

MENGENAL GREEN ACCOUNTING

Neni Astuti

Fakultas Ekonomi Universitas Pancasakti Tegal

Email: n_astuty@yahoo.co.id

Abstract

Growing the business world, as well as accounting continues to grow. Conventional accounting for only providing information about the activities of the company to third parties (investors and creditors) that contribute directly to the survival of the company, while others are ignored. Conventional accounting is insufficient and inadequate to meet the demands of an increasingly complex business world. The existence of these demands, the accounting is not just encapsulate information about the company's relationship with third parties, but also with the environment. Understanding of environmental issues within the company will direct its policies, especially related to environmental safety. There are four environmental conditions associated companies namely Lean Green, Defensive Green, Shaded Green and Extreme Green. Selection matrix strategy adapted to the conditions of the company.

Keywords: *Green Accounting, Lean Green, Defensive Green, Shaded Green and Extreme Green.*

PENDAHULUAN

Akuntansi tumbuh dan berkembang di dalam masyarakat yang juga terus berkembang, dan bisnis telah mengetahui bahwa sistem akuntansi konvensional tidak mencukupi dan memadai seiring dengan semakin tingginya kompleksitas bisnis. Pada akuntansi konvensional, perusahaan hanya memberi perhatian pada manajemen dan pemilik modal (*stockholders* dan *bondholders*), pihak yang lain sering terabaikan. Tuntutan terhadap perusahaan semakin besar dan perusahaan harus melihat sisi baru yaitu tanggung jawab perusahaan terhadap *stakeholder*, dimana perusahaan tidak hanya mementingkan kepentingan manajemen dan pemilik modal, tetapi juga karyawan, konsumen, serta masyarakat. Perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial terhadap pihak-pihak di luar manajemen dan pemilik modal. Perusahaan kadang kala melalaikannya dengan alasan bahwa mereka tidak memberikan kontribusi terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini disebabkan hubungan perusahaan dengan lingkungannya bersifat non recipro-

kal, transaksi antar keduanya tidak menimbulkan prestasi timbal balik. Suatu perusahaan tidak hanya menghasilkan laba setinggi-tingginya, tetapi juga bagaimana laba tersebut dapat memberikan manfaat kepada masyarakat. Semakin berkembangnya kegiatan perusahaan dalam menghasilkan laba secara otomatis menimbulkan konsekuensi lingkungan hidup di sekitarnya. Tanggung jawab lingkungan memiliki berbagai pengaruh pada kinerja perusahaan. Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi saja, melainkan juga harus memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan dan kesejahteraan masyarakat di sekitarnya, untuk dapat bergerak maju dan tetap menjaga kelangsungan perusahaannya.

Permasalahan ini menjadikan ilmu akuntansi semakin berkembang yang selama ini hanya memberikan informasi tentang kegiatan perusahaan kepada pihak ketiga (*stockholders* dan *bondholders*) yang mempunyai kontribusi langsung terhadap perusahaan, tetapi sekarang dituntut tidak hanya merangkum informasi tentang hubungan peru-

sahaan dengan pihak ketiga, tetapi juga dengan lingkungannya. Lingkungan yang ikut dalam proses berjalannya perusahaan. Perusahaan juga dituntut untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang semakin bagus (*Good Corporate Governance*), sehingga perusahaan dipaksa untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya sehingga hak masyarakat untuk hidup aman, tentram dan kesejahteraan karyawan terpenuhi.

Manakala gerakan peduli lingkungan (*green movement*) melanda dunia, akuntansi berbenah diri agar siap menginternalisasi berbagai eksternalitas yang muncul sebagai konsekuensi proses industri, sehingga lahir istilah *green accounting* atau akuntansi lingkungan (*environmental accounting*). Demikian pula waktu sebagian industri mulai menunjukkan wajah sosialnya (*capitalism with human face*), yang ditunjukkan dengan perhatian pada *employees* dan aktivitas-aktivitas *community development*, serta perhatian pada *stakeholders* lain, akuntansi mengakomodasi perubahan tersebut dengan memunculkan wacana akuntansi sosial (*social responsibility accounting*). Sejak memahami akuntansi sebagai bagian dari fungsi *service* baik sosial, budaya, ekonomi bahkan politik, maka banyak faktor mempengaruhi akuntansi itu sendiri. Belkoui dan Ronald (1991) menjelaskan bahwa budaya merupakan faktor utama yang mempengaruhi perkembangan struktur bisnis dan lingkungan social, yang pada akhirnya akan mempengaruhi akuntansi.

Konsep *green accounting* sebenarnya sudah mulai berkembang sejak tahun 1970-an di Eropa, diikuti dengan mulai berkembangnya penelitian-pene-

litian yang terkait dengan isu *green accounting* tersebut di tahun 1980-an (Bebbington, 1997 ; Gray et al., 1996). Di negara-negara maju seperti yang ada di Eropa (Roussey, 1992), Jepang (Djogo, 2006) perhatian akan isu-isu lingkungan ini berkembang pesat baik secara teori maupun praktik. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya peraturan terkait dengan lingkungan ini.

Akuntansi lingkungan kerap kali dikelompokkan dalam wacana akuntansi sosial. Hal ini terjadi karena kedua diskursus (akuntansi lingkungan dan akuntansi sosial) tersebut memiliki tujuan yang sama, yaitu menginternalisasi eksternalitas (eksternalitas lingkungan sosial dan lingkungan ekologis), baik positif maupun negatif, ke dalam laporan keuangan perusahaan. Serupa dengan akuntansi sosial, akuntansi lingkungan juga menemui kesulitan dalam pengukuran nilai *cost and benefit* eksternalitas yang muncul dari proses industri. Bukan hal yang mudah untuk mengukur kerugian yang diterima masyarakat sekitar dan lingkungan ekologis yang ditimbulkan polusi udara, limbah cair, kebocoran tabung amoniak, kebocoran tabung nuklir atau eksternalitas lain.

Di tahun 1990, sebuah *polling* pendapat di Amerika Serikat (Bragdon dan Donovan, 1990) dan beberapa negara (Choi, 1999) melaporkan bahwa kebanyakan orang merasa bahwa wacana lingkungan merupakan hal yang penting dan persyaratan dan standar untuk itu janganlah dipersulit, serta pengembangan lingkungan yang berkelanjutan haruslah terus ditingkatkan dengan tentu saja mempertimbangkan kos-nya (Bragdon dan Donovan, 1990). Hasil dari *polling* pendapat ini menyarankan bahwa stakeholders fokus dalam hal perusahaan bertanggungjawab terhadap permasalahan lingkungan hidup. Banyak cara yang dapat dilakukan oleh

perusahaan untuk mengkomunikasikan perhatian mereka terhadap permasalahan lingkungan hidup ini, meliputi surat kabar, publikasi bisnis, televisi dan atau radio, serta laporan keuangan tahunan (Gamble et al., 1995).

Saat ini tidak ada standar yang baku mengenai item-item pengungkapan lingkungan. Namun, beberapa institusi telah mengeluarkan rekomendasi pengungkapan lingkungan, antara lain Dewan Ekonomi dan Sosial - Perserikatan Bangsa-Bangsa (ECOSOC-PBB), *Ernst and Ernst, Institute of Chartered Accountant in England and Wales (ICAEW)* dan *Global Reporting Initiative (GRI)*. Motivasi yang melatarbelakangi perusahaan untuk melaporkan permasalahan lingkungan lebih didominasi oleh faktor kesukarelaan (Ball, 2005; Choi, 1999), kapitalisasi atau pembiayaan dari permasalahan lingkungan serta adanya kewajiban bersyarat yang diatur dalam standard akuntansi seperti FASB (Gamble et al., 1995), adanya teori keagenan (Watts dan Zimmerman's. 1978), teori legitimasi dan teori ekonomi politik (Gray et al., 1995).

Item-item pengungkapan lingkungan, antara lain, meliputi: pengungkapan kebijakan lingkungan, sertifikasi lingkungan (misal ISOO 14000 series), rating lingkungan, energi yang dipergunakan dalam operasi perusahaan, pencegahan/pengurangan polusi, dukungan pada konservasi satwa, dukungan pada konservasi lingkungan dan *regulation compliance*.

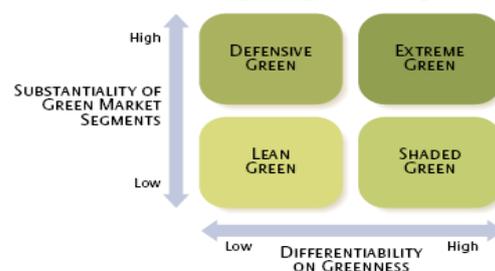
Sebagian akademisi berupaya meneliti wacana ini dalam *frame* teori akuntansi positif dengan cara mencari kaitan antara indikator-indikator lingkungan dengan indikator-indikator finansial. Hipotesis yang mereka ajukan: semakin baik kinerja lingkungan akan mempengaruhi secara positif kinerja bisnis (keuangan) perusahaan. Terkait

dengan motivasi yang mendorong manajemen di dalam pelaporan akuntansi lingkungan, Gallhofer dan Jim (1997) menyatakan bahwa arahan kebijakan perusahaan dalam kebijakan *green accounting* bisa saja muncul dari kesediaan manajemen untuk melaporkannya tanpa ada kewajiban dari pihak ketiga. Ini semua terjadi dikarenakan *market driven*, dimana pelanggan dalam beberapa tahun terakhir ini menuntut adanya kepedulian perusahaan untuk menciptakan produk/jasa yang ramah terhadap lingkungan.

Konsep Model Green Accounting

Pelaksanaan *green accounting* sangat bergantung kepada karakteristik perusahaan tersebut di dalam memahami permasalahan lingkungan hidup. Pemahaman mengenai permasalahan lingkungan hidup akan mengarahkan perusahaan di dalam kebijakannya terutama terkait dengan keselamatan lingkungan hidup. Ginsberg dan Paul (2004) memberikan arahan beberapa matrik kondisi perusahaan terkait dengan permasalahan lingkungan hidup di perusahaan. Matrik kondisi perusahaan terkait dengan kebijakan industri ramah lingkungan tersebut adalah sebagaimana dijelaskan berikut ini. Pilihan strategi jelas disesuaikan dengan kondisi matrik perusahaan tersebut.

Figur 1. Matrik Kondisi Perusahaan terkait Lingkungan Hidup



Sumber: Ginsberg dan Paul (2004)

Lean Green. Lean Greens mencoba untuk menjadi bagian social yang baik, tetapi mereka tidak fokus pada publikasi untuk menciptakan produk/jasa yang ramah lingkungan. Meskipun demikian, mereka termotivasi untuk mengurangi kos dan meningkatkan efisiensi melalui aktivitas yang ramah lingkungan, dengan tujuan untuk menciptakan persaingan yang kompetitif dalam hal produk kos-rendah, dan bukan semata untuk keselamatan lingkungan.

Defensive Green. Defensive Green seringkali menggunakan *green marketing* sebagai pengukuran yang preventif, suatu respon terhadap krisis atau respon terhadap kegiatan perusahaan pesaing. Mereka berusaha untuk meningkatkan *brand image* dan mengatasi kerusakan, menyadari bahwa segmen industri ramah lingkungan adalah penting dan menguntungkan. Inisiatif lingkungan mereka mungkin serius dan berkelanjutan, tetapi usaha untuk mempromosikan dan mempublikasikan inisiatif tersebut sporadic dan terkadang temporer dikarenakan mereka tidak memiliki kemampuan untuk membedakan dirinya dengan kompetitor lain pada permasalahan lingkungan hidup tersebut. Perusahaan dalam kondisi ini akan melakukan kegiatan promosi peduli lingkungan hidup dalam skala kecil baik untuk kegiatan-kegiatan tertentu ataupun program-programnya. Sehingga dari sini, mereka dapat bertahan dan berargumen manakala industri mereka dikritik oleh aktivis peduli lingkungan ataupun bahkan pesaing.

Shaded Green. *Shaded Green* menginvestasikan dalam jangka panjang, menyeluruh proses industri yang ramah lingkungan yang membutuhkan komitmen tinggi terhadap keuangan dan non keuangan. Perusahaan dengan tipe ini memandang lingkungan sebagai kesempatan untuk mengembangkan ini-

siatif kebutuhan-pemenuhan produk dan teknologi yang dihasilkan dalam proses yang mengutamakan persaingan yang menguntungkan. Mereka memiliki kemampuan untuk membedakan dirinya dengan sebenarnya pada isu lingkungan ini, tetapi mereka memilih untuk tidak melakukannya disebabkan mereka dapat mencari keuntungan dengan mengutamakan permasalahan lain selain isu lingkungan. *Shaded greens* pada prinsipnya mempromosikan secara langsung kelebihan yang dapat dihitung berkaitan dengan produk mereka dan menjual produk/jasa mereka melalui saluran yang utama. Keuntungan akan produk/jasa yang ramah lingkungan hanya mereka promosikan sebagai faktor pendukung saja.

Extreme Green. Filosofi dan nilai yang menyeluruh membentuk perusahaan dalam tipe ini. Isu tentang produk yang ramah lingkungan diintegrasikan secara penuh ke dalam bisnis dan proses siklus daur ulang produk perusahaan ini. Seringkali permasalahan produk ramah lingkungan menjadi tujuan yang mengarahkan perusahaan dari hari ke hari. Praktik yang terjadi tersebut mencakup pendekatan penentuan harga, pengelolaan lingkungan yang berbasis pada TQM dan tentang pengelolaan untuk masalah lingkungan.

Dari keempat matrik kondisi perusahaan terkait dengan perhatian mereka terhadap masalah lingkungan, maka tentu saja akan ikut mempengaruhi pola pengelolaan termasuk akuntansi di perusahaan tersebut. Penerapan *green accounting* jelas akan dipengaruhi oleh kondisi perusahaan tersebut. “*Organisational change*” menjelaskan bahwa organisasi merespon perubahannya dalam berbagai cara, dan akuntansi lingkungan merupakan salah satu bagian cara dalam melakukan perubahan tersebut (Ball, 2005). Choi (1999) menyebutkan dalam

penelitiannya, perusahaan dengan profil industri yang tinggi akan mengungkapkan secara sistematis informasi yang lebih banyak dan lebih baik dibandingkan perusahaan yang lebih rendah profil industrinya.

Tujuan Green Accounting

Tujuan akuntansi lingkungan adalah untuk meningkatkan jumlah informasi relevan yang dibuat bagi mereka yang memerlukan atau menggunakan. Keberhasilan akuntansi lingkungan tidak hanya tergantung pada ketepatan dalam menggolongkan semua biaya –biaya yang dibuat perusahaan, akan tetapi kemampuan dan keakuratan data akuntansi perusahaan dalam menekan dampak lingkungan yang ditimbulkan dari aktivitas perusahaan.

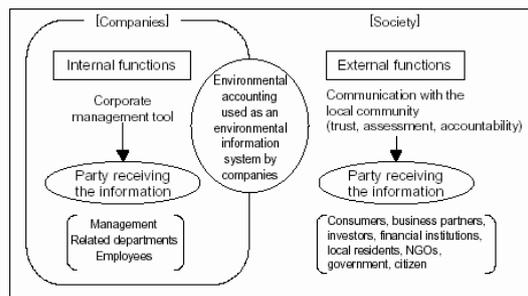
Tujuan lain dari pentingnya akuntansi lingkungan berkaitan dengan kegiatan-kegiatan konservasi lingkungan oleh perusahaan maupun organisasi lainnya yaitu mencakup kepentingan organisasi publik dan perusahaan-perusahaan publik yang bersifat lokal.

Hal ini penting terutama bagi *stakeholders* untuk dipahami, dievaluasi dan dianalisis sehingga dapat memberikan dukungan bagi usaha mereka. Menurut (Pramanik, et.al dalam Arja Sadjarto, 2011:9) Tujuan dikembangkannya akuntansi lingkungan antara lain untuk mendorong pertanggungjawaban entitas dan meningkatkan transparansi lingkungan; membantu entitas dalam menetapkan strategi untuk menanggapi isu lingkungan hidup dalam konteks hubungan entitas dengan masyarakat dan terlebih dengan kelompok-kelompok penggiat (*activist*) atau penekan (*pressure group*) terkait isu lingkungan; memberikan citra yang lebih positif sehingga entitas dapat memperoleh dana dari kelompok dan individu ‘hijau’, seiringdengantuntutan etis dari investor yang semakin me-

ningkat; mendorong konsumen untuk membeli produk hijau sehingga entitas memiliki keunggulan pemasaran yang lebih kompetitif dibandingkan entitas yang tidak melakukan pengungkapan; menunjukkan komitmen entitas terhadap usaha perbaikan lingkungan hidup; mencegah opini negatif publik mengingat perusahaan yang berusaha pada area yang berisiko tidak ramah lingkungan pada umumnya akan menerima tantangan dari masyarakat.

Peran dan tujuan akuntansi lingkungan terbagi menjadi dua, yaitu internal dan eksternal (*Environmental Accounting Guidelines, Japan, 2005*).

Figure 2. Fungsi Internal dan Eksternal Akuntansi Lingkungan



Sumber: *Environmental Accounting Guidelines, explanation 03*

a. Fungsi internal

Sebagai salah satu tahap dalam sistem informasi lingkungan perusahaan, fungsi internal memungkinkan untuk mengatur biaya konservasi lingkungan dan menganalisa biaya lingkungan dengan manfaatnya, dan meningkatkan efektivitas dan efisiensi aktivitas konservasi lingkungan terkait dengan keputusan yang dibuat. Akuntansi lingkungan bermanfaat bagi internal perusahaan untuk memberikan laporan mengenai pengelolaan internal, berupa keputusan manajemen mengenai pemberian harga, pengendalian biaya overhead dan penganggaran modal (*capital budgeting*)

Akuntansi lingkungan untuk tujuan internal perusahaan sering disebut juga EMA (*Environmental Management Accounting*). Keberhasilan EMA dalam menyajikan informasi secara lengkap butuh didukung oleh beberapa disiplin ilmu *non accounting*, yaitu *environmental science*, *environmental law and regulation*, *finance and risk management*, serta *management policies and control system*. Keakuratan informasi EMA sangat berguna untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan serta kelestarian alam secara keseluruhan.

b. Fungsi Eksternal

Dengan mengungkapkan hasil pengukuran kuantitatif dari kegiatan konservasi lingkungan, fungsi eksternal memungkinkan sebuah perusahaan untuk mempengaruhi keputusan *stakeholder*, seperti konsumen, mitra bisnis, investor, dan masyarakat lokal. Diharapkan bahwa publikasi dari akuntansi lingkungan dapat memenuhi tanggung jawab perusahaan dalam akuntabilitas *stakeholder* dan digunakan untuk evaluasi dari konservasi lingkungan.

Penerapan akuntansi lingkungan untuk eksternal lebih ditujukan untuk mematuhi peraturan pemerintah atau persyaratan yang ditetapkan oleh lembaga pengawas pasar modal. Jadi akuntansi lingkungan untuk eksternal

adalah bagaimana merumuskan akuntansi keuangan untuk pelaporan keuangan dikombinasikan dengan kebijakan lingkungan.

Intinya adalah bahwa akuntansi lingkungan bertujuan untuk meningkatkan jumlah informasi yang relevan yang dibuat untuk pihak yang memerlukan dan dapat digunakan. Kesuksesan dari akuntansi lingkungan tidak tergantung dari bagaimana perusahaan mengklasifikasikan biaya yang terjadi di perusahaan.

Penutup

Green accounting adalah bagaimana memasukan konskuensi dari suatu peristiwa yang menyangkut lingkungan dalam laporan keuangan. Green accounting merupakan sarana untuk melaporkan suatu perusahaan yang dikaitkan dengan lingkungan. Tujuannya adalah memberikan informasi mengenai kinerja operasional perusahaan yang berbasis pada perlindungan lingkungan. Akuntansi konvensional hanya memberikan informasi ekonomi terutama yang bersifat keuangan pada *shareholder* dan *bondholder* untuk pengambilan keputusan. Perlu ditingkatkan ukuran kinerja untuk memperbaiki ukuran kinerja yang telah ada. Dampak lingkungan perlu dilaporkan sebagai manifestasi tanggungjawab terhadap *stakeholder*.

Daftar Pustaka

- Ball, Amanda (2005). "Environmental;accounting and change in UK local government", *Accounting,Auditing & Accountability Journal*. Vol. 18. No. ,pp. 46 -373
- Bebbington, Jan (1997). 'Engagementt, education, and sustainability'. *Accounting,Auditing & Accountability Journal*. Vol. 10. No. 3 ,pp. 365-381
- Belkaoui, Ahmed Riahi dan Ronald D.Picur, (1991). "Cultural determinism and the perception of accounting concepts," *The International Journal of Accounting*.,26: 118-130

- Choi, Jong-Seo. (1999). "An investigation of the initial voluntary environmental disclosures in Korean semi-annual financial report." *Pacific Accounting Review*. Palmerston North, June, Vol. 11, Iss. 1; pp.73.
- Gamble, G.O. et al. (1995). Environmental Disclosures in annual report and 10Ks: An Examination". *Accounting Horizons*. Sarasota, September. Vol. 9.Iss.3, pp.34
- Ginsberg, J.M. dan Paul N.B. (2004). Choosing The Right Green Marketing Strategy", *MIT Sloan Management Review*. Fall. Volume 4. No. 1
- Joko, Susilo. 2008. Green Accounting di Daerah Istimewa Yogyakarta: studi kasus antara kabupaten Sleman dan kabupaten Bantul. *JAAI*. Desember. vol. 12, no.2, pp 149-165.
- Maria, Falentina Debora.S. "Implikasi Akuntansi Lingkungan serta Etika Bisnis Sebagai Faktor Pendukung Keberlangsungan Perusahaan di Indonesia".
- M. Yakhou, and V.P. Dorweiler, "Environmental Accounting: An Essential Component of Business Strategy," *Business Strategy and The Environmental*, vol. 13, pp.65-77, 2004.
- Verani, Carolina. " Solusi untuk Problematika Penerapan Corporate Social Responsibility di Indonesia". *Prosiding Seminar Nasional Hukum dalam Implementasi Bisnis dan Investasi*"
- Watts, R.L. dan J.L Zimmerman (1978). "Towards a Positive Theory of Determination of Accounting Standards". *The Accounting Review*, 53, 112-134.