Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah dan Akuntansi
Volume 1 No. 5 September 2024
e-ISSN: 3046-983X; p-ISSN: 3046-9015 Hal 163-182
DOI: https://doi.org/10.61132/jiesa.v1i4.477
Available Online at: https://ejournal.areai.or.id/index.php/JIESA

Pengaruh Akuntansi Lingkungan (*Green Accounting*), Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia Periode 2018-2022)

Miftahur Rahmah[1*], Sandra Dewi[2]
[1,2]Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Indonesia
E-mail: miftahurrahmah082@gmail.com[1], sandradewi@uinbukittinggi.ac.id[2]

Alamat: Jl. Gurun Aua, Kubang Putiah, Kec. Banuhampu, Kota Bukittinggi, Sumatera Barat 26181
**Korespondensi penulis: miftahurrahmah082@gmail.com*

Abstract. *The purpose of establishing a company is to obtain high profitability. However, in practice, there are still many companies that turn a blind eye to managing the environment in order to increase profitability, of the 105 manufacturing companies listed on the Indonesian Sharia Stock Index, less than a quarter of all manufacturing companies implement green accounting. And there are many companies that experience losses even though their sales increase. This study aims to determine the effect of environmental accounting (green accounting), sales growth, and company size on profitability in manufacturing companies listed on the Indonesian Sharia Stock Index (ISSI) for the 2018-2022 period. This study uses a descriptive research type with a quantitative approach. The sampling method uses the purposive sampling method. The data used are secondary data in the form of financial reports and annual reports on manufacturing companies listed on the Indonesian Sharia Stock Index for the 2018-2022 period. The analysis technique used is multiple linear regression analysis processed using the Eviews Version 12 application. The results of this study indicate that the environmental accounting variable (green accounting) has a positive but not significant effect on profitability. The sales growth variable has a positive and significant effect on profitability. The company size variable has a negative but not significant effect on profitability. And the variables of environmental accounting (green accounting), sales growth, and company size have a positive and significant effect on profitability.*

Keywords: *Green Accounting, Sales Growth, Company Size, Profitability.*

Abstrak. Tujuan didirikan sebuah perusahaan untuk mendapatkan profitabilitas yang tinggi. Namun dalam praktiknya masih banyak perusahaan yang tutup mata dalam mengelola lingkungan demi meningkatkan profitabilitas, dari 105 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia tidak sampai seperempat dari keseluruhan perusahaan manufaktur tersebut yang menerapkan green accounting. Serta banyak terdapat perusahaan yang mengalami kerugian walaupun penjualan mereka meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari akuntansi lingkungan (green accounting), pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) periode 2018-2022. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode penarikan sampel dengan menggunakan metode purposive sampling. Data yang digunakan adalah data sekunder yang berupa laporan keuangan dan laporan tahunan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia pada periode 2018-2022. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda yang diolah mengunakan aplikasi Eviews Versi 12. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel akuntansi lingkungan (green accounting) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap profitabilitas. Variabel pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Variabel ukuran perusahaan berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap profitabilitas. Dan variabel akuntansi lingkungan (green accounting), pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.

Kata Kunci: Akuntansi Lingkungan, Pertumbuhan Pelnjualan, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas.

Received Juli 24, 2024; Revised Agustus 16, 2024; Accepted Agustus 30, 2024; Published September 03, 2024

1. LATAR BELAKANG

Pada era perkembangan ilmu dan teknologi yang semakin masif ini, persaingan industri terkhusus di Indonesia semakin meningkat. Survei yang dilakukan oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha Republik Indonesia terhadap 34 provinsi dengan responden yang mewakili berbagai macam institusi seperti Kamar Dagang dan Industri, Akademisi, Bank Indonesia, dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi. Hasil survei tersebut menyatakan bahwa indeks persaingan usaha (IPU) di Indonesia berada pada skor 4,87 (dari skala 7,0) pada tahun 2022 yang menjadikan indeks persaingan usaha pada tahun 2022 menjadi yang tertinggi semenjak tahun 2019 (Komisi Pelngawas Pelrsaingan Usaha Relpublik Indonelsia, 2022). Persaingan yang ketat dan semakin bertumbuh dari tahun ketahun menjadi tantangan bagi setiap perusahaan untuk tetap memperoleh profit bagi perusahaan mereka masing-masing (Kasmir 2019). Walaupun demikian masih banyak perusahaan yang seakan acuh terhadap nilai-nilai spritual tersebut dan mengesampingkan aspek kemaslahatan sesama dan lingkungan. Berdasarkan hasil analisa Peneliti tentang perusahaan manufaktur yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia dari tahun 2018-2022 yang berjumlah 105 perusahaan hanya 25 perusahaan yang konsisten menerapkan *green accounting* dengan kata lain tidak sampai seperempat dari keseluruhan perusahaan manufaktur tersebut yang menerapkan *green accounting*.

Dikutip dari WALHI contoh kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh perusahaan terjadi pada tahun 2017 yang mana kegiatan PT. Indah Kiat Pulp and Paper sebagai salah satu perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia menyebabkan kerusakan lingkungan yang mengakibatkan pencemaran udara, air dan tanah. Yang mana dampaknya dirasakan oleh masyarakat Kecamatan Koto Gasib, yang bertempat tinggal dekat dengan perusahaan tersebut yang mengakibatkan sesak napas dan masalah kesehatan lainnya (WALHI, 2023). Disamping dampak terhadap masyarakat dan lingkungan, fenomena tersebut dapat merugikan perusahaan yang mana rencana pengembangan area produksi yang lebih luas menjadi terhambat serta menghadapi berbagai tuntutan yang diberikan oleh masyarakat, hal tersebut dapat menurunkan citra dari perusahaan sehingga para investor akan merasa enggan untuk berinvestasi. Keengganan tersebut dapat mengakibatkan menurunnya profitabilitas yang diterima oleh perusahaan.

Sebagaimana yang telah Peneliti singgung diawal bahwa di tengah ketatnya persaingan perusahaan terkhusus Pelaku usaha harus terus berekspansi jika ingin masuk dalam daftar perusahaan manufaktur di Indeks Saham Syariah Indonesia. Ketika penjualan mewakili salah satu aliran pendapatan perusahaan, pertumbuhan penjualan yang stabil adalah salah satu tujuan

perusahaan. Profitabilitas bisnis meningkat seiring dengan penjualan. Penelitian Nugrahaning dan Nengah, yang menemukan bahwa pertumbuhan penjualan mempunyai dampak positif dan besar terhadap profitabilitas, mendukung hal ini (Suarmanaya & Nelngah, 2021). Akan tetapi bertolak belakang dari hasil penelitian Nugrahaning dan Nengah kenyataannya masih banyak terdapat perusahaan yang mengalami kerugian walaupun penjualan mereka meningkat. Seperti contoh yang terjadi pada PT. Bukalapak.com Tbk, mengalami peningkatan penjualan pada awal tahun 2023 sebesar 28,9% dibandingkan pada tahun lalu. Akan tetapi, PT. Bukalapak.com Tbk, mengalami kerugian sebesar Rp 389,27 miliar (Ahdiat, 2023). Terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas, Salah satu aspek yang dipertimbangkan investor sebelum melakukan investasi finansial adalah ukuran perusahaan. Sartono berpendapat bahwa ukuran suatu perusahaan mencerminkan besarnya perusahaan secara keseluruhan (Sartono, 2010). Dibandingkan dengan organisasi yang lebih kecil, perusahaan yang lebih besar memiliki motivasi yang tinggi untuk mencapai nilai profitabilitas yang tinggi (Munawir, 2010).

Mengingat tingginya permasalahan lingkungan hidup di kalangan perusahaan manufaktur di Indonesia, timbul pertanyaan apakah perusahaan manufaktur yang termasuk dalam Indeks Saham Syariah Indonesia telah melakukan pengelolaan lingkungan dan alam dengan baik, ataukah ada faktor lain yang mempunyai pengaruh lebih besar terhadap bisnis ini? elemen yang sudah dijelaskan oleh peneliti? Akibatnya, mengingat fenomena yang telah dijelaskan peneliti sebelumnya dan banyaknya variasi di dalamnya berdasarkan temuan penelitian sebelumnya, terbukti bahwa tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan akuntansi lingkungan, atau "*akuntansi hijau*", berdampak pada profitabilitas.

2. KAJIAN TEORITIS

Teori Legitimasi

Teori legitimasi adalah teori yang berkaitan dengan perusahaan yang berusaha dalam mempertahankan atau memperoleh kepercayaan dari pemangku pihak eksternal diantarnya seperti pemerintah, lembaga publik, investor, dan masyarakat. Suatu korporasi dapat menggunakan teori legitimasi ini sebagai alat strategis untuk memperluas wilayah bisnisnya di masa depan (Sutomo, 2017). Sementara itu, Hadi mengklaim legitimasi merupakan teori yang menunjukkan bahwa bisnis berkelanjutan perlu memastikan bahwa operasionalnya sejalan dengan harapan masyarakat dan mengikuti aturan yang berlaku baik di masyarakat maupun lingkungan (Hadi 2015).

Teori legitimasi mendorong pentingnya analisis perilaku pada lingkungan sebagai bentuk tanggung jawab sosial yang mencakup batas-batas norma, dan nilai sosial serta reaksi masyarakat terhadap operasional perusahaan. Hal tersebut karena keberlangsungan hidup dan pertumbuhan perusahaan dipengaruhi oleh hasil akhir (output) yang dikontribusikan pada masyarakat. Mekanisme pengungkapan sebagai tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dirancang oleh perusahaan, dapat dipahami secara sistematis dengan teori legitimasi. Teori ini berhubungan langsung dengan kinerja keuangan, karena terkait dengan citra perusahaan yang jika tidak dijaga dengan baik akan menimbulkan penurunan terhadap kinerja perusahaan dalam meningkatkan profitabilitas (Mangindaan 2018).

Teori *Critical Resource*

Teori critical resource menyatakan bahwa ketika ukuran perusahaan meningkat maka profitabilitas juga akan meningkat, tetapi ketika ukuran perusahaan melebihi jumlah tertentu, maka keuntungan perusahaan pada akhirnya akan menurun. Teori critical resource menekankan kendali manajemen atas sumber daya manajemen, seperti aset, teknologi, dan kekayaan intelektual, sebagai faktor penentu ukuran bisnis. Sumber daya yang melimpah memungkinkan perusahaan untuk berinvestasi pada aset lancar dan aset tetap dan juga dapat memenuhi permintaan produk perusahaan diman hal ini akan meningkatkan pangsa pasar (Kusuma 2005).

Teori critical resource juga menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan pada perusahaan akan berdampak pada peningkatan profitabilitas yang dapat dicapai oleh perusahaan. Pangsa pasar yang tinggi akan meningkatkan penjualan sehingga dapat menutupi biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi sehingga meningkatkan keuntungan suatu perusahaan. Informasi yang tersedia di pasar tersebut dapat menjadi bahan analisis investor dalam menentukan keputusan investasi dan sebagai kontrol untuk mengetahui kondisi perusahaan. Perusahaan yang besar mempunyai akses ke pasar modal sehingga lebih mudah untuk mendapatkan tambahan dana sehingga dapat meningkatkan profitabilitas suatu perusahaan (Barus and Leliani 2013).

Profitabilitas

Menurut Muchtar Kemampuan suatu bisnis untuk menghasilkan keuntungan dalam jangka waktu tertentu dikenal sebagai profitabilitas, dan hal ini dapat dinilai dengan membandingkan laba bersihnya pada jangka waktu tersebut dengan total asetnya. (Muchtar, 2021). Rahardjo, sebaliknya, mendefinisikan profitabilitas sebagai kemampuan perusahaan

untuk menghasilkan keuntungan, baik dengan menggunakan modal yang tersedia atau dengan menghasilkan keuntungan dari penjualan barang atau jasa (Raharjo, 2007). Tujuan utama suatu perusahaan agar dapat terus beroperasi adalah untuk meningkatkan profitabilitas. Dengan demikian, kemungkinan suatu perusahaan mengalami kebangkrutan menurun seiring dengan meningkatnya profitabilitas. Para peneliti dalam penelitian ini memproyeksikan rasio atau metrik Return On Assets (ROA). Karena rasio ROA ini dapat mengukur tingkat keuntungan bersih perusahaan secara menyeluruh berdasarkan dengan jumlah aset yang tersedia, yaitu dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\mathbf{ROA} = \frac{\textbf{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\textbf{Total Aktiva}} \textbf{ x 100\%}$$

Akuntansi Lingkungan (*Green Accounting*)

Menurut Pasaribu *green accounting* adalah konsep akuntansi gabungan yang mendukung gerakan penghijauan pada suatu perusahaan dengan berkontirbusi, mengkualifikasi, mengukur serta mengenali lingkungan dalam proses usaha (Pasaribu 2022). *Green accounting* bertujuan dalam meningkatkan kuantitas informasi yang relevan untuk pihak yang memerlukan atau dapat menggunakannya. Selain itu tujuan dari pengembangan *green accounting* adalah sebagai sarana bagi manajer dalam pengambilan keputusan serta sebagai sarana komunikasi dengan masyarakat (Kusumaningtias 2013). Pemerintahan di Indonesia telah membentuk sebuah aturan dalam perusahaan yang disebut dengan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) telah menerapkan Program Penilaian Peringkat Jabatan (PROPER) untuk mengelola dampak lingkungan dari perusahaan tersebut. Dimana PROPER berupaya untuk meningkatkan lingkungan dunia usaha di Indonesia (Ikhsan, 2008). Metrik atau indikator pemeringkatan PROPER yang digunakan dalam penelitian ini tercantum di bawah ini:

Tabel 1. Pengukuran Peringkat PROPER

WARNA	BOBOT
Emas	5
Hijau	4
Biru	3
Merah	2
Hitam	1

Sumber: Kemenentrian Lingkungan Hidup 2022

Petumbuhan Penjualan

Menurut Brigham dan Houton pertumbuhan penjualan adalah terkaan atau perkiraan tingkat penjualan ditahun yang akan datang dengan memprediksi penjualan pada tahun sebelumnya (Brigham and Houston 2006). Menurut kasmir pertumbuhan penjualan adalah suatu alat ukur atau rasio yang dapat mengukur seberapa besar perusahaan mampu dalam memaksimalkan keuntungan jika dibandingkan dengan seluruh jumlah penjualan yang dimiliki oleh perusahaan tersebut (Kasmir 2016). Oleh karena itu perusahaan harus mengetahui dan memantau pertubuhan penjualan, dengan itu perusahaan dapat berusaha dalam memaksimalkan penjualan agar terus meningkat dari tahun ke tahun dengan mengoptimalkan sumber daya yang ada, serta dapat memprediksi keuntungan atau profit yang akan didapatkan (Afielzan & Dkk, 2020). Indikator pertumbuhan penjualan yaitu dengan rumus mengurangkan penjualan tahun sekarang dengan penjualan tahun sebelumnya lalu dibagi dengan penjualan tahun sebelumnya. Untuk lebih jelasnya berikut rumus dari pertumbuhan penjualan :

$$\textbf{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\textbf{Penjualan t} - \textbf{Penjualan t}-1}{\textbf{Penjualan t}-1} \textbf{ x 100\%}$$

Ukuran Perusahaan

Menurut Hartono, besar kecilnya suatu perusahaan dapat ditentukan dengan melihat total aset yang dimilikinya, yang menunjukkan apakah organisasi tersebut besar atau kecil. Ketika perusahaan besar bertumbuh, maka perusahaan tersebut akan mempunyai akses yang lebih baik ke pasar modal karena investor akan melihat sinyal positif ketika nilai aset yang dikaitkan dengan kapitalisasi pasar dan nilai penjualan tetap stabil. Hal ini dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk mendongkrak pendapatannya (Hartono, 2018). Logaritma natural dari total aset dapat digunakan untuk menilai ukuran suatu perusahaan, berapapun ukurannya. Logaritma natural total aset digunakan bersama dengan metode pengukuran dalam penelitian ini untuk menentukan ukuran perusahaan. (Nurminda and Isynuwardhana 2017):

$$\textbf{Firm Size} = \textbf{Log}_n \textbf{ (Total Aktiva)}$$

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi penelitian ini adalah 105 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia periode 2018–2022. Metode Purposive Sampling digunakan untuk menentukan sampel penelitian. Ketentuan berikut berlaku untuk sampel penelitian :

a. Perusahaan manufaktur yang masuk dalam Indeks Saham Syariah Indonesia periode penelitian 2018–2022.

b. Bisnis manufaktur yang menerbitkan laporan keuangan tahunan yang komprehensif dan konsisten untuk tahun 2018–2022.
c. Usaha yang bergerak di bidang manufaktur dan menggunakan rupiah sebagai uangnya.
d. Pelaku usaha manufaktur yang memperoleh sertifikat Program Penilaian Kinerja Perusahaan (PROPER) secara terus menerus antara tahun 2018 hingga tahun 2022.

Standar ini digunakan untuk memilih sampel sebanyak 25 bisnis yang memenuhi kriteria tersebutstandar. Data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan melalui metode dokumentasi, yang sebelumnya data telah dipublikasikan di website Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) (BEI) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Statistik deskriptif, uji asumsi tradisional, uji regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis merupakan pendekatan analisis data yang digunakan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan analisis yang mendeskriptifkan data berdasarkan rata-rata (mean), standar diviasi, nilai maximum, dan nilai minimum. Berikut hasil dari analisis statistik deskriptif:

Tabel 3. Hasil Uji Statistik Deskriptif

	ROA	GA	PP	UP
Mean	7.702735	3.224000	7.423864	29.35463
Median	5.101060	3.000000	7.864903	29.11122
Maximum	92.09972	5.000000	94.98552	32.82638
Minimum	-40.14246	3.000000	-40.52628	26.63862
Std. Dev.	12.52287	0.472877	17.89620	1.528253
Observations	125	125	125	125

Sumber: Data Olahan Eviews 12, 2024

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif pada tabel 3 diatas, maka dapat disimpulkan bahwa:

1) Variabel Profitabilitas (Y), dari tabel 3 diatas diketahui bahwa nilai minimum sebesar -40,14246, artinya ada salah satu sampel yang memiliki tingkat profitabilitas terendah sebesar -40,14246 yaitu pada PT. Keramika Indonesia Assosiasi Tbk pada tahun 2019. Nilai maximum sebesar 92,09972, artinya ada salah satu sampel yang memiliki tingkat profitabilitas tertinggi sebesar 92,09972 yaitu pada PT. Merck Tbk tahun 2018. Nilai

mean sebesar 7,702735, artinya nilai rata-rata profitabilitas dalam sampel perusahaan secara menyeluruh yaitu sebesar 7,702735. Nilai standar deviasi sebesar 12,52287 artinya standar deviasi profitabilitas dalam sampel perusahaan bervariasi, hal ini menunjukkan bahwa data sampel perusahaan tersebar semakin jauh dari rata-rata.

2) Variabel *Green Accounting* (X_1), dari tabel 3 diatas diketahui bahwa nilai minimum sebesar 3,000000, artinya ada salah satu sampel perusahaan yang mengungkapkan *green accounting* dengan meraih bobot sebesar 3,000000. Nilai maximum sebesar 5,000000, artinya ada salah satu sampel perusahaan yang mengungkapkan *green accounting* dengan meraih bobot sebesar 5,000000. Nilai mean sebesar 3,224000, artinya nilai rata-rata *green accounting* dalam sampel perusahaan secara menyeluruh yaitu sebesar 3,224000. Nilai standar deviasi sebesar 0,472877, artinya standar deviasi *green accounting* dalam sampel perusahaan kurang bervariasi, hal ini menunjukkan bahwa data sampel perusahaan hampir seluruhnya berada di sekitar rata-rata.
3) Variabel Pertumbuhan Penjualan (X_2), dari tabel 3 diatas diketahui bahwa nilai minimum sebesar -40,52628, artinya ada salah satu sampel yang memiliki pertumbuhan penjualan terendah sebesar -40, 52628 yaitu pada PT. Keramika Indonesia Assosiasi Tbk tahun 2020. Nilai maximum sebesar 94,98552, artinya ada salah satu sampel yang memiliki tingkat pertumbuhan penjualan tertinggi sebesar 94,98552 yaitu pada PT. Chitose Internasional Tbk tahun 2022. Nilai mean sebesar 7,423864, artinya nilai rata-rata pertumbuhan penjualan dalam sampel perusahaan secara menyeluruh yaitu sebesar 7,423864. Nilai standar deviasi sebesar 17,89620, artinya standar deviasi pertumbuhan penjualan dalam sampel perusahaan bervariasi, hal ini menunjukkan bahwa data sampel perusahaan tersebar semakin jauh dari rata-rata.
4) Variabel Ukuran Perusahaan (X_3), dari tabel 3 diatas diketahui bahwa nilai minimum sebesar 26,63862, artinya ada salah satu sampel yang memiliki ukuran perusahaan terendah sebesar 26,63862 yaitu pada PT. Chitose Internasional Tbk tahun 2021. Nilai maximum sebesar 32,82638, artinya ada salah satu sampel yang memiliki ukuran perusahaan tertinggi sebesar 32,82638 yaitu pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk tahun 2022. Nilai mean sebesar 29,35463, artinya nilai rata-rata ukuran perusahaan dalam sampel perusahaan secara menyeluruh yaitu sebesar 29,35463. Nilai standar deviasi sebesar 1,528253, artinya standar deviasi ukuran perusahaan dalam sampel perusahaan kurang bervariasi, hal ini menunjukkan bahwa data sampel perusahaan hampir seluruhnya berada di sekitar rata-rata.

Penentuan Model Regresi Data Panel

a. Estimasi Model Regresi

1) *Common Effect Model* (CEM)

Salah satu metode yang menggabungkan data cross-sectional dan time series adalah estimasi Common Effect Model. Metode ini mengasumsikan bahwa data perusahaan berperilaku konsisten, oleh karena itu dimensi individual dan temporal tidak perlu diperhitungkan. Oleh karena itu, pendekatan OLS (Ordinary Least Square) atau teknik kuadrat terkecil dapat digunakan untuk estimasi data panel. Berikut hasil pengujian Common Effect Model:

Tabel 4. Hasil Uji *Common Effect Model*

Dependent Variable: ROA
Method: Panel Least Squares
Date: 08/16/24 Time: 22:26
Sample: 2018 2022
Periods included: 5
Cross-sections included: 16
Total panel (balanced) observations: 80

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-45.76566	10.79471	-4.239637	0.0001
GA	9.709270	1.113321	8.720995	0.0000
PP	0.037793	0.032515	1.162314	0.2487
UP	0.713504	0.337892	2.111631	0.0380

R-squared	0.516413	Mean dependent var	6.788760
Adjusted R-squared	0.497324	S.D. dependent var	6.987425
S.E. of regression	4.954060	Akaike info criterion	6.086999
Sum squared resid	1865.246	Schwarz criterion	6.206100
Log likelihood	-239.4799	Hannan-Quinn criter.	6.134750
F-statistic	27.05296	Durbin-Watson stat	1.009105
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Data Olahan Eviews Version 12, 2024

2) *Fixed Effect Model* (FEM)

Estimasi *Fixed Effect Model* adalah teknik estimasi yang menggunakan variabel *dummy* untuk menyesuaikan perbedaan intersep antar perusahaan, namun intersepnya sama sepanjang waktu. Selain itu, *Fixed Effect Model* mengasumsikan bahwa koefisien regresi adalah konstan di seluruh perusahaan dari waktu ke waktu. Model ini juga bisa disebut model LSDV (*Least Squares Dummy Variable*). Berikut hasil uji dari *Fixed Effect Model*:

Tabel 5. Hasil *Uji Fixed Effect Model*

Dependent Variable: ROA
Method: Panel Least Squares
Date: 08/16/24 Time: 22:28
Sample: 2018 2022
Periods included: 5
Cross-sections included: 16
Total panel (balanced) observations: 80

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	45.92420	66.73121	0.688197	0.4939
GA	1.686981	1.778411	0.948589	0.3466
PP	0.055189	0.024350	2.266456	0.0270
UP	-1.532303	2.274707	-0.673627	0.5031

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	0.803889	Mean dependent var	6.788760
Adjusted R-squared	0.746020	S.D. dependent var	6.987425
S.E. of regression	3.521411	Akaike info criterion	5.559448
Sum squared resid	756.4205	Schwarz criterion	6.125179
Log likelihood	-203.3779	Hannan-Quinn criter.	5.786266
F-statistic	13.89158	Durbin-Watson stat	1.512621
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Data Olahan Eviews Version 12, 2024

3) *Random Effect Model (REM)*

Estimasi *Random Effect Model* adalah teknik estimasi yang kesalahannya berbeda-beda untuk setiap perusahaan. hubungan antara waktu dan individu saling terkait dalam evaluasi variabel gangguan. Model ini bisa disebut GLS (*Generalized Least Squares*). Berikut hasil uji dari *Random Effect Model*:

Tabel 6. Hasil Uji *Random Effect Model*

Dependent Variable: ROA
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)
Date: 08/16/24 Time: 22:28
Sample: 2018 2022
Periods included: 5
Cross-sections included: 16
Total panel (balanced) observations: 80
Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-28.29533	16.44159	-1.720961	0.0893
GA	6.017372	1.331401	4.519578	0.0000
PP	0.043476	0.023763	1.829583	0.0712
UP	0.522556	0.533322	0.979814	0.3303

Effects Specification

	S.D.	Rho
Cross-section random	3.222889	0.4558
Idiosyncratic random	3.521411	0.5442

Weighted Statistics

R-squared	0.231178	Mean dependent var	2.980453
Adjusted R-squared	0.200830	S.D. dependent var	4.241134
S.E. of regression	3.791418	Sum squared resid	1092.489
F-statistic	7.617510	Durbin-Watson stat	1.307108
Prob(F-statistic)	0.000161		

Unweighted Statistics

R-squared	0.445787	Mean dependent var	6.788760
Sum squared resid	2137.658	Durbin-Watson stat	0.668021

Sumber: Data Olahan Eviews Version 12, 2024

b. Pemilihan Model Regresi

1) Uji *Chow*

Uji *chow* digunakan untuk memilih model yang terbaik antara *Common Effect Model* dengan *Fixed Effect Model* yang akan digunakan dalam penelitian ini. Dengan ketentuan jika nilai *Probability Cross-Section Chi-Square* > 0,05, maka model yang paling tepat adalah *Common Effect Model*. Jika nilai *Probability Cross-Section Chi-Square* < 0,05, maka model yang paling tepat adalah *Fixed Effect Model*. Berikut hasil uji *chow*:

Tabel 7. Hasil Uji *Chow*

Redundant Fixed Effects Tests
Equation: Untitled
Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	5.961265	(15,61)	0.0000
Cross-section Chi-square	72.204058	15	0.0000

Sumber: Data Olahan Eviews Version 12, 2024

Berdasarkan tabel 7 diatas, menunjukkan hasil dari uji *chow* pada nilai *Probability Cross-Section Chi-Square* sebesar 0,0000 yang lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi sementara yang dapat digunakan dalam penelitian ini berdasarkan uji *chow* yaitu *Fixed Effect Model* (FEM). Karena uji *chow* menunjukkan model regresi terbaik adalah *Fixed Effect Model* maka diperlukan uji *hausman* untuk menguji antara *Fixed Effect Model* dengan *Random Effect Model*.

2) Uji *Hausman*

Uji *hausman* digunakan untuk memilih model yang terbaik antara *Fixed Effect Model* dengan *Random Effect Model* yang akan digunakan dalam penelitian ini. Dengan ketentuan jika nilai *Probability Cross-Section Random* > 0,05, maka model yang paling tepat adalah *Random Effect Model.* Jika nilai *Probability Cross-Section Random* < 0,05, maka model yang paling tepat adalah *Fixed Effect Model*. Berikut hasil uji *hausman* :

Tabel 8. Hasil Uji *Hausman*

Correlated Random Effects - Hausman Test
Equation: Untitled
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	15.101530	3	0.0017

Sumber: Data Olahan Eviews Version 12, 2024

Berdasarkan tabel 8 diatas, menunjukkan hasil dari uji *hausman* pada nilai *Probability Cross-Section Random* sebesar 0,0017 yang lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dapat digunakan dalam penelitian ini berdasarkan uji *hausman* yaitu *Fixed Effect Model* (FEM). Karena uji *hausman* menunjukkan model regresi terbaik adalah *Fixed Effect Model* maka tidak diperlukan lagi pengujian selanjutnya yaitu *lagrange multiplier*, karena uji *lagrange multiplier* menguji antara *Common Effect Model* dengan *Random Effect Model.*

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Pengujian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai VIF < 10 maka model regresi tidak memiliki gejala multikolinearitas. Berikut hasil uji multikolinearitas:

Tabel 9. Hasil Uji Multikolinearitas

Variance Inflation Factors
Date: 08/16/24 Time: 22:46
Sample: 1 80
Included observations: 80

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	116.5258	379.8302	NA
GA	1.239484	43.02870	1.007538
PP	0.001057	1.209569	1.007974
UP	0.114171	321.9501	1.010969

Sumber: Data Olahan Eviews Version 12, 2024

Berdasarkan tabel 9 di atas dapat dilihat bahwa nilai Centered VIF pada seluruh variabel independen kecil dari 10. Dapat disimpulkan bahwa model regresi terhindar dari gejala multikolinearitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Glejser dengan nilai *probability chi-square* pada *Obs*R-Squared* > nilai signifikan (0,05), maka model regresi tidak memiliki gejala heteroskedastisitas. Berikut hasil uji heteroskedastisitas :

Tabel 10. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: Glejser
Null hypothesis: Homoskedasticity

F-statistic	2.479740	Prob. F(3,76)	0.0675
Obs*R-squared	7.132589	Prob. Chi-Square(3)	0.0678
Scaled explained SS	8.201950	Prob. Chi-Square(3)	0.0420

Sumber: Data Olahan Eviews Version 12, 2024

Berdasarkan tabel 10 diatas dapat dilihat bahwa nilai probability chi-square pada Obs*R-Squared sebesar 0,0678 > 0,05. Dapat disimpulkan bahwa model regresi terhindar dari gejala heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linear Berganda

Dalam uji regresi linear berganda pada penelitian ini yaitu menggunakan *Random Effect Model* (REM) sebagai model estimasi regresi. Berikut hasil regresi *Random Effect Model* :

Tabel 11. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Dependent Variable: ROA
Method: Panel Least Squares
Date: 08/16/24 Time: 22:28
Sample: 2018 2022
Periods included: 5
Cross-sections included: 16
Total panel (balanced) observations: 80

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	45.92420	66.73121	0.688197	0.4939
GA	1.686981	1.778411	0.948589	0.3466
PP	0.055189	0.024350	2.266456	0.0270
UP	-1.532303	2.274707	-0.673627	0.5031

Sumber: Data Olahan Eviews Version 12, 2024

Berdasarkan tabel 11 diatas, maka diperoleh persamaan regresi data panel sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = 45{,}9242 + 1{,}6869\ X_1 + 0{,}0551\ X_2 - 1{,}5323\ X_3 + \mathit{e}}$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

a. Nilai konstanta dalam persamaan tersebut menunjukkan nilai sebesar 45,9242, yang berarti bahwa keadaan saat profitabilitas dipengaruhi oleh variabel *green accounting*, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan.
b. Nilai koefisien dari variabel *green accounting* (X_1) menunjukkan bahwa variabel *green accounting* bernilai positif yaitu sebesar 1,6869, hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1% nilai *green accounting* akan membuat profitabilitas mengalami kenaikan sebesar 1,6869.
c. Nilai koefisien dari variabel pertumbuhan penjualan (X_2) menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan penjualan bernilai positif yaitu sebesar 0,0551, hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1% nilai pertumbuhan penjualan akan membuat profitabilitas mengalami kenaikan sebesar 0,0551.
d. Nilai koefisien dari variabel ukuran perusahaan (X_3) menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan bernilai negatif yaitu sebesar 1,5323, hal ini menunjukkan bahwa

setiap kenaikan 1% nilai ukuran perusahaan akan membuat profitabilitas mengalami penurunan sebesar 1,5323.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefesien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase dari variabel *green accounting*, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas. Berikut hasil uji koefisien determinasi:

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi

R-squared	0.803889	Mean dependent var	6.788760
Adjusted R-squared	0.746020	S.D. dependent var	6.987425
S.E. of regression	3.521411	Akaike info criterion	5.559448
Sum squared resid	756.4205	Schwarz criterion	6.125179
Log likelihood	-203.3779	Hannan-Quinn criter.	5.786266
F-statistic	13.89158	Durbin-Watson stat	1.512621
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Data Olahan Eviews Version 12, 2024

Berdasarkan tabel 12 diatas, diperoleh nilai Adjusted R-Squared bernilai negatif yaitu sebesar 0,7460. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yaitu *green accounting*, pertumbuahan penjualan, dan ukuran perusahaan tidak mampu menjelaskan varians dari variabel dependen yaitu sebesar 74,60%, sedangkan sisanya sebesar 25,40% dijelaskan oleh faktor lain diluar variabel dalam penelian ini.

Uji Hipotesis

a. Uji Statistik T (Uji Parsial)

Uji statistik T atau uji parsial bertujuan untuk menguji apakah variabel independen yaitu *green accounting*, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen yaitu profitabilitas. Berikut hasil uji parsial :

Tabel 13. Hasil Uji Statistik T (Uji Parsial)

Dependent Variable: ROA
Method: Panel Least Squares
Date: 08/16/24 Time: 22:28
Sample: 2018 2022
Periods included: 5
Cross-sections included: 16
Total panel (balanced) observations: 80

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	45.92420	66.73121	0.688197	0.4939
GA	1.686981	1.778411	0.948589	0.3466
PP	0.055189	0.024350	2.266456	0.0270
UP	-1.532303	2.274707	-0.673627	0.5031

Sumber: Data Olahan Eviews Version 12, 2024

Berdasarkan tabel 13 diatas dapat diperoleh hasil uji statistik T atau uji parsial, yang disimpulkan sebagai berikut:

1) Pengaruh *green accounting* terhadap profitabilitas

   Berdasarkan hasil uji statistik T diperoleh nilai *probability* pada variabel *green accounting* sebesar 0,0,3466 > 0,05 dengan nilai t-hitung sebesar 0,9485 dan nilai t-tabel (α = 0,05 dan df = 76) sebesar 1,9916 maka dapat diketahui bahwa nilai t-hitung < t-tabel yaitu sebesar 0,9485 < 1,9916. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *green accounting* tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Dapat disimpulkan Hipotesis 1 (H_1) ditolak.

2) Pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas

   Belrdasarkan hasil uji statistik T dipelrolelh nilai probability pada variabell pelrtumbuhan pelnjualan selbelsar 0,0270 < 0,05 dengan nilai t-hitung sebesar 2,2664 dan nilai t-tabel (α = 0,05 dan df = 76) sebesar 1,9916. Dapat diketahui bahwa nilai t-hitung > t-tabel yaitu 2,2664 > 1,9916. Hal ini melnunjukkan bahwa variabel pertumbuhan pelnjualan belrpelngaruh signifikan telrhadap profitabilitas. Maka dapat disimpulkan Hipotelsis 2 (H2) diterima.

3) Pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas

   Berdasarkan hasil uji statistik T dipelrolelh nilai probability pada variabel ukuran pelrusahaan sebesar 0,5031 > 0,05 dengan nilai t-hitung yaitu sebesar -0,6736 dan nilai t-tabel (α = 0,05 dan df = 91) yaitu sebesar 1,9916 maka dapat diketahui bahwa nilai t-hitung < t-tabel yaitu sebesar -0,6736 < 1,9916. Hal ini melnunjukkan bahwa variabell ukuran pelrusahaan tidak belrpelngaruh signifikan telrhadap profitabilitas. Maka dapat disimpulkan Hipotelsis 3 (H3) ditolak.

b. Uji Statistik F (Uji Simultan)

Uji statistik F atau uji simultan bertujuan untuk menguji apakah variabel independen yaitu *green accounting*, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen yaitu profitabilitas. Berikut hasil uji simultan :

Tabel 14. Hasil Uji Statistik F (Uji Simultan)

R-squared	0.803889	Mean dependent var	6.788760
Adjusted R-squared	0.746020	S.D. dependent var	6.987425
S.E. of regression	3.521411	Akaike info criterion	5.559448
Sum squared resid	756.4205	Schwarz criterion	6.125179
Log likelihood	-203.3779	Hannan-Quinn criter.	5.786266
F-statistic	13.89158	Durbin-Watson stat	1.512621
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Data Olahan Eviews Version 12, 2024

Berdasarkan tabel 14 diatas dapat diperoleh hasil uji statistik F atau uji simultan dengan nilai *probability* sebesar 0,0000 < 0,05 dengan nilai F-hitung sebesar 13,8915 dan F-tabel ($\alpha = 0,05$, $df_1 = 3$ dan $df_2 = 76$) sebesar 2,72 maka dapat diketahui bahwa nilai F-hitung > F-tabel yaitu 13,8915 > 2,72. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *green accounting*, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Maka dapat disimpulkan Hipotesis 4 (H_4) diterima.

Pembahasan

Berdasarkan hasil dari hasil pengujian data diatas maka dapat di interprestasikan sebagai berikut:

a) Pengaruh *green accounting* secara parsial terhadap profitabilitas

H1 dapat disimpulkan ditolak karena uji hipotesis seperti uji statistik T atau uji parsial yang dilakukan peneliti di atas menunjukkan bahwa variabel akuntansi hijau tidak mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap profitabilitas. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi *green accounting* sebesar 1,6869 dan nilai *probability* sebesar 0,3466 > 0,05 dengan nilai t-hitung < t-tabel yaitu 0,9485 < 1,9916..

Temuan penelitian menunjukkan bahwa meskipun perusahaan telah berupaya sebaik-baiknya, pengelolaan lingkungan hidup sesuai dengan peraturan KLHK berdasarkan tingkat PROPER tidak berpengaruh terhadap profitabilitas dan tidak dapat menjamin peningkatannya. Hal ini bertentangan dengan gagasan Hadi tentang legitimasi, yang menurutnya menunjukkan hal tersebut Selain memastikan bahwa operasi operasionalnya sejalan dengan harapan masyarakat, bisnis yang berkelanjutan harus menjamin bahwa bisnis tersebut beroperasi sesuai dengan norma-norma lingkungan dan sosial. Hadi (2015).

Namun profitabilitas perusahaan tidak terpengaruh oleh pengungkapan akuntansi hijau. Hal ini disebabkan karena program penilaian PROPER tidak berdampak langsung terhadap kepentingan masyarakat, sehingga tidak meningkatkan persepsi baik masyarakat. Akuntansi ramah lingkungan juga dipandang sebagai beban bagi bisnis, karena mereka yang memasukkan biaya lingkungan dalam laporan keuangannya harus membayar pajak lebih banyak. Hal ini terlihat dari 105 pelaku usaha yang menjadi penduduknya Hanya 25 perusahaan dalam survei kami yang memasukkan pengeluaran lingkungan hidup dalam laporan keuangan mereka.

Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Juliyanti Kotango dan Gregorius Jeandry (2024) serta Masiyah Kholmi dan Saskiya An Nafiza (2022) yang juga menunjukkan bahwa faktor akuntansi hijau tidak ada hubungannya dengan profitabilitas. Sebaliknya penelitian

Putu Ayu Putri Pratini (2023) dan penelitian Ezra Pasaribu (2022) menunjukkan bahwa variabel green Accounting berpengaruh terhadap profitabilitas.

Alasan di atas bertentangan dengan gagasan pemangku kepentingan yang digunakan dalam penelitian ini, yang berpendapat bahwa kemampuan perusahaan untuk beroperasi harus melayani pemangku kepentingannya selain pemegang sahamnya sendiri. Pernyataan tersebut mengklaim bahwa pengungkapan akuntansi ramah lingkungan harus mempengaruhi profitabilitas, tetapi ternyata tidak. Rasio yang digunakan untuk mengevaluasi efisiensi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari asetnya dapat diterapkan pada profitabilitas yang diprediksi oleh ROA. Berdasarkan hal tersebut, perputaran aset dalam memperoleh laba tidak terpengaruh oleh pengungkapan akuntansi hijau. Akuntansi ramah lingkungan hanya dipandang oleh pemangku kepentingan sebagai informasi tambahan; itu tidak ada hubungannya dengan pengambilan keputusan mereka..

b) Pengaruh pertumbuhan penjualan secara parsial terhadap profitabilitas

Berdasarkan hasil uji hipotesis yaitu uji T-statistik atau uji parsial yang dilakukan peneliti diatas dapat diketahui bahwa variabel pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi pertumbuhan penjualan sebesar 0,0551 dan nilai *probability* sebesar 0,0270 < 0,05 dengan nilai t-hitung > t-tabel sebesar 2,2664 > 1,9916.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori *critical resource* yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan pada suatu perusahaan akan berdampak pada peningkatan profitabilitas yang dapat dicapai oleh suatu perusahaan. Hal ini disebabkan karena perusahaan manufaktur pada umumnya mempunyai sumber daya yang lebih banyak sehingga memungkinkan perusahaan untuk melakukan pengembangan produk, meningkatkan pangsa pasar, dan meningkatkan kemampuan dalam menghasilkan produk untuk dijual kepada konsumen (Barus and Leliani 2013). Oleh karena itu, perlu diketahui bahwa ketika konsumen mampu membeli lebih banyak produk perusahaan, maka penjualan perusahaan dapat meningkat. Peningkatan penjualan dapat meningkatkan keuntungan perusahaan karena memungkinkan perusahaan menutupi biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitan yang dilakukuan oleh Simangunsong yang menyatakan bahwa perumbuhan penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas, karena dengan pertumbuhan penjualan perusahaan yang tinggi berarti perusahaan mempunyai banyak potensi untuk menghasilkan laba bersih sehingga akan meningkatkan profitabilitas

(Suriani and Simangunsong 2023). Serta penelitian yang dilakukan oleh Raflie dan Ikhsan yang hasilnya menunjukkan bahwa besarnya tingkat pertumbuhan penjualan memungkinkan suatu perusahaan menghasilkan pendapatan yang tinggi melalui penjualan produknya. Hal ini menegaskan bahwa pertumbuhan penjualan memegang peranan penting dalam mempengaruhi profitabilitas suatu perusahaan (Raflie and Ikhsan 2024).

c) Pengaruh ukuran perusahaan secara parsial terhadap profitabilitas

Uji T-statistik atau uji parsial yang dilakukan para peneliti di atas memberikan hasil yang mendukung penenerimaan hipotesis H_3, yaitu menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap profitabilitas. Dengan nilai koefisien regresi ukuran perusahaan sebesar -1,5323 dan nilai *probability* sebesar 0,5031 > 0,05 dengan nilai t-hitung < t-tabel yaitu -0,6736 < 1,9916 yang mendukung hal tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang besar memiliki biaya produksi yang tinggi dan dapat berdampak pada tingkat profitabilitas jika perusahaan tidak dapat menangani operasional yang lebih besar secara efisien. Besar kecilnya suatu perusahaan tidak serta merta menjamin kelangsungan hidup suatu perusahaan. Perusahaan besar mungkin kurang inovatif dan kurang responsif terhadap perubahan pasar dibandingkan perusahaan kecil. Perusahaan kecil yang lebih fleksibel dan inovatif berpotensi dalam menciptakan keunggulan kompetitif dan dapat meningkatkan profitabilitas.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurdiana yang hasilnya menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas (Nurdiana 2018). Serta penelitian yang dilakukan Veronika dan Saputra menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap ptofitabilitas, karena ukuran perusahaan besar akan lebih banyak mengeluarkan biaya-biaya operasional dibandingkan perusahaan yang kecil dimana hal ini akan berdampak terhadap tingkat profitabilitas perusahaan (Veronica and Saputra 2022).

d) Pengaruh green accounting, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan secara simultan terhadap profitabilitas

Berdasarkan hasil uji hipotesis yaitu uji F-statistik atau uji simultan yang peneliti lakukan diatas dapat diketahui bahwa variabel *green accounting*, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa H_4 diterima. Hal ini dibuktikan dengan nilai kostanta uji regresi sebesar 45,9242 dan nilai *probability* sebesar 0,0000 < 0,05 dengan F-hitung > F-tabel yaitu 13,8915 > 2,72.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan temuan studi terhadap perusahaan manufaktur yang termasuk dalam Indeks Saham Syariah Indonesia yang mengamati dampak pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan akuntansi ramah lingkungan terhadap profitabilitas antara tahun 2018 dan 2022. Kesimpulan berikut dapat diambil berdasarkan hasil pengujian data yang telah dilakukan para peneliti:

1. Tidak ada dampak nyata dari variabel akuntansi hijau terhadap profitabilitas. Nilai probabilitas sebesar Dengan demikian, dapat dikatakan H_1 tidak diterima.
2. Terdapat pengaruh yang nyata dari variabel pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa H_2 diterima.
3. Tidak ada dampak nyata dari fluktuasi ukuran perusahaan terhadap profitabilitas. Dengan demikian, dapat dikatakan H_3 tidak diterima.
4. Terdapat pengaruh simultan *green accounting*, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas. Dengan demikian, dapat dikatakan H_4 diterima.

DAFTAR REFERENSI

Afiezan, H., Adam, & Dkk. (2020). Pengaruh pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, leverage (DER) terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur sektor dagang besar yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018. *Jurnal Akuntansi*, *14*(2), 209-220.

Ahdiat, A. (n.d.). Penjualan Bukalapak meningkat semester I 2023, tapi masih rugi. Retrieved September 13, 2023, from https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/08/03/penjualan-bukalapak-meningkat-semester-i-2023-tapi-masih-rugi

Barus, & Leliani. (2013). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Wira Ekonomi Mikrosil*, *3*(2), 11-21.

Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2006). *Dasar-dasar manajemen keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.

Hadi, N. (2015). *Corporate social responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Kasmir. (2016). *Analisis laporan keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Kasmir. (2019). *Analisis laporan keuangan* (12th ed.). Depok: Rajagrafindo Persada.

Komisi Pengawas Persaingan Usaha Republik Indonesia. (2022). *Laporan tahunan*.

Kusuma, D. (2005). Size perusahaan dan profitabilitas: Kajian empiris terhadap perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta. *Ekonomi Pembangunan, 10*, 81-93.

Kusumaningtias, R. (2013). Green accounting, mengapa dan bagaimana? (pp. 978-979).

Mangindaan, J. (2018). Pengaruh kinerja keuangan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (corporate social responsibility) pada perusahaan tambang yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2016. *Jurnal Administrasi Bisnis*, *6*(002), 28-33.

Nurdiana, D. (2018). Pengaruh ukuran perusahaan dan likuiditas terhadap profitabilitas. *Menara Ilmu*, *12*(6).

Nurminda, A., Isynuwardhana, D., & Deannes. (2017). Pengaruh profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan (studi pada perusahaan manufaktur sub sektor barang dan konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2015). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, *4*(1).

Pasaribu, E. (2022). Pengaruh penerapan green accounting terhadap profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2020. *Skripsi Universitas Medan Area*.

Raflie, & Syarbini Ikhsan. (2024). Pengaruh pertumbuhan penjualan, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor properties dan real estate di BEI periode 2019-2022. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro, 7*(2), 98-107.

Suarmanaya, N. N. W., & I. Nengah. (2021). Pengaruh leverage dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas pada perusahaan subsektor tekstil dan garmen. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, *11*(2), 267-275.

Suriani, L., & Simangunsong. (2023). Pengaruh pertumbuhan penjualan, likuiditas, dan leverage terhadap profitabilitas pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021. *Skripsi Universitas Medan Area*.

Veronica, & Saputra, A. J. (2022). Pengaruh ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas perusahaan. *Jurnal Forum Ekonomi*, *23*(2).

WALHI. (n.d.). Indah Kiat Pulp and Paper sumber kerusakan lingkungan. Retrieved September 9, 2023, from https://www.walhi.or.id/indah-kiat-pulp-paper-sumber-kerusakan-lingkungan