

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri adalah sektor terpenting dalam perekonomian Indonesia yang berkontribusi terhadap pertumbuhan dan perkembangan suatu negara (Frianto dkk., 2023). Berkembangnya suatu kawasan industri memberikan kontribusi positif bagi masyarakat seperti adanya peningkatan kondisi sosial dan ekonomi serta peningkatan kesejahteraan masyarakat yang dilihat dari adanya penyerapan tenaga kerja dan terbukanya peluang usaha yang lebih luas (Nuraeni, 2018). Namun, perkembangan industri tersebut juga memberikan dampak negatif terhadap lingkungan seperti eksploitasi sumber daya alam, degradasi lingkungan, penurunan kualitas air dan udara serta alih fungsi lahan hijau yang memicu pemanasan global (Andarini dkk., 2016).

Perkembangan industri berjalan seiring dengan peningkatan konsumsi energi yang berasal dari sumber energi fosil seperti batubara, gas bumi dan minyak bumi untuk memenuhi kebutuhan produksinya yang menghasilkan gas-gas karbon seperti karbon dioksida (CO₂) dan metana (CH₄). Hal ini menyebabkan gas-gas tersebut menangkap sebagian panas matahari yang dipantulkan oleh permukaan bumi yang mengakibatkan berlebihnya jumlah emisi gas rumah kaca yang terlepas ke atmosfer, sehingga memperkuat efek pemanasan global (Rusmana dan Purnaman, 2020). Pemanasan global adalah fenomena dimana temperatur global mengalami peningkatan karena tingginya gas efek rumah kaca yang terdapat dalam atmosfer yang berasal dari penggunaan energi fosil, seperti batu bara dan adanya alih fungsi lahan serta deforestasi yang tinggi (Samidjo dan Suharso, 2017). Aktivitas manusia tersebut menyebabkan peningkatan suhu rata-rata global hampir mendekati batas kenaikan suhu 1,5°C sebagaimana terdapat dalam Perjanjian Paris. Hal tersebut juga didukung oleh laporan dari *Copernicus Climate Change Service* (C3S)-Uni Eropa yang menyebutkan bahwa tahun 2023 merupakan tahun terpanas sejak pencatatan

global pada tahun 1850-an dengan suhu rata-rata global tahun 2023 mencapai 1,48°C (kompas.com).

Karbon dioksida yang semakin meningkat setiap tahunnya menjadi salah satu faktor penyebab meningkatnya suhu rata-rata global. Berdasarkan laporan dari tim ilmuwan internasional terjadi peningkatan jumlah emisi karbon sejak pencatatan tahun 1900 hingga tahun 2023, terkecuali pada tahun 2020 jumlah emisi karbon mengalami penurunan dan tahun 2023 menjadi rekor tertinggi dalam penghasil emisi karbon dioksida, dengan peningkatan emisi karbon dioksida yang berasal dari bahan bakar fosil sebesar 40,6 miliar ton dan ditambah dengan emisi yang berasal dari perubahan penggunaan lahan, maka total emisi yang dilepaskan sebesar 45,1 miliar ton (detik.com). Peningkatan emisi karbon ini berkontribusi besar terhadap pemanasan global yang tidak hanya berpengaruh terhadap ekosistem bumi, tetapi juga berdampak pada perubahan iklim dan keberlanjutan sumber daya alam. Fenomena ini selayaknya menjadi peringatan untuk segera mengambil langkah dalam rangka mengurangi emisi karbon sehingga pemanasan global tidak semakin meningkat di masa yang akan datang.

Respon dunia dalam menindaklanjuti persoalan terkait pemanasan global dan perubahan iklim bermula dari diadakannya Protokol Kyoto sejak tahun 1997 di Kyoto, Jepang. Indonesia menjadi bagian dari negara yang menyetujui Protokol Kyoto, yang ditunjukkan dalam pengadopsian Protokol Kyoto melalui Undang-Undang Nomor 17 tahun 2004 tentang pengesahan Protokol Kyoto atas konvensi kerangka kerja perserikatan bangsa-bangsa tentang perubahan iklim (Pratama, 2021). Tindakan ini dilakukan sebagai bagian dari komitmen Indonesia dalam mewujudkan pembangunan berkelanjutan dan turut serta dalam upaya global untuk meminimalkan jumlah emisi gas rumah kaca. Jenis gas rumah kaca yang menjadi target pengurangannya diantaranya *karbon dioksida* (CO₂), *metana* (CH₄), *dinitro oksida* (N₂O), *sulfur heksafluorida* (SF₆), *perfluorokarbon* (PFC), dan *hidrofluorokarbon* (HFC) (Irwhantoko dan Basuki, 2016).

Pada tahun 2015 terbentuk Perjanjian Paris (*Paris Agreement*) yang dibentuk oleh Konferensi Tingkat Tinggi Perubahan Iklim Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) di Paris, Perancis. Pembentukan perjanjian tersebut bertujuan menjamin kelangsungan komitmen *United Nations Protokol Framework*

Convention On Climate Change (UNFCCC) agar tidak hanya diterapkan hingga tahun 2020. Pembentukan *Paris Agreement* bertujuan untuk menjaga kenaikan suhu global abad ini agar tetap kurang dari 2°C hingga tahun 2100 dan menjaga rata-rata temperatur global pada suhu 1,5°C (Apriliana, 2019). Indonesia ikut serta menyetujui perikatan tersebut dengan menargetkan penurunan emisi karbon pada tahun 2030 sebesar 29% hingga 41% sebagaimana tertuang dalam Dokumen *Nationally Determined Contribution* (NDC) yang disahkan dalam UU No 16 tahun 2016 (Septriyawati dan Anisah, 2019). NDC menyebutkan bahwa pengurangan emisi di Indonesia fokus dalam lima sektor yaitu sektor energi, industri, kehutanan, pertanian dan limbah (Kementerian ESDM, 2019).

Tanggung jawab dan peran industri menjadi faktor penting mengenai persoalan pemanasan global. Hal ini sesuai dengan prinsip *Triple bottom line* yang dikemukakan oleh Elkington (1997) yaitu keberlanjutan suatu perusahaan tidak hanya fokus dalam menghasilkan laba (*Profit*) melainkan juga harus memperhatikan isu-isu yang berkaitan dengan kesejahteraan sosial (*People*), kesejahteraan lingkungan hidup (*Planet*) (Rusmana dan Purnaman, 2020). Penyampaian informasi mengenai emisi karbon merupakan bagian dari CSR (*Corporate Social Responsibility*) dalam kategori pengungkapan lingkungan (Septriyawati dan Anisah, 2019).

Pengungkapan emisi karbon dikembangkan sebagai bentuk perlakuan akuntansi terhadap kegiatan yang memiliki dampak negatif terhadap kualitas lingkungan. Hal ini tercermin dalam *sustainability report* dimana perusahaan menyajikan informasi terkait langkah-langkah dan kegiatan yang diterapkan untuk mengurangi emisi karbon yang dihasilkan dari aktivitas operasional perusahaan. Perusahaan yang mengungkapkan emisi karbonnya akan memperoleh berbagai manfaat diantaranya mendapat pengakuan dari para pemangku kepentingan dan mengurangi risiko terkait emisi gas efek rumah kaca contohnya meningkatnya pengeluaran operasional, ancaman terhadap nama baik perusahaan, menurunnya minat pasar, ancaman masalah hukum, denda dan sanksi (Widiyani dan Meidawati, 2023).

Salah satu contoh kasus perusahaan yang terjadi akibat mengabaikan tanggung jawab terhadap kesejahteraan sosial dan kesejahteraan lingkungan hidup

adalah PT Vale Indonesia, yang menjalankan usaha di industri tambang nikel, besi, batubara dan tembaga. September 2022, perusahaan ini mendapat penolakan perpanjangan kontrak dari tiga kepala daerah Sulawesi (Gubernur Sulawesi Selatan, Sulawesi Tengah dan Sulawesi Tenggara). Penolakan ini disebabkan karena PT Vale Indonesia dinilai masih minim kontribusi dibandingkan dengan dampak lingkungan yang ditimbulkannya. Bahkan, beberapa Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) lingkungan seperti Wahana Lingkungan Hidup (Walhi) Sulawesi Selatan, mendesak PT Vale Indonesia untuk menghentikan sementara eksploitasi produksi nikel, karena perusahaan tersebut diduga mencemari ekosistem di pesisir pulau Mori Desa Harapan, Kabupaten Luwu Timur. Menurut laporan dari Komisi VII mengungkap adanya limbah sulfur di wilayah tersebut, yang dikategorikan sebagai limbah berbahaya dan beracun (B3) (Kompas.com).

Melihat dampak negatif ini, selayaknya dapat memberikan gambaran bagi perusahaan tentang pentingnya untuk menjalankan praktik bisnis yang berkelanjutan. Menurut Wirawan dan Setijaningsih, (2022) berpendapat jika pengungkapan emisi karbon sangat berperan penting demi keberlanjutan suatu usaha, karena melalui pengungkapan emisi karbon tersebut dapat meningkatkan kepercayaan *stakeholder* maupun masyarakat. Namun, meskipun dianggap penting di Indonesia praktik penyajian laporan terkait emisi karbon belum banyak diterapkan. Kondisi ini disebabkan karena tidak ada regulasi yang mengharuskan entitas untuk melaporkan terkait emisi karbonnya (Amaliyah dan Solikhah, 2019).

Pentingnya pengungkapan emisi karbon menjadi hal yang memicu peneliti untuk melakukan penelitian terkait faktor-faktor apa saja yang diduga dapat berpengaruh terhadap penyampaian informasi mengenai emisi karbon diantaranya ialah *media exposure*, *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan. Faktor yang pertama dipengaruhi oleh *media exposure* yang berperan penting dalam menyampaikan segala informasi terkait aktivitas perusahaan. Semakin sering perusahaan terekspos dalam pemberitaan suatu media, akan menimbulkan tekanan bagi entitas agar mengungkapkan informasi terkait pelepasan karbonnya demi menjaga citra dan reputasi perusahaan serta memperoleh legitimasi dari publik. Hasil pengujian selaras dengan riset yang sudah dilaksanakan oleh (Sukmawati, 2023) dan (Saputri, 2023) yang menyebutkan bahwasannya *media exposure*

memberikan dampak positif pada penyampaian informasi mengenai emisi karbon, sebaliknya pengujian yang dilaksanakan oleh (Sandi dkk., 2021) dan (Laksani dkk., 2021) menyebutkan bahwasannya *media exposure* tidak mempengaruhi penyampaian informasi mengenai emisi karbon.

Faktor kedua yaitu *leverage*, keputusan dalam menyampaikan informasi terkait emisi karbon dapat dilihat melalui tingkat *leverage* suatu perusahaan. Makin besar nilai *leverage* entitas membuat kian terbatas pula peluang entitas dalam menyampaikan informasi terkait emisi karbon, begitu pula sebaliknya semakin rendah tingkat *leverage* suatu entitas membuat peluang dalam menyampaikan informasi terkait emisi karbon kian meningkat. Hasil pengujian selaras dengan riset yang sudah dilaksanakan oleh (Laksani dkk., 2021) yang menyebutkan bahwasannya *leverage* memberikan arah negatif pada penyampaian informasi mengenai emisi karbon, sebaliknya pengujian yang dilaksanakan oleh (Widiyani dan Meidawati, 2023) menyebutkan bahwasannya *leverage* tidak mempengaruhi penyampaian informasi mengenai emisi karbon.

Faktor ketiga yaitu profitabilitas, keputusan dalam menyampaikan informasi terkait emisi karbon dapat dilihat melalui performa keuangannya. Makin besar nilai profitabilitas perusahaan, semakin mudah bagi perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab atas emisi karbon. Profitabilitas yang tinggi memberikan perusahaan kemudahan untuk mendapatkan legitimasi publik dikarenakan entitas memiliki anggaran untuk mendanai penyampaian informasi mengenai emisi karbon. Hasil pengujian selaras dengan riset yang sudah dilaksanakan oleh (Sandi dkk., 2021) dan (Yuniharto dkk., 2024) yang menyebutkan bahwasannya profitabilitas memberikan dampak positif pada penyampaian informasi mengenai emisi karbon, sebaliknya pengujian yang dilaksanakan oleh (Dewayani dan Ratnadi, 2021) dan (Wiratno dan Muaziz, 2020) menyebutkan bahwasannya profitabilitas tidak mempengaruhi penyampaian informasi mengenai emisi karbon.

Faktor ke-empat yaitu ukuran perusahaan. Faktor ini dipakai dengan menggambarkan aktivitas operasional dan aset yang tersedia pada entitas. Makin besar ukuran perusahaan dan aset yang dimilikinya, maka dampaknya terhadap lingkungan dan tuntutan dari masyarakat pun akan semakin besar agar perusahaan

mengungkapkan terkait emisi karbonnya. Hasil pengujian selaras dengan riset yang sudah dilaksanakan oleh (Koeswandini dan Karlina, 2019) menyebutkan bahwasannya ukuran perusahaan memberikan dampak positif pada penyampaian informasi mengenai emisi karbon, sebaliknya pengujian yang dilaksanakan oleh (Yuniharto dkk., 2024) menyebutkan bahwasannya ukuran perusahaan tidak tidak mempengaruhi penyampaian informasi mengenai emisi karbon.

Studi ini memilih perusahaan yang bergerak di sektor pertambangan sebagai objek yang diteliti. Sektor pertambangan dipilih sebagai sampel karena industri ini berkontribusi secara signifikan pada kerusakan alam dan pada proses operasionalnya yaitu saat proses ekstraksi dan pengolahan mineral dan sumber daya alam lainnya memerlukan penggunaan energi fosil yang dapat menghasilkan emisi karbon yang signifikan. Selain itu, menurut Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK, 2019) sektor energi khususnya sektor pertambangan menjadi salah satu penyumbang emisi CO₂ tertinggi di Indonesia.

Berdasarkan permasalahan tersebut dan terdapat ketidakkonsistenan dari temuan pengamatan sebelumnya, penulis tertarik untuk melaksanakan kajian ulang berjudul **“Pengaruh Media Exposure, Leverage, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Emisi Karbon (Studi pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023)”**

1.2 Rumusan Masalah

Merujuk pada permasalahan yang telah diuraikan, berikut merupakan rumusan masalah pada penelitian ini:

- a. Apakah *media exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon ?
- b. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon ?
- c. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon ?
- d. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon ?
- e. Apakah *Media Exposure*, *Leverage*, Profitabilitas dan Ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan emisi karbon ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mengetahui pengaruh *media exposure* terhadap pengungkapan emisi karbon.
- b. Mengetahui pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan emisi karbon.
- c. Mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan emisi karbon.
- d. Mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan emisi karbon.
- e. Mengetahui pengaruh *Media Exposure*, *Leverage*, Profitabilitas dan Ukuran perusahaan secara simultan terhadap pengungkapan emisi karbon.

1.4 Kontribusi Penelitian

Berdasarkan temuan kajian yang telah dilaksanakan, maka diharapkan dapat memberi manfaat ataupun kontribusi bagi berbagai pihak, yaitu:

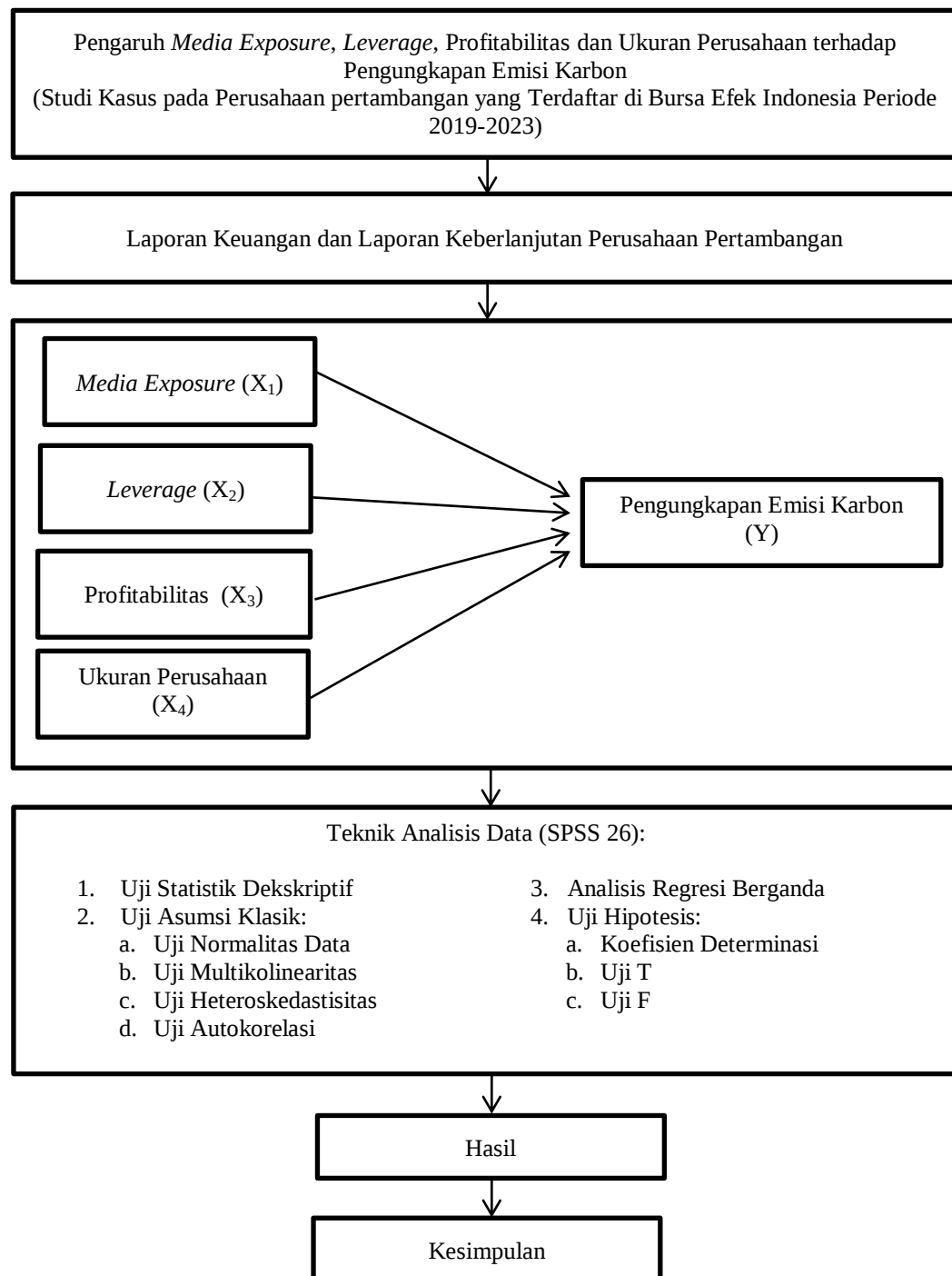
- a. Bagi perusahaan

Hasil studi ini diharapkan mampu menyajikan informasi dan referensi yang dapat digunakan sebagai dasar acuan bagi manajemen perusahaan untuk membuat kebijakan berkaitan dengan pengurangan emisi karbon untuk mewujudkan pembangunan berkelanjutan dan bentuk tanggung jawab terhadap para *stakeholder*.

b. Bagi akademik

Hasil studi ini diharapkan mampu menambah wawasan dan pemahaman mengenai *media exposure*, *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan serta pengaruhnya terhadap pengungkapan emisi karbon. Penelitian ini juga diharapkan bisa dijadikan sumber rujukan untuk studi serupa dan penelitian mendatang.

1.5 Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori legitimasi diperkenalkan oleh Dowling dan Pfeffer, (1975) yaitu konsep penekanan hubungan antara perusahaan dan masyarakat dalam konteks pemberian legitimasi yang diperoleh perusahaan melalui proses pengungkapan informasi (Husnatarina, 2024). Legitimasi didefinisikan sebagai keadaan dimana individu dan kelompok menunjukkan keberpihakannya pada alam sekitar. Legitimasi dianggap sebagai sumber daya yang bisa mendukung kelangsungan usahanya, mengingat dalam menjalankan aktivitas operasionalnya perusahaan berusaha untuk mempertahankan dan meningkatkan tingkat legitimasi yang bersumber dari dukungan masyarakat, pemerintah maupun kelompok masyarakat. Menurut Deegan, et.al., (2002) yang dikutip dalam Hadi, (2018) berpendapat bahwa legitimasi dapat dicapai ketika keberadaan entitas selaras pada nilai dan aturan masyarakat yang dianut disekitar perusahaan, dengan begitu entitas dapat meminimalkan risiko masa depan yang muncul akibat tekanan publik. Cara yang dapat dilakukan untuk mengurangi kesenjangan legitimasi adalah dengan meningkatkan tanggung jawab lingkungan dan memperluas pengungkapan sosial.

Salah satu upaya perusahaan untuk memperoleh legitimasi adalah melalui pengungkapan emisi karbon sebagai bentuk pertanggungjawaban sosial dan lingkungan. Wibisono, (2007) dalam Hadi, (2018) menyatakan tanggung jawab sosial perusahaan memiliki dampak yang signifikan terhadap persepsi legitimasi perusahaan di mata masyarakat seperti meningkatkan reputasi perusahaan, menjaga citra dan strategi perusahaan. Oleh karena itu, transparansi dan konsistensi dalam pengungkapan informasi lingkungan menjadi krusial dalam membangun serta menjaga tingkat legitimasi yang positif di masyarakat.

2.1.2 Teori *Stakeholder*

Teori *Stakeholder* diperkenalkan oleh Freeman, (1984). Teori *Stakeholder* menjelaskan bahwasannya suatu badan usaha tidak hanya bertindak demi kepentingan pribadi, namun penting juga untuk dapat memberi kontribusi dan manfaat kepada semua *stakeholder* yang memiliki keterlibatan terhadap aktivitas bisnis suatu perusahaan (Ningtiyas dan Riharjo, 2018). *Stakeholder* merupakan seseorang atau sekelompok orang yang memiliki kemampuan untuk mengendalikan dan dikendalikan oleh aktivitas entitas yang tercatat di laporan perusahaan (Freeman, 2010) dalam (Husnataria, 2024). *Stakeholder* mencakup seluruh pihak baik dari dalam maupun luar entitas seperti pemegang saham, perusahaan pesaing, kreditur, konsumen, *supplier*, pemerintah, karyawan dan masyarakat maupun pihak lain yang memiliki pengaruh dalam menentukan arah dan kebijakan perusahaan (Hadi, 2018). Prinsip teori ini mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh keterlibatan dan dukungan dari para *stakeholder* kepada perusahaan. Kelompok *stakeholder* ini menjadi faktor yang dipertimbangkan oleh manajemen dalam memutuskan apakah akan menyampaikan suatu informasi dalam laporan perusahaan. Teori ini digunakan untuk menganalisis kepada siapa entitas harus bertanggung jawab (Maqfirah dan Fahrianta, 2022).

Prasetyono, (2021) menyatakan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab lebih luas, tidak hanya terhadap *shareholder*. Namun, perusahaan juga mempunyai tanggung jawab terhadap pihak-pihak lainnya yang memiliki keterlibatan terhadap aktivitas bisnis suatu perusahaan seperti terhadap masyarakat (*people*) dan lingkungan (*planet*), sesuai dengan prinsip *Triple bottom line* menurut (Elkington, 1997) dalam (Rusmana dan Purnaman, 2020). Hal ini karena dalam menjalankan operasionalnya perusahaan berinteraksi secara langsung atau tidak langsung dengan lingkungannya yaitu dengan menggunakan sumber daya yang berasal dari lingkungan yang pada akhirnya dikonsumsi oleh lingkungan itu sendiri. Oleh sebab itu, suatu entitas perlu memiliki rasa tanggung jawab sosial yang tinggi terhadap lingkungannya guna menjaga kualitas dan keberlanjutan sumber daya manusia dan alam.

Salah satu wujud komitmen entitas adalah dengan melakukan pengungkapan yang berisi informasi terkait kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan terhadap semua *stakeholder*. Penyampaian informasi terkait emisi karbon menjadi bagian pengungkapan lingkungan yang berisi informasi terperinci mengenai emisi gas rumah kaca. Oleh karena itu, *stakeholder* memerlukan informasi mengenai aspek lingkungan yang mencakup biaya, kegiatan dan rencana pengendalian emisi sebagai bagian integral dari laporan keuangan perusahaan.

2.1.3 Akuntansi Karbon (*Carbon accounting*)

Akuntansi karbon merupakan proses akuntansi yang bertujuan untuk mengukur jumlah karbon dioksida setara yang akan dilepaskan ke atmosfer sebagai hasil dari perjanjian Protokol Kyoto (Michael, 2010) dalam (Husnatarina, 2024). Akuntansi karbon juga didefinisikan sebagai prosedur untuk mengukur, mencatat dan melaporkan emisi karbon yang dikeluarkan untuk mengetahui tingkat emisi karbon yang dihasilkan selama proses produksi (Pratama, 2021). Informasi tersebut dapat digunakan manajemen untuk menentukan mengenai bagaimana strategi perusahaan untuk mengurangi emisi karbon dan melaporkan tingkat pengurangannya kepada para *stakeholder*. Standar yang digunakan dalam mengimplementasikan sistem akuntansi karbon adalah *National Carbon Accounting System* milik Australia. Standar ini dibuat untuk menyediakan neraca yang merinci tingkat pencemaran atmosfer yang disebabkan oleh kegiatan pengelolaan lahan. System ini akan menggabungkan jumlah karbon yang dipancarkan ke atmosfer dengan jumlah karbon yang ditangkap oleh biomassa, seperti pohon (Husnatarina, 2024).

Tujuan dari akuntansi karbon itu sendiri ialah:

- a. Alat ukur emisi yang dihasilkan dan memberikan gambaran yang akurat tentang dampak lingkungan dari kegiatan perusahaan.
- b. Memenuhi persyaratan pelaporan internasional terkait emisi gas rumah kaca.
- c. Memenuhi kebutuhan potensial pasar.

Menurut (Warren, 2008) dalam (Mutiara Firdausa dkk., 2022) prosedur penerapan akuntansi karbon dalam perusahaan adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung emisi karbon yang dihasilkan.
- b. Menetapkan rencana penurunan emisi karbon.
- c. Merancang sistem untuk mengawasi emisi yang dihasilkan serta melaksanakan audit emisi secara rutin.
- d. Melakukan pelaporan pada pihak internal dan eksternal tentang program pengurangan emisi karbon serta perkembangannya.

2.1.4 Emisi Karbon

Emisi karbon merupakan suatu mekanisme dimana gas berisi senyawa karbon dilepaskan menuju atmosfer sebagai hasil dari reaksi pembakaran senyawa karbon (Kelvin. C, dkk., 2017). Emisi karbon terus meningkat seiring berjalannya waktu. Peningkatan tersebut terjadi karena meningkatnya pemakaian energi, alih fungsi lahan, deforestasi hutan, dan aktivitas lainnya. Proses pembakaran sumber energi fosil seperti minyak dan gas alam, batubara untuk memenuhi kebutuhan energi listrik, transportasi dan industri menghasilkan *karbon dioksida* (CO₂) yang berlebih. Hal ini mengakibatkan peningkatan suhu permukaan bumi dan perubahan iklim yang signifikan (Samidjo dan Suharso, 2017).

Perusahaan ikut andil dalam peningkatan pemanasan global karena dalam menjalankan aktivitasnya memerlukan banyak bahan bakar yang menghasilkan emisi. Bentuk tanggung jawab entitas atas kegiatan operasionalnya dapat dilakukan dengan melakukan penyampaian informasi terkait emisi karbonnya sebagai wujud transparansi dan tanggung jawab entitas pada seluruh *stakeholder*, sehingga memberikan pemahaman lebih tentang kondisi perusahaan. Selain itu, adanya tekanan dari berbagai pihak termasuk para *stakeholder* mendorong perusahaan untuk mengungkapkan emisi karbon dalam rangka berkontribusi dalam menurunkan emisinya.

2.1.5 Pengungkapan Emisi Karbon

Pengungkapan emisi karbon adalah tindakan pengungkapan sebagai perwujudan akuntabilitas entitas terhadap kinerja lingkungan yang bertujuan menilai emisi karbon yang dilepaskan oleh perusahaan dan menentukan capaian

pengurangan emisi karbonnya (Cahya, 2016). Informasi mengenai emisi karbon diungkapkan di dalam *sustainability report*. Hanya sebagian entitas yang mau mengungkapkan emisi karbonnya, karena sifatnya yang masih sukarela. Menurut Berthelot dan Robert, (2011) dalam (Cahya, 2016) terdapat beberapa pertimbangan perusahaan dalam mengungkapkan emisi karbon, termasuk upaya untuk mendapatkan dukungan dari pemangku kepentingan dan mencegah risiko terkait emisi gas rumah kaca, termasuk dampak finansial, risiko reputasi perusahaan, berkurangnya permintaan, potensi masalah hukum, denda dan sanksi.

Proses pelaporan emisi karbon diukur metode *content analysis*, yang mengkonversi informasi kualitatif ke dalam bentuk angka untuk disajikan dalam perhitungan statistik. Hasil dari analisis konten menunjukkan jumlah pengungkapan yang terdapat dalam laporan. Pelaporan emisi karbon pada studi ini merujuk pada indeks pengungkapan dari Choi, et al (2013) dalam Pranasyahputra dkk., (2020), berdasarkan lembar permintaan informasi yang dikembangkan oleh *Carbon Disclosure Project* (CDP) yang mencakup lima kategori utama yaitu: risiko dan peluang perubahan iklim (CC/*Climate Change*), emisi gas rumah kaca (Greenhouse Gas/ GHG), konsumsi energi (EC/*Energy Consumption*), biaya dan pengurangan Gas Rumah Kaca (RC/*Reduction and Cost*), akuntabilitas emisi karbon (AEC/*Accountability of Emission Carbon*).

2.1.6 Media Exposure

Jalaluddin Rakhmat, (1989) dalam (Rheadanti, 2019) mengartikan *media exposure* sebagai terpaan media. *Media exposure* juga didefinisikan sebagai pemberitaan media terkait suatu kegiatan perusahaan baik yang sifatnya positif maupun negatif yang memberikan dampak pada sosial dan lingkungan yang diliput oleh media dan dipublikasikan kepada masyarakat (Widiastuti dkk., 2018). Media mempunyai peran penting bagi reputasi dan nilai perusahaan, karena informasi yang disampaikan media dapat berdampak pada pandangan masyarakat terhadap entitas, yang kemudian dapat berdampak pada keputusan para pemangku kepentingan. Apabila ada berita kurang baik tentang perusahaan, dapat menyebabkan masyarakat mengecam kegiatan perusahaan dan menurunkan nilainya. Hal itu akan menjadi tekanan kepada entitas untuk menyampaikan informasi terkait emisi karbonnya demi menjaga citra dan reputasi perusahaan

dimata investor maupun masyarakat.

Menurut teori *stakeholder*, entitas yang paham tentang bagaimana pentingnya pengungkapan lingkungan akan mempertimbangkan cara untuk menyediakan informasi pada para pemangku kepentingan meliputi informasi terkait pertanggungjawaban lingkungan mengenai emisi karbon dan menampilkannya melalui suatu media seperti *sustainability report* dan *website* lain (berita). Semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam mengungkapkan terkait pengungkapan lingkungannya melalui media, maka semakin baik juga citra perusahaan dimata para *stakeholder*. Sedangkan, menurut teori legitimasi media berperan terhadap meningkatnya beban pada perusahaan yang ditimbulkan oleh adanya permintaan masyarakat pada perusahaan. Melalui media, publik mampu mengetahui informasi terkait isu-isu perusahaan yang menjadi perbincangan. Entitas akan berupaya mengurangi potensi kesalahan yang mungkin terjadi demi menjaga citranya di masyarakat seperti menyampaikan emisi karbonnya yang dapat membantu entitas untuk mendapat legitimasi publik. Semakin sering perusahaan terekspos dalam pemberitaan suatu media, akan menjadi tekanan bagi entitas agar mengungkapkan informasi terkait emisi karbonnya demi menjaga citra dan reputasi perusahaan dimata investor maupun masyarakat.

2.1.7 Leverage

Leverage merupakan indikator yang digunakan untuk menilai sejauh mana utang berkontribusi dalam pembiayaan aset perusahaan. Rasio ini mencerminkan proporsi dana dari kreditur yang digunakan untuk mendanai aset perusahaan. Menurut Suhardi dan Purwanto, (2015) dalam Husnatarina, (2024) keputusan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh keadaan *leverage* entitas. Berdasarkan teori *stakeholder* entitas yang memiliki tingkat utang yang tinggi akan lebih mengutamakan pelunasan kewajiban finansialnya pada para kreditur daripada melaporkan emisi karbon, karena dipandang akan berpotensi meningkatkan biaya operasional. Sebaliknya, entitas dengan tingkat utang yang lebih kecil memiliki fleksibilitas finansial semakin besar, sehingga lebih mungkin untuk melaksanakan program-program keberlanjutan seperti pengungkapan emisi karbon.

Keterkaitan antara penggunaan utang dan pelaporan emisi karbon dapat dijelaskan melalui pengakuan aset yang berkaitan dengan pengelolaan emisi.

Misalnya, perusahaan yang berinvestasi dalam teknologi rendah karbon atau berpartisipasi dalam perdagangan karbon dapat memperoleh kredit karbon. Kredit karbon diperoleh oleh perusahaan yang berhasil mengurangi emisinya dan kredit karbon ini diakui sebagai aset dalam perhitungan *leverage* karena memiliki nilai yang dapat diperjualbelikan (Taurisianti dan Kurniawati, 2016). Aset-aset ini dapat meningkatkan nilai total aset perusahaan, yang dapat menurunkan rasio *leverage*-nya karena dengan meningkatnya nilai aset proporsi utang terhadap aset berkurang. Dengan demikian, investasi dalam pengurangan emisi bukan hanya berkontribusi terhadap akuntabilitas perusahaan, melainkan memberi dampak positif pada stabilitas keuangan perusahaan.

Selain itu, penting untuk memahami jenis-jenis rasio *leverage* yang relevan dalam menganalisis dampak pengelolaan emisi karbon terhadap *leverage*. Menurut Rudianto, (2013) indikator untuk menilai tingkat utang terbagi menjadi beberapa jenis rasio diantaranya:

a. *Debt to Total Equity Ratio (DER)*

Debt to Total Equity Ratio adalah perbandingan keseluruhan utang dan modal pemilik. Rasio ini dimanfaatkan dalam menggambarkan kapasitas modal pemilik untuk menutupi utang-utang perusahaan kepada kreditor. Rumus untuk menghitung DER yaitu:

$$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

b. *Debt to Total Asset Ratio (DAR)*

Debt to Total Asset Ratio adalah perbandingan keseluruhan aset dan utang perusahaan mencakup utang jangka panjang dan utang jangka pendek. Rasio ini menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menjamin keseluruhan utang dengan aset yang dimilikinya.

Rumus untuk menghitung DAR yaitu:

$$DAR = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aset}}$$

c. *Equity to Total Asset Ratio*

Equity to Total Asset Ratio merupakan indikator yang menilai seberapa jauh entitas didanai oleh modal sendiri. Rasio ini menggambarkan hubungan antara

jumlah modal terhadap total aset. Rumus untuk menghitung *Equity to Total Asset Ratio* yaitu:

$$\text{Equity to Total Asset Ratio} = \frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Total Aset}}$$

2.1.8 Profitabilitas

Profitabilitas adalah indikator yang menilai kinerja suatu entitas yang dapat mencerminkan *output* yang dicapai dari berbagai kebijakan dan keputusan yang dilaksanakan oleh manajemen perusahaan (Rudianto, 2013). Menurut Kasmir, (2019) profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kapasitas perusahaan untuk meraih pendapatan dalam jangka waktu tertentu. Menurut Wiratno dan Muaziz, (2020) profitabilitas bisa dijadikan patokan bagi para pemangku kepentingan untuk menuntut entitas agar melakukan pengungkapan sukarela.

Menurut teori legitimasi, entitas yang memiliki kondisi keuangan yang baik lebih memungkinkan untuk mengatur keuangan dan bertanggungjawab terhadap lingkungan. Dorongan dari pemerintah dan masyarakat umum untuk melakukan pengungkapan sukarela akan lebih kuat ketika entitas memiliki kinerja keuangan yang baik, karena perusahaan dipandang mempunyai kemampuan finansial yang cukup dan tidak akan menjadi beban yang besar bagi perusahaan. Hal tersebut disebabkan karena pengungkapan lingkungan membutuhkan dana yang besar seperti biaya untuk mengganti peralatan produksi yang ramah lingkungan, ikut serta dalam kegiatan reboisasi dan berkontribusi dalam pengurangan emisi karbon. Menurut Choi, (2013) dalam Husnataria, (2024) entitas dengan kondisi keuangan yang stabil lebih mampu untuk menggerakkan kapasitas yang dimilikinya untuk menyusun laporan pengungkapan sukarela, sehingga memberikan kekuatan kepada perusahaan untuk bersikap lebih proaktif dan responsif dalam menjawab tuntutan masyarakat serta menjalankan tanggung jawab sosialnya.

Menurut Rudianto, (2013) rasio yang digunakan untuk mengukur profitabilitas terbagi menjadi beberapa jenis rasio yaitu:

a. *Gross Profit Margin*

Gross Profit Margin atau margin laba kotor adalah ukuran persentase dari laba kotor setelah dikurangi harga pokok penjualan. Rasio ini digunakan untuk

mengevaluasi tingkat efektivitas perusahaan dalam memperoleh laba dari penjualan. Rumus untuk menghitung *gross profit margin*, yaitu:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan}}$$

b. *Profit Margin Ratio*

Profit margin ratio atau margin laba bersih merupakan ukuran keuntungan yang diperoleh dari hasil penjualan setelah dikurangi seluruh biaya, termasuk bunga dan pajak. Rasio ini dapat mencerminkan pendapatan bersih yang didapatkan perusahaan atas penjualannya. Rumus untuk menghitung *Net profit margin*, yaitu:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}}$$

c. *Return On Asset (ROA)*

Return On Asset (ROA) adalah indikator yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan aset yang dimilikinya. Rasio ini berguna untuk mengukur efisiensi dan efektivitas penggunaan aset oleh perusahaan. Rumus untuk menghitung ROA, yaitu:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

d. *Return On Equity (ROE)*

Return On Equity (ROE) adalah rasio yang mencerminkan kemampuan manajemen dalam mengoptimalkan tingkat pengembalian kepada pemegang saham atas modal yang telah diinvestasikan dalam perusahaan. Rumus untuk menghitung ROE, yaitu:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$$

e. *Earning Per Share (EPS)*

Rasio laba per lembar saham atau rasio nilai buku merupakan rasio yang digunakan untuk menilai keberhasilan suatu manajemen dalam mengoptimalkan keuntungan bagi pemegang saham.

Rumus untuk menghitung EPS, yaitu:

$$EPS = \frac{\text{Laba Bersih Total}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

2.1.9 Ukuran Perusahaan

Secara umum ukuran perusahaan merujuk pada suatu perbandingan untuk menilai besar kecilnya suatu perusahaan. Widiyani dan Meidawati, (2023) mendefinisikan ukuran perusahaan sebagai skala yang digunakan untuk mengklasifikasikan besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dinyatakan melalui total aset dan total penjualan. Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 terdapat empat kategori klasifikasi ukuran perusahaan yaitu mikro, kecil, menengah dan besar. Semakin besar ukuran perusahaan dapat mencerminkan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan juga semakin besar. Oleh karena itu, perusahaan besar cenderung lebih banyak melakukan aktivitas operasionalnya untuk menghasilkan laba, sehingga dampak yang dihasilkan juga lebih signifikan (Prasetyono, 2021).

Teori legitimasi dan teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan yang besar cenderung akan lebih terpantau aktivitasnya dibandingkan dengan perusahaan kecil. Oleh karena itu, tuntutan dan tekanan dari para *stakeholder* dan masyarakat pun akan semakin besar. Strategi yang dapat dicapai oleh perusahaan dalam menghadapi tekanan tersebut adalah melalui pengungkapan sosial lingkungan yang dalam hal ini adalah pengungkapan emisi karbon. Melalui upaya tersebut perusahaan dapat memperoleh dukungan dari para *stakeholder* serta memperoleh legitimasi dari masyarakat.

Ukuran perusahaan menurut (Widiyani dan Meidawati, 2023) diukur dengan menggunakan beberapa cara yaitu:

a. Total Aset

Aset adalah harta kekayaan atau sumber daya yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Ukuran perusahaan diproksikan menggunakan Ln total aset. Penggunaan Ln bertujuan untuk menyederhanakan nilai total aset yang umumnya bernilai lebih besar, tanpa mengubah proporsi jumlah aset yang sebenarnya. Rumus perhitungannya ialah:

$$Size = \ln (\text{Total Aset})$$

b. Total Penjualan

Ukuran perusahaan juga dapat diproksikan menggunakan total penjualan. Menurut (Siregar dan Kusumawardhani, 2023) ukuran perusahaan adalah skala ukuran yang dilihat dari total aset suatu perusahaan atau organisasi yang menggabungkan dan mengorganisasikan berbagai sumber daya dengan tujuan untuk memproduksi barang atau jasa untuk dijual. Rumus untuk menghitung ukuran perusahaan menggunakan total penjualan ialah:

$$Size = Ln (\text{Total Penjualan})$$

2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut tabel penelitian terdahulu yang digunakan oleh penulis sebagai sumber referensi dan pendukung dalam penyusunan tugas akhir ini:

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
(Wiratno dan Muaziz, 2020)	Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i> Mempengaruhi Pengungkapan Emisi Karbon di Indonesia (Perusahaan Manufaktur tahun 2016-2018)	Variabel Independen: a. Profitabilitas b. Ukuran Perusahaan c. <i>Leverage</i> Variabel Dependen: Pengungkapan Emisi Karbon	a. Variabel Profitabilitas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon. b. Variabel <i>leverage</i> berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon
(Widiyani dan Meidawati, 2023)	Determinan pengungkapan emisi karbon (Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia tahun 2017-2021)	Variabel Independen: a. <i>Leverage</i> b. Profitabilitas c. Ukuran Perusahaan d. Pertumbuhan Perusahaanaan Variabel Dependen: Pengungkapan Emisi Karbon	a. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap emisi karbon. b. Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan emisi karbon. c. Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Perusahaanaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan emisi karbon.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

Nama Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
(Dewayani dan Ratnadi, 2021)	Pengaruh Kinerja Lingkungan, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan Emisi Karbon (Perusahaan Non Keuangan tahun 2017-2018)	Variabel Independen: a. Kinerja Lingkungan b. Ukuran Perusahaan c. Profitabilitas Variabel Dependen: Pengungkapan Emisi Karbon	a. Variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif pada pengungkapan emisi karbon. b. Variabel Kinerja lingkungan dan profitabilitas tidak berpengaruh pada pengungkapan emisi karbon.
(Sukmawati, 2023)	Pengaruh <i>media exposure</i> dan kinerja lingkungan terhadap pengungkapan emisi karbon (Perusahaan Manufaktur tahun 2018-2019)	Variabel Independen: a. <i>Media Exposure</i> b. Kinerja lingkungan Variabel Dependen: Pengungkapan Emisi Karbon	a. Variabel <i>Media Exposure</i> berpengaruh positif terhadap pengungkapan emisi karbon. b. Variabel kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon.
(Saputri, 2023)	Pengaruh <i>media exposure</i> , profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap <i>carbon emission disclosure</i> (Perusahaan Manufaktur tahun 2019-2021)	Variabel Independen: a. <i>Media Exposure</i> b. Profitabilitas c. Ukuran perusahaan Variabel Dependen: <i>carbon emission disclosure</i>	a. <i>Media exposure</i> berpengaruh positif terhadap <i>carbon emission disclosure</i> . b. Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap <i>carbon emission disclosure</i> .
(Sandi dkk., 2021)	Pengaruh tipe industri, <i>media exposure</i> , profitabilitas dan Regulator terhadap <i>carbon emission disclosure</i> (studi pada perusahaan yang terdaftar di indeks saham Syariah Indonesia pada tahun 2013-2017)	Variabel Independen: a. Tipe industri b. <i>Media Exposure</i> c. Profitabilitas d. Regulator Variabel Dependen: <i>carbon emission disclosure</i>	a. Tipe industri, Profitabilitas berpengaruh positif terhadap <i>carbon emission disclosure</i> . b. <i>Media exposure</i> dan Regulator tidak berpengaruh terhadap <i>carbon emission disclosure</i> .

Tabel 1. Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

Nama Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
(Yuniarto dkk., 2024)	Determinan Pengungkapan Emisi Karbon pada Perusahaan Sektor Industri: Sudut Pandang <i>Stakeholder</i> (pada tahun 2018-2021)	Variabel Independen: a. Profitabilitas b. Ukuran Perusahaan c. <i>Good Corporate Governance</i> Variabel Dependen: Pengungkapan Emisi Karbon	a. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan emisi karbon. b. Ukuran Perusahaan dan <i>Good Corporate Governance</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon.
(Laksani dkk., 2021)	<i>Carbon Emission Disclosure</i> Ditinjau dari Nilai Perusahaan, <i>Leverage</i> dan <i>Media Exposure</i> (Perusahaan Non Keuangan tahun 2015-2018)	Variabel Independen: a. Nilai Perusahaan. b. <i>Leverage</i> b. <i>Media Exposure</i> Variabel Dependen: <i>Carbon Emission Disclosure</i>	a. Nilai perusahaan dan <i>media exposure</i> tidak berpengaruh pada pengungkapan emisi karbon perusahaan. b. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif pada pengungkapan emisi karbon
(Koeswandini dan Karlina, 2019)	Pengaruh Tipe Industri, Visibilitas Perusahaan, dan <i>Leverage</i> terhadap pengungkapan emisi karbon (Studi Empiris pada Perusahaan Non Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017)	Variabel Independen: a. Tipe Industri b. Visibilitas Perusahaan c. Profitabilitas d. <i>Leverage</i> Variabel Dependen: Pengungkapan Emisi Karbon	a. Tipe Industri, profitabilitas dan <i>leverage</i> berpengaruh negatif terhadap pengungkapan emisi karbon. b. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan emisi karbon.

2.3 Hipotesis Penelitian

2.3.1 Pengaruh *media exposure* terhadap pengungkapan emisi karbon

Menurut teori *stakeholder*, perusahaan yang menyadari pentingnya pengungkapan lingkungan akan memikirkan berbagai cara untuk memberikan berbagai informasi kepada para *stakeholder* termasuk informasi terkait pertanggungjawaban lingkungan dan menampilkannya melalui suatu media.

Semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam mengungkapkan terkait pengungkapan lingkungannya melalui media, maka semakin baik juga citra perusahaan dimata para *stakeholder*. Sedangkan, menurut teori legitimasi media berperan terhadap peningkatan tekanan pada perusahaan yang diakibatkan oleh adanya tuntutan publik terhadap perusahaan. Semakin sering perusahaan terekspos dalam pemberitaan suatu media, maka hal tersebut akan menjadi tekanan bagi perusahaan untuk mengungkapkan informasi terkait emisi karbon demi menjaga citra dan reputasi perusahaan dimata investor maupun masyarakat serta memperoleh legitimasi dari publik (Sandi dkk., 2021). Uraian tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Sukmawati, 2023) dan (Saputri, 2023) yang menyatakan bahwa *media exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan emisi karbon. Berdasarkan pembahasan tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁: *Media exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan emisi karbon.

2.3.2 Pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan emisi karbon

Menurut Suhardi dan Purwanto, (2015) dalam Husnatarina, (2024) kondisi *leverage* sangat mempengaruhi keputusan suatu perusahaan. Berdasarkan teori *stakeholder* perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan lebih mempertimbangkan tanggung jawab perusahaan yang besar terhadap para krediturnya. Semakin tinggi tingkat *leverage* perusahaan, maka kreditur akan memberikan tekanan yang lebih tinggi kepada perusahaan untuk memastikan bahwa dana yang dipinjam oleh perusahaan dapat dikembalikan sesuai dengan batas waktu yang telah ditentukan. Perusahaan dengan *leverage* tinggi akan menghindari pengungkapan informasi yang membutuhkan biaya yang besar termasuk menyangkut pengungkapan terkait emisi karbon yang dapat menambah beban perusahaan. Perusahaan akan lebih berfokus untuk mengalokasikan sumber dayanya untuk melunasi kewajiban finansialnya. Hal tersebut akan memicu para pemangku kepentingan memiliki pandangan negatif terhadap perusahaan. Uraian tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Laksani dkk., 2021) dan (Koeswandini dan Karlina, 2019) yang menyatakan bahwa *leverage* terhadap pengungkapan emisi karbon berpengaruh negatif. Berdasarkan pembahasan tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂: *Leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan emisi karbon.

2.3.3 Pengaruh Profitabilitas terhadap pengungkapan emisi karbon

Profitabilitas merupakan salah satu indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja keuangan suatu perusahaan. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi menunjukkan bahwa kondisi keuangan perusahaan dalam keadaan baik, sehingga lebih memungkinkan untuk melakukan pengungkapan lingkungan. Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan dengan profitabilitas tinggi cenderung akan lebih banyak mendapat tekanan dari masyarakat dan pemerintah untuk melakukan pengungkapan sukarela, karena perusahaan dianggap mempunyai sumber daya yang cukup untuk melakukan pengungkapan tanpa menimbulkan beban kepada perusahaan (Sandi dkk., 2021). Hal tersebut dapat memberikan kekuatan kepada perusahaan untuk bersikap lebih proaktif dan responsif dalam menjawab tuntutan masyarakat serta menjalankan tanggung jawab sosialnya. Hasil positif juga ditunjukkan dalam penelitian (Yuniharto dkk., 2024) dan (Sandi dkk., 2021) yang menyatakan bahwa perusahaan dengan profitabilitas tinggi lebih berpotensi untuk melakukan pengungkapan pengungkapan emisi karbon. Berdasarkan pembahasan tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₃: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan emisi karbon.

2.3.4 Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan emisi karbon

Ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang positif terhadap pengungkapan emisi karbon. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin banyak sumber daya yang dimiliki perusahaan maka semakin besar pula aktivitas perusahaan yang berdampak terhadap lingkungan. Menurut teori legitimasi dan teori *stakeholder*, perusahaan besar operasionalnya akan lebih terlihat oleh masyarakat dibandingkan perusahaan kecil yang dapat memicu perusahaan mendapat tekanan yang lebih besar dari masyarakat terkait dengan permasalahan lingkungan (Irwhantoko dan Basuki, 2016). Pengungkapan emisi karbon merupakan cara yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk memenuhi tekanan dari berbagai pihak, sehingga perusahaan tetap memperoleh dukungan dari para *stakeholder* serta legitimasi dari masyarakat. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan

emisi karbon yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Dewayani dan Ratnadi, 2021), (Widiyani dan Meidawati, 2023) dan (Koeswandini dan Karlina, 2019). Berdasarkan penjelasan tersebut hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₄: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan emisi karbon.

2.3.5 Pengaruh *Media Exposure*, *Leverage*, *Profitabilitas* dan *Ukuran perusahaan* terhadap pengungkapan emisi karbon

Pengungkapan emisi karbon merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap kinerja lingkungan dengan tujuan mengevaluasi emisi karbon yang dihasilkan oleh perusahaan dan menetapkan target untuk mengurangi emisi karbon (Cahya, 2016). Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan emisi karbon diantaranya *Media Exposure*, *Leverage*, *Profitabilitas* dan *Ukuran perusahaan*. Semakin sering perusahaan mendapatkan pemberitaan dari suatu media eksternal, maka hal tersebut akan menjadi tekanan bagi perusahaan untuk mengungkapkan informasi terkait emisi karbon demi menjaga citra dan reputasi perusahaan dimata investor maupun masyarakat. Semakin tinggi tingkat *leverage* suatu perusahaan maka semakin terbatas kemampuan perusahaan untuk melakukan pengungkapan terkait emisi karbon, begitu pula sebaliknya semakin rendah tingkat *leverage* suatu perusahaan maka kemampuan perusahaan dalam melakukan pengungkapan emisi karbon akan semakin meningkat. Semakin tinggi profitabilitas perusahaan, semakin mudah bagi perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab atas emisi karbon karena perusahaan mempunyai sumber daya lebih untuk melakukan pengungkapan emisi karbon. Semakin besar ukuran perusahaan semakin besar sumber daya yang dimiliki, maka semakin besar juga dampaknya terhadap lingkungan dan akan semakin besar pula tuntutan dari masyarakat untuk mengungkapkan terkait emisi karbon. Secara bersama-sama keempat variabel ini yaitu tekanan dari media, tuntutan dari kreditur (*leverage*), kemampuan finansial (*profitabilitas*) dan ukuran perusahaan berkorelasi satu sama lain untuk mempertahankan legitimasi perusahaan dan memenuhi harapan *stakeholder*. Sehingga, ketika variabel-variabel ini digabungkan, akan menciptakan dorongan dimana perusahaan merasa perlu untuk lebih transparan

mengenai dampak lingkungannya. Berdasarkan penjelasan di atas, hipotesis dalam studi ini adalah sebagai berikut:

H₅: *Media Exposure*, *Leverage*, Profitabilitas dan Ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan emisi karbon.