

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Teori Legitimasi (*Legitimation Theory*)

Menurut Gray *et al.*, (1995), legitimasi yaitu pendekatan manajemen bisnis yang menekankan pentingnya menciptakan keselarasan antara perusahaan dengan berbagai organisasi sosial, pemerintah, dan masyarakat. Pendekatan ini digunakan untuk menganalisis perilaku organisasi, karena legitimasi dianggap penting bagi keberlangsungan perusahaan. Oleh sebab itu, penekanan pada norma dan nilai sosial menjadi esensial untuk mendorong analisis mendalam terhadap bagaimana perusahaan berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya (Dowling & Pfeffer, 1975). Legitimasi berperan sebagai mekanisme yang memastikan bahwa tindakan perusahaan dapat diterima secara sosial dan sesuai dengan ekspektasi masyarakat. Dalam praktiknya, perusahaan perlu memerhatikan kepatuhan terhadap regulasi, penerapan etika, dan tanggung jawab sebagai bagian integral dari operasional bisnisnya.

Teori legitimasi mengungkapkan jika perusahaan harus beroperasi selaras dengan norma-norma masyarakat serta memastikan bahwa bisnisnya dapat diterima oleh pihak eksternal (Tisna *et al.*, 2020). Dengan demikian, teori legitimasi dapat disimpulkan sebagai konsep yang menegaskan bahwa aktivitas perusahaan sangat erat kaitannya dengan perilaku sosial di sekitarnya. Maka, perusahaan perlu bertindak sejalan berdasarkan norma, nilai, serta keyakinan yang diterima dalam lingkungannya agar bertumbuh secara berkelanjutan (Humairoh, 2018).

Kurangnya kesadaran perusahaan terhadap isu-isu lingkungan mendorong perlunya mempertimbangkan aspek legitimasi. Hal ini disebabkan oleh minimnya pemahaman dan upaya dalam menghindari penilaian negatif, khususnya terkait lingkungan

hidup. Dalam konteks perbaikan, teori legitimasi menekankan bahwa kepatuhan perusahaan dalam menerapkan *green accounting* mencerminkan kesadaran terhadap hak dan kewajibannya (Santoso & Hermawan, 2024). Penerapan akuntansi lingkungan berperan penting dalam mengevaluasi aktivitas lingkungan, terutama dalam menganalisis masalah limbah. Dengan menerapkan *green accounting* secara sukarela, perusahaan menunjukkan kepatuhan terhadap kebijakan pemerintah, sebagaimana tercantum pada Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 mengenai Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup. Jika perusahaan tidak mematuhi peraturan, seperti mengabaikan aspek lingkungan dalam operasionalnya, maka kinerja lingkungannya akan menurun dan tata kelola yang kurang optimal dapat menyebabkan penolakan dari masyarakat serta menghambat keberlanjutan perusahaan (Ramadhani et al., 2022).

2.1.2. Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Freeman & Phillips (2005), dalam penelitiannya menjelaskan bahwa teori *stakeholder* menekankan pentingnya pengelolaan hubungan antara perusahaan dan para *stakeholder*, yaitu baik individu maupun kelompok yang berpotensi memengaruhi atau dipengaruhi oleh keberhasilan tujuan perusahaan. Teori ini menggarisbawahi bahwa kesuksesan perusahaan tidak bergantung pada kepentingan pemegang saham (*stakeholder*), namun pada kesinambungan dalam memenuhi kebutuhan berbagai pihak. *Stakeholder* meliputi berbagai entitas, seperti pemegang saham, kreditur, pelanggan, pemasok, pemerintah, masyarakat, analis, serta pihak-pihak lainnya (Saputri, 2024).

Jones & Munro (2005) mengungkapkan bahwa pemangku kepentingan diklasifikasikan dibagi menjadi dua kategori. *Inside stakeholder* mencakup individu yang mempunyai keterlibatan langsung dengan sumber daya perusahaan serta terlibat pada struktur organisasi, seperti pemilik saham, eksekutif, dan tenaga kerja. Sementara itu, *outside stakeholder* mencakup pihak-pihak yang tidak termasuk sebagai pemilik,

pemimpin, atau karyawan, namun berkepentingan terhadap perusahaan serta dipengaruhi oleh keputusan yang diambil, seperti pemasok, pelanggan, pemerintah, serta masyarakat luas. Dalam teori pemangku kepentingan, keberadaan perusahaan bergantung pada dukungan dari kelompok-kelompok ini, sehingga aktivitas perusahaan harus mempertimbangkan pengakuan mereka. Semakin besar pengaruh pemangku kepentingan, semakin tinggi kebutuhan perusahaan untuk menyesuaikan diri dengan kepentingan mereka. Salah satu metode yang diterapkan untuk membangun kepercayaan dan akuntabilitas terhadap para pihak berkepentingan adalah melalui penerapan CSR, yang berperan sebagai bukti komitmen perusahaan dalam menjaga keberlanjutan bisnis serta menyeimbangkan kepentingan ekonomi, sosial, dan lingkungan (Zain *et al.*, 2021).

2.1.3. Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori sinyal mengindikasikan jika perusahaan perlu menyampaikan informasi kepada pihak eksternal yang menggunakan laporan keuangan guna meminimalisir penyimpangan informasi dengan pihak eksternal (Sari *et al.*, 2022). Menurut Spence (1973), *signaling theory* memaparkan secara indikatif bahwa persinyalan menggambarkan alasan mengapa seseorang dapat tertarik pada sesuatu, sehingga individu tersebut dihadapkan pada keputusan investasi berdasarkan kekuatan atau kemampuan sinyal dalam menyampaikan informasi yang akurat. Dalam hal ini, sinyal tidak hanya menyampaikan informasi relevan, tetapi juga memberikan gambaran mengenai upaya yang dilakukan oleh pengelola untuk memenuhi kebutuhan pemilik perusahaan (Octavia & Purwaningsih, 2023). Sinyal tersebut tidak hanya memberikan data penting, tetapi juga berfungsi untuk membangun kepercayaan antara pihak yang terlibat dengan memastikan bahwa informasi yang disampaikan dapat dipercaya dan mendukung proses pengambilan keputusan.

Dalam praktiknya, perbedaan informasi antara manajemen dan investor sering kali menjadi kendala dalam menciptakan hubungan yang transparan. Untuk mengatasi asimetri

informasi ini, perusahaan biasanya mengambil langkah-langkah strategis dengan menyampaikan sinyal yang tepat kepada pemangku kepentingan (Dendi et al., 2024). Salah satu contohnya adalah peningkatan laba, yang dalam teori sinyal dipandang sebagai tanda positif bagi investor. Sinyal tersebut menunjukkan jika perusahaan berada dalam kondisi menguntungkan dan berpotensi memberikan manfaat finansial bagi para pemegang saham. Dengan demikian, informasi yang disampaikan melalui sinyal mampu menarik minat investor untuk menanamkan modal, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan (Cahyaningtyas, 2022).

Dalam konteks penelitian ini, penggunaan teori sinyal berlandaskan pada asumsi bahwa likuiditas dan profitabilitas memiliki peran penting dalam memberikan informasi kepada pemangku kepentingan. Likuiditas tinggi mengindikasikan kapasitas suatu perusahaan untuk memenuhi tanggung jawab jangka pendeknya, dimana pada gilirannya menunjukkan kestabilan keuangan. Kondisi ini dapat mengurangi risiko bagi investor serta kreditur, sehingga meningkatkan kepercayaan terhadap perusahaan dan mendorong keputusan investasi yang lebih positif (Iman et al., 2021).

2.1.4. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang bisa berubah atau terpengaruhi oleh adanya perubahan variabel independen (Ridha, 2017).

2.1.4.1. Profitabilitas

Nuraini & Suwaidi (2022), menjelaskan jika profitabilitas merupakan kapasitas perusahaan dalam mendapatkan keuntungan, dapat dikaitkan dengan penjualan, total aset, serta ekuitas perusahaan. Profitabilitas berperan sebagai indikator untuk mengevaluasi kinerja manajemen secara menyeluruh, yang tercermin dari besar laba yang dihasilkan dalam hubungann dengan penjualan atau invesatsi (Wati et al., 2021).

Ini mencerminkan tingkat efektivitas perusahaan dalam menjalankan operasionalnya sehingga mampu menghasilkan laba. Dengan demikian, profitabilitas menjadi indikator penting yang menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam pengoptimalan sumber daya yang dimilikinya guna mencapai tujuan bisnis (Meiriani *et al.*, 2022). Selain itu, profitabilitas tidak hanya mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan, tetapi dapat menciptakan nilai tambah, mempertahankan keberlanjutan usaha, dan menarik minat investor serta pemangku kepentingan lainnya.

Profitabilitas tinggi menunjukkan keberhasilan dalam mengelola sumber daya yang diinvestasikan oleh pemilik atau pemegang saham. Faktor utama yang menarik bagi pemegang saham dalam suatu perusahaan adalah keuntungan yang dihasilkan melalui pengelolaan dana investasi tersebut (Zurriah & Prayogi, 2023). Dengan kata lain, profitabilitas dapat mencerminkan sejauh mana perusahaan mampu memaksimalkan keuntungan dari modal yang ditanamkan, yang menjadi indikator utama keberhasilan pengelolaan perusahaan. Profitabilitas yang tinggi juga berperan penting dalam menumbuhkan keyakinan investor terhadap kapasitas perusahaan dalam mencapai pertumbuhan dan perkembangan yang berkelanjutan. Maka dari itu, tujuan utama suatu perusahaan bukan hanya memperoleh keuntungan yang optimal, namun meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan. Perusahaan perlu menjaga keberlanjutan operasionalnya dengan menerapkan strategi yang efektif dan efisien (Heryanto & Juliarto, 2017).

Dengan pencapaian keuntungan yang optimal, perusahaan dapat bersaing dan unggul di pasar, memenuhi kewajiban terhadap pemangku kepentingan, serta mendukung pertumbuhan dan perkembangan jangka panjang. Lebih dari itu, peningkatan nilai perusahaan tidak hanya terbatas pada aspek keuangan, tetapi mencakup reputasi, kepercayaan publik, serta kontribusi positif terhadap lingkungan

dan masyarakat. Semua ini menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki peran strategis dalam memastikan keberhasilan dan keberlanjutan perusahaan di masa depan.

2.1.5. Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang bisa memengaruhi dan mengubah variabel dependen. Variabel yang akan dianalisis meliputi *green accounting*, likuiditas, dan CSR.

2.1.5.1. Green Accounting

Menurut Meiriani *et al.*, (2022), *green accounting* merupakan pendekatan yang melibatkan pengukuran, pencatatan, pengiriman, pelaporan, dan pengungkapan informasi tentang barang, transaksi, nilai peristiwa, dan bagaimana tindakan ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan berdampak pada masyarakat, lingkungan, dan perusahaan itu sendiri. Informasi ini disajikan pada laporan akuntansi terpadu bertujuan memberikan manfaat bagi pemakai dalam menilai serta mengambil keputusan secara ekonomi ataupun non-ekonomi. Penerapan *green accounting* oleh pelaku bisnis berpotensi mendorong kemajuan yang positif serta memperkuat reputasi perusahaan dihadapan para pemangku kepentingan (*stakeholder*). Hal ini juga dapat meningkatkan ketertarikan investor dalam berkontribusi pada perkembangan perusahaan (Fitrifatun & Meirini, 2024). Secara umum, *green accounting* dapat didefinisikan sebagai cabang akuntansi yang berfokus pada pengungkapan biaya yang terkait dengan kegiatan lingkungan perusahaan. Dengan penerapan *green accounting*, perusahaan bisa meningkatkan upaya perlindungan lingkungan, mengelola keuangan secara lebih efisien dan mendorong praktik produksi yang ramah lingkungan (Nuraini & Suwaidi, 2022).

Green accounting memungkinkan perusahaan untuk mengukur dampak aktivitas operasionalnya terhadap lingkungan, termasuk pemanfaatan sumber daya alam, emisi karbon, dan pengelolaan limbah yang dihasilkan. Informasi yang dihasilkan melalui *green accounting* juga dapat dimanfaatkan untuk memenuhi tanggung jawab perusahaan (CSR) dan meningkatkan transparansi kepada pihak yang berkepentingan, termasuk masyarakat, pemerintah, dan investor. Sebagai solusi, *green accounting* hadir untuk membantu mengatasi permasalahan lingkungan yang timbul akibat aktivitas perusahaan sekaligus menjawab kebutuhan masyarakat yang terdampak oleh aktivitas tersebut. Dengan pendekatan ini, perusahaan tidak hanya berfokus kepada keuntungan ekonomi, namun pada keberlanjutan lingkungan sosial (Saputri, 2024).

2.1.5.2. Likuiditas

Menurut Nuraini & Suwaidi (2022), rasio likuiditas yaitu metrik keuangan yang menilai kemampuan suatu organisasi guna melunasi kewajiban jangka pendek melalui aset likuid. Likuiditas dapat dihitung membandingkan total aset lancar dikombinasikan dengan utang jangka pendek. Tujuan utama dari penggunaan rasio likuiditas untuk mengevaluasi kapasitas perusahaan menjaga kelangsungan operasionalnya tanpa menghadapi masalah likuiditas. Kapasitas perusahaan guna memenuhi tanggung jawab jangka pendek yang ditentukan oleh rasio likuiditasnya. Selain memberikan gambaran kepada manajemen dan pemangku kepentingan tentang efisiensi pengelolaan aset lancar, rasio ini juga berfungsi untuk menentukan apakah perusahaan memiliki cadangan yang cukup guna menghadapi risiko keuangan atau kebutuhan mendesak (Fransisca & Widjaja, 2019).

Tingkat likuiditas yang memadai mencerminkan kesehatan keuangan perusahaan, yang merupakan faktor penting dalam menjaga stabilitas operasionalnya. Perusahaan yang tidak mampu melunasi utang jatuh tempo berisiko merusak hubungan

dengan para pemegang saham dan kreditor. Lebih jauh, kegagalan memenuhi kewajiban ini dapat menyebabkan krisis kepercayaan dari berbagai pihak yang mendukung operasional perusahaan (Zurriah & Prayogi, 2023). Oleh karena itu, pengelolaan likuiditas yang baik menjadi kunci untuk mempertahankan hubungan baik dengan pemangku kepentingan sekaligus menjaga keberlanjutan bisnis. Rasio likuiditas, yang sering disebut sebagai rasio modal kerja, menggambarkan sejauh mana bisnis dapat memenuhi tanggung jawab jangka pendeknya dengan aset lancar yang tersedia. Semakin cepat dana diinvestasikan dalam komponen modal kerja, semakin cepat dana itu kembali menjadi kas. Kecepatan perputaran modal kerja sebanding dengan kecepatan dana itu kembali menjadi kas. Jika pengelolaan likuiditas buruk, dapat menghambat operasional perusahaan dan menurunkan kemampuannya untuk menghasilkan keuntungan. Selain itu, kekurangan likuiditas dapat mempersulit perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya, yang berpotensi merusak hubungan kreditor, pemasok, serta pemangku kepentingan lainnya (Fitrifatun & Meirini, 2024). Rasio likuiditas menjadi alat yang penting bagi perusahaan untuk memastikan stabilitas keuangannya dan meminimalkan risiko operasional.

2.1.5.3. Corporate Social Responsibility

CSR adalah konsep pada aspek bisnis dan sosial secara menyeluruh. Tujuannya adalah agar perusahaan dapat memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kesejahteraan para pemangku kepentingan (*stakeholder*) sekaligus mencapai keuntungan yang optimal (Saputri, 2024). Menurut penelitian Pratiwi et al., (2020), pengungkapan CSR mencerminkan kewajiban moral perusahaan dalam menjalankan strategi yang melibatkan pemangku kepentingan, khususnya masyarakat di sekitar area operasional perusahaan. Selaras dengan hal ini, dengan Undang-Undang No.40 Tahun 2007, pemerintah mengatur CSR. Menurut aturan ini, perusahaan yang bekerja di sektor

sumber daya alam atau bidang terkait harus melakukan tindakan sosial dan lingkungan. Perusahaan akan dikenakan sanksi dengan ketentuan yang berlaku jika tidak memenuhi tanggung jawab ini. Adanya regulasi ini, CSR bukan lagi sekedar inisiatif sukarela, melainkan telah menjadi kewajiban hukum bagi perusahaan (Heryanto & Juliarto, 2017). Sekarang ini, preferensi masyarakat cenderung mengarah pada produk yang dibuat oleh perusahaan yang menghasilkan produk dengan peduli pada aspek sosial serta lingkungan serta aktif melaksanakan tanggung jawab sosial.

Dalam menjalankan operasionalnya, perusahaan perlu menetapkan prioritas dan strategi yang jelas bermanfaat untuk membangun relasi baik dengan pihak berkepentingan seperti pelanggan, pemerintah, karyawan, dan masyarakat sekitar (Humairoh, 2018). Selain itu, keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba jangka panjang hanya dapat tercapai jika mampu memberikan manfaat bagi stakeholder dan memperoleh dukungan dari mereka. Perusahaan yang berpartisipasi dalam inisiatif sosial dan lingkungan cenderung lebih mudah membangun kepercayaan, meningkatkan reputasi, dan menarik lebih banyak peluang bisnis. Hal ini pada akhirnya akan mendukung pertumbuhan perusahaan secara berkelanjutan.

2.1.6. Variabel Moderasi

Variabel moderasi yaitu variabel yang berkemampuan untuk memperlemah atau memperkuat interaksi antara variabel bebas dan terikat (Ridha, 2017).

2.1.6.1. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merujuk pada tingkat besar maupun kecilnya perusahaan, bisa diukur melalui total aset, total penjualan, dan rata-rata penjualan. Faktor ini berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja sosial perusahaan serta kontribusinya dalam pencapaian tujuan organisasi (Zurriah & Prayogi, 2023). Menurut Rasyid *et al.*, (2022), ukuran perusahaan juga memengaruhi jumlah sumber dana yang diperlukan. Perusahaan yang

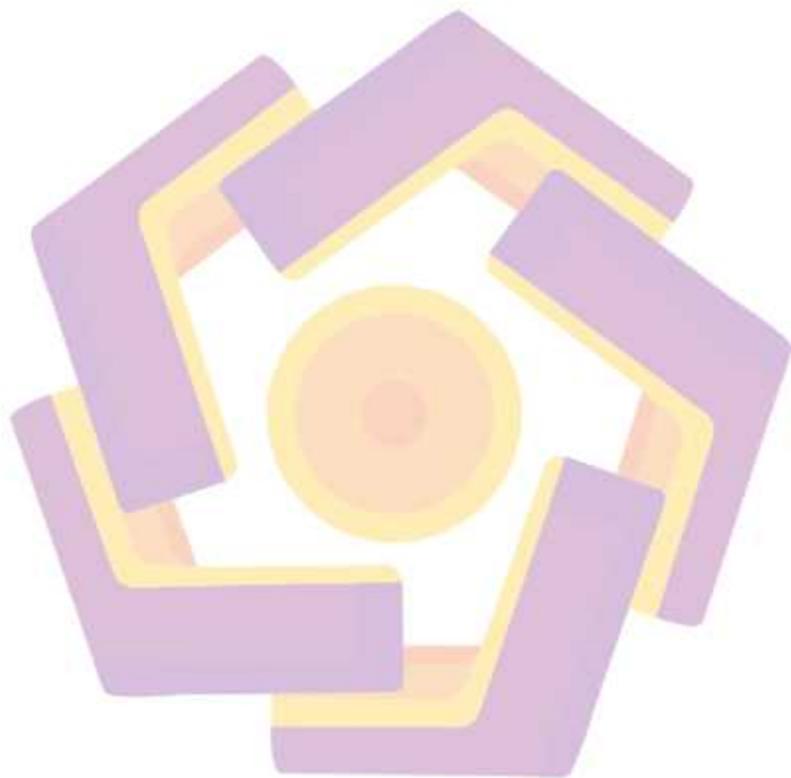
lebih besar memiliki kebutuhan pendanaan besar guna mendukung operasional serta kegiatan ekspansinya. Selain itu, perusahaan besar cenderung lebih aktif dalam mengungkapkan informasi kepada publik, baik untuk memenuhi kewajiban regulasi maupun untuk membangun kepercayaan dengan pihak yang berkepentingan, seperti investor dan masyarakat. Pengungkapan informasi tersebut sering kali dijadikan strategi untuk menarik sumber pendanaan yang lebih luas dan beragam.

Berdasarkan klasifikasi umum, perusahaan dapat dibagi ke dalam tiga kategori berdasarkan ukurannya, yakni perusahaan dengan ukuran besar, menengah, dan kecil (Pratama & Mulyani, 2024). Pengelompokan ini biasanya ditentukan oleh beberapa faktor, seperti jumlah karyawan, total aset, atau pendapatan tahunan. Perusahaan besar umumnya mempunyai sumber daya melimpah serta jangkauan operasi yang luas dibandingkan perusahaan menengah maupun kecil. Di sisi lain, perusahaan menengah sering kali menjadi penghubung dalam rantai pasok, sedangkan perusahaan kecil berperan sebagai motor penggerak ekonomi lokal karena fleksibilitas dan kemampuannya dalam berinovasi. Humairoh (2018), menegaskan bahwa perusahaan dengan aset yang terus bertumbuh mempunyai tanggung jawab kepada pemegang saham dan pihak berkepentingan, termasuk masyarakat sekitar dan pemerintah. Supaya tetap menjaga hubungan tetap harmonis serta menjamin keberlanjutan operasi, perusahaan perlu memfokuskan perhatian terhadap dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas bisnisnya. Hal ini menjadi langkah penting dalam menciptakan keseimbangan antara keberhasilan perusahaan dan tanggung jawab sosialnya.

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian dilakukan bertujuan untuk mengavulsi ukuran perusahaan sebagai moderasi dan faktor-faktor yang dapat memengaruhi profitabilitas meliputi *green*

accounting, likuiditas, dan CSR. Tabel berikut merupakan ringkasan pengambangan penelitian sebelumnya sebagai referensi penelitian ini:



Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Jurnal	Judul	Pendekatan Data	Variabel			Hipotesis Penelitian	Hasil Penelitian
					Dependen	Independen	Moderasi		
1	Sundari & Sulfitri (2022)	<i>Postgraduate Management Journal</i>	Penerapan <i>Green Accounting</i> , <i>Corporate Social Responsibility</i> , dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas	Kuantitatif	Profitabilitas (Y)	Penerapan <i>Green Accounting</i> (X1) CSR (X2) Ukuran Perusahaan (X3)	-	H1 : Penerapan <i>green accounting</i> tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. H2 : CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. H3 : Ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas.	Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh penerapan <i>green accounting</i> (kinerja lingkungan), CSR, dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas (NPM). Penerapan <i>green accounting</i> (kinerja lingkungan) tidak memberi pengaruh terhadap profitabilitas (NPM). CSR memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap

No	Nama Peneliti	Jurnal	Judul	Pendekatan Data	Variabel			Hipotesis Penelitian	Hasil Penelitian
					Dependen	Independen	Moderasi		
									profitabilitas (NPM). Ukuran perusahaan memberi pengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas (NPM).
2	Saputri (2024)	<i>Seminar & Call for Economic Paper (SCPE)</i>	Pengaruh Penerapan <i>Green Accounting</i> , Ukuran Perusahaan, dan CSR Terhadap Profitabilitas Perusahaan	Kuantitatif	Profitabilitas (Y)	Penerapan <i>Green Accounting</i> (X1) Ukuran Perusahaan (X2) CSR (X3)	-	H1 : <i>Green accounting</i> tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. H2 : Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. H3 : CSR memiliki pengaruh negatif terhadap profitabilitas.	Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan pembahasan analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan jika variabel <i>green accounting</i> dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. Sedangkan, variabel CSR memiliki

No	Nama Peneliti	Jurnal	Judul	Pendekatan Data	Variabel			Hipotesis Penelitian	Hasil Penelitian
					Dependen	Independen	Moderasi		
									pengaruh negatif terhadap profitabilitas perusahaan.
3	Fitrifatun & Meirini (2024)	Reslaj: <i>Religion Education Social Laa Roiba Journal</i>	Pengaruh <i>Green Accounting</i> , Kinerja Lingkungan, Ukuran Perusahaan, dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas: Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indoensia Periode 2018-2022	Kuantitatif	Profitabilitas (Y)	<i>Green Accounting</i> (X1) Kinerja Lingkungan (X2) Ukuran Perusahaan (X3) Likuiditas (X4)		H1 : <i>Green accounting</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas H2 : Kinerja lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. H3 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. H4 : Likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap	Dari hasil temuan analisis data dan uji hipotesis terhadap permasalahan yang diangkat, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa secara simultan diperoleh hasil bahwa variabel <i>green accounting</i> (X1), kinerja lingkungan (X2), ukuran perusahaan (X3), dan likuiditas (X4) berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas (Y).

No	Nama Peneliti	Jurnal	Judul	Pendekatan Data	Variabel			Hipotesis Penelitian	Hasil Penelitian
					Dependen	Independen	Moderasi		
								profitabilitas perusahaan.	
4	Meiriani <i>et al.</i> , (2022)	<i>E-Prints : UNM</i>	Pengaruh penerapan <i>Green Accounting</i> Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Sektor pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)	Kuantitatif	Profitabilitas (Y)	<i>Green Accounting</i> (X)	-	H1 : <i>Green accounting</i> berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.	Pengaruh <i>green accounting</i> terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia di analisis menggunakan regresi linear sederhana yang menunjukkan jika variabel <i>green accounting</i> berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.
5	Pratama & Mulyani (2024)	Jurnal Ekonomi Trisakti	Pengaruh Akuntansi Hijau, Kinerja Lingkungan, dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas	Kuantitatif	Profitabilitas (Y)	Akuntansi Hijau (X1) Kinerja Lingkungan (X2) Likuiditas (X3)	Ukuran Perusahaan (Z)	H1 : Akuntansi hijau berpengaruh negatif terhadap profitabilitas H2 : Kinerja lingkungan	Penelitian ini dapat memberikan beberapa kesimpulan sebagai berikut: <i>Green</i>

No	Nama Peneliti	Jurnal	Judul	Pendekatan Data	Variabel			Hipotesis Penelitian	Hasil Penelitian
					Dependen	Independen	Moderasi		
			dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi				berpengaruh positif terhadap profitabilitas H3 : Likuiditas tidak berpengaruh terhadap profitabilitas H4 : Ukuran perusahaan tidak dapat memperkuat pengaruh kinerja lingkungan dan likuiditas terhadap profitabilitas H5 : Ukuran perusahaan dapat memperlemah pengaruh akuntansi hijau terhadap profitabilitas	<i>Accounting (GA)</i> berpengaruh negatif terhadap profitabilitas perusahaan; Kinerja lingkungan berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015 – 2019; dan Likuiditas (CR) berpengaruh terhadap profitabilitas.	
6	Fransisca & Widjaja (2019)	Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan	Pengaruh <i>Leverage</i> , Likuiditas, Pertumbuhan	Kuantitatif	Profitabilitas (Y)	<i>Leverage</i> (X1) - Likuiditas (X2) Pertumbuhan	H1 : <i>Leverage</i> berpengaruh signifikan terhadap	Berdasarkan hasil penelitian ini, profitabilitas tidak dipengaruhi	

No	Nama Peneliti	Jurnal	Judul	Pendekatan Data	Variabel			Hipotesis Penelitian	Hasil Penelitian
					Dependen	Independen	Moderasi		
			Penjualan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur			Penjualan (X3) Ukuran Perusahaan (X4)	profitabilitas H2 : Likuiditas tidak berpengaruh terhadap profitabilitas H3 : Pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas H4 : Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas	oleh likuiditas dan ukuran perusahaan, yang dapat diakibatkan karena nilai atau angka yang dihasilkan selama periode 2014-2017 tidak menunjukkan nilai yang mendukung profitabilitas walaupun ada hubungan yang terjadi.	
7	Nuraini & Suwaidi (2022)	Jurnal Ilmu Manajemen	Pengaruh <i>Leverage</i> , Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan <i>Textile</i> dan	Kuantitatif	Profitabilitas (Y)	<i>Leverage</i> (X1) Likuiditas (X2) Ukuran Perusahaan (X3)	H1 : <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap profitabilitas H2 : Likuiditas berpengaruh positif terhadap profitabilitas H3 : Ukuran Perusahaan tidak	1. <i>Leverage</i> berkontribusi kepada profitabilitas, karena <i>leverage</i> memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap	

No	Nama Peneliti	Jurnal	Judul	Pendekatan Data	Variabel			Hipotesis Penelitian	Hasil Penelitian
					Dependen	Independen	Moderasi		
			<i>Garment Yang Go Public Di Bursa Efek Indonesia</i>					berpengaruh terhadap profitabilitas	profitabilitas. 2. Likuiditas berkontribusi kepada profitabilitas, karena likuiditas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. 3. Ukuran perusahaan tidak berkontribusi kepada profitabilitas, karena ukuran perusahaan bersifat positif dan tidak berpengaruh serta tidak signifikan terhadap profitabilitas.
8	Rahman <i>et al.</i> , (2023)	<i>Monex-Journal of Accounting Research</i>	Pengaruh Penerapan <i>Green</i>	Kuantitatif.	Profitabilitas (Y)	Penerapan <i>Green</i>	-	H1 : <i>Green Accounting</i> mempunyai	Hasil riset ini menampilkan bahwa <i>green</i>

No	Nama Peneliti	Jurnal	Judul	Pendekatan Data	Variabel			Hipotesis Penelitian	Hasil Penelitian
					Dependen	Independen	Moderasi		
			<i>Accounting Terhadap Profitabilitas</i>			<i>Accounting (X)</i>		<p>pengaruh positif yang signifikan terhadap profitabilitas perusahaan</p> <p><i>accounting</i> yang diprosikan menggunakan kinerja lingkungan mempunyai pengaruh positif signifikan kepada profitabilitas perusahaan. Semakin baik kinerja lingkungan perusahaan dengan katalain semakin besar peringkat PROPER yang diperoleh, profitabilitas perusahaan juga semakin besar. Tetapi, <i>green accounting</i> yang diprosikan dengan pengungkapan lingkungan malah</p>	

No	Nama Peneliti	Jurnal	Judul	Pendekatan Data	Variabel			Hipotesis Penelitian	Hasil Penelitian
					Dependen	Independen	Moderasi		
									mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas perusahaan.
9	Zurriah & Prayogi (2023)	Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi (Jebma)	Pengaruh Likuiditas Terhadap profitabilitas Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi	Kuantitatif	Profitabilitas (Y)	Likuiditas (X)	Ukuran Perusahaan (Z)	H1 : Likuiditas berpengaruh terhadap profitabilitas. H2 : A da pengaruh likuiditas terhadap profitabilitas melalui ukuran perusahaan.	Berdasarkan pembahasan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Ada pengaruh antara <i>current ratio</i> terhadap <i>return on asset</i> .
10	Heryanto & Juliarto (2017)	<i>Diponegoro Journal of Accounting</i>	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Profitabilitas Perusahaan	Kuantitatif	Profitabilitas (Y)	CSR (X1)	-	H1: Variabel CSR berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas	Variabel CSR memiliki hubungan positif dengan profitabilitas perusahaan yang diprosikan dengan <i>Return On Assets (ROA)</i> , <i>Return on Equity (ROE)</i> , <i>Earning</i>

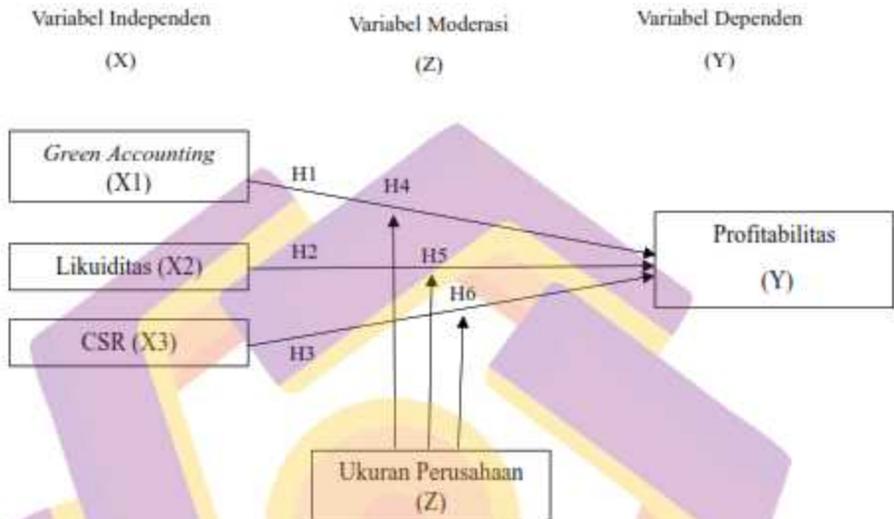
No	Nama Peneliti	Jurnal	Judul	Pendekatan Data	Variabel			Hipotesis Penelitian	Hasil Penelitian
					Dependen	Independen	Moderasi		
								<i>per Share (EPS), dan Net Profit Margin (NPM).</i>	
11	Musfirati et al., (2021)	<i>Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research.</i>	Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Industri Rokok yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019)	Kuantitatif	Profitabilitas (Y)	CSR (X1)	-	H1: CSR tidak berpengaruh terhadap profitabilitas	Dihasilkan simpulan jika pengungkapan CSR berpengaruh secara signifikan terhadap ROA namun pengungkapan CSR tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap NPM.
12	Oktadifa & Widajantie (2023)	Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Kenangan & Bisnis Syariah	Pengaruh Penerapan Green Accounting, Material Flow Cost Accounting, dan Environmental	Kuantitatif	Profitabilitas (Y)	Green Accounting (X1) Material Flow Cost Accounting (X2) Environmental	-	H1: Green Accounting berpengaruh positif terhadap profitabilitas H2: Material Flow Cost Accounting tidak berpengaruh	Hasil penelitian menunjukkan bahwa green accounting dan environmental performance berpengaruh positif signifikan terhadap

No	Nama Peneliti	Jurnal	Judul	Pendekatan Data	Variabel			Hipotesis Penelitian	Hasil Penelitian
					Dependen	Independen	Moderasi		
			<i>Performance</i> terhadap Profitabilitas Perusahaan			<i>Performance</i> (X3)	terhadap profitabilitas H3: <i>Environmental Performance</i> berpengaruh positif terhadap profitabilitas	profitabilitas perusahaan. Sedangkan <i>material flow cost accounting</i> tidak memiliki pengaruh terhadap profitabilitas perusahaan	
13	Poerba <i>et al.</i> , (2024)	Jurnal Neraca Peradaban	Pengaruh Likuiditas Terhadap Profitabilitas pada PT Mulia Industrindo, Tbk Periode 2011-2022	Kuantitatif	Profitabilitas (Y)	Likuiditas (X)	- H1: Likuiditas berpengaruh positif terhadap profitabilitas	Penelitian menunjukkan bahwa perubahan dalam <i>current ratio</i> secara positif berdampak pada peningkatan <i>return on asset</i> .	

2.3. Kerangka Pemikiran

Variabel yang digunakan yakni variabel independen, dependen, dan moderasi.

Berikut kerangka pemikiran untuk penelitian berdasarkan penelitian terdahulu:



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

Keterangan:

H1=*Green Accounting* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas (Y)

H2=Likuiditas (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas (Y)

H3=*Corporate Social Responsibility* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas (Y)

H4=Ukuran Perusahaan (Z) memoderasi hubungan *Green Accounting* (X1) terhadap Profitabilitas (Y)

H5=Ukuran Perusahaan (Z) memoderasi hubungan Likuiditas (X2) terhadap Profitabilitas (Y)

H6=Ukuran Perusahaan (Z) memoderasi hubungan *Corporate Social Responsibility* (X3) terhadap Profitabilitas (Y).

2.4. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merujuk pada pernyataan yang kebenarannya belum diketahui saat diungkapkan. Dalam penelitian, hipotesis dirumuskan sebagai jawaban atau dugaan sementara untuk menjelaskan masalah yang diteliti hingga diperoleh bukti yang mendukung atau membantahnya (Machali, 2018).

2.4.1. Pengaruh *Green Accounting* Terhadap Profitabilitas

Penerapan *green accounting* pada perusahaan yang diungkapkan dan secara komprehensif sebagai bentuk tanggung jawab lingkungan pada *annual report* berpotensi meningkatkan profitabilitasnya (Oktadifa & Widajantie, 2023). Teori legitimasi menegaskan bahwa perusahaan perlu mendapatkan dan mempertahankan legitimasi dari masyarakat terkait upaya pengungkapan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan. Berdasarkan hasil tersebut, perusahaan dapat terus menjalankan operasinya dan memaksimalkan produktivitas yang dapat mendukung pertumbuhan ekonomi perusahaan sekaligus membangun hubungan yang harmonis dengan masyarakat. Perusahaan yang memperhatikan dampak lingkungan dan menggunakan *green accounting* cenderung memenuhi kontrak sosialnya, meningkatkan kepercayaan masyarakat, dan loyalitas konsumen (Rahman et al., 2023).

Berdasarkan penelitiannya, Oktadifa & Widajantie (2023) mengungkapkan jika *green accounting* memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas, di mana semakin baik pengungkapan lingkungan dan peringkat perusahaan dalam PROPER, semakin tinggi kepercayaan publik, yang berdampak positif pada profitabilitas. Temuan serupa juga diungkapkan oleh Meiriani et al., (2022) menyatakan jika perusahaan semakin luas mengungkapkan *green accounting*, maka ketertarikan investor dalam berinvestasi meningkat dan profitabilitas perusahaan juga meningkat. Namun, penelitian oleh Sundari

& Sulfitri (2022) menghasilkan kesimpulan berbeda, yakni jika profitabilitas tidak dipengaruhi oleh *green accounting*. Dari pemaparan tersebut, hipotesis disimpulkan seperti di bawah ini:

H1: *Green accounting* berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.

2.4.2. Pengaruh Likuiditas Terhadap Profitabilitas

Semakin baik likuiditas suatu perusahaan, maka semakin menaikkan tingkat profitabilitasnya. Selaras dengan teori sinyal (*signaling theory*), yang mengatakan jika peningkatan profitabilitas perusahaan adalah sinyal yang baik bagi investor menunjukkan bahwa investasi mereka menghasilkan keuntungan (Atikah & Sastradiprja, 2024). Selain itu, likuiditas yang sehat mengindikasikan kapasitas perusahaan pada pemenuhan kewajiban jangka pendeknya, sehingga menumbuhkan keyakinan investor serta pemangku kepentingan lainnya terhadap stabilitas keuangan perusahaan dan meningkatkan profitabilitas. Hubungan antara likuiditas dan profitabilitas dengan teori *stakeholder* adalah bahwa tingginya likuiditas mencerminkan kemampuan perusahaan untuk mengelola keuangannya dengan optimal, karena perusahaan memiliki kelebihan kas yang memungkinkannya untuk memenuhi kewajiban utangnya secara lancar (Fitrifatun & Meirini, 2024).

Penelitian Nuraini & Suwaidi (2022), menunjukkan jika likuiditas berpengaruh positif terhadap profitabilitas dikarenakan mencerminkan kapasitas perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendek melalui aset lancarnya. Temuan ini diperkuat oleh penelitian Poerba *et al.*, (2024) dan Fitrifatun & Meirini (2024) yang membuktikan jika likuiditas berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Dikarenakan, perusahaan dengan likuiditas tinggi lebih mampu memenuhi kewajibannya dan memanfaatkan peluang investasi yang menghasilkan keuntungan lebih besar. Namun, penelitian Fransisca & Widjaja (2019) menunjukkan hasil berbeda, dimana profitabilitas tidak dipengaruhi oleh

likuiditas. Dengan mempertimbangkan analisis dan hasil penelitian sebelumnya, hipotesis dapat disimpulkan seperti di bawah ini:

H2: Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.

2.4.3. Pengaruh CSR Terhadap Profitabilitas

Dengan mempraktikkan *corporate social responsibility*, perusahaan secara tidak langsung menjadikannya sebagai salah satu bentuk promosi kepada masyarakat dan investor. Melalui berbagai kegiatan yang mencerminkan tanggung jawab terhadap lingkungan, perusahaan dapat menarik perhatian dan membangun kepercayaan para *stakeholder* (Pratiwi et al., 2020). Teori *stakeholder* mengungkapkan jika keberhasilan perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh pemegang saham, tetapi juga pelanggan, karyawan, komunitas, dan pemerintah. Perusahaan dapat menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan dengan mengambil tanggung jawab atas kerusakan yang terjadi melalui penerapan tanggung jawab perusahaan terhadap sosial (Saputri, 2024).

Heryanto & Juliarto (2017) dan Sundari & Sulfitri (2022) mengemukakan jika CSR berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Dikarenakan, keuntungan penjualan dapat meningkat dengan pengungkapan CSR. Hal tersebut disebabkan oleh preferensi konsumen terhadap produk perusahaan yang mempunyai reputasi baik di masyarakat dan bertanggung jawab terhadap sosial. Selain itu, penelitian Saputri (2024) menunjukkan jika CSR berpengaruh terhadap profitabilitas. Dimana hal ini mengindikasikan jika pelaksanaan CSR yang baik dapat meningkatkan kinerja perusahaan, tidak hanya dari segi reputasi dan hubungan dengan pemangku kepentingan, tetapi juga berkontribusi langsung pada peningkatan profitabilitas. Sedangkan Musfirati et al., (2021) dalam penelitiannya menyatakan jika profitabilitas tidak dipengaruhi oleh CSR. Dengan demikian, maka hipotesis dirumuskan di bawah ini:

H3: Corporate social responsibility berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.

2.4.4. Pengaruh *Green Accounting* Terhadap Profitabilitas dengan dimoderasi dengan Ukuran Perusahaan

Semakin luas pengungkapan *green accounting*, semakin besar pengaruh pada pilihan investor dalam berinvestasi (Fitriyatun & Meirini, 2024). Pengungkapan ini tidak hanya menunjukkan bahwa perusahaan berkomitmen untuk bertanggung jawab pada lingkungan, tetapi berfungsi untuk membangun atau mempertahankan legitimasi di mata para pemangku kepentingan, sesuai dengan teori legitimasi. Dengan meningkatnya kepercayaan investor, penanaman modal cenderung meningkat, yang pada gilirannya mendorong peningkatan profitabilitas perusahaan (Meiriani et al., 2022). Selain itu, perusahaan dengan skala besar cenderung memiliki sumber daya lebih luas untuk menerapkan *green accounting* secara efektif. Ukuran perusahaan merupakan faktor moderasi yang penting, sehingga memperkuat dampaknya terhadap profitabilitas.

Pratama & Mulyani (2024), dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan bisa melemahkan pengaruh *green accounting* terhadap profitabilitas. Hal tersebut disebabkan ukuran perusahaan mencerminkan stabilitas dan citranya di pasar. Perusahaan besar lebih dikenal, memiliki koneksi luas, dan lebih mudah memasarkan produknya dibandingkan perusahaan kecil. Selain itu, skala perusahaan yang besar dapat menutupi biaya lingkungan dari *green accounting*, sehingga dampaknya terhadap profitabilitas tidak signifikan. Berbeda dengan perusahaan kecil yang lebih rentan terhadap perubahan biaya operasional. Maka, hipotesis disimpulkan seperti di bawah ini:

H4: Ukuran perusahaan memoderasi hubungan antara *green accounting* terhadap profitabilitas

2.4.5. Pengaruh Likuiditas Terhadap Profitabilitas dengan dimoderasi dengan Ukuran Perusahaan

Perusahaan kecil cenderung memiliki keterbatasan akses ke pasar modal, sementara biaya penerbitan sekuritas dalam jumlah kecil sering menjadi kendala bagi mereka. Sebaliknya, perusahaan besar memiliki lebih banyak pilihan pendanaan, termasuk penawaran utang khusus yang lebih menguntungkan, serta peluang lebih besar untuk menyusun kontrak utang standar (Zurriah & Prayogi, 2023). Dalam konteks teori sinyal, kemampuan perusahaan besar untuk memperoleh pendanaan yang lebih beragam mengirimkan sinyal positif kepada investor tentang stabilitas keuangan dan prospek masa depan perusahaan. Hal tersebut diperkuat oleh tingginya rasio lancar, yang mengindikasikan kemampuan perusahaan dalam mengelola aset dan kewajiban secara efisien, sekaligus menunjukkan kebijakan manajemen yang efektif dalam menghadapi fluktuasi ekonomi dan tantangan operasional (Poerba et al., 2024).

Dalam penelitiannya, Zurriah & Prayogi (2023) mengungkapkan ada pengaruh dari ukuran perusahaan yang memoderasi antara likuiditas dengan profitabilitas. Pendanaan penting bagi perkembangan usaha, salah satunya melalui utang. Tingginya rasio solvabilitas menunjukkan kewajiban perusahaan besar. Perusahaan yang mempunyai aset besar mempermudah perusahaan mendapatkan pinjaman karena memiliki jaminan, sekaligus dapat mengurangi ketergantungan pada pendanaan eksternal untuk operasionalnya. Dengan penjelasan sebelumnya, sehingga hipotesis dirumuskan seperti di bawah ini:

H5: Ukuran perusahaan memoderasi hubungan antara likuiditas terhadap profitabilitas

2.4.6. Pengaruh CSR Terhadap Profitabilitas dengan dimoderasi dengan Ukuran Perusahaan

Pengungkapan informasi CSR dipengaruhi ukuran perusahaan, karena tidak semua indikator dapat dipenuhi atau sesuai dengan karakteristik perusahaan. Besarnya ukuran perusahaan cenderung menentukan jumlah informasi yang perlu disampaikan kepada publik (Rasyid et al., 2022). Dalam konteks teori *stakeholder*, perusahaan besar dituntut untuk memenuhi tanggung jawabnya terhadap para stakeholder melalui pengungkapan CSR sebagai bentuk *transparansi*. Langkah ini tidak hanya membangun kepercayaan dan meningkatkan citra perusahaan, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan profitabilitas. Dengan memperhatikan dampak aktivitas bisnis terhadap aspek lingkungan dan sosial, perusahaan dapat menjaga relasi yang harmonis dengan para pihak berkepentingan sekaligus memastikan keberlanjutan operasionalnya (Humairoh, 2018).

Berdasarkan penelitian Sundari & Sulfitri (2022), CSR berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Hingga saat ini, penelitian yang secara khusus menguji dampak CSR terhadap profitabilitas masih belum ditemukan. Dengan demikian, penelitian ini menyumbangkan kontribusi baru kepada pengembangan teori dan praktik di bidang ini dengan mempelajari bagaimana ukuran perusahaan dapat mempengaruhi hubungan antara CSR dan profitabilitas. Dengan mempertimbangkan penjelasan ini, hipotesis dibuat seperti di bawah ini:

H₆: Ukuran perusahaan memoderasi hubungan antara *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas