

Pengaruh *Green accounting*, Kinerja Lingkungan, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas

Suci Mahdani Hardi¹, Emma Saur Nauli Sipayung²

^{1,2} Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trisakti
023002101016@std.trisakti.ac.id¹, emmasaur@trisakti.ac.id²

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Green accounting, Environmental Performance, and Sales Growth on Profitability. The research was conducted on manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) using secondary data obtained from annual and sustainability reports during the 2021-2023 period. The amount of data in this study was 306 observations. The data was analyzed using Eviews12 with the panel data regression method. The results showed that simultaneously Green accounting, Environmental Performance, and Sales Growth have an influence on Company Profitability. Partially, Sales Growth has a positive effect on Profitability, while Green accounting and Environmental Performance have no positive effect on Profitability.

Keywords : *Green accounting; Environmental Performance; Sales Growth; Profitability.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Green accounting*, Kinerja Lingkungan, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas. Penelitian dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan dan keberlanjutan selama periode 2021–2023. Jumlah data dalam penelitian ini sebanyak 306 observasi. Data dianalisis menggunakan *Eviews12* dengan metode regresi data panel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan *Green accounting*, Kinerja Lingkungan, dan Pertumbuhan Penjualan memiliki pengaruh terhadap Profitabilitas Perusahaan. Secara parsial, Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif terhadap Profitabilitas, sedangkan *Green accounting* dan Kinerja Lingkungan tidak berpengaruh positif terhadap Profitabilitas.

Kata Kunci : *Green accounting; Kinerja Lingkungan; Pertumbuhan Penjualan; Profitabilitas.*

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan persaingan usaha yang semakin kompetitif, perusahaan dituntut untuk terus mengembangkan strategi bisnis yang tidak hanya fokus pada pencapaian profit jangka pendek, tetapi juga keberlanjutan jangka

panjang. Profitabilitas menjadi tolok ukur utama kinerja keuangan suatu perusahaan. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan berhasil mengelola sumber daya secara efisien sehingga dapat menghasilkan keuntungan yang optimal. Lebih dari itu, profitabilitas menjadi indikator penting bagi para pemangku kepentingan, seperti investor, kreditur, dan manajemen, dalam menilai kinerja serta prospek masa depan perusahaan (Azizah & Saibat, 2023).

Meskipun demikian, kondisi ekonomi makro yang membaik tidak selalu berbanding lurus dengan peningkatan profitabilitas perusahaan. Contohnya, dalam periode 2020 hingga 2022, pertumbuhan ekonomi Indonesia mengalami perbaikan secara bertahap—dari kontraksi pada tahun 2020 sebesar -2,07% menjadi pertumbuhan positif sebesar 5,31% pada tahun 2022 (BPS, 2023). Namun, pada saat yang sama, PT Unilever Indonesia Tbk justru mengalami penurunan laba bersih sekitar 19,6% dari tahun sebelumnya, turun dari Rp 7,16 triliun di tahun 2020 menjadi Rp 5,76 triliun di tahun 2021 (Pradipta, 2022). Penurunan ini terjadi akibat penurunan penjualan bersih hingga hampir 8%, mencerminkan adanya tantangan internal dan eksternal yang dihadapi perusahaan.

Fenomena seperti ini menandakan bahwa faktor-faktor lain di luar indikator makroekonomi bisa memengaruhi profitabilitas perusahaan. Salah satunya adalah perhatian terhadap aspek lingkungan dan sosial. Dalam beberapa dekade terakhir, muncul tuntutan global untuk menerapkan praktik bisnis yang bertanggung jawab terhadap lingkungan. Konsep tanggung jawab sosial dan lingkungan mulai memasuki ranah strategis perusahaan karena kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh aktivitas industri tidak hanya membawa dampak ekologis, tetapi juga berisiko menurunkan kinerja keuangan perusahaan, baik karena denda hukum, boikot konsumen, maupun menurunnya reputasi perusahaan secara keseluruhan.

Untuk menjawab tantangan tersebut, konsep *green accounting* hadir sebagai solusi strategis dan akuntabel. *Green accounting* merupakan pendekatan dalam akuntansi yang memfokuskan perhatiannya pada pengukuran biaya dan manfaat dari aktivitas yang berkaitan dengan aspek lingkungan (Putri et al., 2021). Melalui penerapan *green accounting*, perusahaan dapat menghitung, mencatat, dan melaporkan biaya-biaya yang terkait dengan dampak lingkungan seperti pengolahan limbah, efisiensi energi, serta konservasi sumber daya alam. Tujuannya adalah untuk menilai sejauh mana aktivitas operasi perusahaan berdampak terhadap lingkungan serta memberi gambaran yang lebih komprehensif kepada pemangku kepentingan.

Pemerintah Indonesia sendiri telah mengatur kewajiban perusahaan dalam memperhatikan aspek sosial dan lingkungan, melalui Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 serta UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Dalam implementasinya, penilaian terhadap kinerja lingkungan perusahaan juga dilakukan

melalui Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER) yang diselenggarakan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. Melalui sistem pemeringkatan berwarna (emas, hijau, biru, merah, dan hitam), perusahaan dapat diketahui seberapa besar komitmen dan tindakan konkritnya terhadap pelestarian lingkungan.

Namun, efektivitas penerapan *green accounting* terhadap profitabilitas masih menjadi perdebatan akademis. Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam. Sari et al (2022) menemukan bahwa *green accounting* berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan, sementara Kholmi & Nafiza (2022) menyatakan bahwa pengaruhnya tidak terlihat secara signifikan. Di sisi lain, hasil riset Niandari & Handayani (2023) menunjukkan adanya kontribusi positif *green accounting* terhadap laba perusahaan, walaupun Utami & Nuraini (2020) menemukan bahwa dampaknya bersifat parsial dan tidak konsisten di semua kasus.

Selain aspek lingkungan, pertumbuhan penjualan juga menjadi indikator penting dalam meningkatkan profitabilitas. Pertumbuhan penjualan mencerminkan adanya peningkatan permintaan atas produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dan dapat memicu peningkatan skala produksi serta efisiensi biaya (Anisa & Febyansyah, 2024; Yuliani, 2021). Beberapa studi melaporkan hubungan positif antara pertumbuhan penjualan dan profitabilitas (Brastibian Imwi et al., 2020; Hasanah et al., 2020), namun hasil lain menemukan tidak adanya pengaruh yang signifikan terhadap laba perusahaan (Chandra & Apriyono, 2021).

Variabel penting lainnya yang turut memengaruhi profitabilitas adalah kinerja lingkungan. Environmental performance menjadi indikator penting dalam mengukur tanggung jawab perusahaan terhadap dampak aktivitas produksinya terhadap lingkungan. Menurut teori triple bottom line oleh John Elkington, perusahaan tidak hanya harus fokus pada profit, tetapi juga pada aspek people (sosial) dan planet (lingkungan) untuk mencapai keberlanjutan bisnis yang utuh (Afridayanti et al., 2023). Penelitian oleh Wulandari et al (2023) serta Sari et al. (2022) menunjukkan bahwa kinerja lingkungan bisa memberikan kontribusi positif terhadap profitabilitas.

Berdasarkan paparan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *green accounting*, kinerja lingkungan, dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas perusahaan. Penelitian ini penting dilakukan mengingat hasil penelitian sebelumnya masih menunjukkan ketidakkonsistenan, sehingga dibutuhkan kajian empiris lanjutan untuk memperkuat literatur sekaligus memberikan acuan bagi dunia usaha dalam menyusun strategi yang mampu menyelaraskan kepentingan bisnis dengan keberlanjutan lingkungan.

TINJAUAN LITERATUR

Teori Legitimasi

Teori legitimasi pertama kali dikemukakan oleh Dowling dan Pfeffer (1975), yang menyatakan bahwa legitimasi merupakan sumber daya yang krusial bagi kelangsungan hidup perusahaan. Teori ini didasarkan pada kontrak sosial tidak tertulis antara perusahaan dan masyarakat luas. Perusahaan memperoleh “izin sosial” untuk beroperasi apabila aktivitas dan tujuannya sejajar dengan nilai, norma, dan harapan masyarakat. Dalam konteks ini, perusahaan tidak hanya dituntut untuk memperoleh laba, tetapi juga bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan (Permatasari & Setyastrini, 2019). Jika perusahaan melanggar kontrak sosial itu, maka dapat kehilangan legitimasi dan dukungan publik, yang berpotensi menurunkan citra, nilai, serta prospek keberlanjutan perusahaan.

Penerapan praktik keberlanjutan seperti *green accounting* merupakan salah satu cara untuk memperoleh dan mempertahankan legitimasi tersebut. *Green accounting* mendorong perusahaan untuk mencatat, mengelola, dan mengungkapkan dampak lingkungan dari aktivitas bisnis mereka secara transparan. Menurut Amalia & Kusuma (2023), pengungkapan informasi lingkungan mempermudah masyarakat menilai apakah kegiatan perusahaan telah sesuai dengan nilai-nilai sosial. Silviani & Lestari (2020) menemukan bahwa penggunaan *green accounting* memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan, sekaligus membangun kepercayaan publik yang memperkuat legitimasi sosial. Selain itu, laporan keberlanjutan yang mencerminkan usaha lingkungan juga dapat membantu memulihkan legitimasi yang sempat terganggu akibat pencemaran atau krisis lingkungan (Tristiarto, 2024).

Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* menurut Freeman (1994) mengemukakan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab pada pemegang saham, tetapi harus mempertimbangkan hak dan harapan semua pihak yang memiliki kepentingan terhadap operasional perusahaan. Para aktor ini meliputi konsumen, karyawan, investor, pemasok, pemerintah, masyarakat umum, dan lingkungan fisik. Mereka memiliki pengaruh penting dalam pencapaian atau kegagalan tujuan perusahaan. Menurut Erlangga et al (2021), memperhatikan kepentingan *stakeholder* membantu perusahaan menciptakan nilai strategis dan memperkuat daya saing. Dengan mengakomodasi kepentingan semua pihak, perusahaan dapat membangun relasi yang saling menguntungkan dan berkelanjutan.

Permintaan akan produk ramah lingkungan dan meningkatnya perhatian investor terhadap perusahaan berkelanjutan menjadi tantangan sekaligus peluang (Rokhlinsari, 2016). Dalam konteks ini, pelaporan keberlanjutan dan *green accounting* menjadi instrumen penting untuk memenuhi kebutuhan informasi

stakeholder. Silviani & Lestari (2020) menemukan bahwa keterbukaan informasi lingkungan memperkuat hubungan dengan *stakeholder* dan berdampak pada peningkatan profitabilitas. Tristiarto (2024) menunjukkan bahwa perusahaan yang melaporkan kinerja lingkungannya secara transparan membangun persepsi positif di mata *stakeholder*. Sedangkan Fransisca & Widjaja (2019) mencatat bahwa pertumbuhan penjualan yang didorong oleh strategi keberlanjutan menunjukkan bahwa perusahaan merespon nilai dan kebutuhan *stakeholder* secara efektif.

Teori Sinyal

Teori sinyal menjelaskan pentingnya penyampaian informasi oleh perusahaan sebagai sinyal kepada pihak eksternal, terutama investor dan kreditor, dalam situasi ketidakseimbangan informasi (asimetri informasi). (Brigham & Houston (2007) menyatakan bahwa perusahaan menggunakan sinyal untuk menunjukkan situasi finansial dan operasional yang sebenarnya. Menurut Harningsih et al (2019), sinyal bisa berupa laporan keuangan, pengumuman dividen, atau program tanggung jawab sosial. Agar efektif, sinyal harus memenuhi unsur relevansi, keakuratan, dan kredibilitas. Dengan sinyal yang tepat dan terpercaya, persepsi positif dapat tercipta, mengurangi ketidakpastian, dan meningkatkan daya tarik investasi.

Green accounting merupakan contoh konkrit penerapan teori sinyal. Pelaporan biaya dan aktivitas lingkungan dapat menjadi sinyal kuat bahwa perusahaan memiliki komitmen terhadap keberlanjutan dan akuntabilitas. Brigham & Houston (2007) menegaskan bahwa sinyal yang baik harus menjawab kekhawatiran pasar dan menciptakan kepercayaan. Dalam konteks keberlanjutan, informasi tentang upaya pengurangan emisi, manajemen limbah, dan konservasi lingkungan adalah sinyal komitmen jangka panjang. Wibowo & Andayani (2021) menambahkan bahwa komunikasi perusahaan yang kuat melalui pengungkapan semacam ini dapat memperkuat citra, meningkatkan kepercayaan investor, dan mendukung profitabilitas.

Green accounting

Green accounting adalah proses identifikasi, pencatatan, hingga pengungkapan seluruh aktivitas ekonomi perusahaan yang berdampak terhadap lingkungan dan masyarakat sekitarnya. Tujuannya adalah untuk memberikan informasi yang relevan dan transparan kepada seluruh pemangku kepentingan mengenai pengaruh operasional perusahaan terhadap lingkungan alam dan sosial (Triwacananingrum & Alim, 2024). Praktik ini tidak hanya mencakup pencatatan pengeluaran lingkungan seperti pengelolaan limbah, efisiensi energi dan pengurangan emisi, tetapi juga mencakup perhitungan manfaat ekonomi dari praktik keberlanjutan. Dengan demikian, *green accounting* membantu perusahaan dalam

merumuskan strategi kegiatannya agar sejalan dengan prinsip keberlanjutan jangka panjang (Endiana et al., 2020).

Menurut Lako (2018), informasi *green accounting* harus memiliki tiga karakter utama: akuntabilitas atas tanggung jawab sosial dan lingkungan, integrasi data yang komprehensif, serta transparansi dalam penyajian informasi. Sunarmin (2020) membagi peran *green accounting* menjadi dua, yaitu peran internal sebagai alat manajerial dalam mengelola biaya serta efektivitas program lingkungan perusahaan, dan peran eksternal sebagai alat komunikasi kepada publik dan *stakeholder*. Dalam lingkup global, laporan berstandar GRI (*Global Reporting Initiative*) telah menjadi acuan utama bagi perusahaan dalam mengungkapkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungannya. GRI 300, misalnya, mengatur pelaporan emisi, limbah, keanekaragaman hayati, dan pemakaian energi, yang kemudian digunakan *stakeholder* untuk mengevaluasi kinerja lingkungan perusahaan (Rizki & Supratiwi, 2025).

Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan mencerminkan sejauh mana suatu perusahaan bertanggung jawab dalam meminimalkan dampak negatif lingkungan dari operasi bisnisnya. Sari et al. (2022) menyatakan bahwa pengelolaan limbah, pengurangan emisi, dan efisiensi energi merupakan indikator penting dari kinerja lingkungan yang baik. Kinerja lingkungan merupakan manifestasi kepatuhan terhadap regulasi serta upaya proaktif melampaui standar minimum. Angelina & Nursasi (2021) mengungkapkan bahwa penggunaan bahan ramah lingkungan dan inovasi dalam pengolahan limbah akan memperkuat posisi perusahaan di mata publik. Dalam era modern ini, konsumen, karyawan, serta pemegang saham semakin memperhatikan keberpihakan perusahaan terhadap keberlanjutan lingkungan (Zainab & Burhany, 2020).

Di Indonesia, kinerja lingkungan diukur melalui Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan atau PROPER yang diselenggarakan oleh KLHK. Program ini mengevaluasi kepatuhan perusahaan terhadap regulasi lingkungan serta apresiasi atas tindakan korporasi dalam melampaui ketentuan yang berlaku (Niandari & Handayani, 2023). Perusahaan yang mendapat peringkat emas dan hijau dianggap memiliki kinerja lingkungan unggul, sedangkan biru menunjukkan kepatuhan minimum. Perusahaan dengan peringkat merah atau hitam memerlukan perbaikan drastis, bahkan dapat dikenakan sanksi hukum. Peringkat PROPER memberikan informasi transparan kepada masyarakat, investor, dan pasar mengenai tanggung jawab lingkungan perusahaan Asjuwita & Agustin (2020), sehingga kinerja lingkungan menjadi variabel strategis baik dari sisi kepatuhan hukum maupun keberlanjutan bisnis.

Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan pendapatan dari waktu ke waktu, baik dalam bentuk kenaikan volume penjualan atau peningkatan nilai penjualan. Agustin & Wahyuni (2020) menjelaskan bahwa tren penjualan yang meningkat menunjukkan efektivitas manajemen dalam menjalankan strategi pemasaran, mengelola rantai pasok, serta memenuhi permintaan pasar. Pertumbuhan penjualan juga mengindikasikan kelayakan ekspansi bisnis dan menjadi acuan penting dalam menilai kesehatan operasional perusahaan secara keseluruhan. Dalam jangka panjang, pertumbuhan penjualan akan berdampak pada efisiensi biaya, peningkatan laba, serta kemampuan perusahaan untuk bersaing di pasar.

Pertumbuhan penjualan juga mencerminkan respon positif pasar terhadap produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan, terutama jika dikaitkan dengan inovasi atau strategi ramah lingkungan. Penelitian Fransisca & Widjaja (2019) menunjukkan bahwa produk yang menerapkan prinsip keberlanjutan cenderung lebih diterima di pasar dan ini berdampak langsung pada peningkatan penjualan. Elisa & Amanah (2021) menyatakan bahwa ada hubungan positif antara pertumbuhan penjualan dan nilai perusahaan. Selain itu, pertumbuhan penjualan menjadi indikator utama dalam proyeksi potensi pertumbuhan serta dalam perencanaan arus kas perusahaan. Semakin tinggi pertumbuhan penjualan, semakin besar peluang perusahaan untuk menarik investor dan memperoleh pembiayaan eksternal untuk ekspansi bisnis (Shubita, 2024).

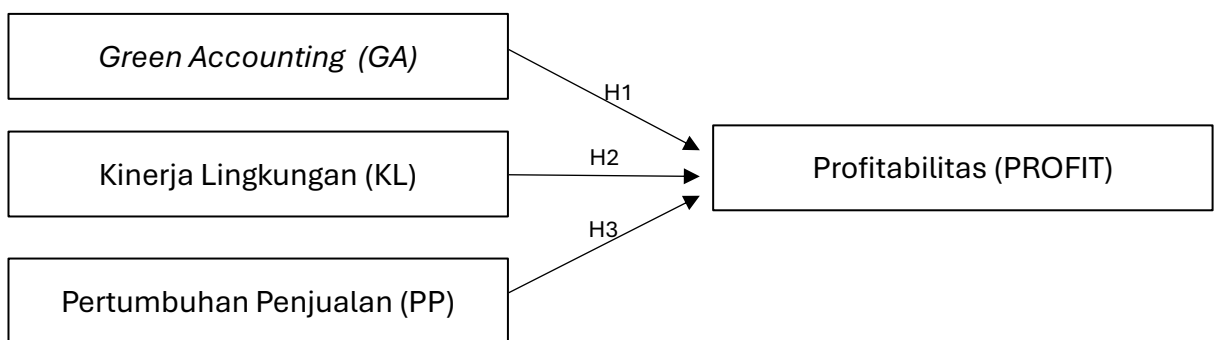
Profitabilitas

Profitabilitas menunjukkan kapasitas perusahaan untuk menghasilkan laba atas sumber daya yang diinvestasikan dan operasional yang dijalankan. Putranto dan Setiadi (2023) menyatakan bahwa profitabilitas adalah hasil langsung dari efektivitas manajemen dalam memanfaatkan aset, modal, serta kemampuan menghasilkan pendapatan dari penjualan. Manungkalit et al (2022) mengemukakan bahwa rasio-rasio profitabilitas seperti Net Profit Margin (NPM), Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE), dan Return on Capital Employed (ROCE) digunakan untuk mengevaluasi kinerja keuangan perusahaan. Dengan memantau indikator-indikator ini, manajemen dapat mengidentifikasi area yang harus ditingkatkan serta sebagai alat ukur pencapaian strategi bisnis.

Profitabilitas juga menjadi indikator utama bagi investor dalam menilai prospek dan kesehatan finansial perusahaan. Hia & Rahmani (2022) menjelaskan bahwa semakin tinggi profitabilitas, semakin tinggi efisiensi perusahaan dalam mengelola sumber daya. Kasmir (2019) menambahkan bahwa tren profitabilitas dapat menunjukkan kestabilan atau kinerja keuangan jangka panjang, serta efisiensi

pendanaan baik dari utang maupun modal sendiri. Tidak hanya itu, profitabilitas merupakan dasar pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan kebijakan dividen, reinvestasi, atau restrukturisasi perusahaan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, profitabilitas dipilih sebagai variabel dependen yang menggambarkan akhir dari proses kinerja perusahaan setelah mempertimbangkan faktor-faktor *green accounting*, kinerja lingkungan, dan pertumbuhan penjualan.

kerangka konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh *Green accounting* terhadap Profitabilitas

Hasil penelitian Silviani & Lestari (2020) menunjukkan bahwa penerapan *green accounting* secara transparan meningkatkan legitimasi, membangun kepercayaan publik, serta memperkuat reputasi perusahaan sesuai dengan teori legitimasi. *Green accounting* juga merupakan alat strategis untuk memenuhi kebutuhan informasi lingkungan *stakeholder*, sehingga meningkatnya dukungan dan loyalitas pemangku kepentingan dapat berdampak pada profitabilitas perusahaan (Dewi et al., 2024). Dalam teori sinyal, pengungkapan *green accounting* memberi sinyal positif ke investor dan pasar, memperbaiki nilai saham dan akses pendanaan, serta secara empiris terbukti berpengaruh positif terhadap profitabilitas (Niandari & Handayani, 2023; Sari et al., 2022), meskipun Kholmi & Nafiza (2022) menemukan pengaruh yang tidak signifikan dalam beberapa situasi.

H1: *Green accounting* berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Profitabilitas

Penelitian Silviani & Lestari (2020) mengungkapkan bahwa kinerja lingkungan yang baik diukur melalui pengelolaan limbah, emisi karbon, serta efisiensi

energi meningkatkan legitimasi sosial dan memperkuat citra positif perusahaan. Teori *stakeholder* menegaskan bahwa kinerja lingkungan yang unggul memperkuat kepercayaan dan dukungan *stakeholder* seperti investor, pemerintah, serta publik, yang pada akhirnya berdampak positif pada profitabilitas (Dewi et al., 2024). Teori sinyal mendukung bahwa kinerja lingkungan yang baik memberi sinyal positif ke pasar dan investor (Wibowo & Andayani, 2021). Secara empiris, Sari et al. (2022) menemukan pengaruh positif dan signifikan, namun Asjuwita & Agustin (2020) serta Niandari & Handayani (2023) menemukan hasil yang variatif tergantung sektor atau biaya implementasi lingkungan.

H2: Kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas

Penelitian Erlangga et al (2021) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan yang baik menggambarkan keberhasilan perusahaan memenuhi harapan *stakeholder*, memperkuat loyalitas pelanggan, serta meningkatkan stabilitas operasional. Teori sinyal menjelaskan bahwa pertumbuhan penjualan yang konsisten menjadi sinyal positif bagi pasar dan investor, meningkatkan kepercayaan dan membuka akses modal lebih luas (Wibowo & Andayani, 2021). Studi Brastibian Imwi et al. (2020) dan Mursidah et al (2023) menunjukkan pertumbuhan penjualan berdampak signifikan terhadap profitabilitas, namun hasil Hasanah et al (2020) serta Surya Ningsih & Tri Kusumawati (2020) menunjukkan bahwa pengaruhnya dapat tidak signifikan jika tidak diimbangi pengelolaan biaya yang efisien.

H3: Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan analisis regresi data panel. Pendekatan ini digunakan untuk menguji pengaruh antara variabel independen yaitu *green accounting*, kinerja lingkungan, dan pertumbuhan penjualan terhadap variabel dependen yaitu profitabilitas perusahaan manufaktur. Model analisis kuantitatif dilakukan menggunakan data numerik dari laporan keuangan dan keberlanjutan perusahaan secara tahunan. Data yang digunakan merupakan data sekunder dengan periode pengamatan tahun 2021 hingga 2023.

Populasi, Sampel, dan, Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) secara berturut-turut selama periode 2021–2023. Pemilihan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, yaitu metode pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan

penelitian. Adapun kriteria penentuan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara berturut-turut dari tahun 2021 sampai 2023.
2. Perusahaan yang menerbitkan laporan tahunan (annual report) dan laporan keberlanjutan (sustainability report) selama tahun pengamatan.
3. Perusahaan yang tidak mengalami kerugian atau mencatatkan laba negatif selama periode 2021–2023.

Berdasarkan karakteristik penelitian yang telah ditentukan, perusahaan manufaktur yang memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian dengan total sampe sebanyak 306 data observasi.

Pengukuran Variabel Profitabilitas

Tingkat efektivitas manajemen dalam mengelola aset perusahaan yang tercermin dari perolehan laba.

Menggunakan rasio Return on Assets (ROA):

$$ROA = \frac{Net\ Income}{Total\ Assets}$$

Green accounting

Penilaian dan pelaporan biaya serta aktivitas lingkungan oleh perusahaan berdasarkan prinsip pelaporan keberlanjutan.

Diukur menggunakan indeks GRI 2021 lingkungan (7 aspek, 31 item indikator).

Setiap item yang diungkap = skor 1, tidak diungkap = skor 0.

$$Indeks = \frac{\sum \text{Item yang diungkapkan}}{\text{Total indikator lingkungan pada GRI}}$$

Kinerja Lingkungan

Tingkat keberhasilan perusahaan dalam pengelolaan dan konservasi lingkungan yang dievaluasi melalui penilaian PROPER Kementerian Lingkungan Hidup.

Tabel 1. Pengukuran Variabel Kinerja Lingkungan

Peringkat	Keterangan	Skor
Emas	Sangat baik	5
Hijau	Baik	4
Biru	Cukup	3

Merah	Buruk	2
Hitam	Sangat Buruk	1

$$KL = \frac{\text{Skor yang diraih}}{\text{Total skor PROPER}}$$

Pertumbuhan Penjualan

Peningkatan volume penjualan perusahaan dalam periode waktu tertentu sebagai gambaran efektivitas operasi dan prospek masa depan perusahaan (Chandra & Apriyono, 2021).

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan tahun ini} - \text{Penjualan tahun lalu}}{\text{Penjualan tahun lalu}}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Statistik Deskriptif

Tabel 2. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	Descriptive Statistic				
	N	Min	Max	Mean	Std. Dev
Profitabilitas	306	0.0003	0.3130	0.0801	0.0624
<i>Green accounting</i>	306	0.0968	0.9354	0.4423	0.1717
Kinerja Lingkungan	306	0.0000	1.0000	0.2869	0.3184
Pertumbuhan Penjualan	306	-0.6240	1.9420	0.1486	0.2978

Sumber: Data Diolah (Eviews12)

Profitabilitas (ROA) memiliki nilai rata-rata sebesar 0,0801 dan standar deviasi sebesar 0,0624 dari total 306 data observasi. Nilai ini menunjukkan bahwa profitabilitas perusahaan-perusahaan manufaktur di Indonesia cenderung homogen. Nilai maksimum sebesar 0,3130 terdapat pada PT Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI) pada tahun 2023, yang mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan efisiensi operasional dan laba bersih melalui strategi bisnis yang tepat. Sementara itu, nilai minimum sebesar 0,0003 dicapai oleh PT Barito Pacific Tbk (BRPT) pada tahun 2022, yang kemungkinan besar dipengaruhi oleh tingginya beban operasional dan tekanan pasar.

Green accounting memiliki nilai rata-rata sebesar 0,4423 dengan standar deviasi sebesar 0,1717, yang menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan manufaktur telah mengadopsi praktik *green accounting* meskipun dengan tingkat penerapan yang bervariasi. Nilai maksimum sebesar 0,9354 dicapai oleh PT Merck Tbk (MERK) pada tahun 2022, yang menunjukkan komitmen tinggi terhadap

pelaporan lingkungan secara komprehensif sesuai indikator GRI 2021. Nilai minimum sebesar 0,0968 ditemukan pada PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (AISA) pada tahun 2021, menandakan minimnya pengungkapan aktivitas lingkungan, yang dapat disebabkan oleh keterbatasan sumber daya atau rendahnya prioritas terhadap akuntabilitas lingkungan.

Kinerja Lingkungan memiliki rata-rata sebesar 0,2869 dengan standar deviasi sebesar 0,3184, menunjukkan bahwa terdapat variasi yang besar di antara perusahaan dalam hal manajemen dan pelaporan lingkungan berdasarkan skor PROPER. Nilai maksimum sebesar 1,0000 ditemukan pada PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk (SIDO) pada tahun 2021 dan 2022, yang mencerminkan pencapaian tingkat tertinggi dalam kinerja lingkungan. Sebaliknya, nilai minimum sebesar 0,0000 ditemukan pada beberapa perusahaan seperti PT Aneka Gas Industri Tbk (AGII) selama periode 2021–2023, yang mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut belum menunjukkan upaya signifikan dalam pengelolaan lingkungan berbasis PROPER.

Pertumbuhan Penjualan memiliki nilai rata-rata sebesar 0,1486 dengan standar deviasi sebesar 0,2978, yang menggambarkan tingkat volatilitas yang cukup tinggi antarperusahaan dalam peningkatan pendapatan penjualan tahunan. Nilai maksimum sebesar 1,9420 dicapai oleh PT Arkha Jayanti Persada Tbk (ARKA) pada tahun 2022, kemungkinan berkat keberhasilan ekspansi pasar dan strategi pemasaran yang efektif. Nilai minimum sebesar -0,6240 ditemukan pada PT Zyrexindo Mandiri Buana Tbk (ZYRX) pada tahun 2023 yang diduga disebabkan oleh penurunan permintaan, disrupsi pasar, atau tekanan kompetitif yang tajam.

Tabel 3. Penjelasan Variabel Kategori

Variabel	Deskripsi	Frekuensi	%
Kinerja Lingkungan	5 : Emas	4/306	1,3%
	4 : Hijau	15/306	4,9%
	3 : Biru	115/306	37,5%
	2 : Merah	7/306	2,3%
	1 : Hitam	165/306	53,9%

Sumber: Data Diolah (Eviews12)

Distribusi peringkat PROPER menunjukkan bahwa mayoritas perusahaan dalam sampel masih memiliki tingkat kepatuhan lingkungan yang rendah. Dari 306 observasi, sebanyak 165 perusahaan (53,9%) berada pada kategori Hitam dan 115 perusahaan (37,5%) pada kategori Biru, mencerminkan dominasi tingkat kepatuhan minimum atau pelanggaran serius terhadap peraturan lingkungan. Sementara itu, hanya 15 perusahaan (4,9%) yang memperoleh peringkat Hijau dan 4 perusahaan

(1,3%) peringkat Emas, menunjukkan komitmen tinggi terhadap pengelolaan lingkungan. Sisanya, 7 perusahaan (2,3%) berada dalam kategori Merah. Temuan ini mengindikasikan bahwa kinerja lingkungan optimal masih menjadi tantangan besar yang memerlukan perhatian dan peningkatan dari banyak perusahaan.

Uji Model Data Panel

Tabel 4. Uji Pemilihan Model

Variabel	COMMON		FIXED		RANDOM	
	Beta	Prob	Beta	Prob	Beta	Prob
<i>Green accounting</i>	-0.0292	0.1600	0.0028	0.8789	-0.0017	0.9205
Kinerja Lingkungan	0.0416	0.0003	-0.0265	0.1722	0.0094	0.4791
Pertumbuhan Penjualan	0.0389	0.0010	0.0263	0.0000	0.0274	0.0000
Goodness of Fit Model						
Adj R-squared	0.816180					
Prob F-stat	0.000000					
Uji Pemilihan Model						
Chow Test	Cross-section Chi-square		Prob		Keputusan	
	623.793576		0.0000		<i>Fixed Effect Model (FEM).</i>	
Hausman Test	Cross-section random		Prob		Keputusan	
	9.661109		0.0217		<i>Fixed Effect Model (FEM).</i>	

Sumber: Data Diolah (Eviews12)

Uji Chow

Pengujian chow dilakukan untuk memilih apakah model panel yang tepat digunakan adalah *Fixed Effect Model (FEM)* atau *common effect model (CEM)*.

Ho: *Common Effect Model (CEM)*

Ha: *Fixed Effect Model (FEM)*

Hasil pengujian menunjukkan nilai Prob. Cross-section Chi-square sebesar 0,0000 (< 0,05), sehingga Ha diterima dan model yang digunakan adalah *Fixed Effect Model (FEM)*.

Uji Hausman

Pengujian Hausman dilakukan jika hasil pengujian Chow terpilih *Fixed Effect Model (FEM)*. Pengujian Hausman bertujuan untuk memilih apakah model yang tepat adalah *Fixed Effect Model* atau *Random Effect Model (REM)*.

Ho: *Random Effect Model (REM)*

Ha: *Fixed Effect Model (FEM)*

Hasilnya, nilai Prob. Cross-section Random sebesar 0,0217 ($< 0,05$), sehingga model terbaik tetap adalah *Fixed Effect Model (FEM)*.

Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Diketahui nilai adjusted R² sebesar 0,816180 yang berarti bahwa variasi atau perilaku dari variabel independen yaitu *Green accounting*, Kinerja Lingkungan, dan Pertumbuhan Penjualan mampu menjelaskan variasi dari variabel dependen yaitu Profitabilitas sebesar 81,6180%, sedangkan sisanya sebesar 18,3820% merupakan variasi yang dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 5. Hasil Uji simultan (Uji F)

F-statistic	Prob(F-statistic)
14.02149	0.0000

Sumber: Data Diolah (Eviews12).

Hasil pengujian F pada Tabel 5. Berdasarkan data tabel diketahui nilai p-value dari F sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model Ha diterima (Ho ditolak), yang menyatakan bahwa setidaknya ada satu variabel independen, yaitu *Green accounting*, Kinerja Lingkungan, atau Pertumbuhan Penjualan, yang memiliki dampak signifikan terhadap variabel dependennya yaitu profitabilitas.

Uji Parsial (Uji T)

Tabel 6. Hasil Uji Parsial (Uji T)

Variabel	Prediksi	Coefficient	Prob	Keputusan
<i>Green accounting</i>	+	0.0028	0.8788	H ₁ Ditolak
Kinerja Lingkungan	+	-0.0265	0.1722	H ₂ Ditolak
Pertumbuhan Penjualan	+	0.0263	0.0000	H ₃ Diterima

Sumber: Data Diolah (Eviews12).

1. Nilai signifikan t hitung variabel *Green accounting* (GA) sebesar 0.4394 ($0.8788/2$) $> 0,05$, maka H_1 ditolak, artinya *Green accounting* tidak berpengaruh positif terhadap Profitabilitas.
2. Nilai signifikan t hitung variabel Kinerja Lingkungan (KL) sebesar 0.0861 ($0.1722/2$) $> 0,05$, maka H_2 ditolak, artinya Kinerja Lingkungan tidak berpengaruh positif terhadap Profitabilitas.
3. Nilai signifikan t hitung variabel Pertumbuhan Penjualan (PP) sebesar 0.0000 ($0.0000/2$) $< 0,05$ dan nilai koefisien bernilai positif, maka H_3 diterima, artinya Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif terhadap Profitabilitas.

Pembahasan

Pengaruh *Green accounting* terhadap Profitabilitas

Penelitian menunjukkan bahwa *green accounting* tidak berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan. Temuan ini bertolak belakang dengan hipotesis awal yang dibangun berdasarkan teori legitimasi, *stakeholder*, dan sinyal, yang menyatakan bahwa penerapan *green accounting* seharusnya meningkatkan profitabilitas melalui peningkatan legitimasi sosial, kepercayaan *stakeholder*, serta sinyal positif kepada pasar dan investor. Secara teoritis, *green accounting* diharapkan mendorong pengungkapan informasi lingkungan secara transparan, membangun reputasi perusahaan, memperkuat hubungan *stakeholder*, dan memperbaiki akses pendanaan. Namun, hasil empiris sejalan dengan Kholmi & Nafiza (2022), Kotango et al (2024) serta Utami & Nuraini (2020) yang menemukan praktik *green accounting* tidak selalu berdampak signifikan terhadap profitabilitas, khususnya dalam jangka pendek. Berdasarkan data statistik, rata-rata pengungkapan *green accounting* perusahaan sampel sebesar 0,4423 (standar deviasi 0,1717) menunjukkan implementasi yang cukup baik namun belum memberikan efek nyata. Hal ini diduga karena penerapan *green accounting* membutuhkan investasi awal yang menekan laba, serta hasil jangka panjang yang baru akan dirasakan setelah perusahaan memperoleh kepercayaan lebih dari *stakeholder* dan mampu mengelola biaya lingkungan secara efisien.

Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Profitabilitas

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja lingkungan juga tidak berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan, meskipun secara teori diharapkan memperoleh legitimasi sosial, dukungan *stakeholder*, dan reputasi yang lebih baik. Hasil ini selaras dengan penelitian Asjuwita & Agustin (2020), Niandari & Handayani (2023), Lubis et al. (2023), dan Kotango et al. (2024), yang menyimpulkan bahwa kinerja lingkungan tidak selalu berdampak langsung pada profitabilitas, khususnya dalam jangka pendek. Secara statistik, rata-rata nilai kinerja lingkungan sebesar 0,2869 dengan standar deviasi 0,3184 menunjukkan variasi signifikan antara

perusahaan. Distribusi kategori PROPER juga mengindikasikan mayoritas perusahaan masih pada tingkat kepatuhan rendah, dengan 53,9% kategori Hitam dan 37,5% kategori Biru. Hanya 4,9% dan 1,3% perusahaan yang mendapat peringkat Hijau dan Emas. Dominasi hasil kategori rendah dan besarnya biaya investasi untuk perbaikan kinerja lingkungan menjelaskan mengapa variabel ini belum memberikan dampak signifikan terhadap profitabilitas dalam waktu pendek, terlebih sensitivitas pasar di Indonesia terkait isu lingkungan masih rendah

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas

Penelitian ini menemukan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan. Temuan ini mendukung teori *stakeholder* yang menyatakan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan penjualan mencerminkan efektivitas pemenuhan kebutuhan pelanggan dan *stakeholder*, serta memperkuat posisi pasar dan meningkatkan pendapatan. Dari sudut teori sinyal, pertumbuhan penjualan yang konsisten menjadi sinyal positif bagi investor dan pasar mengenai daya saing perusahaan dan efisiensi operasional. Hasil ini juga diperkuat oleh Brastibian Imwi et al. (2020) dan Mursidah et al. (2023), bahwa pertumbuhan penjualan stabil meningkatkan efisiensi operasional, pengelolaan biaya, dan performa keuangan. Statistik deskriptif menunjukkan rata-rata pertumbuhan penjualan sebesar 0,1486 (standar deviasi 0,2978), dengan nilai maksimum 1,9420 dan minimum -0,6240, menandakan tingginya fluktuasi pencapaian antar perusahaan. Hal ini menegaskan bahwa perusahaan dengan pertumbuhan penjualan konsisten dan berkelanjutan cenderung memiliki probabilitas lebih tinggi meraih profitabilitas optimal.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel independen yang meliputi *Green accounting*, Kinerja Lingkungan, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap variabel dependen yaitu Profitabilitas perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2021–2023. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 102 perusahaan manufaktur dengan total 306 data observasi. Berdasarkan analisis yang dilakukan, diperoleh sejumlah kesimpulan sebagai berikut :

1. *Green accounting* tidak berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan.
2. Kinerja Lingkungan tidak berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan.

- Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afridayanti, C., Stevana, F., Hidayah, H. Y., Aulia, L., Sandea, P., Tri Indrasta, R., Dewi, U., Sari, Y. K., Raden, U., & Lampung, I. (2023). Analisis Pengelolaan Limbah Sebagai Bentuk Corporate Social Responsibility (Csr) Pada Perusahaan Pt Indofood Sukses Makmur Tbk. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 186–191. <https://doi.org/10.30605/alkharaj.v7i10.9371>
- Agustin, S. Y., & Wahyuni, D. U. (2020). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* ;, 9.
- Amalia, R., & Kusuma, I. W. (2023). Pengaruh Kinerja Lingkungan, Sosial Dan Tata Kelola Terhadap Kinerja Pasar Dengan Kontroversi Esg Sebagai Variabel Pemoderasi. In *Abis: Accounting And Business Information Systems Journal* (Vol. 11, Issue 2).
- Angelina, M., & Nursasi, E. (2021). Pengaruh Penerapan *Green accounting* Dan Kinerja. In *Jurnal Manajemen Dirgantara* (Vol. 14, Issue 2).
- Anisa, T. D., & Febyansyah, A. (2024). Pengaruh Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*.
- Asjuwita, M., & Agustin, H. (2020). Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Biaya Lingkungan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018. In *Jurnal Eksplorasi Akuntansi* (Vol. 2, Issue 3). Online. <http://jea.pj.unp.ac.id/index.php/jea/issue/view/28>
- Azizah, N., & Saibat. (2023). *Pengaruh Perputaran Piutang, Perputaran Persediaan, Perputaran Modal Kerja Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei.*
- Brastibian Imwi, Mujino, & Risal Rinofah. (2020). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jsmi (Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia)*.
- Brigham, E. F. , & Houston, J. F. . (2007). *Fundamentals Of Financial Management*. Thomson/South-Western.

- Chandra, D., & Apriyono, T. (2021). Analisis Pengaruh Manajemen Modal Kerja Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas Pada Pt Deltasindo Sagita Mandiri. *Jurnal Ulet*, 5.
- Dewi, H. F., Anggara, T. C., & Lindrianasari. (2024). The Impact Of *Green accounting* And Integrated Reporting On Financial And Market Performance. *Iop Conference Series: Earth And Environmental Science*, 1324(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1324/1/012090>
- Elisa, N. S., & Amanah, L. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan , Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10.
- Endiana, I. D. M., Dicriyani, N. L. G. M., Adiyadnya, M. S. P., & Putra, I. P. M. J. S. (2020). The Effect Of *Green accounting* On Corporate Sustainability And Financial Performance. *Journal Of Asian Finance, Economics And Business*, 7(12), 731–738. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no12.731>
- Erlangga, C. M., Fauzi, A., & Sumiati, A. (2021). Penerapan *Green accounting* Dan Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas. *Akuntabilitas*, 14(1), 61–78. <https://doi.org/10.15408/akt.v14i1.20749>
- Fransisca, E., & Widjaja, I. (2019). Pengaruh Leverage, Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1.
- Harningsih, S., Agustin, H., & Setiawan, M. A. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Csr Dan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi. *Journal Of Multidisciplinary Research And Development*. www.idx.co.id
- Hasanah, A., Setyawan, R., Studi, P., Manajerial, A., & Batam, P. N. (2020). Analisis Pengaruh Manajemen Modal Kerja, Pertumbuhan Penjualan Dan Kebijakan Hutang Terhadap Profitabilitas Perusahaan. In *Journal Of Applied Managerial Account Ing* (Vol. 4, Issue 2). www.idx.co.id.
- Hia, O., & Rahmani, H. F. (2022). Unsur Yang Mempengaruhi Profitabilitas Pada Perusahaan Food And Beverages Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2021. *Jurnal Audit & Perpajakan*.
- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan* (Edisi Revisi). Pt Raja Grafindo Persada.
- Kholmi, M., & Nafiza, S. A. (2022). Pengaruh Penerapan *Green accounting* Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas (Studi Pada

Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2018-2019). *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 143–155.
<https://doi.org/10.18196/Rabin.V6i1.12998>

Kotango, J., Jeandry, G., & Ali, I. M. A. (2024). Dampak Penerapan *Green accounting*, Kinerja Lingkungan Dan Biaya Lingkungan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 6(1), 86–102.
<https://doi.org/10.24036/Jea.V6i1.1443>

Lako. (2018). *Akuntansi Hijau*. Salemba Empat.

Manungkalit, S. M., Danisworo, D. S., & Laksana, B. (2022). Analisis Rasio Profitabilitas Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pt Indofarma (Persero),Tbk. *Indonesian Journal Of Economics And Management*, 2(3), 621–629.
<https://doi.org/10.35313/Ijem.V2i3.3739>

Mursidah, M., Yunina, Y., & Rahmi, F. (2023). Pengaruh Free Cash Flow, Pertumbuhan Penjualan Dan Likuiditas Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Aneka Industri Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 11(1), 89.
<https://doi.org/10.29103/Jak.V11i1.10331>

Niandari, N., & Handayani. (2023). *Green accounting*, Kinerja Lingkungan, Dan Profitabilitas. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 16(1), 83–96.
<https://doi.org/10.30813/Jab.V16>

Permatasari, M. P., & Setyastrini, N. L. P. (2019). Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Ditinjau Dari Teori Legitimasi Dan Teori *Stakeholder*. *Jurnal Akuntansi Dan Perpajakan*, 5, 1. <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/ap>

Pradipta, V. A. (2022, February 10). *Waduh! Laba Unilever (Unvr) Turun 19,6% Pada 2021*. Cnbc Indonesia.
<https://www.cnbcindonesia.com/market/20220210192425-17-314547/Waduh-Laba-Unilever--Unvr--Turun-196-Pada-2021>

Putri, V. P. S., Suhartini, D., & Widoretno, A. A. (2021). Implementasi *Green accounting* Berbasis University Social Responsibility (Usr). *Economic, Business, Management, And Accounting Journal*.

Rizki, M. I., & Supratiwi, W. (2025). Practice Of *Green accounting* Based On Gri 300 Standards At Pt Sat Nusapersada Tbk Company. *Indonesian Interdisciplinary Journal Of Sharia Economics (Ijse)*, 8(2).

- Rokhlinsari, S. (2016). Teori-Teori Dalam Pengungkapan Informasi Corporate Social Responsibility Perbankan. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*. Wwww.Bi.Go.Id
- Sari, W., Azmi, Z., Hetri Suriyanti, L., Ekonomi Dan Bisnis, F., & Muhammadiyah Riau Jl Tuanku Tambusai Pekanbaru, U. (2022). Apakah Profitabilitas Terdongkrak Karena Program *Green accounting* Dan Kinerja Lingkungannya? Bukti Dari Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Mutiara Akuntansi*, 7(1), 5–15. [Http://U.Lipi.Go.Id/1487661056](http://U.Lipi.Go.Id/1487661056)
- Shubita, M. F. (2024). The Relationship Between Sales Growth, Profitability, And Tax Avoidance. *Innovative Marketing*, 20(1), 113–121. [Https://Doi.Org/10.21511/Im.20\(1\).2024.10](https://Doi.Org/10.21511/Im.20(1).2024.10)
- Silviani, M., & Lestari, R. (2020). Prosiding Akuntansi Pengaruh Penerapan *Green accounting* Terhadap Kinerja Perusahaan. *Prosiding Akuntansi*. [Https://Kalsel.Antaranews.Com](https://Kalsel.Antaranews.Com)
- Sunarmin. (2020). Green Technology Accounting As An Innovation To Reduce Environmental Pollution. *Jurnal Akuntansi Terapan*, 1(2), 135–141. [Http://Ojs.Stiami.Ac.Id](http://Ojs.Stiami.Ac.Id)
- Surya Ningsih, A., & Tri Kusumawati, Y. (2020). *Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas Perusahaan Food And Beverages Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017* (Vol. 1, Issue 2).
- Tristiarto, Y. (2024). Analisis Penerapan Sustainable Development Goals (Sdgs) Dan Sustainability Report Terhadap Profitabilitas Perusahaan Di Indonesia. *Ikraith-Ekonomika*, 7. [Https://Doi.Org/10.37817/Ikraith-Ekonomika.V7i2](https://Doi.Org/10.37817/Ikraith-Ekonomika.V7i2)
- Triwacananingrum, W., & Alim, N. (2024). *Green accounting* And Different Perspective Of Financial Performance. *El Muhasaba: Jurnal Akuntansi (E-Journal)*, 15(2).
- Utami, R. D., & Nuraini, A. (2020). *Pengaruh Penerapan Green accounting Dan Perputaran Total Aset Terhadap Profitabilitas Studi Empiris Pada Perusahaan Tambang Asing Di Indonesia Tahun 2011-2016*.
- Wibowo, C. A., & Andayani. (2021). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Dan Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*.
- Wulandari, R., Mulyani, S., Nuridah, S., & Fauzobihi. (2023). *Pengaruh Penerapan Biaya Lingkungan Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2019-2022*.

Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah

Vol 7 No 10 (2025) 3798 – 2816 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351

DOI: 10.47467/alkharaj.v7i10.9371

Yuliani, E. (2021). Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2), 111. <https://doi.org/10.32502/jimn.v10i2.3108>

Zainab, A., & Burhany, D. I. (2020). *Prosiding The 11 Th Industrial Research Workshop And National Seminar Bandung*.