurangnya pelaporan sukarela, dan belum dianggap strategis oleh perusahaan dalam mengelola green accounting dan biaya lingkungan. Sedangkan, menurut (Usti et al., 2023) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Green Accounting* dan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh dan signifikan terhadap Profitabilitas. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat ketidakkonsistenan dalam temuan sebelumnya. Selain itu, sebagian besar penelitian terdahulu lebih banyak dilakukan pada sektor pertambangan dan perbankan, sementara sektor consumer goods masih belum banyak dikaji, padahal memiliki kontribusi besar terhadap ekonomi dan lingkungan (Ainulyaqin et al., 2024). Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui bagaimana hubungan antar variabel ini di sektor consumer goods terhadap profitabilitas.

Profitabilitas merupakan suatu manfaat yang bersifat *intangible*, mempunyai makna yang lebih luas dari sekedar keuntungan berupa "angka", tidak hanya dapat dihitung namun dapat dirasakan, serta berorientasi pada akhirat (Siti Amelia et al., 2022). Keuntungan sebagai bagian dari rezeki yang dianugerahkan Allah SWT kepada manusia atas jerih payah dan usahanya, selama dijalankan

sesuai syariat. Keuntungan yang diperoleh melalui jalan yang benar, tidak merugikan orang lain, menjaga lingkungan, dan membawa manfaat sosial, akan dinilai sebagai amal baik dan menjadi bagian dari keberkahan. Hal ini didasarkan pada al-Qur'an surat Al-Jumu'ah/62 : 10 sebagai berikut,

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

“Apabila salat (Jumat) telah dilaksanakan, bertebaranlah kamu di bumi, carilah karunia Allah SWT, dan ingatlah Allah SWT sebanyak-banyaknya agar kamu beruntung.”

Kementerian Agama Saudi Arabia (2020) pada Tafsir Al-Muyassar menjelaskan bahwa setelah umat Islam menunaikan salat Jumat, mereka diperintahkan untuk menyebar di muka bumi guna mencari rezeki yang halal melalui usaha dan kerja. aktivitas ekonomi yang dijalankan dengan niat yang benar dan tidak melupakan Allah SWT akan mendatangkan keberkahan, dan termasuk dalam amal yang mendapat ganjaran baik di dunia maupun akhirat.

Dengan demikian, pencapaian profitabilitas dapat dikategorikan sebagai aktivitas usaha yang bernilai ibadah bila dijalankan dengan niat yang lurus dan metode yang sesuai dengan prinsip. Hal ini sejalan dengan prinsip maqashid syariah yang menekankan pelestarian harta (hifzhul mal) dan maslahat sosial dalam setiap aktivitas ekonomi.

Berdasarkan penelitian sebelumnya dan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis **Pengaruh Penerapan *Green Accounting*, Kinerja Lingkungan, dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas dengan Ukuran Perusahaan sebagai Moderasi Perusahaan Manufaktur Sektor *Consumer Goods* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Selama Periode 2019-2024, dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi.** Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai pentingnya integrasi aspek lingkungan dan sosial dalam strategi bisnis, serta kontribusinya terhadap kinerja keuangan perusahaan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat

memberikan rekomendasi bagi perusahaan dalam mengembangkan praktik bisnis yang berkelanjutan dan bertanggung jawab.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka merumuskan masalah untuk memudahkan dalam pembahasan selanjutnya. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis Pengaruh Penerapan *Green Accounting*, Kinerja Lingkungan, *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas dengan Ukuran Perusahaan sebagai variabel Moderasi:

1. Apakah *green accounting* berpengaruh terhadap profitabilitas?
2. Apakah kinerja lingkungan berpengaruh terhadap profitabilitas?
3. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap profitabilitas?
4. Apakah ukuran perusahaan memperkuat atau memperlemah pengaruh *green accounting* terhadap profitabilitas?
5. Apakah ukuran perusahaan memperkuat atau memperlemah pengaruh kinerja lingkungan terhadap profitabilitas?
6. Apakah ukuran perusahaan memperkuat atau memperlemah pengaruh *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas?
7. Bagaimana perspektif islam mengenai *green accounting*, kinerja lingkungan, *corporate social responsibility*, profitabilitas dan ukuran perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Menganalisis pengaruh antara *green accounting* terhadap profitabilitas.
2. Menganalisis pengaruh antara kinerja lingkungan terhadap profitabilitas.
3. Menganalisis pengaruh antara *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas.
4. Menganalisis peran ukuran perusahaan dalam memoderasi pengaruh *green accounting* terhadap profitabilitas.
5. Menganalisis peran ukuran perusahaan dalam memoderasi pengaruh kinerja lingkungan terhadap profitabilitas.

6. Menganalisis peran ukuran perusahaan dalam memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas.
7. Menganalisis perspektif islam mengenai *green accounting*, kinerja lingkungan, *corporate social responsibility*, profitabilitas dan ukuran perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini bagi pihak-pihak yang berkepentingan, antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat Akademisi
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru dalam penerapan *green accounting*, kinerja lingkungan, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
 - b. Menjadi sumber referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji hubungan antara faktor keberlanjutan, ukuran perusahaan, dan profitabilitas.
 - c. Memperkaya literatur yang ada mengenai topik keberlanjutan dalam konteks perusahaan manufaktur.
2. Manfaat Praktis
 - a. Penelitian ini memberikan manfaat bagi manajer dan pengambil keputusan di perusahaan sektor *Consumer Goods* untuk memahami pentingnya penerapan *Green Accounting* dan *Corporate Social Responsibility*.
 - b. Menekankan *green accounting* dan *Corporate Social Responsibility* sebagai strategi untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan.
 - c. Temuan penelitian diharapkan dapat membantu perusahaan merancang kebijakan yang berorientasi pada keberlanjutan lingkungan dan sosial.
3. Manfaat Bagi Perusahaan

- a. Mendorong perusahaan untuk menyadari pentingnya tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai bagian dari strategi bisnis yang berkelanjutan.
- b. Memberikan bukti empiris bahwa penerapan *Green Accounting* dan *Corporate Social Responsibility* berdampak positif pada pelestarian lingkungan dan berkontribusi pada peningkatan kinerja keuangan.
- c. Memotivasi perusahaan untuk meningkatkan transparansi dalam pelaporan sosial dan lingkungan.