

ANALISIS PENERAPAN GREEN ACCOUNTING PADA KINERJA KEUANGAN PT UNILEVER INDONESIA TBK

Sigit Sukmono¹, Tommy Kuncara², Immi Fiska Tarigan³, Hana Kamilia Ayanto⁴

¹Fakultas Ekonomi, sigitsukmono@staff.gunadarma.ac.id, Universitas Gunadarma

^{2,3}Fakultas Ekonomi, tommy_kuncara@staff.gunadarma.ac.id, Universitas Gunadarma

⁴Fakultas Ekonomi, hana@gmail.com, Universitas Gunadarma

ABSTRACT

This research was written with the aim of analyzing the application of Green Accounting at PT Unilever Indonesia Tbk. The background of this writing is because the author wants to analyze green accounting or Green Accounting at the company PT Unilever Indonesia Tbk, whether the implementation is good or not. The method used in this study is the Document Study method. The results of this study indicate that PT Unilever Indonesia Tbk has implemented Green Accounting very well and is also committed to implementing Green Accounting every year. The costs incurred by PT Unilever Indonesia Tbk in implementing Green Accounting in 2019 – 2021 amount to IDR 284,842,399,000. In implementing Green Accounting, PT Unilever Indonesia Tbk only focuses on 4 aspects namely; Economic Aspect, Environmental Aspect, Social Aspect, Health Aspect. On the economic aspect, PT Unilever Indonesia Tbk one of which is training and development for its employees. On the environmental aspect, PT Unilever Indonesia Tbk's sustainable activities that are always carried out annually are waste banks. On the social aspect, PT Unilever Tbk carries out cleaning activities and other social activities. In the health aspect, PT Unilever Indonesia provides health education services to the community.

Keywords: *Application of Green Accounting, Corporate Performance Study document*

Abstrak

Penelitian ini ditulis bertujuan untuk menganalisis penerapan Green Accounting pada PT Unilever Indonesia Tbk. Latar belakang penulisan ini adalah dikarenakan penulis ingin menganalisis akuntansi hijau atau Green Accounting pada perusahaan PT Unilever Indonesia Tbk, apakah penerapannya sudah baik atau belum. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Studi Dokumen, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT Unilever Indonesia Tbk telah menerapkan Green Accounting dengan sangat baik dan juga berkomitmen untuk melakukan penerapan Green Accounting pada setiap tahunnya. Biaya yang dikeluarkan PT Unilever Indonesia Tbk dalam penerapan Green Accounting pada tahun 2019 – 2021 adalah sebesar Rp 284.842.399.000. Dalam penerapan Green Accounting, PT Unilever Indonesia Tbk hanya berfokus pada 4 Aspek yaitu; Aspek Ekonomi, Aspek Lingkungan, Aspek Sosial, Aspek Kesehatan. Pada aspek ekonomi, PT Unilever Indonesia Tbk salah satunya adalah pelatihan dan pengembangan untuk para karyawannya. Pada aspek Lingkungan, kegiatan berkelanjutan yang selalu dilakukan setiap tahunnya oleh PT Unilever Indonesia Tbk adalah bank sampah. Pada aspek sosial PT Unilever Tbk melakukan kegiatan bersih-bersih dan kegiatan sosial lainnya. Dalam aspek kesehatan PT Unilever Indonesia memberikan layanan edukasi Kesehatan kepada masyarakat.

Kata Kunci: Penerapan Green Accounting, Kinerja Perusahaan Studi dokumen

1. PENDAHULUAN

Perusahaan saat ini dituntut tidak hanya berfokus untuk mensejahterahkan pemilik serta manajemennya tapi juga seluruh pihak seperti konsumen, karyawan, masyarakat dan lingkungan (Dwicahyanti dan Priyono, 2021). Peningkatan kinerja lingkungan mendorong perusahaan untuk meningkatkan pengungkapan informasi lingkungan perusahaan kepada pihak eksternal (Wijayanto, Winarni dan Mahmudah, 2021). (Gilby Sapulette dkk., 2021)

Peran perusahaan diatas, dikenal dengan tanggung jawab perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR). Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu

tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap lingkungan sekitar. Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan strategi perusahaan yang mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan stakeholder-nya. CSR timbul sejak era dimana kesadaran akan sustainability perusahaan jangka panjang lebih penting dari pada sekedar profitability. CSR adalah konsekuensi dari kenyataan, bahwa lembaga atau organisasi selain berdimensi ekonomi juga berdimensi sebagai institusi sosial (buku bahan ajar Kemdikbud bertajuk Corporate Social Responsibility (CSR) (BP-PAUD dan Dikmas)

Green Accounting atau dikenal dengan akuntansi hijau adalah jenis akuntansi yang mencoba memasukkan dan menghubungkan faktor biaya lingkungan kedalam kegiatan perusahaan. Seperti diketahui bahwa produk domestik bruto mengabaikan lingkungan dalam pembuatan keputusan. Green Accounting memberikan gambaran terhadap upaya menjaga lingkungan dengan menggabungkan manfaat lingkungan dengan biaya dari keputusan ekonomi melalui hasil keuangan perusahaan. Green Accounting dapat mengidentifikasi antara biaya dan manfaat melalui konservasi lingkungan dalam kegiatan perusahaan sebagai pendukung pembangunan berkelanjutan. Penerapan green accounting atau akuntansi lingkungan menjadi langkah awal yang bisa dilakukan oleh perusahaan untuk meminimalisir masalah lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan (Hamdidi,2019).

Perseroan mempunyai transaksi dengan pihak berelasi. Pihak-pihak berelasi adalah orang atau entitas yang terkait dengan entitas yang menyiapkan laporan keuangannya (dalam Pernyataan ini dirujuk sebagai “entitas pelapor”). Suatu individu atau entitas dapat diklasifikasikan sebagai pihak berelasi jika memenuhi hal-hal yang ditentukan definisi pihak-pihak berelasi dalam PSAK 7.

PSAK 71 menggantikan PSAK 55 "Instrumen Keuangan: Pengakuan dan Pengukuran", dan termasuk pengaturan akuntansi untuk klasifikasi dan pengukuran instrumen keuangan, penurunan nilai aset keuangan dan akuntansi lindung nilai. Model baru untuk pengklasifikasian aset keuangan ditentukan berdasarkan karakteristik arus kas dan model bisnis dari aset yang dimiliki. Model kerugian penurunan nilai ekspektasian mengharuskan entitas untuk memperhitungkan kerugian kredit ekspektasian sejak saat pengakuan awal instrumen keuangan dan untuk mengakui seluruh kerugian ekspektasian sepanjang umur instrumen keuangan tersebut secara tepat waktu. (Indra Sri Widodo, 2019). Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini mengenai “Analisis Penerapan Green Accounting Pada Kinerja Keuangan PT. Unilever Indonesia Tbk”

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggung jawab

mereka terhadap lingkungan sekitar. Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan strategi perusahaan yang mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan stakeholder-nya. CSR timbul sejak era dimana kesadaran akan sustainability perusahaan jangka panjang lebih penting dari pada sekedar profitability. CSR adalah konsekuensi dari kenyataan, bahwa lembaga atau organisasi selain berdimensi ekonomi juga berdimensi sebagai institusi sosial (buku bahan ajar Kemdikbud bertajuk Corporate Social Responsibility (CSR) BP-PAUD dan Dikmas)

2.2 Green Accounting

Green Accounting atau dikenal dengan akuntansi hijau adalah jenis akuntansi yang mencoba memasukan dan menghubungkan faktor biaya lingkungan kedalam kegiatan perusahaan. Seperti diketahui bahwa produk domestik bruto mengabaikan lingkungan dalam pembuatan keputusan. Green Accounting memberikan gambaran terhadap upaya menjaga lingkungan dengan menggabungkan manfaat lingkungan dengan biaya dari keputusan ekonomi melalui hasil keuangan perusahaan. Green Accounting dapat mengidentifikasi antara biaya dan manfaat melalui konservasi lingkungan dalam kegiatan perusahaan sebagai pendukung pembangunan berkelanjutan. Penerapan green accounting atau akuntansi lingkungan menjadi langkah awal yang bisa dilakukan oleh perusahaan untuk meminimalisir masalah lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan (Hamidi, 2019).

2.3. Manajemen Risiko

Manajemen risiko segala proses kegiatan yang dilakukan semata untuk meminimalkan bahkan mencegah terjadinya risiko perusahaan. Di dalamnya ada kegiatan identifikasi, perencanaan, strategi, tindakan, pengawasan dan evaluasi terhadap hal-hal negatif yang kemungkinan akan menimpa usaha. jenis manajemen ini adalah satu metode untuk mencegah perusahaan mengalami masalah. Seperti kolaps, kerugian yang besar, gulung tikar, dijauhi klien dan semacamnya. Tentu strategi sistematis ini perlu dijalankan terutama untuk pebisnis pemula. (Fariani, t.t.)

3. METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah PT Unilever Indonesia Tbk. PT Unilever Indonesia Tbk adalah salah satu perusahaan Fast Moving Consumer Goods (FMCG) terkemuka di Indonesia yang senantiasa menemani keseharian masyarakat.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Proses dan makna (perspektif subjek) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah proses penyelidikan naturalistik yang mencari pemahaman mendalam tentang fenomena sosial secara alami (Hendryadi, et. al, 2019). (STIE INDONESIA, t.t.)

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari generalisasi (Sugiyono, 2019).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip. Misalkan struktur organisasi, laporan pembelian, persediaan dan laporan penjualan (Sugiyono, 2019).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Sejak 5 Desember 1933, Unilever Indonesia telah tumbuh menjadi salah satu perusahaan Fast Moving Consumer Goods (FMCG) terkemuka di Indonesia yang senantiasa menemani keseharian masyarakat melalui beragam produknya, seperti Pepsodent, Lux, Lifebuoy, Dove, Sunsilk, Clear, Rexona, Vaseline, Rinso, Molto, Sunlight, Wall's, Royco, Bango, dan masih banyak lagi. Unilever Indonesia pertama kali menawarkan sahamnya kepada publik pada 1981 dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia sejak 11 Januari 1982.

4.2 Data Hasil Penelitian

Berikut merupakan data yang didapatkan dari laporan keuangan tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR (Corporate social responsibility) tahunan PT Unilever Indonesia Tbk. Periode 2019 – 2021 untuk dianalisis.

Unilever Indonesia ingin memberikan nilai dan manfaat positif kepada seluruh pemangku kepentingan, baik melalui keberadaan kami di tengah-tengah masyarakat, maupun melalui produk-produk kami yang telah menjadi bagian dari keseharian jutaan orang di Indonesia. Oleh karena itu, PT Unilever Indonesia Tbk memperkuat komitmen keberlanjutan Perusahaan dengan sebuah transformasi strategi global, bernama Unilever Compass. Perusahaan memperkuat komitmen untuk menumbuhkan bisnis berkelanjutan yang berlandaskan pada tujuan mulia (purpose-led) dan relevan serta mampu bersaing di masa depan (future-fit).

PT Unilever Indonesia Tbk memiliki program-program CSR yang telah disusun dan dilaksanakan mulai tahun 2014 sebagai bukti nyata peran perusahaan dalam memenuhi Sustainable Development Goals (SDGs). Adapun program-program CSR tersebut mencakup bidang :

- | | |
|---------------|---------------|
| 1. Ekonomi | 3. Kesehatan |
| 2. Lingkungan | 4. Pendidikan |

4.3 Pembahasan

Dari data Diatas, PT Unilever Indonesia Tbk. telah mengeluarkan dana cukup banyak untuk melakukan Green Accounting, dibawah ini adalah kegiatan CSR dari PT Unilever Indonesia Tbk.

Tabel 1. Kegiatan CSR dari PT Unilever Indonesia Tbk Tahun 2019.

No.	Kegiatan	Keterangan
1.	Aspek Ekonomi	57.105 total jam pelatihan karyawan. 250 ribu masyarakat penerima manfaat bulan Kesehatan gigi nasional 2019. Ada 1500 peserta program Wanita berkarya.
2.	Aspek Lingkungan	32% penurunan intensitas energi. 60% penurunan intensitas gas rumah kaca. Total 3.859 Bank Sampah mencakup di 37 kabupaten/kota dan 12 Provinsi merupakan 40% bank sampah yang terdaftar di Kementrian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK). 2.824 ton pengurangan berat limbah. 12.487 ton sampah onorganik yang dikelola bank sampah.
3.	Aspek Sosial	Program Bersih-bersih Masjid merupakan kolaborasi Unilever melalui brand Wipol, Superpell, Vixal dengan Dewan Masjid Indonesia (DMI) dan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) lokal. Pada tahun 2019, kegiatan Bersih-bersih Masjid ini dilaksanakan secara serentak di 2.000 masjid dan 129 masjid pesantren di 13 kota di Pulau Jawa.
4.	Aspek Kesehatan	<i>Pepsodent Dental Expert Center (PDEC)</i> memberikan layanan edukasi dan pemeriksaan gigi gratis bagi masyarakat. Hingga 2019, <i>Pepsodent Dental Expert Center (PDEC)</i> telah menjangkau lebih dari 30.000 pengunjung tahunan dan menerima lebih dari 850 kunjungan sekolah dan komunitas. Lebih dari 150.000 ibu-ibu peserta edukasi Perilaku Hidup Bersih (PHBS) dalam program ibu dan balita sehat. Pada tahun 2019, Bulan Kesehatan Gigi Nasional (BKGN) telah memberi manfaat pada lebih dari 250.000 masyarakat Indonesia, dengan kolaborasi lebih dari 100 Persatuan Dokter Gigi Indonesia (PDGI) Cabang dan 23 Fakultas Kedokteran Gigi, melibatkan lebih dari 14.250 dokter gigi dan mahasiswa Fakultas Kedokteran Gigi di seluruh Indonesia.

Pada Tahun 2019 untuk program berkelanjutan dalam aspek ekonomi PT unilever Indonesia Tbk melakukan pelatihan dan pengembangan untuk para karyawannya. Dalam

aspek lingkungan kegiatan berkelanjutan yang selalu dilakukan setiap tahunnya oleh PT Unilever Indonesia Tbk adalah bank sampah. Dalam aspek sosial PT Unilever Tbk melakukan kegiatan bersih-bersih masjid. Dalam aspek kesehatan PT Unilever Indonesia memberikan layanan edukasi dan pemeriksaan gigi gratis bagi masyarakat, dan juga memberikan edukasi tentang ibu dan balita sehat (PT Unilever Indonesia Tbk 2019).

Tabel 2. Kegiatan CSR dari PT Unilever Indonesia Tbk Tahun 2020.

No.	Kegiatan	Keterangan
1.	Aspek Ekonomi	Memberikan pelatihan dan pengembangan karyawan dengan menyediakan 693 modul, total jam pelatihan 33.803 jam, dan menyediakan 237 pelatih untuk 14.214 peserta. Memberikan dukungan nyata senilai total Rp40 miliar bagi 147.000 pedagang warung yang berisi alat perlindungan diri, dan tambahan modal untuk keberlangsungan usaha.
2.	Aspek Lingkungan	Pengurangan berat limbah 1.541,83 ton. 16.402 Jumlah sampah plastik yang berhasil dibantu dikumpulkan dan diproses. 13,262.67 Sampah plastik yang dikumpulkan melalui jaringan bank sampah. 3,070.44 Penggunaan plastik daur ulang sebagai alternatif <i>Refuse Derived Fuel (RDF)</i> . 68.60 Penggunaan plastik daur ulang untuk kemasan produk Unilever. Membantu pengembangan hampir 4.000 unit Bank Sampah yang tersebar di 37 kota, dengan lebih dari 500.000 anggota Bank Sampah.
3.	Aspek Sosial	Bekerjasama dengan segenap karyawan, unilever mendonasikan 52.000 paket makanan yang secara bertahap disalurkan ke tenaga Kesehatan. Mendonasikan paket produk dan alat kebersihan kepada 100.000 masjid di seluruh Indonesia bekerjasama dengan Dewan Masjid Indonesia (DMI), dengan total dana Rp 50 Miliar. PT Unilever Indonesia Tbk juga mendonasikan hand sanitizer, sabun, produk makanan dan minuman, produk perawatan higienitas rumah, dan paket makanan bagi tenaga medis senilai Rp10 miliar kepada Pemerintah Provinsi DKI Jakarta
4.	Aspek Kesehatan	Menyarurkan 40.320 alat test <i>PCR</i> , 2 Ventilator <i>ICU</i> , 60.000 APD yang disalurkan melalui Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) yaitu, 12 rumah sakit dan lembaga Kesehatan, RS Siloam Mampang & Mitra Keluarga Jatiasih, Melalui Perhimpunan Rumah Sakit Seluruh Indonesia (PERSI) ke 10 rumah sakit dan lembaga Kesehatan kepada tenaga medis yang bertugas di sejumlah rumah sakit, laboratorium dan fasilitas

kesehatan di seluruh Indonesia. Menyalurkan 1.300.000 produk Unilever seperti Lifebuoy, Wipol, SariWangi dan Buavita senilai Rp7,2 miliar kepada 249.952 Kepala Keluarga (KK) di 3 provinsi dan 13 kabupaten/kota di Indonesia. mendonasikan 10.000 unit hand sanitizer Lifebuoy, 3.000 unit masker KN95, 2.880 unit alat test PCR, dan 250 unit wastafel portabel serta materi edukasi Perilaku Hidup Bersih (PHBS) kepada pemerintah kota surabaya. Memberikan edukasi lebih dari 1,8 juta anak Indonesia di lebih dari 7.000 sekolah dan pesantren.

Pada Tahun 2020 untuk program berkelanjutan dalam aspek ekonomi PT unilever Indonesia Tbk melakukan pelatihan dan pengembangan untuk para karyawannya dan memberikan dukungan nyata kepada para pedagang kecil. Dalam aspek lingkungan kegiatan berkelanjutan yang selalu dilakukan setiap tahunnya oleh PT Unilever Indonesia Tbk adalah bank sampah. Dalam aspek sosial PT Unilever Tbk menyalurkan makanan dan produk kebersihan kepada para tenaga medis indonesia. Dalam aspek kesehatan PT Unilever Indonesia Tbk memberikan beberapa alat Kesehatan yang disalurkan melalui Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB), memberikan berbagai produk kebersihan dan layanan edukasi tentang pencegahan terhadap invensi COVID-19. Pada tahun 2021 ini difokuskan untuk membantu pemerintah mencegah pandemic COVID-19 memakan banyak korban (PT Unilever Indonesia Tbk 2020).

Tabel 3. Kegiatan CSR dari PT Unilever Indonesia Tbk Tahun 2021.

No.	Kegiatan	Keterangan
1.	Aspek Ekonomi	2500 peritel skala kecil Dari Aceh hingga Papua mengikuti program “Swalayan Kita” yang bertujuan untuk mendorong potensi dan mendukung pertumbuhan para peritel skala kecil melalui teknologi
2.	Aspek Lingkungan	3.800 Ton Pengurangan konten plastik dalam kemasan produk Unilever pada 2021. 24.500 Sampah plastik pascakonsumsi dikumpulkan melalui Bank Sampah yang dikembangkan di 45 kota/kabupaten dan 11 provinsi di Indonesia sepanjang tahun 2021.
3.	Aspek Sosial	375.000 Bantuan produk terdiri dari produk kebersihan diri, sanitasi, dan makanan dengan total nilai Rp 4,6 miliar. 1.300 Vaksin untuk pemulung. 1.423 Kabinet pendingin untuk vaksin dengan nilai 19,7 miliar. 141.000 bantuan produk untuk sentra vaksinasi dan sukarelawan terdiri dari Lifebuoy, Buavita, dan Royco. Total 199.188 bantuan untuk fasilitas isolasi dan kesehatan dengan nilai mencapai Rp3,4 miliar.
4.	Aspek Kesehatan	Memberikan edukasi program edukasi kesehatan, nutrisi, sanitasi, dan pemberdayaan perempuan dengan total 3 juta masyarakat.

Pada Tahun 2021 untuk program berkelanjutan dalam aspek ekonomi PT unilever Indonesia Tbk terfokus pada pengembangan potensi peritel skala kecil. Dalam aspek lingkungan kegiatan berkelanjutan yang selalu dilakukan setiap tahunnya oleh PT Unilever Indonesia Tbk adalah bank sampah. Dalam aspek sosial PT Unilever Tbk memberikan bantuan produk, vaksin dan pendingin untuk vaksin. Dalam aspek kesehatan PT Unilever Indonesia Tbk layanan edukasi tentang Kesehatan, nutrisi, sanitasi dan pemberdayaan perempuan. Pada tahun 2021 ini difokuskan untuk membantu pemerintah bangkit untuk melewati pandemi COVID-19 (PT Unilever Indonesia Tbk 2021).

4.4 Rangkuman Hasil Penelitian

Setelah melakukan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa :

Tabel 4. Total biaya dari PT unilever Indonesia Tbk pada tahun 2019 – 2021

No.	Tahun	Total Biaya
1.	2019	Rp 44.721.688.000
2.	2020	Rp 200.000.000.000
3.	2021	Rp 27.700.000.000

Pada Tahun 2019 untuk program berkelanjutan PT Unilever Indonesia Tbk menghabiskan total biaya RP 44.721.688.000 untuk melakukan kegiatan bersih-bersih masjid dan memberikan layanan edukasi dan pemeriksaan gigi gratis bagi masyarakat, dan juga memberikan edukasi tentang ibu dan balita sehat.

Pada Tahun 2020 untuk program berkelanjutan PT Unilever Indonesia Tbk menghabiskan total biaya Rp 200.000.000.000 untuk memberikan dukungan nyata kepada para pedagang kecil, menyalurkan makanan dan produk kebersihan kepada para tenaga medis indonesia. Serta memberikan beberapa alat Kesehatan yang disalurkan melalui Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB).

Pada Tahun 2021 untuk program berkelanjutan PT Unilever Indonesia Tbk Menghabiskan total biaya Rp 27.700.000.000 untuk pengembangan potensi peritel skala kecil, memberikan bantuan berupa produk unilever, vaksin dan pendingin untuk vaksin, serta memberikan layanan edukasi tentang Kesehatan, nutrisi, sanitasi dan pemberdayaan perempuan.

PT Unilever Indonesia Tbk telah menjalankan CSR sesuai dengan ISO 26000, adanya tahapan penilaian terhadap Annual Report dan Sustainability Report. Dan total biaya yang dikeluarkan dari perusahaan tersebut adalah Rp 284.842.399.000.

5. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

5.1 Kesimpulan

1. Corporate Social Responsibility (CSR) berbasis Green Accounting yang dilakukan oleh PT Unilever Indonesia Tbk pada tahun 2019 – 2021 telah dilakukan dengan baik, PT Unilever Indonesia Tbk sudah berkomitmen untuk memberikan yang terbaik kepada masyarakat. Dan pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) yang dilakukan oleh PT Unilever Indonesia Tbk sudah

sesuai dengan pedoman ISO 26000. Namun demikian, data untuk biaya-biaya pengeluarannya masih kurang lengkap

2. Penerapan Green Accounting berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Hamidi, H. (2019). Analisis Penerapan Green Accounting Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *EQUILIBIRIA*, 6(2).
- [2] Maralis, R., & Triyono, A. (2019). Manajemen resiko. Deepublish.
- [3] Leunupun, E. G., Limba, F. B., & Sapulette, S. G. (2021). Pengaruh Motivasi Belajar dan Psychological Well-Being terhadap Tingkat Pemahaman Akuntansi Mahasiswa FEB UNPATTI. *Kupna Jurnal: Kumpulan Artikel Akuntansi*, 1(2), 81-96.
- [4] Tunggal, W. S. P., & Fachrurrozie, F. (2014). Pengaruh environmental performance, environmental cost dan CSR disclosure terhadap financial performance. *Accounting Analysis Journal*, 3(3).
- [5] Lalo, A., & Hamiddin, M. I. N. (2021). Pengaruh Biaya Lingkungan Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Kompak: Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 14(1), 196-204.
- [6] Rusanti, E. (2021). Implementasi Maqashid Syari'ah dalam Pembangunan Berkelanjutan Berbasis Green Economy (Analisis pada Sustainability Report PT. Unilever Indonesia Tbk Tahun 2020) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- [7] Sari, D. A. K. (2013). The Cooperation Arrangement between Public and Private Sector in Corporate Social Responsibility (CSR) Scheme. Case Study: The Cooperation between Surabaya Municipal Government and Unilever Indonesia in Green and Clean Program in Indonesia (Doctoral dissertation).
- [8] Wangi, W. R., & Lestari, R. (2020). Pengaruh Penerapan Green Accounting terhadap Tingkat Profitabilitas Perusahaan. *Prosiding Akuntansi*, 489-493.
- [9] Nanda, E. (2010). Kegiatan corporate social responsibility (csr) dan citra perusahaan di bidang pendidikan.
- [10] Wati, V. D. E. (2020). APPLICATION OF GOOD CORPORATE GOVERNANCE IN PT. UNILEVER INDONESIA. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 1(3), 482-490.
- [11] Bawafi, M. H., & Prasetyo, A. (2015). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan*, 5(1).
- [12] Sudirman, L., & Disemadi, H. S. (2021). Kebijakan Corporate Social Responsibility: Investasi Sosial dalam Pengembangan Masyarakat selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 3(3), 281-298.
- [13] Laili, I. (2016). Manajemen sumber daya manusia.
- [14] Rusanti, E. (2021). Implementasi Maqashid Syari'ah dalam Pembangunan Berkelanjutan Berbasis Green Economy (Analisis pada Sustainability Report PT. Unilever Indonesia Tbk Tahun 2020) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).