

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kajian ini dilakukan guna mengulas dampak *Green Accounting*, *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Sustainable Development Goals* (SDGs) dengan Reputasi Perusahaan sebagai variabel moderasi. Analisis data dalam riset ini mengaplikasikan analisis SEM-PLS melalui bantuan dari *software* WarpPLS versi 8.0. Objek yang dilibatkan dalam kajian ialah korporasi sektor energi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia serta melaporkan biaya CSR dan memiliki laba selama periode 2022-2024. Berlandaskan hasil telaah evidensi mengaplikasikan metode SEM-PLS, model riset dinyatakan layak dengan nilai *Adjusted R-Squared* sebesar 0,259 yang mengisyaratkan bahwa variabel riset mampu menerangkan SDGs sebesar 25,9%, adapun sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model riset.

Selain itu, nilai *Q-squared* sebesar 0,191 mengindikasikan bahwa model memiliki *predictive value* sehingga dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan antar variabel secara empiris. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. *Green Accounting* tidak berpengaruh terhadap pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs). Hal ini mengindikasikan bahwa penerapan akuntansi lingkungan pada perusahaan sektor energi belum mampu memberikan kontribusi nyata terhadap pencapaian pembangunan berkelanjutan. Temuan ini menunjukkan bahwa implementasi *Green Accounting* masih cenderung bersifat administratif dan belum sepenuhnya terintegrasi dalam strategi bisnis perusahaan. Dengan kata lain, perusahaan kemungkinan telah melakukan pencatatan biaya lingkungan, namun belum menjadikannya sebagai dasar pengambilan keputusan strategis yang berdampak langsung pada keberlanjutan.

Kondisi ini memperlihatkan adanya kesenjangan antara pelaporan keberlanjutan dan praktik operasional perusahaan. Secara kritis, hasil ini juga menandakan bahwa pencapaian SDGs tidak hanya bergantung pada aspek lingkungan, tetapi membutuhkan keseimbangan antara aspek ekonomi dan sosial. Jika *Green Accounting* hanya berfokus pada pelaporan tanpa diikuti

perubahan kebijakan perusahaan, maka dampaknya terhadap keberlanjutan menjadi terbatas.

2. *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs). Temuan ini menegaskan bahwa kegiatan CSR mampu mendorong pencapaian target pembangunan berkelanjutan melalui program sosial, lingkungan, dan ekonomi yang dijalankan perusahaan. Pengaruh positif tersebut menunjukkan bahwa CSR tidak lagi dipandang sebagai aktivitas filantropi semata, tetapi telah berkembang menjadi strategi bisnis yang berorientasi jangka panjang.

Perusahaan yang aktif melaksanakan CSR cenderung lebih responsif terhadap kebutuhan masyarakat dan lingkungan, sehingga memberikan dampak yang lebih luas terhadap keberlanjutan. Namun demikian, efektivitas CSR sangat bergantung pada kualitas implementasinya. CSR yang hanya berorientasi pada pencitraan tidak akan memberikan kontribusi optimal terhadap SDGs. Oleh karena itu, perusahaan perlu memastikan bahwa program CSR dirancang secara terukur, berkelanjutan, dan selaras dengan tujuan pembangunan global.

3. Reputasi perusahaan tidak mampu memoderasi hubungan antara *Green Accounting* dan *SDGs*. Hasil ini mengindikasikan bahwa reputasi perusahaan tidak selalu mencerminkan kualitas praktik lingkungan yang sebenarnya. Dalam beberapa kasus, reputasi lebih dipengaruhi oleh persepsi publik atau kinerja finansial dibandingkan komitmen terhadap keberlanjutan. Akibatnya, reputasi tidak cukup kuat untuk meningkatkan dampak *Green Accounting*.

Temuan ini juga membuka kemungkinan adanya fenomena *greenwashing*, dimana perusahaan terlihat peduli terhadap lingkungan namun belum melakukan perubahan substantif. Oleh karena itu, reputasi tanpa didukung praktik nyata tidak akan mampu meningkatkan kontribusi perusahaan terhadap pembangunan berkelanjutan.

4. Reputasi perusahaan mampu memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Sustainable Development Goals* (SDGs). Namun, moderasi yang terjadi bersifat negatif, dimana semakin tinggi reputasi perusahaan justru dapat melemahkan pengaruh CSR terhadap pencapaian SDGs. Kondisi ini dapat disebabkan oleh perusahaan bereputasi tinggi yang telah

memperoleh kepercayaan publik, sehingga dorongan untuk meningkatkan kualitas CSR menjadi berkurang. Akibatnya, CSR berisiko dijalankan hanya sebagai bentuk legitimasi daripada sebagai komitmen strategis terhadap keberlanjutan. Selain itu, reputasi yang kuat dapat mendorong perusahaan lebih berfokus pada menjaga citra dibandingkan melakukan inovasi berkelanjutan, sehingga kontribusi CSR terhadap pencapaian SDGs menjadi kurang optimal.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan perusahaan dalam mendukung SDGs tidak hanya ditentukan oleh keberadaan program keberlanjutan, tetapi oleh sejauh mana program tersebut terintegrasi dalam strategi perusahaan. CSR terbukti menjadi faktor paling konsisten dalam mendorong SDGs, sementara *Green Accounting* dan reputasi perusahaan masih membutuhkan penguatan implementasi agar memberikan dampak yang lebih signifikan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan, maka beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Perusahaan sektor energi disarankan untuk tidak hanya menerapkan *Green Accounting* sebagai bentuk kepatuhan pelaporan, tetapi menjadikannya sebagai bagian dari strategi pengelolaan lingkungan yang terintegrasi. Perusahaan perlu mengaitkan pencatatan biaya lingkungan dengan kebijakan operasional seperti efisiensi energi, pengurangan emisi, dan inovasi teknologi ramah lingkungan. Selain itu, perusahaan perlu meningkatkan kualitas program CSR dengan memastikan bahwa kegiatan yang dilakukan memiliki dampak jangka panjang. CSR sebaiknya diarahkan pada program pemberdayaan masyarakat, transisi energi bersih, serta pengelolaan lingkungan berkelanjutan agar kontribusinya terhadap SDGs lebih nyata.

Perusahaan juga harus berhati-hati dalam mengelola reputasi. Reputasi yang baik harus dibangun melalui kinerja keberlanjutan yang autentik, bukan sekadar komunikasi publik. Transparansi dan konsistensi menjadi kunci agar reputasi benar-benar memperkuat praktik keberlanjutan.

2. Bagi Investor dan Pemangku Kepentingan

Investor disarankan untuk tidak hanya mempertimbangkan reputasi perusahaan dalam pengambilan keputusan investasi, tetapi juga mengevaluasi kualitas implementasi CSR dan praktik lingkungan perusahaan. Indikator keberlanjutan perlu dijadikan pertimbangan strategis karena berkaitan dengan risiko jangka panjang. Pemangku kepentingan juga diharapkan dapat meningkatkan pengawasan terhadap praktik keberlanjutan perusahaan agar tidak terjadi *greenwashing* yang dapat merugikan masyarakat dan lingkungan.

3. Bagi Pemerintah dan Regulator

Pemerintah perlu memperkuat regulasi terkait pelaporan keberlanjutan dan implementasi *Green Accounting* agar tidak hanya bersifat formalitas. Standar pelaporan yang lebih ketat dapat mendorong perusahaan untuk lebih bertanggung jawab terhadap dampak lingkungan. Selain itu, regulator dapat memberikan insentif bagi perusahaan yang terbukti berkontribusi terhadap SDGs, sehingga keberlanjutan menjadi keunggulan kompetitif.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena hanya mampu menjelaskan 25,9% variasi SDGs. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain seperti kinerja lingkungan, ESG, tata kelola perusahaan, atau inovasi hijau agar model penelitian menjadi lebih komprehensif. Peneliti berikutnya juga dapat memperluas objek penelitian ke sektor lain atau menggunakan periode waktu yang lebih panjang untuk memperoleh hasil yang lebih *generalizable*.