



Penerapan Green Accounting Terhadap Profitabilitas Pada PT Unilever Indonesia Tbk

Fitri Sulistiyana

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

fitrisulistiyana@gmail.com

Ajeng Rossantika Sari

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

ajengrssntk032002@gmail.com

Maria Yovita R Pandin

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

yovita_87@untag-sby.ac.id

korespondensi penulis: fitrisulistiyana@gmail.com

Abstract. *This research has the goal of analyzing the application of green accounting which has the ability to act as an environmental cost and environmental performance with a profit level. The research object being studied at this time is PT Unilever Indonesia Tbk which uses a descriptive qualitative method where the data collection comes from the company's annual report distributed by the Indonesia Stock Exchange (IDX). The environmental cost variable has no effect on the profit level, the environmental performance variable has no effect on the profit level. This study aims to improve Green Accounting in the application of company profitability.*

Keywords: *PT. Unilever Indonesia Tbk, The Role of Green Accounting, Profitability*

Abstrak. Riset ini memiliki tujuan dalam analisis penerapan *green accounting* yang memiliki kemampuan selaku biaya lingkungan serta performance lingkungan dengan tingkat keuntungan. Obyek riset yang diteliti saat ini yaitu PT Unilever Indonesia Tbk yang mana memakai metode kualitatif deskriptif dimana penghimpunan data yang sumbernya report tahunan perusahaan yang disebarakan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI). Variabel biaya lingkungan tak memiliki pengaruh terhadap tingkat keuntungan, variabel kinerja lingkungan tidak memiliki pengaruh kepada tingkat keuntungan. Penelitian ini bertujuan agar dapat meningkatkan Green Accounting dalam penerapan Profitabilitas perusahaan.

Kata Kunci : PT. Unilever Indonesia Tbk, Peranan Green Accounting, Profitabilitas

PENDAHULUAN

Unilever merupakan perusahaan multinasional dimana berpusar pada Rotterdam, (Unilever N.V.) dan London (Unilever AG). Unilever bergerak pada industri yang mengasilkan produk minuman dan makanan, pembersih, dan perawatan badan atau dengan kata lain memproduksi keperluan rumah tangga. Perusahaan ini merupakan penghasil barang rumah tangga yang paling besar ketiga diseluruh dunia didasarkan penjualan 2012, dibawah perusahaan Nestlé dan P&G. Unilever adalah penghasil olesan (misalnya margarin) terbesar di

Received Maret 30, 2023; Revised April 30, 2023; Accepted Mei 30, 2023

* Fitri Sulistiyana, fitrisulistiyana@gmail.com

Indonesia yang sekaligus sebagai perusahaan paling tua yang masih aktif didunia. Pada masa sekarang mendistribusikan produknya pada 190+ negara PT. Unilever punya 400+ merk dengan total omset lebih dari £1 miliar, yang terdiri dari Axe, Rama, Magnum, Knorr, Omo, Hellmann's, Becel, Dove, Heartbrand, Lipton, Lux, Sunsilk, Rexona, dan Surf. Unilever NV dan PLC berdagang dengan nama yang sama dan dikelola oleh satu sama lain pemerintahan yang sama. Perusahaan Unilever terbagi atas 4 kategori besar, yaitu *beverage & es krim*, makanan, *homecare* dan pribadi (badan). Unilever punya pusat riset yang berkembang di Tiongkok, Belanda, Inggris, India, maupun Amerika Serikat.

PT Unilever Indonesia Tbk (Perseroan) berdiri ditanggal 5 Desember 1933 selaku Zeepfabrieken N.V. Tuas dengan akta no. 33 oleh Bapak A.H. van Ophuijsen, notaris di Batavia. Gubernur Jenderal Van menyetujui undang-undang ini Nederlandsch-Indie dengan surat no. 14 pada tanggal 16 Desember 1933, dicatatkan di bawah Raad van Justitie di Batavia no. 302 pada 22 Desember 1933 dan disebarakan di *javasche courant* pada 9 Januari 1934 lampiran no. 3 dimana terlampir diakta No. 171 buatan notaris Ny. Kartini Mulyadi di 22 Juli 1980, Perusahaan tersebut berubah nama jadi PT. Unilever Indonesia yang kemudian di 30 Juni 1997, berganti Kembali jadi perusahaan terbuka yaitu PT Unilever Indonesia Tbk. Mendapat persetujuan dari Menteri Kehakiman pada Keputusan No. C2-1.049HT.01.04TH.98 di 23 Februari 1998 dan disebarakan pada berita negara No. 2620 tanggal 15 Mei 1998 tambahan No. 39.

Perseroan mencatatkan 15% sahamnya pada Bursa Efek Jakarta dan Surabaya Securities sesudah mendapat persetujuan oleh Ketua Badan Pengelola Pasar Modal (Bapepam) No. SI-009/PM/E/1981. Dalam rapat umum Perseroan ditanggal 24 Juni 2003 pemegang saham berjanji untuk mendistribusikan saham dengan *value* nominal yang dikurangi Saham mulai dari Rp100 hingga Rp 10 tiap saham. Perubahan tersebut disahkan dalam akta No. 46 hasil karya notaris Singgih Susilo, S.H. dengan tanggal pembuatan 10 Juli 2003 dan mendapat persetujuan oleh Kementrian Kehakiman dan Hak Asasi Manusia pada Putusan No. C-17533 HT.01.04-TH. 2003.

Perusahaan memproduksi sabun badan, deterjen cuci, mentega, makanan olahan dari susu, teh dan kosmetik. Seperti yang diumumkan pada rapat tahunan ditanggal 13 Juni 2000, sesuai Akte Notaris No. 82 mulai 14 Juni 2000, *company* ini berlaku sebagai distributor relevan dan menawarkan layanan riset pasar. Akte ini disahkan oleh Kementrian Hukum dan Undang-undang Republik Indonesia berdasar pada Keputusan No.C-18482HT.01.04-TH.2000. Operational tersebut bermula pada tahun 1933.

Akuntansi Hijau atau Green Accounting adalah konsep akuntansi yang mempertimbangkan faktor lingkungan dalam operasi perusahaan. Dalam hal ini PT Sebagai perusahaan yang bertanggung jawab atas kelestarian lingkungan, Unilever Tbk harus menggunakan Green Accounting sebagai bagian dari tanggung jawab sosialnya.

Penerapan Green Accounting memberikan informasi dampak lingkungan dari operasi perusahaan, baik negatif maupun positif. Selain itu, akuntansi hijau juga menciptakan nilai tambah dalam keputusan keuangan. Karena informasi tentang dampak lingkungan memungkinkan perusahaan untuk menilai kembali bisnis mereka dan menentukan tindakan yang tepat untuk meminimalkan dampak negatif.

Penelitian ini melihat apakah Green Accounting dapat diterapkan pada area bisnis yang berbeda seperti konsumsi energi, pengelolaan limbah, dan penggunaan bahan baku. Dalam hal ini, P.T. Unilever Indonesia Tbk dapat mempertimbangkan penggunaan energi hijau, pengelolaan limbah yang efisien dan efektif, serta penggunaan bahan baku yang dapat didaur ulang dan ramah lingkungan. Selain itu, PT. Unilever Indonesia Tbk juga dapat memprioritaskan investasi anggaran pada kegiatan yang berdampak positif terhadap lingkungan dan tujuannya untuk memahami efektivitas dan akibat dari *Green Accounting* pada profitabilitas perusahaan, untuk mengetahui apakah green accounting memiliki pengaruh ke anggaran keuangan PT Unilever Tbk, serta untuk membawa informasi baru dan meningkatkan pemahaman tentang pentingnya green accounting dalam pengambilan keputusan yang berkelanjutan. Dengan hal ini bisa menyebabkan peningkatan citra perusahaan di mata masyarakat dan peningkatan taraf hidup usaha kedepan.

RUMUSAN MASALAH

1. Apakah *Green Accounting* berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan?
2. Apakah *Green Accounting* berpengaruh terhadap anggaran keuangan PT Unilever Tbk?

TUJUAN PENELITIAN

1. Mengetahui bahwa *Green Accounting* berpengaruh terhadap profitabilitas PT Unilever Indonesia Tbk
2. Mengetahui bahwa *Green Accounting* berpengaruh terhadap anggaran keuangan PT Unilever Indonesia Tbk

TINJAUAN PUSTAKA

Green Accounting

Berdasarkan pendapat (Ikhsan, 2008) mendefinisikan “Green accounting atau environmental accounting merupakan istilah yang berkaitan dengan dimasukkannya biaya lingkungan (environmental costs) ke dalam praktek akuntansi perusahaan atau lembaga pemerintah. Biaya lingkungan adalah dampak yang timbul dari sisi keuangan maupun non-keuangan yang harus dipikul sebagai akibat dari kegiatan yang mempengaruhi kualitas lingkungan.”

Disisi lain definisi Green Accounting juga disampaikan oleh (Lako, 2018) *Green accounting* merupakan “Suatu proses pengakuan, pengukuran nilai, pencatatan, peringkasan, pelaporan, dan pengungkapan secara terintegrasi terhadap objek, transaksi, atau peristiwa keuangan, sosial, dan lingkungan dalam proses akuntansi agar menghasilkan informasi akuntansi keuangan, sosial, dan lingkungan yang utuh, terpadu, dan relevan yang bermanfaat bagi para pemakai dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan ekonomi dan non-ekonomi”

Berdasarkan pengertian diatas Green accounting adalah suatu metode akuntansi yang bertujuan untuk memperhitungkan aspek lingkungan dalam profitabilitas perusahaan. Penggunaan green accounting dapat membantu perusahaan untuk mengukur dampak lingkungan dari kegiatan bisnisnya, sehingga dapat membuat keputusan investasi yang lebih berkelanjutan.

Dalam konteks bursa efek Indonesia, perusahaan yang menggunakan green accounting dapat memberikan sinyal positif bagi investor yang peduli dengan isu lingkungan. Pihak penanam saham akan cenderung lebih terpicat pada perusahaan yang punya praktik bisnis yang ramah lingkungan dan berkelanjutan, karena hal tersebut dapat menunjukkan jika perusahaan itu punya visi jangka panjang yang baik dan memperhatikan dampak lingkungan dari kegiatan bisnisnya.

Selain itu, penggunaan green accounting juga dapat membantu perusahaan untuk mengidentifikasi peluang bisnis baru yang terkait dengan lingkungan. Contohnya, perusahaan dapat mempertimbangkan untuk menginvestasikan dana dalam pengembangan teknologi yang lebih ramah lingkungan atau mencari sumber energi yang lebih bersih dan terbarukan.

Dalam jangka panjang, perusahaan yang menggunakan green accounting dapat melahirkan *value added* bagi pemilik saham dan masyarakat secara keseluruhan, karena dapat mempertahankan lingkungan yang sehat dan berkelanjutan, serta mengurangi risiko yang terkait dengan perubahan lingkungan dan regulasi yang lebih ketat.

Oleh karena itu, penggunaan green accounting dapat membantu perusahaan untuk membuat keputusan investasi yang lebih berkelanjutan dan dapat memberi nilai tambah bagi pemilik saham dan masyarakat secara keseluruhan pada bursa efek Indonesia.

Perhitungan saat Memutuskan Green Accounting

Ada beberapa perhitungan yang perlu diperhatikan saat memutuskan green accounting, antara lain:

1. Total Cost of Ownership (/TCO)

Perhitungan TCO mencakup biaya pembuatan, pendistribusian, penggunaan, dan pembuangan produk. Dengan melakukan ini, perusahaan dapat mempertimbangkan dampak lingkungan dari seluruh siklus hidup produk dan mengoptimalkan biaya dengan mengurangi dampak lingkungan dari penggunaan bahan baku, produksi, transportasi, dan pembuangan produk.

2. Carbon Footprint

Perhitungan jejak karbon adalah pengukuran emisi gas rumah kaca yang dihasilkan selama siklus hidup produk. Dalam hal ini, perusahaan dapat mempertimbangkan dampak lingkungan dari konsumsi energi, produksi, pengangkutan dan pembuangan produk. Dengan mengetahui jejak karbon suatu produk, perusahaan dapat meningkatkan praktik bisnisnya untuk mengurangi dampak lingkungannya.

3. Biaya Internalisasi Dampak Lingkungan

Biaya internalisasi dampak lingkungan adalah biaya yang keluar untuk mengelola dampak lingkungan yang ditimbulkan oleh operasi perusahaan. Dalam hal ini, perusahaan dapat menghitung biaya pengelolaan limbah, peningkatan kualitas air, peningkatan kualitas udara dan pengurangan dampak lingkungan lainnya.

4. Sosial Return On Investment (SROI)

Perhitungan SROI mengukur dampak sosial dan lingkungan dari operasi perusahaan. Dalam hal ini, perusahaan dapat mempertimbangkan dampak positif praktik bisnis berkelanjutan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar.

Dalam penerapan Green Accounting juga harus mempertimbangkan komponen-komponen yang terdiri dari :

1. Akan ada akun baru dalam struktur aktif entitas yang terlibat dalam *environment & social responsibility* Perusahaan (TJSLP), tanggung jawab sosial dan green business, seperti SDA, investasi sosial & lingkungan dan hijau /CSR dalam aset tetap. Struktur aset pada konstruksi *Green Accounting* terdiri atas aset lancar & tetap, investasi

finansial, aset SDA, investasi sosial serta lingkungan, aset tidak punya wujud, serta aset lainnya.

2. Dalam struktur akun kompensasi perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosial pada perusahaan, akun baru dibuat, seperti: *Social responsibility* kontinjensi dan tanggung jawab lingkungan kontinjensi itu dapat bersifat short maupun long term, bergantung perusahaan.
3. Akun baru, Akun Kontribusi Tanggung Jawab Sosial, akan muncul di bawah laporan laba rugi periode berjalan dalam struktur akun ekuitas entitas yang terlibat dalam tanggung jawab sosial sukarela.
4. Tanggung jawab sosial, tanggung jawab sosial perusahaan, dan struktur akuntansi untuk biaya produksi dan operasi untuk menjalankan unit bisnis hijau, misalnya biaya sosial dan lingkungan, atau untuk perusahaan penghijauan Biaya baru dilakukan, seperti biaya. penghijauan). ; Berkala atau sementara. Misalnya, biaya bantuan sosial jika terjadi bencana alam, biaya pengelolaan limbah, biaya daur ulang, biaya penilaian lingkungan, biaya polusi, biaya pencegahan polusi, biaya kerusakan lingkungan, biaya pengungkapan informasi sosial dan lingkungan, dll.

Manajemen Keuangan

Berdasarkan definisi dari (Musthafa, 2017), manajemen keuangan menggambarkan beberapa keputusan yang perlu diambil, seperti keputusan investasi, keputusan pendanaan atau keputusan untuk memenuhi kebutuhan pendanaan, dan keputusan kebijakan dividen.

Menurut (Sartono, 2011), istilah pengelolaan keuangan dapat diartikan sebagai pengelolaan uang yang baik. Ini mengacu pada alokasi dana yang efektif di berbagai jenis investasi dan upaya untuk membiayai investasi atau membelanjakan secara efisien. Pelaksana pengelolaan keuangan adalah pengelola keuangan. Peran manajer keuangan tidak harus sama di semua organisasi, tetapi sebagai aturan umum tugas utama manajer keuangan adalah merencanakan dan mengeksplorasi serta menggunakan.

Berdasarkan (Darsono & Tjatjuk, 2011), Manajemen keuangan adalah kegiatan dimana pemilik dan perusahaan peminjam mendapatkan sumber modal termurah dan menggunakannya seefektif, seefisien dan seekonomis mungkin untuk menghasilkan keuntungan. Manajemen keuangan terkait dengan tiga kegiatan :

1. Kegiatan yang menggunakan dana, yaitu kegiatan yang menginvestasikan dana pada berbagai aset.
2. Fundraising activities, yaitu kegiatan yang menghimpun dana dari sumber internal maupun eksternal perusahaan.

3. Kegiatan manajemen aset, yaitu setelah dana terkumpul dan dialokasikan dalam bentuk aset, dana tersebut harus dikelola seefisien mungkin.

Prinsip tata kelola perusahaan mensyaratkan pengadaan dan penggunaan dana secara efisien dan efektif. Oleh karena itu, pengelolaan pengeluaran perusahaan dan pengelolaan keuangan tidak lain adalah pengelolaan fungsi pengeluaran. Dalam hal administrasi, itu termasuk fungsi perencanaan, komando dan kontrol. Sehubungan dengan itu, perlu direncanakan dan dikendalikan dengan baik penggunaan dan cakupan kebutuhan pendanaan.

Fungsi Keputusan Manajemen Keuangan

Fungsi dari pembuatan keputusan manajemen keuangan dibagi ke dalam :

1. Keputusan pendanaan (financing decision) adalah keputusan yang terkait dengan jumlah dana yang akan dialokasikan oleh perusahaan, baik sebagai utang atau ekuitas, dan biasanya terkait dengan sisi kanan neraca. Manajer keuangan harus berpikir untuk mengumpulkan dana yang diperlukan, termasuk pilihan jenis dana yang dibutuhkan, apakah short atau long-term atau modal ekuitas, dan kebijakan dividen. komposisi masing-masing aset. Misalnya, berapa banyak uang, aset tetap, atau aset lain yang dialokasikan.
2. Keputusan investasi (investment decision) Keputusan investasi ini terkait erat dengan sisi kiri neraca, yaitu terkait dengan manajemen aset yang efisien, terutama terkait dengan aset lancar dan aset tetap.
3. Keputusan pengelolaan aset/dividen (assets management decision) Manajemen persediaan berkaitan erat dengan manajemen modal pemeliharaan dan manajemen aset tetap investasi masalah seperti kolaps, gulung tikar, kerugian yang besar, dijauhi klien dan sebagainya. Strategi ini perlu dijalankan terutama untuk pebisnis yang lagi start-up.

Rasio Profitabilitas

Ini adalah indeks untuk mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan, dan targetnya adalah jumlah laba relatif terhadap jumlah penjualan dan investasi. Semakin tinggi tingkat pengembalian, semakin besar peluang perusahaan untuk menghasilkan laba..

Menurut (Hery, 2017), manfaat metrik profitabilitas sama dengan metrik lainnya. Metrik profitabilitas berguna tidak hanya untuk perusahaan, tetapi juga untuk pemangku kepentingan eksternal. Beberapa manfaat metrik profitabilitas tercantum di bawah ini :

1. Untuk menentukan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode waktu tertentu
2. Untuk memahami situasi pendapatan dari tahun fiskal sebelumnya ke tahun fiskal saat ini
3. Bandingkan kinerja pendapatan dari tahun ke tahun
4. Untuk mengukur margin keuntungan penjualan
5. Untuk menentukan produktivitas semua sumber daya perusahaan yang digunakan

Rasio profitabilitas dibagi menjadi 3 yaitu:

a. Return on Assets (ROA)

Rasio return on assets (ROA) adalah Ukuran kemampuan aset perusahaan untuk menghasilkan laba bersih. Untuk menghitung ROA Anda, bagi laba bersih Anda dengan rata-rata total aset selama dua periode tertentu. ROA dinyatakan dalam satuan persentase (%).

$$\text{Return on Assets (ROA)} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Aktiva Total}} \times 100\%$$

b. Return on Equity (ROE)

Rasio *return on equity (ROE)* atau laba atas *equity*, rasio *total asset turnover* atau perputaran total aset. Indikator ini menguji seberapa baik perusahaan menggunakan sumber dayanya untuk menghasilkan laba atas ekuitas. Rumus *ROE* yaitu:

$$\text{Return on Equity (ROE)} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Modal}} \times 100\%$$

c. Net Profit Margin

Margin laba bersih juga dikenal sebagai rasio penjualan. Menurut Joel G. Siegel dan Jae K. Shim, margin laba bersih sama dengan laba bersih dibagi penjualan bersih. Hal ini menunjukkan stabilitas perusahaan yang menghasilkan keuntungan dengan penjualan konstan. Dengan memeriksa margin keuntungan perusahaan dan standar industri selama beberapa tahun terakhir, Anda dapat menilai efisiensi dan strategi penetapan harga operasinya, serta posisi kompetitif perusahaan relatif terhadap perusahaan lain di industri tersebut.

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

Analisa SWOT

Menurut (Harahap, 2023), analisis SWOT pada PT Unilever Tbk dijelaskan sebagai berikut:

Kekuatan (Strenghts)

- a. Strategi periklanan yang menampakkan model yang berusia muda, dengan kulit yang putih, dan rambutnya panjang, sehingga *customer* (khususnya wanita) akan membeli produk tersebut.
- b. PT Unilever melakukan kegiatan sosial untuk tetap dekat dengan konsumen. Hal ini tercermin dalam pengeluaran untuk periklanan dan promosi penjualan, yang meningkatkan penjualan di pasar yang kompetitif.
- c. *Leader* pasar barang konsumsi di Indonesia.
- d. Ounya tim yang berisi orang yang berdedikasi, profesional, dan memiliki motivasi di semua tingkatan.
- e. Kenaikan pangsa pasar dalam segmen penting seperti perawatan wajah, makanan, dan es krim.
- f. Planning yang baik dan kerja sama yang erat dengan *supplier*, pembeli, dan penyalur untuk mendapatkan produk dari pabrik ke toko.

Kelemahan (Weaknesses)

- a. Respon pasar yang lemah dengan suatu produk.
- b. jumlah karyawan yang kelebihan berat badan.
- c. Tidak bisa membuat keputusan yang tepat.
- d. konsolidasi internal yang lambat dalam pengambilan keputusan.
- e. Sebagian besar produk memiliki hambatan masuk yang rendah.

Kesempatan (Opportunities)

- a. Stabilitas keuangan cukup baik dan mendorong perkembangan ekonomi Indonesia dengan besaran 6.3%.
- b. Perkembangan ekonomi yang kuat di kepulauan seperti Sulawesi, Kalimantan, Sumatera, serta Papua.
- c. Tingginya tingkat kepuasan customer dapat dilihat dari level awal indeks kepuasan customer.
- d. Masih banyak penjual di pasar nasional yang belum punya metode produksi kosmetik yang baik.
- e. Besarnya ukuran pasar potensial kurang lebih 250 juta, khususnya 122.527.186 pria (49,9%) dan 122.922.553 (50,1%) wanita.

Ancaman (Threats)

- a. Ketidakstabilan rupiah dengan mata uang lainnya.
- b. Menurunnya daya beli konsumen.
- c. Maraknya produk palsu dan penyelundupan produk dari China.
- d. Kurangnya fasilitas infrastruktur dalam bentuk jalan sehingga biaya produksi tinggi.
- e. Penghapusan subsidi bahan bakar bagi industri.
- f. Pasokan gas dari Pertamina yang tidak konsisten.

METODE PENELITIAN

Dalam artikel riset ini memakai Metode kualitatif deskriptif. Metode kualitatif adalah pendekatan riset yang mengumpulkan dan menganalisis data dalam bentuk deskriptif atau naratif, dan berfokus pada pemahaman mendalam tentang fenomena yang diteliti. Beberapa langkah dalam menggunakan metode kualitatif adalah sebagai berikut:

1. Desain Penelitian

Desain penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dimana penghimpunan data yang sumbernya dari report tahunan perusahaan yang disebarakan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI). Metode ini seperti menggunakan studi kasus mengenai profitabilitas PT Unilever Indonesia Tbk pada periode 2019-2021.

2. Tempat dan Waktu

Objek penelitian yang akan diteliti adalah PT Unilever Indonesia Tbk yang terdapat di website publikasi www.idx.co.id, waktu penelitian ini dimulai pada bulan Februari sampai dengan bulan Mei 2023.

3. Jenis Data

Jenis data pada penelitian ini menggunakan data kualitatif.

4. Sumber Data

Sumber data untuk penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang peneliti peroleh dari sumber yang ada. Data ini biasanya berasal dari penelitian lain oleh lembaga dan organisasi.

5. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan cara studi literatur. Pengumpulan data ini dilakukan dengan mengumpulkan data keuangan PT Unilever Tbk dengan periode 2019-2021 dan melalui website terkait informasi PT Unilever Indonesia Tbk.

6. Proses Pengolahan Data

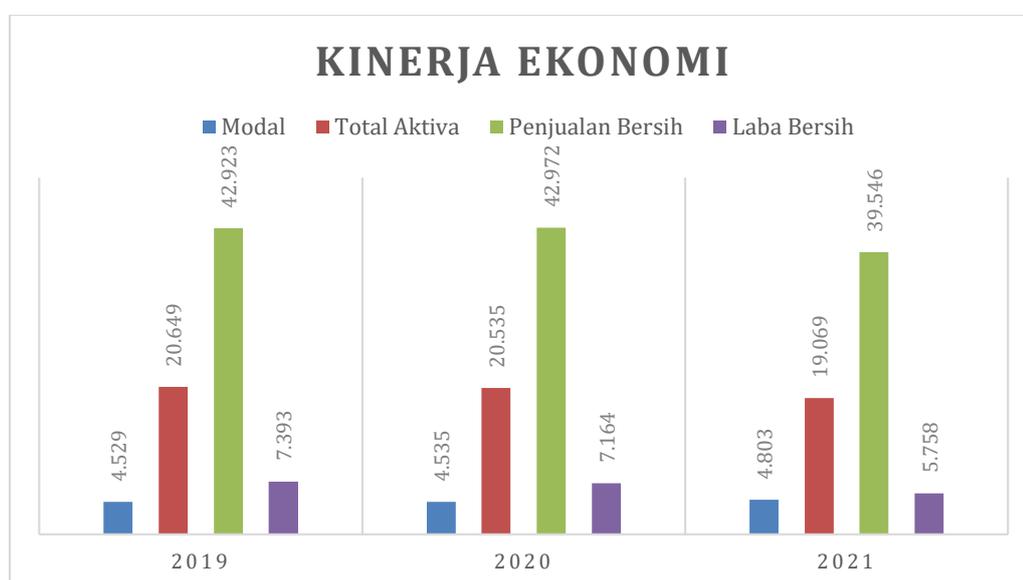
Pengolahan data pada penelitian ini mengatakan jika analisis data yang tepat dengan intervensi yang dilakukan. Metode pengolahan data dilakukan dengan mengumpulkan data dan menguraikannya sehingga mudah dalam menjelaskan dan menginterpretasikan data .

7. Analisis Data

Analisa data yaitu pengelompokkan data dengan belajar dari data kemudian sortir data yang sudah terkumpul untuk mendapat data penting. Langkah selanjutnya, data-data yang sudah terkumpul kemudian diteliti dengan menyusun dan menguraikan data.

Disini penulis mendapatkan data dari *financial report* tahunan program tanggung jawab sosial PT Unilever Indonesia Tbk periode 2019-2021, kinerja ekonomi, aktivitas investasi, penggunaan limbah, dan bahan baku yang nantinya akan diolah agar menemukan hubungan profitabilitas perusahaan dengan penerapan green accounting.

ANALISA DAN PEMBAHASAN



Dari data grafik kinerja ekonomi di atas dapat ditunjukkan adanya perbedaan modal, total aktiva, penjualan bersih dan laba bersih di setiap tahunnya (dalam miliar rupiah). Pada tahun 2019 terdapat modal sebesar 4.529 miliar, total aktiva sebesar 20.649 miliar, penjualan bersih sebesar 42.923 miliar dan laba bersih sebesar 7.393 miliar. Untuk tahun 2020 terdapat modal sebesar 4.535 miliar, total aktiva sebesar 20.535 miliar, penjualan bersih sebesar 42.972 miliar dan laba bersih sebesar 7.164 miliar. Akan tetapi, pada tahun selanjutnya yaitu 2021 terdapat penurunan secara drastis pada total aktiva, penjualan bersih dan laba bersih yaitu dimana modal menjadi sebesar 4.803 miliar, total aktiva sebesar 19.069 miliar, penjualan

bersih sebesar 39.546 miliar, dan laba bersih sebesar 5.758 miliar. Penurunan ini dikarenakan adanya virus COVID-19 yang membuat PT Unilever Indonesia Tbk melakukan kegiatan sosial untuk yang terkena penyakit COVID-19 ini.

Tabel Aktivitas Investasi

Akhir Periode	Penerimaan dari Penjualan Aset	Pembayaran untuk Perolehan Aset Tetap
31-Des-19	2.478	-1.448.845
31-Des-20	1.734	-649.743
31-Des-21	5.477	-585.163

Berdasarkan pada data tabel di atas, terlihat jika penerimaan dari penjualan aset mempunyai nilai sangat kecil dibandingkan dengan pembayaran untuk perolehan aset tetap terutama pembayaran untuk perolehan aset tetap pada tanggal 31 Desember 2019. Dapat dilihat bahwa pada tahun 2019, pembayaran untuk perolehan aset yaitu senilai 1.488.845 yang menunjukkan bahwa banyaknya pengeluaran yang dikeluarkan PT Unilever Indonesia Tbk pada saat terjadinya COVID-19 yang dimana PT ini menyalurkan beberapa makanan dan produk kesehatan kepada para medis seperti hand sanitizer, baju APD, vaksin dan sebagainya. Begitu juga untuk tahun-tahun selanjutnya yang dimana PT Unilever ini juga memberikan bantuan kepada para medis, tetapi pada tahun 2020 pengeluarannya tidak begitu banyak karena PT Unilever Indonesia Tbk ini mengolah limbah menjadi barang berguna lainnya yang akan memberikan keuntungan juga pada PT Unilever Indonesia Tbk ini.

Limbah

Sebagai perusahaan yang bergerak di industri fast-moving consumer goods (FMCG), kapabilitas dan skala kami telah menginspirasi kami untuk mengambil tindakan nyata untuk membangun ekosistem lingkungan yang berkelanjutan. Karena besarnya skala operasi kami, kami menghasilkan limbah dalam jumlah besar di seluruh operasi dan rantai nilai kami. Kami mempromosikan pendekatan ekonomi sirkular. Ini berarti bahwa sumber daya dapat digunakan kembali di semua aspek bisnis kita daripada digunakan dan dibuang dalam sistem loop tertutup. Hal ini memungkinkan kita untuk mengurangi ketergantungan kita pada bahan baku baru dengan menggunakan kembali bahan-bahan yang seharusnya terbuang sia-sia, seperti makanan yang tidak diinginkan dan plastik berbasis minyak bumi.

PT Unilever bertujuan untuk menciptakan dunia tanpa kemasan plastik dengan mengurangi 50% plastik baru, termasuk pengurangan mutlak sebesar 100.000 ton, pada tahun 2025 dan mempercepat penggunaan plastik daur ulang. Kami merancang kemasan plastik

produk kami agar 100% dapat didaur ulang, dapat digunakan kembali, atau dapat dibuat kompos, berkontribusi pada pemulihan dan pembuangan lebih banyak kemasan plastik daripada yang dijual. Unilever menerapkan komitmen ini di seluruh rantai bisnis, dari hulu ke tengah hingga hilir.

Setiap produk yang diproduksi melayani tujuan mulia ini sambil mempromosikan keberhasilan strategi keberlanjutan USLP. Kami tetap berkomitmen terhadap pentingnya hidup sehat dan bersih. Mempromosikan kesadaran hidup sehat dan bersih, khususnya bagi anak usia sekolah, melalui berbagai produk yang dikenal dan dipercaya oleh masyarakat Indonesia. Kemasan produk perusahaan juga didaur ulang, meminimalkan limbah yang dihasilkan.

Begitu pula di masa pandemi, banyak orang yang jatuh sakit karena lingkungan yang tidak bersih. Karena itulah PT Unilever meluncurkan produk-produk kesehatan yang bermanfaat bagi masyarakat di masa pandemi.

Bahan Baku

Unilever yakin dapat memberikan kontribusi nyata untuk membangun ekosistem hijau melalui operasi, rantai pasokan, distribusi, dan produknya. Melalui berbagai inisiatif, kami berkomitmen untuk mengurangi jejak karbon di seluruh rantai bisnis kami dan mengurangi sampah plastik di setiap produk. Kami mendorong pengelolaan dan penggunaan limbah baik di dalam operasi kami maupun di komunitas kami. Selain itu, kebijakan kami untuk mendapatkan bahan baku yang bertanggung jawab juga berkontribusi terhadap kelestarian lingkungan. Kami menyadari bahwa pelestarian planet ini adalah tanggung jawab kita bersama, oleh karena itu kepedulian dan perwujudan pelestarian planet memerlukan kerja sama semua pemangku kepentingan.

PT Unilever Tbk juga menggunakan berbagai bahan baku dalam pembuatan produknya. Kebijakan Pengadaan yang Bertanggung Jawab kami berlaku untuk semua bahan yang kami beli. Melalui upaya ini, PT Unilever menetapkan persyaratan wajib hak asasi manusia dan tenaga kerja bagi pemasok yang berbisnis dengan Unilever. Kualitas bukanlah satu-satunya ukuran keberhasilan kami dalam memenuhi kebutuhan bahan baku. Kami ingin proses pengadaan bahan baku kami dilakukan secara berkelanjutan, memberikan nilai ekonomi bagi mitra kami yang sebagian besar adalah petani kecil, serta memperhatikan aspek sosial dan lingkungan. Tujuan kami adalah untuk melindungi ekosistem alami dari deforestasi dan degradasi lingkungan, untuk menghormati dan mempromosikan hak asasi manusia, sumber daya yang transparan dan dapat dilacak, dan untuk berbuat baik bagi manusia dan alam, untuk memastikan bahwa semua bahan mentah yang kami peroleh bermanfaat bagi semua pemangku

kepentingan. Dengan cara ini, kami juga berkontribusi untuk mendorong dan mengedukasi mitra kami tentang pentingnya budaya keberlanjutan.

Rasio Profitabilitas

Menghitung Return On Asset (ROA)

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

$$\begin{aligned}\text{Return On Assets (ROA) 2019} &= \frac{7.393.000.000}{20.649.000.000} \times 100\% \\ &= 0,358 \\ &= 35,8\%\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Return On Assets (ROA) 2020} &= \frac{7.164.000.000}{20.535.000.000} \times 100\% \\ &= 0,348 \\ &= 34,8\%\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Return On Assets (ROA) 2021} &= \frac{5.758.000.000}{19.069.000.000} \times 100\% \\ &= 0,301 \\ &= 30,1\%\end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, *return on aset* pada tahun 2019 sebesar 35,8%, tahun 2020 sebesar 34,8%, dan tahun 2021 sebesar 30,1%. Semakin besar ROA, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai oleh perusahaan tersebut dan semakin baik pula posisi perusahaan tersebut sari segi penggunaan aset. Antara tahun 2019, 2020, dan 2021 terdapat penurunan yang signifikan. Naik turunnya ROA disebabkan oleh laba pada penjualan yang tidak stabil, dan penurunan pada perputaran total aktiva.

Menghitung Return On Equity (ROE)

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Modal}} \times 100\%$$

$$\begin{aligned}\text{Return On Equity (ROE) 2019} &= \frac{7.393.000.000}{4.529.000.000} \times 100\% \\ &= 1,63\%\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Return On Equity (ROE) 2020} &= \frac{7.164.000.000}{4.535.000.000} \times 100\% \\ &= 1,57\%\end{aligned}$$

$$\text{Return On Equity (ROE) 2021} = \frac{5.758.000.000}{4.803.000.000} \times 100\%$$

$$= 1,19\%$$

Dari hasil perhitungan di atas menunjukkan bahwa *return on equity* tahun 2019 sebesar 1,63%, tahun 2020 sebesar 1,57%, dan tahun 2021 sebesar 1,19%. Yang berarti semakin besar ROE mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham. Di sini menunjukkan bahwa dari tahun 2019, 2020, dan 2021 semakin menurun yang berarti nilai ROE tersebut dapat dikategorikan tidak baik.

Menghitung Net Profit Margin

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

$$\begin{aligned} \text{Net Profit Margin 2019} &= \frac{7.393.000.000}{42.923.000.000} \times 100\% \\ &= 0,172 \\ &= 17,2\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Net Profit Margin 2020} &= \frac{7.164.000.000}{42.972.000.000} \times 100\% \\ &= 0,166 \\ &= 16,6\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Net Profit Margin 2021} &= \frac{5.758.000.000}{39.546.000.000} \times 100\% \\ &= 0,145 \\ &= 14,5\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas menunjukkan bahwa net profit margin tahun 2019 sebesar 17,2%, yang artinya setiap 1 rupiah penjualan menghasilkan keuntungan sebesar Rp 0,172. Pada tahun 2020 sebesar 16,6%, yang berarti 1 rupiah penjualan menghasilkan keuntungan sebesar Rp 0,166. Dan pada tahun 2021 mendapatkan NPM sebesar 14,5%, yang artinya setiap 1 rupiah penjualan menghasilkan keuntungan sebesar Rp 0,145.

Net profit margin yang rendah atau semakin menurun menunjukkan bahwa kinerja pada sebuah perusahaan yang kurang baik dan kegiatan operasi perusahaan semakin kurang efisien. Hal ini akan memberikan kerugian pada sebuah perusahaan. Di sini menunjukkan bahwa dari tahun 2019, 2020, dan 2021 net profit margin semakin menurun yang disebabkan adanya peningkatan dan penurunan laba bersih dan diikuti oleh peningkatan penjualan di setiap tahunnya.

Tabel Perbandingan ROA, ROE, dan NPM

Perbandingan	2019	2020	2021
ROA	35,8%	34,8%	30,1%
ROE	1,6%	1,6%	1,2%
NPM	17,2%	16,6%	14,5%

Dari hasil perbandingan tersebut, terdapat banyak macam perbedaan nilai dari modal, total aktiva, penjualan bersih dan laba bersih di setiap tahunnya. Akibatnya banyak juga perbedaan persentase di setiap tahunnya. Dengan menggunakan rasio profitabilitas, perusahaan dapat mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan, mengetahui posisi laba dalam perusahaan, dan mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Akuntansi hijau yaitu. akuntansi lingkungan, merupakan metode akuntansi yang memperhitungkan aspek lingkungan dalam laporan keuangan tahunan perusahaan. Tujuannya adalah untuk menilai dan mengurangi dampak lingkungan dari kegiatan bisnis dan mendorong perusahaan untuk melakukan bisnis secara berkelanjutan.

Membandingkan profitabilitas dalam konteks green accounting dapat berarti membandingkan profitabilitas bisnis yang berkelanjutan dan profitabilitas bisnis yang tidak mempertimbangkan dampak lingkungan. Dalam hal ini, green accounting dapat membantu perusahaan mengidentifikasi sumber daya dan biaya yang terkait dengan aktivitas bisnis yang mempengaruhi lingkungan. Dengan mengidentifikasi dan mengukur biaya ini, perusahaan dapat meningkatkan operasinya dan meminimalkan dampak negatifnya terhadap lingkungan. Dengan demikian, penggunaan green accounting dapat membantu perusahaan meningkatkan profitabilitas jangka panjang mereka dengan mengoptimalkan operasi mereka dan meminimalkan biaya yang terkait dengan dampak lingkungan. Dalam jangka pendek, perusahaan mungkin harus membayar biaya tambahan untuk mengurangi dampak lingkungannya, namun dalam jangka panjang, praktik bisnis yang berkelanjutan dapat meningkatkan keuntungan jangka panjang dan nilai perusahaan. Oleh karena itu, Akuntansi Hijau dapat membantu perusahaan membandingkan profitabilitas operasi berkelanjutan dan tidak berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai penerapan green accounting terhadap profitabilitas pada PT Unilever Indonesia Tbk pada tahun 2019-2021 di atas dapat disimpulkan bahwa Green Accounting dapat berperan penting dalam penerapan profitabilitas PT Unilever Indonesia Tbk. Green Accounting memungkinkan perusahaan untuk mengukur,

memantau dan melaporkan dampak lingkungan dari operasi mereka. Dengan adanya Green Accounting ini dapat membantu perusahaan mengidentifikasi peluang untuk mengurangi biaya dan meningkatkan pemanfaatan sumber daya, yang pada gilirannya dapat berdampak pada keuntungan mereka. Selain itu, akuntansi hijau dapat meningkatkan transparansi perusahaan dan membantu membangun kepercayaan dari pelanggan dan investor, yang dapat berdampak positif bagi kinerja keuangan perusahaan dalam jangka panjang. Selain itu dengan adanya profitabilitas perusahaan dapat mengetahui kinerja ekonomi dan biaya lingkungan pada PT Unilever Tbk ini. Dapat mengetahui di mana investasi, laba, dan penjualan perusahaan tersebut sedang dalam keadaan yang baik atau buruk. Oleh karena itu penting bagi PT. Unilever Indonesia Tbk berkomitmen untuk menerapkan akuntansi hijau dan perhitungan rasio profitabilitas dalam operasinya dan melaporkan secara terbuka dampak lingkungan dari operasional untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan dan mencapai hasil yang berkelanjutan.

SARAN

Berdasarkan data dan analisis di atas, saran yang dapat membantu perusahaan yaitu penerapan green accounting terhadap rasio profitabilitas pada PT Unilever Indonesia Tbk ini sudah mengalami peningkatan, tetapi ada tahun yang di mana mengalami penurunan. Maka dari itu supaya perusahaan dapat mempertahankan pendapatannya dan lebih meningkatkan penjualan dan pendapatan usaha.

Dan juga dengan menerapkan green accounting di PT Unilever Tbk dapat memastikan bahwa operasi tersebut berdampak positif pada kinerja keuangan, tetapi juga pada lingkungan dan masyarakat pada umumnya. Hal ini dapat meningkatkan citra perusahaan, meningkatkan kepercayaan pelanggan dan investor, serta membantu mencapai tujuan keberlanjutan jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Angelina, M., & Nursasi, E. (2021). PENGARUH PENERAPAN GREEN ACCOUNTING DAN KINERJA. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 1-14.
- Bella, M. I. (2017, Oktober 18). *Manajemen Keuangan Dan Keputusan Dalam Manajemen Keuangan*. Diambil kembali dari Scribd: <https://www.scribd.com/document/361903635/Manajemen-Kuangan-dan-Keputusan-dalam-Manajemen-Kuangan-docx>
- Darsono, & Tjatjuk. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia Abad 21*. Jakarta: Nusantara Consulting.

- Harahap, A. H. (2023). ANALISIS SWOT PADA PT. UNILEVER TBK. *Academia* , 1-6.
- Hery. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ikhsan, A. (2008). Akuntansi Lingkungan dan Pengungkapannya. *Graha Ilmu*.
- Lako, A. (2018). *Green Accounting*. 99.
- Musthafa. (2017). *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Pahlevi, R. (2022, 07 27). *Pendapatan dan Laba/Rugi Bersih Unilever Indonesia per Semester I (2021-2022)*. Diambil kembali dari Laba Bersih Unilever Tumbuh 12,5% pada Semester I 2022: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/27/laba-bersih-unilever-tumbuh-125-pada-semester-i-2022#:~:text=PT%20Unilever%20Indonesia%20Tbk%20mencatatkan,triliun%20pada%20semester%20I%202022>.
- Reducing emissions from our factories*. (2022, September 22). Diambil kembali dari Unilever: <https://www.unilever.com/news/news-search/2022/reducing-emissions-from-our-factories/>
- Sartono, A. (2011). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Sukmono, S., Kuncara, T., & Ayanto, H. K. (2023). ANALISIS PENERAPAN GREEN ACCOUNTING PADA KINERJA KEUANGAN PT UNILEVER. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1-9.
- Unilever. (2023). *Planet & Society*. Diambil kembali dari Unilever's global company: <https://www.unilever.com/planet-and-society/>
- Unilever. (t.thn.). *Anggaran Dasar*. Diambil kembali dari Unilever Indonesia: <https://www.unilever.co.id/hubungan-investor/anggaran-dasar/>
- Unilever. (t.thn.). *Dunia Bersih dari Sampah*. Diambil kembali dari Unilever Indonesia: <https://www.unilever.co.id/planet-and-society/aksi-nyata-kami/dunia-yang-bersih-dari-sampah/>