

TESIS

**ANALISIS *GREEN ACCOUNTING*, KINERJA LINGKUNGAN,
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN
GREENWASHING SEBAGAI VARIABEL MODERASI
TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN TAMBANG
YANG TERDAFTAR DI PROPER TAHUN 2018 – 2022**

***ANALYSIS OF GREEN ACCOUNTING, ENVIRONMENTAL
PERFORMANCE, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
AND GREENWASHING AS MODERATING VARIABLES ON
THE PROFITABILITY OF MINING COMPANIES LISTED ON
PROPER IN 2018 - 2022***

disusun dan diajukan

A.YNGWIE TROYARSY

A062211043



kepada

**PROGRAM MAGISTER AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

TESIS

**ANALISIS *GREEN ACCOUNTING*, KINERJA LINGKUNGAN,
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN
GREENWASHING SEBAGAI VARIABEL MODERASI
TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN TAMBANG
YANG TERDAFTAR DI PROPER TAHUN 2018 – 2022**

***ANALYSIS OF GREEN ACCOUNTING, ENVIRONMENTAL
PERFORMANCE, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
AND GREENWASHING AS MODERATING VARIABLES ON
THE PROFITABILITY OF MINING COMPANIES LISTED ON
PROPER IN 2018 - 2022***

sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Magister

disusun dan diajukan oleh

A.YNGWIE TROYARSY

A062211043



kepada

**PROGRAM MAGISTER AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

**ANALISIS GREEN ACCOUNTING, KINERJA LINGKUNGAN,
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN GREENWASHING
SEBAGAI VARIABEL MODERASI TERHADAP PROFITABILITAS
PERUSAHAAN TAMBANG YANG TERDAFTAR DI PROPER
TAHUN 2018 – 2022**

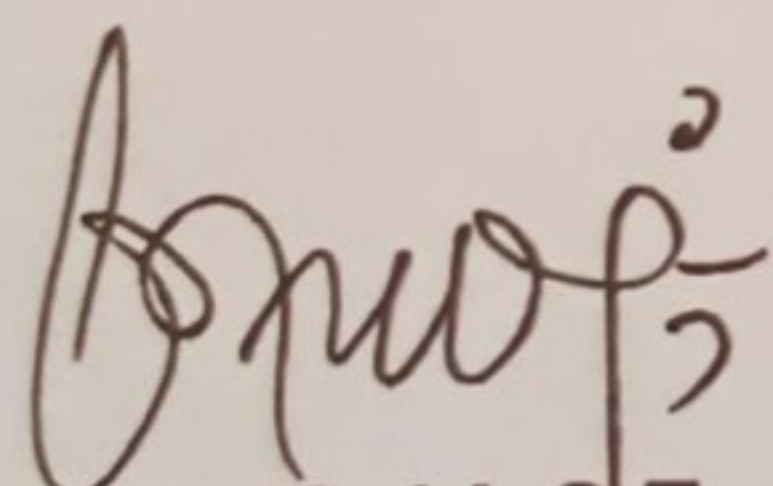
Disusun dan diajukan oleh

**A.YNGWIE TROYARSY
A062211043**

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka Penyelesaian Studi Program Magister **Akuntansi** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Pada tanggal 4 Maret 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

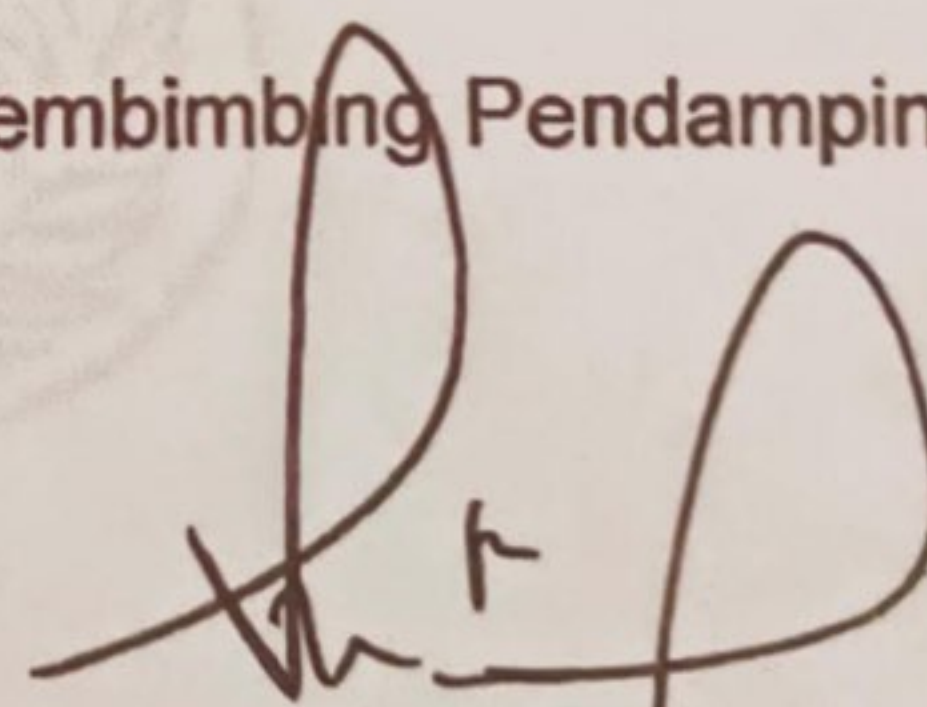
Menyetujui,

Pembimbing Utama



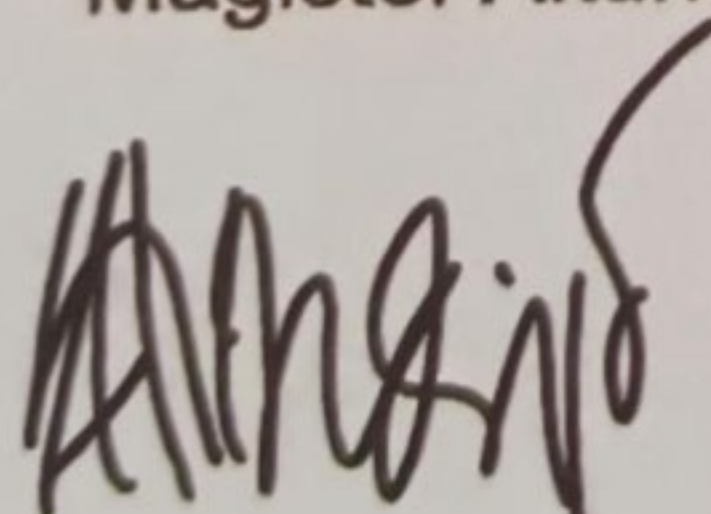
Dr. Darwis Said, S.E., Ak., M.SA.
NIP. 196608221994031009

Pembimbing Pendamping



Dr. Sri Sundari, S.E., Ak., M.Si., CA.
NIP. 196602201994122001

Ketua Program Studi
Magister Akuntansi



Dr. Aini Indrijawati, SE., M.Si., CA.
NIP. 196811251994122002



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin

Prof. Dr. Abd. Rahman Kadir, SE., M.Si.
NIP. 196402051988101001

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : A. Yngwie Troyarsy

NIM : A062211043

Jurusan/program studi : Magister Akuntansi

menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa tesis yang berjudul

ANALISIS GREEN ACCOUNTING, KINERJA LINGKUNGAN, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN GREENWASHING SEBAGAI VARIABEL MODERASI TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN TAMBANG YANG TERDAFTAR DI PROPER TAHUN 2018 – 2022

adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah tesis ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan/ditulis/ diterbitkan sebelumnya, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata di dalam naskah tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, April 2024

Yang membuat pernyataan

A.Yngwie Troyarsy



PRAKATA

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis ini. Tesis ini merupakan tugas akhir untuk mencapai gelar Magister Akuntansi (M.Ak.) pada program Pendidikan Magister Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya tesis ini. Pertama-tama, ucapan terima kasih peneliti berikan kepada bapak Dr. Darwis Said, SE.,Ak.,M.SA.,CA. dan ibu Dr. Sri Sundari, S.E.,M.Si.,Ak.,CA. sebagai dosen pembimbing atas waktu yang telah diluangkan untuk membimbing, memberi motivasi, dan memberi bantuan literatur, serta diskusi-diskusi yang telah dilakukan dengan peneliti.

Ucapan terima kasih juga peneliti tujukan kepada segenap pegawai yang telah memberi andil yang sangat besar dalam pelaksanaan penelitian ini. Semoga bantuan yang diberikan oleh semua pihak mendapat balasan dari Tuhan Yang Maha Esa.

Terakhir, ucapan terima kasih kepada ayah dan ibu, saudara, sahabat, dan teman atas bantuan, nasehat, dan motivasi yang diberikan dari-NYA atas bantuan yang diberikan hingga tesis ini terselesaikan dengan baik.

Tesis ini masih jauh dari sempurna walaupun telah menerima bantuan dari berbagai pihak. Apabila terdapat kesalahan-kesalahan dalam tesis ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab peneliti dan bukan para pemberi bantuan. Kritik dan saran yang membangun akan lebih menyempurnakan tesis ini.

Makassar, April 2024

Peneliti

ABSTRAK

A.YNGWIE TROYARSY. *Analisis Green Accounting, Kinerja Lingkungan, Corporate Social Responsibility, dan Greenwashing sebagai Variabel Moderasi terhadap Profitabilitas Perusahaan Tambang yang Terdaftar di PROPER Tahun 2018 – 2022* (dibimbing oleh Darwis Said dan Sri Sundari).

Penelitian ini bertujuan menguji faktor-faktor yang memengaruhi profitabilitas perusahaan. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Green Accounting*, Kinerja Lingkungan, *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel independen, Profitabilitas sebagai variabel dependen, dan *Greenwashing* sebagai variabel moderasi. Sampel penelitian ini adalah Perusahaan Tambang yang terdaftar di PROPER tahun 2018 – 2022. Teknik analisis data dilakukan dengan analisis regresi linear berganda, Uji Determinasi, dan Uji t. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Green Accounting*, Kinerja Lingkungan, dan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Profitabilitas. *Greenwashing* memoderasi pengaruh *Green Accounting*, Kinerja Lingkungan, dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di PROPER periode 2018 – 2022.

Kata kunci: *green accounting*, kinerja lingkungan, *corporate social responsibility*, *greenwashing*, profitabilitas



ABSTRACT

A. YNGWIE TROYARSY. *Analysis of Green Accounting, Environmental Performance, Corporate Social Responsibility, and Greenwashing as Moderating Variables on Profitability of Mining Companies Listed in PROPER in 2018-2022* (supervised by Darwis Said and Sri Sundari)

This study aims to examine the factors affecting company profitability. The variables used in this study were green accounting, environmental performance, corporate social responsibility as independent variables, profitability as the dependent variable, and greenwashing as a moderating variable. The sample of this research was mining companies listed in PROPER in 2018 - 2022. The data analysis techniques used were multiple linear regression analysis, determination test, and t-test. The results show that green accounting, environmental performance, and corporate social responsibility have an effect on profitability; greenwashing moderates the effect of green accounting, environmental performance, and corporate social responsibility on profitability in mining sector companies listed in PROPER for the period 2018-2022

Keywords: green accounting, environmental performance, corporate social responsibility, greenwashing, profitability.



DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN.....	iii
PRAKATA.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	12
1.3. Tujuan Penelitian	13
1.4. Kegunaan Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1. Tinjauan Teori dan Konsep	15
2.1.1. <i>Green Accounting</i>	15
2.1.2. Indikator <i>Green Accounting</i>	15
2.1.3. Kinerja Lingkungan	16
2.1.4. Indikator Kinerja Lingkungan.....	16
2.1.5. <i>Corporate Social Responsibility</i>	18
2.1.6. Indikator <i>Corporate Social Responsibility</i>	18
2.1.7. <i>Greenwashing</i>	19
2.1.8. Indikator <i>Greenwashing</i>	21
2.1.9. Profitabilitas perusahaan.....	22
2.1.10. Indikator Profitabilitas perusahaan	23
2.1.11. <i>Goal Setting Theory</i>	24
2.1.12. Teori Atribusi.....	27
2.2. Penelitian Terdahulu	28
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL	30
3.1. Kerangka Konseptual.....	30
3.2. Hipotesis	31
3.2.1. Pengaruh <i>Green Accounting</i> terhadap Profitabilitas perusahaan	31
3.2.2. Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Profitabilitas perusahaan	32
3.2.3. Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Profitabilitas perusahaan	33
3.2.4. <i>Greenwashing</i> memoderasi pengaruh <i>Green Accounting</i> terhadap Profitabilitas perusahaan	34

3.2.5. <i>Greenwashing</i> memoderasi pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Profitabilitas perusahaan	36
3.2.6. <i>Greenwashing</i> memoderasi pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Profitabilitas perusahaan.....	38
BAB IV METODE PENELITIAN	40
4.1. Rancangan Penelitian.....	40
4.2. Populasi.....	40
4.3. Teknik Pengumpulan Data.....	42
4.4. Variabel dan Definisi Operasional.....	43
4.5. Teknik Analisis Data	45
4.5.1. Statistik Deskriptif.....	45
4.5.2. Uji Asumsi Klasik.....	46
4.5.2.1. Uji Normalitas	46
4.5.2.2. Uji Multikolinearitas	46
4.6. Uji Hipotesis.....	46
4.6.1. Uji Analisis Regresi Moderasi.....	46
4.6.2. Uji Parsial (Uji T)	48
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
5.1. Hasil Penelitian	49
5.1.1. Uji Normalitas	49
5.1.2. Hasil Uji Multikolinearitas.....	50
5.1.3. Hasil Uji Analisis Regresi Moderasi	51
5.1.4. Uji Parsial (Uji T).....	55
5.2. Pembahasan.....	56
BAB VI PENUTUP	65
6.1. Kesimpulan	65
6.2. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

2.1.	Indikator peringkat PROPER	17
2.2.	Penelitian Terdahulu	28
4.1.	Kelompok skoring <i>Greenwashing</i> terhadap isu lingkungan.....	41
4.2.	Proses Seleksi Sampel Penelitian	42
4.3.	Definisi Operasional Variabel	43
5.1.	Hasil Uji Normalitas.....	49
5.2.	Hasil Uji Multikolinearitas	50
5.3.	Hasil Uji Analisis Persamaan Regresi 1	52
5.4.	Nilai R Square dan Adjusted R Square Regresi 1	52
5.5.	Hasil Uji Analisis Persamaan Regresi 2	53
5.6.	Nilai R Square dan Adjusted R Square Regresi 2	54
5.7.	Hasil Uji T.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

3.1. Model Penelitian.....	30
----------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Output SPSS.....	75
Sampel Penelitian	80
Hasil Indikator Green Accounting	83
Hasil Indikator Kinerja Lingkungan	85
Hasil Indikator Corporate Social Responsibility.....	88
Hasil Indikator Greenwashing.....	90
Hasil Indikator Profitabilitas	93

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dampak lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan tambang semakin tidak terkendali yang telah menjadi sorotan terhadap kerusakan lingkungan. Kerusakan lingkungan berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2021 mengenai pencemaran lingkungan yang terjadi yaitu pencemaran air sebanyak 10,683 kasus, pencemaran tanah sebanyak 1,499 kasus, dan pencemaran udara sebanyak 5,644 kasus. BPS mencatat sebanyak 4.496 desa/kelurahan mengalami pencemaran dari limbah pabrik, dan 27 desa/kelurahan dari sumber-sumber lainnya (www.bps.go.id). Kerusakan lingkungan sangat menyengsarakan kehidupan makhluk hidup yang dapat menjadi malapetaka terhadap keberlangsungan hidup.

Dalam beberapa dekade terakhir lembaga IPCC (*Intergovernmental Panel on Climate Change*) yang merupakan badan resmi dalam penilaian perubahan iklim dunia. IPCC memprediksi peningkatan suhu rata-rata global akan terus terjadi hingga mencapai sekitar 3 derajat *Fahrenheit* atau setara dengan 1,5 derajat *Celsius* dan angka ini dapat berubah lebih tinggi akibat efek gas rumah kaca oleh aktivitas manusia. Namun, perubahan iklim tidak sekadar menitikberatkan pada peningkatan suhu. Beberapa fenomena yang terjadi seperti kenaikan suhu permukaan air laut, perubahan pola cuaca seperti kekeringan dan banjir juga menjadi pokok permasalahan perubahan iklim.

Menurut (Physical & Basis, 2021) bahwa perubahan iklim telah menyebabkan peningkatan suhu bumi yang semakin lama semakin tinggi. Laporan Penilaian Keenam IPCC yang diterbitkan pada tahun 2021, mengemukakan bahwa emisi gas yang dihasilkan manusia telah meningkatkan suhu hampir 2 derajat *Fahrenheit* atau setara 1,1 derajat *Celsius*. Ada dua jenis kekeringan utama yang dapat mempengaruhi pada wilayah Indonesia, yaitu kekeringan meteorologis (biasanya terkait dengan defisit curah hujan) dan kekeringan hidrologis (biasanya terkait dengan defisit aliran air permukaan dan bawah permukaan yang berpotensi berasal dari daerah aliran sungai yang lebih luas di wilayah ini). Saat ini, Indonesia menghadapi probabilitas rata-rata tahunan mengalami kekeringan meteorologis yang parah berkisar 4% sampai 6% yang sebagaimana didefinisikan oleh lembaga Indeks Penguapan Curah Hujan melalui sertifikasi Penurunan Emisi Indonesia (SPEI). Kekeringan diperkirakan akan meningkat dalam frekuensi dan intensitasnya mengingat adanya hubungan antara kekeringan dengan kejadian *El Nino*, yang diperkirakan akan meningkat dalam frekuensi dan intensitasnya melalui suhu global yang lebih panas.44,45 suhu global.

Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan telah mencetuskan sebuah program sejak tahun 2002 untuk menanggulangi masalah pengelolaan lingkungan perusahaan yang buruk yaitu Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER). Pemerintah juga mengeluarkan UU No. 40 tahun 2007 yang mewajibkan perseroan terbatas (PT) untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (pasal 77) dan wajib melaporkan kinerja tanggung

jawab sosial dan lingkungan dalam Laporan Tahunan Direksi pada saat RUPS (pasal 66) dan didukung oleh PP No. 47 Tahun 2012 yang menyangkut tentang lingkungan hidup. Kinerja lingkungan perusahaan-perusahaan dinilai langsung oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) yaitu dengan menggunakan warna sebagai simbol kualitas pengelolaan lingkungan berdasarkan indikator yang telah disesuaikan lembaga KLHK, yaitu warna hitam, merah, biru, hijau, dan emas. Program ini akan mendorong perusahaan dalam melakukan kegiatan-kegiatan pengelolaan lingkungan yang memiliki dampak positif sehingga memberikan dampak positif juga bagi citra dan masa depan perusahaan.

Kerusakan lingkungan yang sampai saat ini terjadi di Indonesia merupakan bukti konkret bahwa kinerja lingkungan yang buruk belum menjadi bahan pertimbangan perusahaan dalam mengelola lingkungan serta memiliki keterkaitan erat dengan kesejahteraan sosial lingkungan dan ekonomi. *Green Accounting* merupakan suatu tahapan, identifikasi, pengakuan, pengukuran, penyajian serta pengungkapan atas seluruh biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memperbaiki kualitas lingkungan dengan cara mencegah, mengurangi bahkan menghindari dampak negatif terhadap lingkungan. *Green Accounting* dipandang sebagai solusi dari permasalahan lingkungan yang ada (Dianty & Nurrahim, 2022; Yuliani & Prijanto, 2022). Menurut penelitian dari (Putri et al., 2014; Homan, 2016; Festus & Akinselure, 2017; Chasbiandani et al., 2019; Nisa et al., 2020; Sari et al., 2022), bahwa penerapan *Green Accounting* memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan. Hal ini dikarenakan adanya peningkatan persepsi konsumen terhadap prinsip ramah lingkungan

perusahaan yang pada akhirnya akan meningkatkan penjualan dan laba perusahaan.

Kemudian menurut penelitian dari (Lestari et al., 2019) menunjukkan bahwa penerapan *Green Accounting* yang diukur dengan kinerja lingkungan berpengaruh terhadap tingkat profitabilitas. Perusahaan yang memperhatikan seluruh aspek operasional bisnisnya terhadap lingkungan berdampak pada profitabilitas perusahaan. Profitabilitas perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan sering dikaitkan dengan harga saham (Indrarini, 2019). Semakin baik tingkat kepercayaan investor terhadap perusahaan maka profitabilitas perusahaan juga semakin tinggi.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, yaitu berasal dari kegiatan penjualan, penggunaan aset, maupun penggunaan modal. Profitabilitas yang digunakan sebagai kriteria penilaian hasil operasi perusahaan mempunyai manfaat yang sangat penting dan dapat dipakai, yaitu mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode, mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang, mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri. Jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan adalah, *Profit margin (profit margin on sales)*, *Return on Assets (ROA)*, *Return on Equity (ROE)*, *Return on Total Aset*, *Basic Earning Power*, *Earning Per Share*, *Contribution Margin* yang disusun pada laporan keuangan serta laporan keberlanjutan

perusahaan.

Namun beberapa informasi yang dipublikasikan melalui laporan dapat dimodifikasi sedemikian rupa agar melaporkan informasi yang positif saja yang dalam arti terdapat kata-kata maupun kalimat “menyesatkan”, “komunikasi”, dan “disinformasi” (Tateishi, 2017) yang biasa disebut *greenwashing* sebagai “komunikasi yang menyesatkan para pihak terkait dengan performa atau kelebihan terhadap lingkungan dengan mengungkapkan menyebarkan informasi positif terkait sebuah organisasi, layanan atau produk”. *Greenwashing* secara umum dapat didefinisikan dengan dua cara, yaitu sebagai pengungkapan selektif dan sebagai pemisahan. Pengungkapan selektif *greenwashing* adalah pola komunikasi yang dibangun oleh perusahaan yang menyesatkan konsumen maupun investor mengenai kinerja perusahaan yang baik terhadap lingkungan tetapi menutupi praktik yang tidak etis (Lyon & Montgomery, 2015).

Pengungkapan selektif merupakan pendekatan simbolik yang digunakan oleh suatu operasi bisnis untuk membangun reputasi positif dan menyembunyikan kinerja perusahaan secara keseluruhan yang merugikan lingkungan dengan cara menonjolkan informasi positif yang sebenarnya tidak signifikan dalam upaya pelestarian alam (Marquis et al., 2016). *Greenwashing* merupakan tindakan untuk memberikan kesan yang baik kepada para pemangku kepentingan dengan menjanjikan tindakan-tindakan yang ramah lingkungan namun gagal menindaklanjuti janji-janji tersebut (Siano et al., 2017). Pada penelitian sebelum dari (Ha, 2022), ditemukan bahwa *Greenwashing* dan inisiatif ramah lingkungan yang hanya sekedar pencitraan yang menyebabkan konsumen menjadi skeptis. Kebingungan

yang dialami konsumen dan pengalaman buruk mengenai kasus *Greenwashing* dapat membuat kepercayaan terhadap merek menurun dan juga sulit mempercayai janji baik perusahaan untuk peduli terhadap lingkungan sehingga juga dapat mempengaruhi citra perusahaan secara keseluruhan. *Greenwashing* dapat berupa klaim yang menipu dalam iklan, laporan keuangan yang menyesatkan, tindakan yang menyesatkan pihak berwenang, atau perusahaan yang tampaknya telah mempertahankan komitmen mereka untuk berkontribusi terhadap lingkungan untuk menyembunyikan pengaruh negatif yang mereka miliki terhadap lingkungan (Ioannou et al., 2023). Akibat maraknya praktik *Greenwashing* yang dilakukan perusahaan dalam strategi bisnis beberapa tahun terakhir, pihak yang berkepentingan sulit membedakan antara praktik ramah lingkungan yang benar-benar dilaksanakan atau perusahaan yang hanya mengumbar janji namun tidak benar-benar peduli dengan kerusakan lingkungan (Donny & Putra, 2017).

Kinerja lingkungan perusahaan (*Environmental Performance*) merupakan kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik. Kinerja lingkungan merupakan hubungan perusahaan dengan lingkungan mengenai dampak lingkungan dari sumber daya yang digunakan. Apabila tingkat kerusakan lingkungan tinggi akibat aktivitas perusahaan berarti kinerja lingkungan perusahaan buruk (Bahri, 2016). Menurut Tahu et al., (2019) kinerja lingkungan secara signifikan mempengaruhi profitabilitas perusahaan, sedangkan pengungkapan lingkungan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. Kinerja lingkungan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk melihat kinerja perusahaan dikarenakan citra positif

perusahaan dapat meningkatkan minat *stakeholder* untuk melakukan pembelian produk perusahaan yang akan membuat profitabilitas meningkat (laba perusahaan meningkat). Profitabilitas perusahaan yang meningkat akan meningkatkan pula harga saham dan nilai saham perusahaan sehingga menarik minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut.

Penelitian oleh (Fauzi et al., 2016) dan (Che Ahmad et al., 2015) menyebutkan bahwa profitabilitas secara positif signifikan dapat memperkuat pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan. Artinya, perusahaan yang memiliki aktivitas pengelolaan lingkungan yang bagus dan didukung oleh kondisi perusahaan yang profitabel, berdampak pada semakin meningkatnya minat pemegang saham sehingga nilai perusahaan akan mengalami peningkatan. Pada penelitian ini penulis menggunakan teori Pencapaian Tujuan (*Goal Setting Theory*) oleh (Tondello et al., 2018) dan Teori Atribusi. Teori pencapaian tujuan digunakan karena berhubungan langsung terhadap tujuan dengan hasil pemeringkatan PROPER sebagai arah tujuan perusahaan yang dibuat oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan dalam mencapai citra yang baik dan laba yang maksimal, bahwa setiap perusahaan memiliki kewajiban untuk melakukan dan mendapatkan hasil kinerja lingkungan dan sosial yang baik.

Menurut teori yang dikemukakan oleh (Tosi et al., 1991), Teori Penetapan Tujuan (*Goal Setting Theory*) ini menjelaskan tentang hubungan antara tujuan yang ditetapkan dengan prestasi kerja (kinerja). Teori ini menjelaskan bahwa penetapan tujuan yang menantang dan dapat diukur hasilnya akan dapat meningkatkan prestasi kinerja yang diikuti dengan memiliki kemampuan dan keterampilan kerja. Tuntutan kinerja atas instansi-

instansi publik, pemerintah daerah wajib menyampaikan pertanggungjawaban keberhasilan ataupun kegagalan yang dialami instansi harus dipublikasikan melalui laporan kinerja instansi pemerintah yang transparan. Individu memiliki beberapa tujuan, memilih tujuan, dan mereka termotivasi untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut (Srimindarti, 2012).

Teori ini mengasumsikan bahwa faktor utama yang memengaruhi pilihan yang dibuat individu adalah tujuan yang mereka miliki. *Goal* menunjukkan pencapaian standar khusus dari suatu keahlian terhadap tugas dalam batasan waktu tertentu. *Harder Goal* akan dapat tercapai bila ada usaha dan perhatian yang lebih besar dan membutuhkan lebih banyak *knowledge* dan *skill* daripada *easy goal*. Menurut (Matana, 2017), menyatakan bahwa komitmen tujuan berdampak pada proses *goal setting* yang akan berkurang bila ada konflik kesulitan ataupun masalah dalam mencapai tujuan. *Goal Setting Theory* telah menunjukkan adanya pengaruh signifikan dalam perumusan tujuan (Tutuk Ari, 2009). Kekhususan dan kesulitan merupakan atribut dari penetapan tujuan. Umumnya, semakin sulit dan spesifik tujuan yang ditetapkan, semakin tinggi tingkat prestasi kinerja yang akan dihasilkan.

Teori selanjutnya yaitu teori atribusi oleh (Rahmi & Sovia, 2017) digunakan karena berhubungan langsung dengan kepatuhan perusahaan menjaga komitmen lingkungan dalam mencapai laba yang maksimal beserta citra ramah lingkungan yang baik menjadi penyebab untuk melakukan suatu hal yang harus dilakukan. Menurut penelitian dari (Rahmi & Sovia, 2017). Teori atribusi mempelajari proses bagaimana seseorang menginterpretasikan suatu peristiwa, alasan, atau sebab perilakunya.

Perilaku seseorang ditentukan oleh kombinasi antara kekuatan internal, yaitu faktor-faktor yang berasal dari dalam diri seseorang, seperti faktor kemampuan usaha dan kekuatan eksternal yaitu faktor-faktor yang berasal dari luar, seperti kesulitan dalam melakukan pekerjaan atau keberuntungan. Komitmen perusahaan dapat mengarahkan seorang pekerja dalam melakukan berbagai tindakan. Apabila seorang pekerja mempunyai komitmen yang tinggi terhadap organisasi atau perusahaan, maka akan dapat menurunkan tingkat terjadinya tindakan kecurangan. Kewajiban tersebut dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor eksternal berasal dari kewajiban sertifikasi pemeringkatan PROPER yang dikeluarkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. Faktor internal berasal dari pihak internal perusahaan itu sendiri yaitu profitabilitas perusahaan. Dalam penelitian ini variabel yang termasuk dalam faktor eksternal yang dapat mempengaruhi penilaian sertifikasi PROPER yaitu kinerja lingkungan, *Corporate Social Responsibility*, dan profitabilitas perusahaan.

Meningkatnya permintaan akan produk pertambangan telah meningkatkan konsumsi sumber daya alam dan dapat mencemari lingkungan. Hasil Asesmen Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan bahwa Jumlah peserta PROPER tahun 2022 mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya sebesar 23%, dari 2.593 perusahaan menjadi 3.200 perusahaan. Berdasarkan penilaian Direktorat Jenderal Pengendalian Pencemaran dan Kerusakan Lingkungan, Direktorat Jenderal Pengelolaan Sampah, Limbah dan B3 KLHK, Dinas Lingkungan Hidup 33 Provinsi, perguruan tinggi serta Dewan Pertimbangan PROPER, maka Menteri LHK

menetapkan peringkat kinerja perusahaan PROPER periode 2021 – 2022 sebanyak 51 perusahaan berperingkat EMAS, 170 perusahaan berperingkat HIJAU, 2.031 perusahaan berperingkat BIRU, 887 perusahaan berperingkat MERAH, 2 perusahaan berperingkat HITAM, 59 perusahaan dikenakan penegakan hukum/ tidak beroperasi/ ditangguhkan. Dari 3.200 perusahaan tersebut terdiri dari 1.180 Agroindustri, 1.356 Manufaktur Prasarana Jasa, dan 664 Pertambangan Energi Migas. Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan di lain hal penilaian PROPER bukan hanya tentang bagaimana andil perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang sehat tetapi juga berhubungan dengan kelengkapan dokumen lingkungan perusahaan membuktikan bahwa ada bukti historis administrasi mengenai pengeluaran biaya dan juga bukti nyata kegiatan lingkungan yang biasanya perusahaan bentuk dalam suatu laporan khusus atau pos yang berisi biaya lingkungan dalam laporan keuangan perusahaan ataupun dipisahkan ke dalam laporan keberlanjutan. Laporan keuangan dan juga laporan keberlanjutan merupakan pusat informasi perusahaan dengan pihak di luar perusahaan bahwa bagaimana kondisi perusahaan dalam menghasilkan laba diikuti dengan pembangunan yang berkelanjutan dengan taat terhadap kategorisasi PROPER bagi setiap perusahaan yang bertanggung jawab terhadap lingkungan (Mustika & Farikhah, 2021). Isu lingkungan dan sosial yang dapat menimbulkan efek negatif ini tentu saja memaksa bisnis perusahaan untuk mengatasi masalah lingkungan. Bentuk adaptasi operasi perusahaan terhadap kepedulian lingkungan adalah *Green Accounting* yang merupakan suatu bidang ilmu yang mengakses aspek ekonomi, aspek sosial dan juga aspek. Sebelumnya, laporan keuangan tidak memberikan secara komplit

ataupun tidak sama sekali informasi mengenai dampak lingkungan, tetapi saat ini itu telah menjadi penilaian dan pertimbangan khusus sebagai kinerja perusahaan terhadap lingkungan sekitar sehingga tercipta *Green Accounting* yang menjadi tanggung jawab manusia terhadap lingkungannya.

Dampak yang terjadi pada lingkungan seperti kebisingan, pencemaran tanah dan udara merupakan dampak negatif yang ditimbulkan oleh setiap kegiatan perusahaan yaitu pertambangan yang bersaing untuk mendapatkan keuntungan (profit) setinggi-tingginya tanpa memperdulikan dampak lingkungannya. Namun, kenyataannya praktik bisnis dan industri korporasi Indonesia sudah puluhan tahun tidak tanggap terhadap masalah lingkungan. Masyarakat miskin sejak awal, ternyata yang miskin tetap miskin, menjadi semakin miskin karena masyarakat menanggung biaya kesehatan tambahan akibat dampak operasi bisnis yang boros di lingkungannya.

Permasalahan lingkungan yang sampai saat ini terjadi salah satunya adalah pertambangan yang menimbulkan secara langsung polusi dan dampak kualitas lingkungan sangatlah besar. Dampak yang ditimbulkan akibat kegiatan pertambangan adalah pencemaran dan kerusakan dalam pengelolaan lingkungan hidup yang pada umumnya bersifat sulit, bahkan tidak dapat dipulihkan. Karena itu, upaya preventif terhadap permasalahan lingkungan yang bersumber dari kegiatan pertambangan dapat diwujudkan melalui regulasi yang mengatur pengelolaan lingkungannya (Listiyani et al., 2021), sehingga peneliti memutuskan memilih perusahaan pertambangan sebagai fokus objek penelitian.

Berdasarkan penjelasan tersebut peneliti berniat untuk mengangkat judul “Analisis *Green Accounting*, Kinerja Lingkungan, *Corporate Social*

Responsibility, dan *Greenwashing* sebagai variabel moderasi terhadap Profitabilitas perusahaan Tambang yang terdaftar di PROPER tahun 2018 – 2022” dengan ini peneliti ingin mengetahui pengaruh dampak lingkungan dan sosial yang ditimbulkan beserta citra palsu perusahaan yang mungkin dibentuk atau terbentuk terhadap laba yang dihasilkan perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini bahwa:

1. Apakah *Green Accounting* berpengaruh terhadap Profitabilitas perusahaan?
2. Apakah Kinerja Lingkungan berpengaruh terhadap Profitabilitas perusahaan?
3. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Profitabilitas perusahaan?
4. Apakah *Greenwashing* memoderasi pengaruh *Green Accounting* terhadap Profitabilitas perusahaan?
5. Apakah *Greenwashing* memoderasi pengaruh kinerja lingkungan terhadap Profitabilitas perusahaan?
6. Apakah *Greenwashing* memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah dirumuskan, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Green Accounting*

terhadap profitabilitas perusahaan.

2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kinerja lingkungan terhadap profitabilitas perusahaan.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap profitabilitas perusahaan.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Greenwashing* memoderasi *Green Accounting* terhadap profitabilitas perusahaan
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Greenwashing* memoderasi kinerja lingkungan terhadap profitabilitas perusahaan.
6. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Greenwashing* memoderasi *Corporate Social Responsibility* terhadap profitabilitas perusahaan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan secara teoritis maupun praktis yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan mampu menggali lebih dalam teori-teori yang sudah ada seperti, Teori motivasi (*Goal Setting Theory*) dan teori atribusi (*Attribution Theory*) bagi para akademisi khususnya para peneliti yang melakukan penelitian terkait dengan penelitian ini, bahkan diharapkan mampu melahirkan teori/konsep baru sebagai pengembangan dari teori-teori yang sudah ada yang menjadi acuan dalam penelitian ini.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan sebagai dasar pertimbangan untuk mengedepankan faktor-faktor lingkungan,

sosial, dan ekonomi yang menjadi suatu kesatuan keberlanjutan sempurna mencapai manfaat yang seimbang tanpa adanya diskriminasi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori dan Konsep

2.1.1. *Green Accounting*

Menurut (Dewi & Wardani, 2022) mengemukakan bahwa *Green Accounting* merupakan paradigma yang menyatakan bahwa akuntansi tidak berfokus terhadap transaksi, peristiwa, dan objek keuangan saja, tetapi juga pada transaksi, peristiwa, dan objek lingkungan. Sebenarnya telah ada konsep *triple bottom line* yang memiliki arti yang hampir sama yaitu yang menjelaskan bahwa *Green Accounting* terdiri dari 3 pilar dasar yaitu *Green Accounting*, akuntansi sosial, dan akuntansi keuangan.

Green Accounting merupakan proses akuntansi yang mengakui hingga melaporkan transaksi, kejadian, dan objek lingkungan dalam rangka menciptakan informasi *Green Accounting*, akuntansi sosial adalah proses akuntansi dalam rangka untuk menciptakan informasi akuntansi sosial, sedangkan akuntansi keuangan adalah proses akuntansi dalam rangka untuk menciptakan informasi akuntansi keuangan.

2.1.2. Indikator *Green Accounting*

Menurut (Efria et al., 2023), menyatakan bahwa *Green Accounting* adalah biaya-biaya lingkungan yang perlu diperhatikan oleh para *stakeholders* perusahaan yang mampu mendorong dalam pengidentifikasian cara-cara yang dapat mengurangi atau menghindari biaya-biaya ketika pada waktu yang bersamaan sedang memperbaiki kualitas lingkungan. Variabel *Green Accounting*

dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Biaya Lingkungan} = \frac{\text{Cost}}{\text{Profit}} \times 100\%$$

2.1.3. Kinerja Lingkungan

Menurut (Bahri, 2016), kinerja lingkungan perusahaan (*Environmental Performance*) adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik. Kinerja lingkungan merupakan hubungan perusahaan dengan lingkungan mengenai dampak lingkungan dari sumber daya yang digunakan, efek lingkungan dari proses organisasi, implikasi lingkungan atas produk dan jasa, pemulihan pemrosesan produk serta mematuhi peraturan lingkungan kerja. Apabila tingkat kerusakan lingkungan tinggi akibat aktivitas perusahaan berarti kinerja lingkungan perusahaan buruk dan sebaliknya. Semakin rendah dampak kerusakan lingkungan berarti semakin baik perusahaan tersebut dalam mengelola lingkungannya.

2.1.4. Indikator Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan adalah mekanisme bagi perusahaan untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan ke dalam operasinya dan interaksinya dengan stakeholders, yang melebihi tanggung jawab perusahaan di bidang umum. Kinerja lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan bertujuan menciptakan lingkungan yang baik atau hijau (Tahu et al., 2019). Seperti yang telah diatur di dalam PSAK No 33 (Revisi 2011) diterapkan untuk akuntansi pertambangan umum yang terkait dengan aktivitas pengupasan lapisan tanah dan aktivitas pengelolaan lingkungan hidup.

Menurut (Yuliani & Prijanto, 2022), kinerja lingkungan diukur dengan dengan indeks PROPER, dimana Pemerintah mengevaluasi kinerja pengelolaan lingkungan perusahaan menggunakan warna.

Tabel 2.1
Indikator Peringkat PROPER

PERINGKAT	KETERANGAN
Emas	Untuk usaha dan atau kegiatan yang telah secara konsisten menunjukkan keunggulan lingkungan (<i>Environmental Excellency</i>) dalam proses produksi dan/atau jasa, melaksanakan bisnis yang beretika dan bertanggung jawab terhadap masyarakat.
Hijau	Untuk usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dalam peraturan (<i>Beyond Compliance</i>) melalui pelaksanaan sistem pengelolaan lingkungan dan mereka telah memanfaatkan sumber daya secara efisien serta melaksanakan tanggung jawab sosial dengan baik.
Biru	Untuk usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan, yang dipersyaratkan sesuai dengan ketentuan atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.
Merah	Bagi mereka yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan tetapi belum sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan.
Hitam	Diberikan kepada mereka yang dalam melakukan usaha dan/atau kegiatannya, telah dengan sengaja melakukan perbuatan atau melakukan kelalaian sehingga mengakibatkan terjadinya pencemaran atau kerusakan lingkungan, serta melanggar peraturan perundang-undangan yang berlaku dan/atau tidak melaksanakan sanksi administrasi.

Sumber: Kementerian Lingkungan Hidup (KLH), (Yuliani & Prijanto, 2022)

Sistem peringkat kinerja PROPER dibagi menjadi 5 (lima) warna yaitu

1.	Emas	Sangat Baik	Skor = 5
2.	Hijau	Baik	Skor = 4
3.	Biru	Cukup	Skor = 3
4.	Merah	Buruk	Skor = 2
5.	Hitam	Sangat Buruk	Skor = 1

2.1.5. Corporate Social Responsibility

Menurut (Dipasti & Sulistyowati, 2022), *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah program tanggung jawab sosial perusahaan atas dampak dari operasi kegiatan bisnis perusahaan yang merupakan tindakan etis yang wajib dilakukan oleh perusahaan, agar hubungan baik terjalin antara perusahaan dan masyarakat sekitar, serta akan berdampak baik pula untuk keberlangsungan hidup perusahaan.

Perusahaan harus memiliki tindakan tanggungjawab kepada masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan tersebut berdiri dan beraktivitas. Banyak penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa CSR berkaitan erat dengan teori pemangku kepentingan, yang mana pada teori tersebut terdapat usulan mengenai perusahaan harus memiliki tanggungjawab kepada shareholders dan stakeholders, termasuk diantaranya adalah masyarakat dan lingkungan (Jaisinghani & Sekhon, 2022).

2.1.6. Indikator Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah program tanggung jawab sosial perusahaan atas dampak dari operasi perusahaan. CSR merupakan tindakan etis yang wajib dilakukan oleh perusahaan, agar hubungan baik terjalin antara perusahaan dan masyarakat sekitar, serta akan berdampak baik pula untuk keberlangsungan hidup perusahaan. Sesuai yang dikemukakan Elkington (1997) yaitu The Triple Bottom Line, yang menyatakan bahwa perusahaan perlu memperhatikan 3P yaitu Profit, Planet, dan People untuk menjaga kelangsungan hidupnya. CSR telah diatur dalam PP No. 47 Tahun 2012. Program CSR sudah

bersifat mandatori, namun kasus rendahnya pengungkapan CSR masih sering terjadi. Di Kabupaten Kotawaringin Timur, sekitar 58 perusahaan perkebunan kelapa sawit, juga terdapat sejumlah perusahaan perkayuan, kehutanan, perbankan, dan lainnya. Pelaksanaan program CSR selama ini belum terkoordinasi dengan baik dan cenderung tidak transparan (Junus, 2022). Kasus rendahnya pengungkapan CSR juga ditemukan pada PT Siantar Top di Bekasi yang meresahkan warga Kelurahan Bojong Rawalumbu dan Bojong Menteng, karena perusahaan membuang limbah sembarangan ke sungai, sehingga menggenang dan menjadi hijau kehitaman, serta baunya yang menyengat (Bekasi Ekspres, 2017).

CSR disclosure setiap perusahaan memang berbeda-beda, karena terdapat berbagai faktor pemicunya. Salah satu faktor CSR disclosure adalah profitabilitas. Hubungan CSR disclosure dan profitabilitas adalah jika semakin tinggi profitabilitas perusahaan, menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan dana untuk kegiatan CSR (Suprasto & Haryanti, 2019). Leverage juga dapat mempengaruhi pengungkapan CSR.

Dalam penelitian (Dipasti & Sulistyowati, 2022), variabel *Corporate Social Responsibility* dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut

$$CSR = \frac{\text{Biaya Lingkungan}}{\text{Laba Bersih}}$$

2.1.7. Greenwashing

Menurut (Gracianty, 2023), *Greenwashing* adalah istilah dalam Kampanye Hijau di mana organisasi menyampaikan citra baik lingkungan organisasi kepada masyarakat umum, bahwa organisasi telah melakukan proses bisnis tanpa membahayakan ekosistem dan sosial.

Greenwashing sering dilakukan oleh organisasi untuk mengontrol penilaian umum (Gracianty, 2023). *Greenwashing* telah banyak dibahas oleh para akademisi sebagai "demonstrasi menipu investor dengan tindakan alami ramah lingkungan dari keadaan organisasi saat ini atau keuntungan ekologis dari item atau administrasi. Informasi saat ini tentang teknik alami perusahaan pada umumnya akan meremehkan citra ekologi perusahaan. dengan melihat latihan representatif, misalnya, *Greenwashing*, dan tidak melihat inventaris atau kepentingan untuk implikasi bersama seputar penghijauan seperti yang dikhawatirkan, banyak *Greenwasher* adalah pencemar terbesar di dunia.

Dampak *Greenwashing* sering menyebabkan lebih banyak pelanggaran dibandingkan organisasi yang telah menyebabkan banyak masalah organisasi dan asosiasi *Greenwashing* dapat bergantung pada reputasi mereka yang baik, dan kemungkinan mendapatkan ruang tambahan dari pemerintah, media, dan pedoman publik ketika mereka mengabaikan. Perusahaan semakin mempertimbangkan merek, terutama dalam kondisi persaingan merek yang semakin ketat. Perusahaan semakin menyadari pentingnya merek bagi keberhasilan suatu produk, sehingga kegiatan manajemen merek yang strategis, dan perluasan merek untuk memperkuat posisi merek dalam persaingan, sangat dianggap oleh perusahaan sebagai kekayaan atau modal sosial. untuk perusahaan. Tujuan atau fokus utama banyak perusahaan selama beberapa waktu adalah membangun merek yang kuat. Hal ini akan menciptakan keunggulan bersaing perusahaan (Setiawan & Patricia, 2022), sehingga perusahaan memiliki ekuitas merek yang kuat. Hal ini menjadi salah satu fokus utama dari perusahaan.

2.1.8. Indikator *Greenwashing*

Menurut (Walker & Wan, 2012), *Greenwashing* menunjukkan bahwa suatu informasi yang tidak didasari oleh tindakan substantif atau bersifat simbolis. *Greenwashing* mengamufase minimnya komitmen lingkungan yang telah dilaksanakan perusahaan. Skor *Greenwashing* diperoleh dari selisih skor *symbolic action* (sejauh mana perusahaan mendiskusikan komitmen atau rencana mereka terhadap perlindungan lingkungan) dengan skor *substantive action* (sejauh mana perusahaan menjelaskan tindakan yang telah dilakukan untuk mengurangi dan mencegah kerusakan lingkungan). Rentang nilai 1 – 7 untuk *symbolic action* dan *substantive action* diberikan pada setiap kelompok isu, dengan 1= tidak ada *substantive action* atau *symbolic action* (*no substantive or symbolic action*), dan 7= semua *substantive action* atau *symbolic action* (*all substantive or symbolic action*).

Penilaian didasarkan pada pernyataan tentang tindakan yang telah dilakukan perusahaan untuk mengurangi kerusakan lingkungan. Semakin spesifik dan detail penjelasan langkah-langkah yang telah diterapkan, semakin tinggi skor *substantive action*. Sebaliknya, semakin umum (*general*) informasi tentang pelaksanaan komitmen lingkungan maka semakin tinggi skor *symbolic action*. Dengan demikian, nilai positif tinggi mengindikasikan *symbolic action* yang disertai sedikit atau tanpa *substantive action* (*skor symbolic action* lebih besar daripada skor *substantive action*). Nilai negatif tinggi mengindikasikan dominasi *substantive action* yang disertai sedikit atau tanpa *symbolic action* (*skor symbolic action* lebih kecil daripada skor *substantive action*). Isu yang tidak dibahas dalam laporan tahunan diberi skor 0. Skor setiap perusahaan dihitung dari total nilai *symbolic action* diselisihkan dengan nilai *substantive action*. Secara matematis, penjelasan tersebut dinyatakan sebagai:

$$SG = SSy - SSu$$

Keterangan:

SG = *Skor Greenwashing*

SSy = *Skor Symbolic Action*

SSu = *Skor Substantive Action*

SSy > SSu maka skor positif mengindikasikan kecenderungan *symbolic action* tanpa atau dengan sedikit *substantive action*.

SSy < SSu maka skor negatif mengindikasikan kecenderungan *substantive action* tanpa atau dengan sedikit *symbolic action*.

2.1.9. Profitabilitas perusahaan

Profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, yaitu berasal dari kegiatan penjualan, penggunaan aset, maupun penggunaan modal. Profitabilitas perusahaan merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi kinerja perusahaan dari beberapa variabel yang di uji, (Sukarya & Baskara, 2018). Profitabilitas perusahaan juga merupakan hasil dari keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan dalam periode tertentu dimana laba suatu perusahaan yang berhubungan dengan semua penjualan, modal dan saham, dimana laba tersebut diukur dalam suatu indikasi dari penjualan perusahaan tersebut agar bisa mendapatkan keuntungan atau laba yang di dapatkan dari hasil penjualan.

Profitabilitas perusahaan yang tinggi akan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang besar bagi para pemegang saham, Semakin tinggi rasio profitabilitas perusahaan yang dimiliki perusahaan,

maka akan semakin menarik investor untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan.

Dengan tingkat profitabilitas perusahaan dan profitabilitas perusahaan yang tinggi, perusahaan dapat dengan mudah menarik investor untuk berinvestasi dalam kerjasama dengan perusahaan. Semakin besar profitabilitas perusahaan perusahaan maka semakin besar pula profitabilitas perusahaan, begitu juga sebaliknya. Dari beberapa rasio yang ada, peneliti memilih menggunakan *Return On Asset* (ROA).

2.1.10. Indikator Profitabilitas

Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur efektifitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang diperoleh dari penjualan dan investasi. Profitabilitas juga mempunyai arti penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan untuk jangka panjang, karena profitabilitas menunjukkan apakah perusahaan tersebut mempunyai prospek yang baik dimasa yang akan datang atau tidak (Hery,2017:7). Perusahaan terbaik adalah perusahaan yang jumlah profitabilitasnya tinggi yang diimbangi dengan pertanggungjawaban lingkungan. Dari segi ekonomi memang perusahaan diharapkan mendapatkan keuntungan yang setinggi-tingginya, akan tetapi dari aspek sosial, perusahaan harus memberikan kontribusi kepada masyarakat yaitu dengan meningkatkan kualitas masyarakat dan lingkungan.

Profitabilitas perusahaan merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan. *Return On Assets* (ROA) mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari setiap rupiah aktiva yang digunakan. ROA diukur dengan membandingkan laba bersih dengan

total aset.

$$ROA = \frac{\textit{laba bersih}}{\textit{total aset}} \times 100\%$$

2.1.11. Goal Setting Theory

Menurut (Tondello et al., 2018), teori penetapan tujuan adalah teori motivasi yang bertujuan untuk menjelaskan penyebab kinerja orang dalam tugas-tugas yang berhubungan dengan pekerjaan. Itu dikembangkan dari temuan ratusan studi empiris dan berpendapat bahwa kinerja berhubungan langsung dengan tujuan yang ditetapkan oleh individu untuk dikejar. Baik konten (objek tindakan) maupun intensitas (kesulitan atau jumlah upaya yang diperlukan untuk mencapai tujuan) adalah relevan. Goal setting theory atau teori penetapan tujuan memiliki dua prinsip dasar yaitu *goals* dan *intentions*. Kedua prinsip ini dapat dihubungkan sebagai penanggung jawab *human behavior* (perilaku manusia). Dalam studi teori penetapan tujuan dijelaskan bahwa tujuan (*goals*) merupakan seseorang yang berusaha untuk mencoba mendapatkan, mencapai, atau mengerjakan pekerjaannya dimana dalam pekerjaan goals ini mampu untuk membentuk tingkat kinerja pekerjaan (*level of job performance*), kuota (*quota*), norma bekerja (*work norm*), tenggat waktu (*deadline*), ataupun biaya (*cost*). Pada teori ini, tujuan yang lebih rumit (*harder goal*) akan tercapai jika ada usaha (*effort*) dan perhatian (*concern*) yang lebih besar daripada tujuan yang lebih mudah (*easy goal*). Salah satu karakteristik dari goal setting theory atau teori penetapan tujuan yaitu tingkat kesulitan suatu tujuan. Pada tingkat kesulitan yang berbeda, maka motivasi individu untuk mencapai tujuan juga berbeda. Pada tingkat kesulitan yang rendah akan membuat individu cenderung berpandangan bahwa tujuan yang ia miliki merupakan pencapaian rutin yang mudah dicapai, sehingga hal ini dapat

menurunkan motivasi individu dalam mengembangkan kemampuan yang dimiliki dan berkreatifitas. Sebaliknya, pada tingkat kesulitan tujuan yang tinggi dan masih mungkin untuk dicapai, maka seorang individu tersebut akan cenderung memikirkan cara agar tujuannya mampu tercapai, sehingga individu tersebut memiliki motivasi yang lebih besar daripada saat dihadapkan pada tujuan dengan tingkat kesulitan yang rendah. Proses ini mampu menjadi sarana untuk mengembangkan kreativitas serta kreativitas individu untuk menggapai tujuannya (Matana, 2017).

Mekanisme pertama yang memediasi hubungan antara tujuan dan kinerja adalah pilihan atau arah. Ketika seseorang memiliki tujuan dalam pikirannya, hal ini membantu mereka mengarahkan perhatian dan upaya mereka terhadap aktivitas yang berorientasi pada tujuan dan menjauhi aktivitas yang tidak relevan dengan tujuan. Selain tujuan yang spesifik, banyak sistem permainan juga menyajikan tindakan terbaik berikutnya yang, jika dijalankan, akan mengarah pada pencapaian tujuan. Praktik ini disarankan oleh beberapa metode desain gameful. Hal ini membantu pengguna memfokuskan pilihan mereka terhadap pencapaian tujuan, sehingga menghasilkan kinerja yang lebih baik seperti yang didalilkan oleh teori penetapan tujuan.

Mekanisme atau mediator kedua adalah usaha. Setelah seseorang memilih tujuan dan memilih untuk bertindak berdasarkan tujuan tersebut, usaha dikerahkan secara proporsional dengan tingkat kesulitan tujuan. Salah satu tujuan penggunaan gamifikasi adalah meningkatkan motivasi pengguna untuk melakukan aktivitas dan mengejar tujuan. Dengan demikian, secara teori, sistem permainan dapat memotivasi pengguna untuk mengerahkan lebih banyak upaya dalam mengejar tujuan daripada mekanisme penetapan tujuan tradisional. Oleh karena

itu, teori penetapan tujuan akan menunjukkan bahwa gamifikasi dapat meningkatkan upaya yang diterapkan karena meningkatnya motivasi untuk mengejar tujuan. Meskipun demikian, efek ini masih perlu diuji dan dikuantifikasi dalam studi empiris, serta dibandingkan dengan efek intervensi penetapan tujuan tradisional.

Mekanisme ketiga adalah ketekunan. Penelitian telah menunjukkan bahwa tujuan yang spesifik dan sulit membuat orang bekerja lebih lama dalam mengerjakan tugas daripada tujuan yang tidak jelas atau mudah. Banyak game yang mendorong pengguna untuk gagal dan mencoba lagi hingga mereka menguasai keterampilan yang dibutuhkan untuk berhasil, tanpa takut akan konsekuensi yang serius. Sistem permainan juga dapat dirancang untuk menyediakan ruang yang aman untuk eksperimen dan pembelajaran. Hal ini sangat penting terutama ketika untuk mencapai tujuan membutuhkan pembelajaran keterampilan baru atau meningkatkan keterampilan yang sudah dimiliki. Namun, karena gamifikasi terkadang memperkenalkan tantangan buatan untuk diatasi oleh pengguna, perancang harus berhati-hati: jika tantangannya tidak cukup seimbang dan dianggap terlalu sulit oleh pengguna, hal ini dapat membuat pengguna menyerah sebelum waktunya. Untuk alasan ini, Deterding menyarankan untuk mendesain sistem permainan di sekitar tantangan yang sudah dihadapi pengguna dalam mencapai tujuan, daripada menciptakan tantangan buatan tambahan. Contoh lain dari dorongan motivasi yang disarankan untuk menghindari pengguna menyerah adalah glowing choice, yang terdiri dari pemberian petunjuk atau petunjuk gratis untuk membantu pengguna bergerak maju jika mereka terlalu lama bergelut dengan tantangan.

Mekanisme keempat adalah pengetahuan atau strategi tugas. Ini berarti

bahwa tujuan yang jelas dan sulit akan mendorong individu untuk menggunakan pengetahuan atau keterampilan yang ada yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Jika individu saat ini tidak memiliki pengetahuan atau keterampilan yang dibutuhkan, hal ini dapat menghambat mereka untuk mencapai kinerja yang tinggi. Seperti yang telah kami nyatakan sebelumnya, beberapa metode desain permainan menyarankan untuk menyeimbangkan tingkat kesulitan tantangan sesuai dengan keterampilan pengguna. Hal ini dapat membantu menciptakan kurva pembelajaran yang lancar yang memungkinkan pengguna untuk melatih keterampilan yang dibutuhkan sambil berjalan.

2.1.12. Teori Atribusi

Menurut (Rahmi & Sovia, 2017), Teori Atribusi yang menjelaskan tentang perilaku seseorang yang disebabkan oleh faktor internal atau faktor eksternal. Jadi dapat disimpulkan bahwa Teori Atribusi adalah teori yang menjelaskan upaya untuk memahami penyebab dibalik perilaku orang lain. Teori ini ingin menjelaskan tentang perilaku seseorang terhadap peristiwa di sekitarnya dan mengetahui alasan alasan melakukan perilaku seperti itu. Perilaku ini disebabkan oleh faktor internal dan faktor eksternal. Perilaku yang disebabkan oleh faktor internal adalah perilaku yang diyakini berada di bawah kendali atau berasal dari dalam diri individu seperti ciri kepribadian, motivasi atau kemampuan. Perilaku yang disebabkan oleh faktor eksternal adalah perilaku yang diyakini sebagai hasil dari sebab-sebab luar atau berasal dari luar diri individu seperti peralatan atau pengaruh sosial dari orang lain.

2.2 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian sebelumnya tentang *Green Accounting*, Kinerja Lingkungan, *Corporate Social Responsibility*, *Greenwashing*, dan Profitabilitas perusahaan dalam penelitian ini dapat menjadi pedoman sebagai berikut:

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

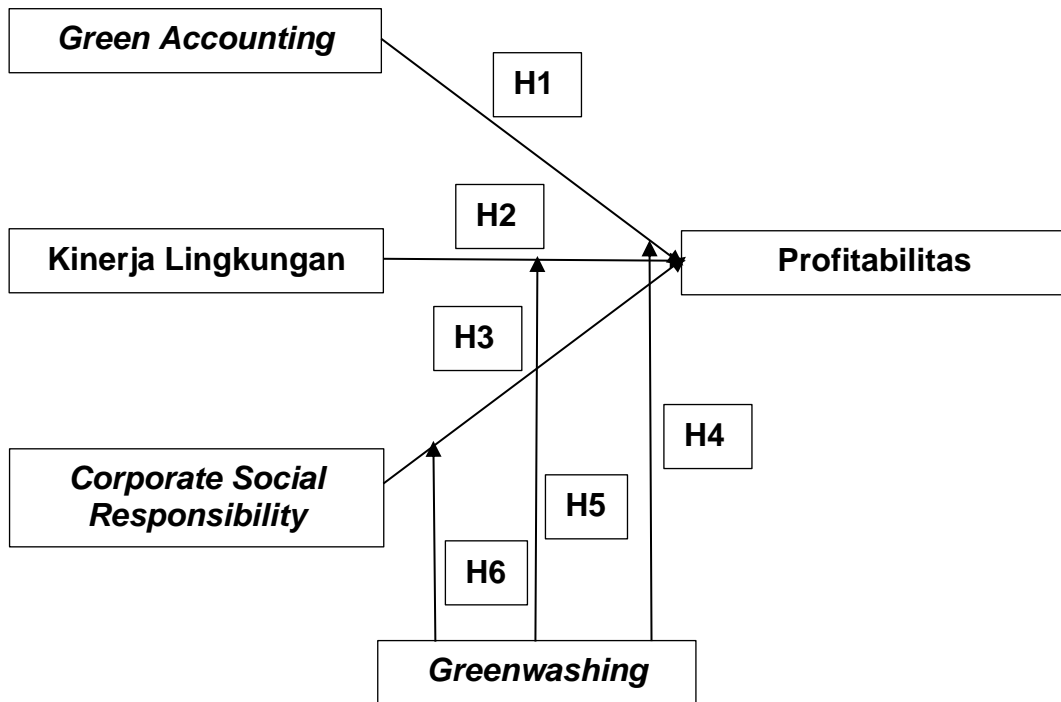
No	Peneliti	Variabel	Hasil Penelitian
1	(Kiftiyah et al., 2018)	Variabel Independen: <i>Green Accounting</i> Variabel Dependen: Profitabilitas perusahaan	Variabel Independen: <i>Green Accounting</i> berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan.
2	(Lestari et al., 2019)	Variabel Independen: <i>Green Accounting</i> , Kinerja Lingkungan Variabel Dependen: Profitabilitas perusahaan	Variabel Independen: <i>Green Accounting</i> dan kinerja lingkungan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan.
3	(Meiriani et al., 2022)	Variabel Independen: <i>Green Accounting</i> Variabel Dependen: Profitabilitas perusahaan	Variabel Independen: <i>Green Accounting</i> berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan.
4	(Nisa et al., 2020)	Variabel Independen: <i>Green Accounting</i> Variabel Dependen: Profitabilitas perusahaan	Variabel Independen: <i>Green Accounting</i> berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan.
5	(Khairiyani et al., 2019)	Variabel Independen: Kinerja Lingkungan Variabel Dependen: Profitabilitas perusahaan	Variabel Independen: Kinerja Lingkungan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan.
6	(Chasbiandani et al., 2019)	Variabel Independen: Kinerja Lingkungan Variabel Dependen: Profitabilitas perusahaan	Variabel Independen: Kinerja Lingkungan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan.
7	(Hadriyani & Dewi, 2022)	Variabel Independen: Kinerja Lingkungan	Variabel Independen: Kinerja Lingkungan

		Variabel Dependen: Profitabilitas perusahaan	berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan.
8	(Kholmi & Nafiza, 2022)	Variabel Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Dependen: Profitabilitas perusahaan	Variabel Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas perusahaan.
9	(Suryaningtyas & Harinoto, 2015)	Variabel Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Dependen: Profitabilitas perusahaan	Variabel Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas perusahaan.
10	(Zhang et al., 2023)	Variabel Independen: <i>Greenwashing</i> Variabel Dependen: Kinerja Lingkungan	Variabel Independen: <i>Greenwashing</i> berpengaruh signifikan terhadap kinerja lingkungan.
11	(Lee & Raschke, 2023)	Variabel Independen: Profitabilitas Variabel Dependen: <i>Greenwashing</i>	Variabel Independen Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap <i>Greenwashing</i> .

BAB III

KERANGKA KONSEPTUAL

3.1. Kerangka Konseptual



Gambar 3.1. Model Penelitian

3.2. Hipotesis

Menurut (Sugiyono, 2022:159) menyatakan bahwa hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Kebenaran dari hipotesis harus dibuktikan melalui data yang terkumpul. Berdasarkan rumusan masalah, tinjauan pustaka, penelitian terdahulu, kerangka konseptual maka hipotesis yang penulis ajukan adalah sebagai berikut:

3.2.1. Pengaruh *Green Accounting* terhadap Profitabilitas Perusahaan

Menurut (Dewi & Wardani, 2022), *Green Accounting* merupakan paradigma yang menyatakan bahwa akuntansi tidak berfokus terhadap transaksi, peristiwa, dan objek keuangan saja, tetapi juga pada transaksi, peristiwa, dan objek lingkungan. *Green Accounting* merupakan proses akuntansi yang mengakui hingga melaporkan transaksi, kejadian, dan objek lingkungan dalam rangka menciptakan informasi *Green Accounting*.

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Meiriani et al., 2022) mengemukakan bahwa *Green Accounting* berhubungan langsung antara perusahaan dan masyarakat sebagai proses persamaan persepsi informasi atas tindakan yang dilakukan suatu organisasi yang dianggap telah diinginkan, pantas, dan sesuai dengan sistem norma, kepercayaan, nilai dan sosial sehingga teori yang digunakan yaitu teori legitimasi dan teori *stakeholder*.

Hasil penelitian dari (Meiriani et al., 2022) terdapat pengaruh *Green Accounting* terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat bahwa “semakin besar pengungkapan akuntansi lingkungan atau *Green Accounting* maka investor akan semakin meningkatkan penanaman modal sehingga profitabilitas yang diterima

perusahaan pun meningkat". Dengan demikian hipotesis diterima artinya variabel *Green Accounting* berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H1: *Green Accounting* berpengaruh positif terhadap Profitabilitas Perusahaan.

3.2.2. Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Profitabilitas Perusahaan

Kinerja lingkungan merupakan bentuk tanggung jawab dan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan, khususnya lingkungan sekitar perusahaan (Tahu et al., 2019). Dengan semakin tingginya kinerja lingkungan perusahaan, maka akan meningkatkan citra perusahaan yang baik di mata publik (konsumen), hal ini akan berdampak terhadap tingginya respon publik (konsumen) atas penjualan produk perusahaan, sehingga dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan dengan meningkatnya laba perusahaan. Semakin tinggi kinerja lingkungan, maka akan semakin tinggi profitabilitas (Tahu et al., 2019). Kesesuaian antara keberadaan perusahaan dengan eksistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan harus dilakukan. Laporan tahunan dapat digunakan untuk menggambarkan kesan tanggung jawab lingkungan, sehingga entitas dapat diterima oleh masyarakat. Hasil penelitian dari (Hadriyani & Dewi, 2022) menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh terhadap profitabilitas baik dengan proyeksi ROA (Return on Assets) maupun ROE (Return on Equity).

Hasil penelitian tersebut didukung dengan penelitian (Che Ahmad et al., 2015) yang menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Di sisi lain, perspektif teori pemangku kepentingan

menunjukkan bahwa selain pemegang saham, kelompok lain juga terkena dampak dari aktivitas perusahaan seperti masyarakat dan lingkungan tempat perusahaan beroperasi dan harus menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan manajemen. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Fitriani, 2013) dan (Tunggal & Fachrurrozie, 2014) yang menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh terhadap profitabilitas.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H2 Kinerja Lingkungan berpengaruh positif terhadap Profitabilitas Perusahaan.

3.2.3. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas Perusahaan

Menurut (Dipasti & Sulistyowati, 2022), *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan program sosial perusahaan atas dampak dari operasi perusahaan yang merupakan tindakan etis yang wajib dilakukan oleh perusahaan, agar hubungan baik terjalin antara perusahaan dan masyarakat sekitar, serta akan berdampak baik pula untuk keberlangsungan hidup perusahaan. Teori yang digunakan pada penelitian dari (Dipasti & Sulistyowati, 2022) yaitu teori legitimasi yang menjelaskan bahwa perusahaan terus-menerus mencari untuk memastikan bahwa mereka bekerja sesuai norma dan batasan masyarakat (Ahsan & Butt, 2017). Teori legitimasi mengungkapkan bahwa di lingkungan eksternal yang dinamis, perusahaan harus menyesuaikan dengan norma dan nilai masyarakat, agar bisnisnya diterima (Rindiyawati & Arifin, 2019).

Berdasarkan hasil penelitian dari (Suryaningtyas & Harinoto, 2015), menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan

signifikan terhadap profitabilitas dengan *proxy Return On Assets* pada perusahaan sub sektor pertambangan yang terdaftar di BEI. Hasil penelitian ini di dukung oleh penelitian (Putri et al., 2014) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan yang diproksikan dengan ROA, berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa semakin banyak pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan perusahaan akan semakin meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H3 *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Profitabilitas Perusahaan.

3.2.4. *Greenwashing* memoderasi pengaruh *Green Accounting* terhadap Profitabilitas Perusahaan

Menurut (Meiriani et al., 2022) bahwa *Green Accounting* atau disebut juga *Environmental Accounting* merupakan sistem akuntansi yang mempelajari akun-akun terkait biaya lingkungan. Sebagai alat komunikasi dengan masyarakat, akuntansi lingkungan digunakan untuk menyampaikan dampak negatif lingkungan. Penerapan akuntansi lingkungan bagi pelaku bisnis akan memicu perkembangan positif serta dapat memperbaiki gambar perusahaan di masyarakat untuk mengonsumsi produknya, sehingga meningkatkan nilai jual perusahaan dimata investor. Seperti yang kita ketahui Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan, profitabilitas ini memberikan gambaran seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga memberikan

keuntungan bagi Perusahaan.

Menurut (Septiani, 2017) semakin besar pengungkapan akuntansi lingkungan maka investor akan semakin meningkatkan penanaman modal sehingga profitabilitas yang diterima perusahaan pun meningkat. Tingginya profitabilitas akan membuat tekanan publik pada perusahaan untuk melakukan kontribusi sosial dan lingkungan semakin tinggi (Putra & Sugiyono, 2017). Pada penelitian (Meiriani et al., 2022) menggunakan teori legitimasi dan teori *stakeholder* sebagai teori yang dianggap sesuai dan mampu mengungkap hasil penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian dari (Meiriani et al., 2022) bahwa pengaruh *Green Accounting* terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor pertambangan serta dapat memoderasi *Greenwashing* pada saat perusahaan berjuang mencapai posisi *ranking* terbaik untuk kinerja lingkungan PROPER oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK). Dan sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh (Meiriani et al., 2022) yang mengatakan bahwa “semakin besar pengungkapan akuntansi lingkungan atau *Green Accounting* maka investor akan semakin meningkatkan penanaman modal sehingga profitabilitas yang diterima perusahaan pun meningkat”.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H4 *Greenwashing* memoderasi pengaruh *Green Accounting* terhadap Profitabilitas perusahaan

3.2.5. *Greenwashing* memoderasi pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Profitabilitas perusahaan

Menurut (Gracianty, 2023), *Greenwashing* adalah istilah dalam Kampanye Hijau di mana organisasi menyampaikan citra baik lingkungan organisasi kepada masyarakat umum, bahwa organisasi telah melakukan proses bisnis tanpa membahayakan ekosistem dan sosial. Teori yang digunakan pada penelitian oleh (Li et al., 2023) yaitu teori legitimasi dan teori sinyal. Menurut teori sinyal, efektivitas proses pemberian sinyal sangat dipengaruhi oleh karakteristik lingkungan institusional (Connelly et al., 2011) karena peraturan bertindak sebagai standar yang membantu pemangku kepentingan mengevaluasi dan menyaring informasi perusahaan. Ketidaklengkapan sistem peraturan dapat menyebabkan ketidakpastian penilaian dalam proses evaluasi legitimasi, sehingga tidak adanya aturan, kode dan standar yang jelas bagi pemerintah daerah untuk mengevaluasi kinerja lingkungan perusahaan (Doh et al., 2010), (Wei et al., 2017) dan oleh karena itu kecil kemungkinan perusahaan yang tidak bertanggung jawab terhadap lingkungan hidup akan terekspos. Dalam hal ini, pemerintah daerah kemungkinan besar dipengaruhi oleh komitmen dan iklan ramah lingkungan yang dilakukan perusahaan (Edinger-Schons & Stich, 2015) dan hampir tidak menyadari ketidakkonsistenan antara komunikasi ramah lingkungan dan kinerja lingkungan. Ketika peraturan lingkungan hidup setempat lebih ketat, pemerintah daerah dapat menilai kinerja lingkungan suatu perusahaan melalui apakah praktik ramah lingkungan yang dilakukannya memenuhi standar peraturan (Wei et al., 2017).

Selain itu, aktivitas lingkungan hidup perusahaan tunduk pada pengawasan yang lebih ketat; dengan demikian, strategi *Greenwashing* kemungkinan besar dapat teridentifikasi. Oleh karena itu, peraturan lingkungan hidup setempat yang ketat akan menyebabkan lebih banyak sanksi pemerintah, sehingga mengurangi profitabilitas strategi *Greenwashing*. Teori sinyal juga mencatat bahwa sinyal

(strategi komunikasi keberlanjutan perusahaan), penerima sinyal (pemangku kepentingan) dan lingkungan sinyal (lingkungan kelembagaan) membentuk proses sinyal dan berdampak pada umpan balik penerima (Connelly et al., 2011). Oleh karena itu, mempelajari identifikasi pemangku kepentingan terhadap *Greenwashing* diharapkan dapat menjelaskan ambiguitas dalam hubungan *Greenwashing* dengan profitabilitas perusahaan.

Hasil penelitian studi terbaru dari (Li et al., 2023), menunjukkan bahwa *Greenwashing* memiliki dampak yang ambigu terhadap CFP Profitabilitas perusahaan (Edinger-Schons & Stich, 2015), (Miroshnychenko et al., 2017), (Walker & Wan, 2012), yang mendorong studi empiris tentang efek moderasi dalam hubungan *Greenwashing* dengan profitabilitas. Dengan demikian, ini merupakan penelitian pertama yang meneliti bagaimana efek *Greenwashing* terhadap CFP profitabilitas perusahaan bergantung pada peraturan lingkungan setempat dan liputan media. Efek positif dari *Greenwashing* terhadap profitabilitas berbeda dengan kebanyakan studi empiris sebelumnya yang menemukan bahwa *Greenwashing* tidak mempengaruhi profitabilitas (Miroshnychenko et al., 2017), (Walker & Wan, 2012). Hal ini menyiratkan bahwa sebagian besar perusahaan yang melakukan *Greenwashing* perusahaan menghindari tuduhan eksternal dan tidak menderita kerugian reputasi (Seele & Gatti, 2017).

Dalam hal ini, sebagian besar pemangku kepentingan tidak dapat mengevaluasi substansi komunikasi perusahaan dan mudah disesatkan. Hubungan positif antara *Greenwashing* dan profitabilitas dilemahkan oleh peraturan lingkungan setempat yang ketat dan dibalik oleh rendahnya kesukaan media yang rendah. Studi empiris sebelumnya tentang hubungan antara *Greenwashing* dan profitabilitas oleh (Miroshnychenko et al., 2017), (Walker &

Wan, 2012) tidak mengkonfirmasi peran konteks regulasi dari perspektif keuangan. Efek moderasi negatif dari lingkungan peraturan daerah menggambarkan bahwa peraturan daerah mengurangi profitabilitas perusahaan *Greenwashing*, tetapi tidak menyebabkan konsekuensi hukuman dari *Greenwashing* yang dicatat oleh penelitian teoritis (Delmas & Burbano, 2011), yang menunjukkan bahwa pemerintah Cina masih dalam tahap awal dalam regulasi *Greenwashing*.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H5 *Greenwashing* memoderasi pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Profitabilitas perusahaan

3.2.6. *Greenwashing* memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian yang ditemukan oleh (Palacios Manzano et al., 2019) yang mengungkapkan bahwa praktik CSR dianggap sebagai perangkat yang kuat untuk mengakumulasi serta memediasi hubungan *Greenwashing* terhadap profitabilitas. Hasil penelitian ini di dukung oleh penelitian (Putri et al., 2014) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan yang diprosikan dengan ROA, berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa semakin banyak pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan perusahaan akan semakin meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka hipotesis yang diajukan

sebagai berikut:

H6 *Greenwashing* memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas Perusahaan.