



PENGARUH EKSPOSUR MEDIA, KINERJA PROPER DAN KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN EMISI KARBON

Widia Aryni^{1*}, I Gusti Ketut Agung Ulupui², Achmad Fauzi³

¹²³Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

Abstract

This research aims to determine the effect of media exposure, PROPER performance and company characteristics which consists of firms age, growth, and leverage also profitability as a control variable on carbon emission disclosure. This research uses the secondary data sourced from annual report, sustainability report, PROPER rate report, and company's site related of company listed on Indonesia Stock Exchange (IDX) who participate in PROPER program during 2016-2018. 129 observation samples were selected through purposive sampling technique which processed with panel data analysis regression by Eviews 10. The result shows that firm age has positive effect and media exposure, growth also leverage have negative effect on carbon emission disclosure. Meanwhile, PROPER performance has no effect on carbon emission disclosure.

Keywords: Carbon Emission Disclosure, Media Exposure, PROPER Performance, Company Characteristics

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh eksposur media, kinerja PROPER dan karakteristik perusahaan terdiri dari umur perusahaan, pertumbuhan, dan *leverage* serta profitabilitas yang menjadi variabel kendali terhadap pengungkapan emisi karbon. Penelitian menggunakan data sekunder bersumber dari laporan tahunan, laporan keberlanjutan, laporan peringkat PROPER, dan situs perusahaan terkait dari perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) serta berpartisipasi pada program PROPER selama tahun 2016-2018. Sebanyak 129 sampel observasi terpilih melalui teknik *purposive sampling* yang diolah dengan analisis regresi data panel menggunakan Eviews 10. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa umur perusahaan berpengaruh positif dan eksposur media, pertumbuhan serta *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan emisi karbon. Sedangkan, kinerja PROPER tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon.

Kata kunci: Pengungkapan Emisi Karbon, Eksposur Media, Kinerja PROPER, Karakteristik Perusahaan

How to Cite:

Aryni, W., Ulupui, I. G. K., Fauzi., A., (2021). Pengaruh Eksposur Media, Kinerja Proper dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon, Vol. 2, No. 1, hal. 1 – 23.

* *Corresponding Author:*
Widia Aryni (widiaaryni@gmail.com)

PENDAHULUAN

Ketetapan dan kesadaran tinggi pemerintah, juga tuntutan masyarakat internasional terhadap bahayanya peningkatan emisi gas rumah kaca akan mempengaruhi nilai, norma serta pandangan publik terhadap pelaku usaha yang aktivitasnya cenderung bersinggungan dengan lingkungan sehingga mempengaruhi keputusan *stakeholder* dalam memberi legitimasi. Hal tersebut memicu munculnya suatu tren perilaku perusahaan untuk melakukan pengungkapan lingkungan. Hingga 2017, mayoritas perusahaan yang melakukan pengungkapan menjadi 68%, meningkat dari 57% sejak tahun 2015 (KPMG, 2017). Peningkatan ini membuktikan adanya dorongan bagi perusahaan melakukan pengungkapan baik dari segi internal maupun eksternal. Maka beberapa faktor diduga memicu perusahaan untuk mengungkapkan informasi lingkungannya, termasuk adanya keberadaan media pada era ini.

Media dianggap ideal digunakan dalam menginformasikan pengungkapan kepada *stakeholder* dan publik. Ditambah, era revolusi industri ini menawarkan kecanggihan dan kemudahan mengakses dan menjangkau informasi. Tindakan eksposur perusahaan melalui media menggambarkan upaya perusahaan menunjukkan kinerja perusahaan pada tingkat baik. Hal tersebut juga dilakukan untuk mencegah adanya pandangan negatif yang disebarkan oleh pihak eksternal terkait aktivitas perusahaan sekaligus mencegah kemungkinan berkurangnya minat masyarakat terhadap perusahaan (Berthelot & Robert, 2011). Maka tingginya eksposur media terhadap aktivitas dan kinerja perusahaan, akan semakin memotivasi perusahaan dalam meningkatkan pengungkapan secara sukarela (Majid & Ghozali, 2015). Namun dalam penelitian Pratiwi & Sari (2016) dan Probosari & Kawedar (2019) mendapati eksposur media tidak mempengaruhi keputusan perusahaan untuk melakukan pengungkapan karena faktor fundamental perusahaan serta risiko baru yang mempengaruhi manajemen perusahaan.

Kemampuan manajemen mengelola perusahaan tanpa mengganggu kelestarian lingkungan menunjukkan kinerja lingkungan dari perusahaan tersebut. Untuk memenuhi standar atau taraf lingkungan yang baik, kini dapat dilakukan dengan berpartisipasi melalui program PROPER yang dicanangkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK). PROPER memiliki beberapa kriteria yang harus dipenuhi perihal pengelolaan lingkungan sehingga partisipasi PROPER akan menyiratkan tingkat kinerja lingkungan melalui pencapaian kategori PROPER atau kinerja PROPER perusahaan. Kinerja lingkungan yang baik merupakan kesempatan bagi perusahaan, sementara perusahaan dengan kinerja buruk memanfaatkan pengungkapan sebagai jaminan dari ancaman legitimasi (Dawkins & Fraas, 2011). Dengan begitu, semakin baik kinerja lingkungan maka akan meningkatkan luas pengungkapan yang dilakukan perusahaan (Giannarakis et al., 2017 dan Saptiwi, 2019). Sedangkan Liao et al. (2015), menyatakan menurunnya kinerja lingkungan akan mengurangi pengungkapan terhadap tingkat penurunan emisi, walau penurunan tersebut dapat disebabkan oleh faktor eksternal lainnya. Selain itu, Jannah & Muid (2014) juga menyebutkan peringkat atau kinerja PROPER telah mewakili komitmen perusahaan dalam mengatasi emisi gas rumah kaca sehingga mengurangi motivasi perusahaan melakukan pengungkapan. Namun penelitian Akhiroh & Kiswanto (2016) dan Majid & Ghozali (2015) justru menyatakan bahwa PROPER tidak mempengaruhi pengungkapan emisi karbon. Selain eksposur media dan kinerja PROPER, ada pula pengaruh dari karakteristik yang dimiliki perusahaan.

Karakteristik ialah kekhasan yang merupakan bagian dari perusahaan sehingga kekhasan tersebut cenderung ikut mempengaruhi kinerja perusahaan. Beberapa karakteristik perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini diduga dapat mendorong perusahaan melakukan pengungkapan, diantaranya umur perusahaan, pertumbuhan, *leverage* dan profitabilitas. Umur perusahaan seringkali menggambarkan perusahaan yang telah berlangsung lama dan telah memenuhi legitimasinya. Perusahaan juga cenderung memiliki tingkat kesadaran tinggi terhadap isu-isu yang mempengaruhi prospek dan keberlanjutan usahanya dimasa yang akan datang. Perusahaan dianggap lebih kompeten, berpengalaman dan berkecukupan baik secara finansial maupun sumber daya untuk menghadapi dan memenuhi kebutuhan banyak informasi lingkungan. Penelitian Akhiroh & Kiswanto (2016) dan

Borghei-Ghomi & Leung (2013), mendapati semakin lama umur perusahaan maka semakin tinggi pengungkapan yang dilakukan. Sedangkan penelitian Chithambo & Tauringana (2014), dan Dwinanda & Kawedar (2019) menegaskan umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap keputusan pengungkapan emisi karbon walau perusahaan memumpuni dalam segi pemenuhan kebutuhan *stakeholdernya*.

Terpenuhinya kebutuhan *stakeholder*, secara tidak langsung, membantu perusahaan mencapai tingkat pertumbuhan. Pertumbuhan menandakan peningkatan kinerja perusahaan dari waktu ke waktu. Menurut PradoLorenzo et al. (2009), kesempatan pertumbuhan cenderung membuat perusahaan mengutamakan tujuan ekonomi dibanding lingkungannya (dalam Irwhantoko & Basuki, 2016). Hal tersebut menimbulkan banyak tuntutan bagi perusahaan untuk memenuhi tanggung jawab, termasuk mendorong perusahaan mengungkapkan informasi lingkungan. Luo et al. (2013), dalam penelitiannya menyatakan tingginya kesempatan pertumbuhan menandakan bahwa perusahaan dalam kondisi pengembangan atas kegiatan usahanya, maka sumber daya yang dimiliki akan teroptimisasi dalam hal tersebut, sehingga mengurangi kesempatan perusahaan untuk memperluas pengungkapan dan menyebabkan cakupan pengungkapan menjadi rendah. Sedangkan penelitian Dwinanda & Kawedar, (2019) dan Irwhantoko & Basuki, (2016) mendapati kondisi pertumbuhan akan membuat perusahaan memprioritaskan pemanfaatan sumber daya kearah kinerja dan pengembangan secara finansial saja sehingga aktivitas diluar itu akan terabaikan.

Namun untuk melakukan pengungkapan, terdapat biaya yang harus dikorbankan sehingga perusahaan perlu mempertimbangkan ketahanan finansialnya. Hal ini dapat dilihat melalui tingkat *leverage* dan profitabilitas. Perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi menjadi ancaman bagi *stakeholder* maupun perusahaan itu sendiri. Tingkat *leverage* tinggi menandakan besar ketergantungan perusahaan terhadap utang (Pratiwi, 2017). Perusahaan akan mengeliminasi kebutuhan diluar aktivitas utama operasional dan memilih fokus pada pemenuhan kewajiban dan peningkatan kondisi finansialnya. Namun seringkali, perusahaan dengan *leverage* tinggi mendapat tekanan dari kreditur untuk mengungkapkan informasi yang mungkin akan mempengaruhi kontrak utang (Borghei-Ghomi & Leung, 2013). Penelitian Prafitri & Zulaikha (2016) dan Selviana (2019) menegaskan tingginya tingkat *leverage* membuat perusahaan berhati-hati dalam melakukan pengungkapan dan pengeluaran biaya yang berkaitan dengan tindakan mitigasi lingkungan. Namun dilain sisi, perusahaan berusaha meningkatkan kredibilitasnya terhadap investor, *debtholders* maupun pelanggan dengan menyajikan informasi relevan. Maka pengungkapan dilakukan untuk menjamin legitimasi sehingga perusahaan tidak memperhatikan luas cakupannya. Namun penelitian Faisal et al. (2018) menyatakan perusahaan dengan *leverage* rendah mengungkapkan lebih banyak informasi mengenai emisi gas rumah kaca. Sedangkan penelitian Akbas & Canikli (2019), Rodríguez-Domínguez et al. (2014), dan Salbiah & Mukhibad (2018), menghasilkan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan yang dilakukan perusahaan. Selain *leverage*, perusahaan perlu mempertimbangkan tingkat rasio profitabilitas yang aman dan cukup untuk memenuhi suatu pengungkapan.

Perusahaan dengan profitabilitas tinggi menunjukkan kemampuan secara finansial sehingga perusahaan mampu membiayai aktivitas diluar usaha utamanya. Semakin tinggi tingkat profitabilitas, akan semakin banyak pengungkapan yang dilakukan sehingga profitabilitas secara positif mempengaruhi tingginya pengungkapan emisi karbon. Hal tersebut telah dibuktikan dalam penelitian Akhiroh & Kiswanto (2016) dan Bae Choi et al. (2013). Namun penelitian Saptiwi (2019) dan Selviana (2019) menyatakan sebaliknya, tingginya profitabilitas mengurangi pengungkapan sebab perusahaan memprioritaskan kepentingan operasional dan mengesampingkan kegiatan diluar usaha utama. Sedangkan penelitian Koeswandini & Kusumadewi, (2019) dan Prafitri & Zulaikha, (2016) mendapati profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon.

Beberapa penelitian tersebut, dilakukan untuk menanggapi perilaku perusahaan sekaligus melihat faktor pendorong perusahaan melakukan pengungkapan. Namun hasil yang didapati memiliki perbedaan yang sangat beragam. Perbedaan dalam penelitian, menunjukkan perbedaan yang kontradiktif sehingga topik tersebut masih dapat diteliti kembali. Penelitian dilakukan pada perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) serta berpartisipasi pada

program PROPER, didasari oleh kemungkinan aktivitas usaha bersinggungan dengan emisi lebih besar daripada perusahaan keuangan serta kesadaran perusahaan untuk meningkatkan kinerja lingkungannya melalui PROPER. Penandatanganan Persetujuan Paris dan strategi implementasi NDC yang telah menargetkan pencapaian penurunan emisi gas rumah kaca dalam RPJMN merupakan *point* yang meningkatkan kesadaran akan bahayanya konsentrasi emisi gas rumah kaca yang tidak terkendali. Ditambah, keberhasilan Indonesia mencapai penurunan emisi selama tahun 2016 hingga 2018, melandasi pengambilan periode penelitian dilakukan selama 3 tahun yakni 2016 hingga 2018. Penelitian ini juga bertujuan untuk melanjutkan penelitian sebelumnya dan menguji kembali serta membuktikan ada atau tidaknya pengaruh antara eksposur media, kinerja PROPER dan karakteristik perusahaan yang terdiri dari umur perusahaan, pertumbuhan, *leverage* dan profitabilitas terhadap pengungkapan emisi karbon.

Penelitian disusun berdasarkan penelitian terdahulu, namun dengan menambahkan variabel umur perusahaan dan pertumbuhan yang masih sedikit diteliti. Kebaruan dalam penelitian juga terletak pada populasi yang menggunakan perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) serta berpartisipasi pada program PROPER selama tahun 2016-2018. Selain itu, menempatkan profitabilitas sebagai variabel kendali sehingga profitabilitas menjadi konstan serta memiliki kendali antara variabel independen dan dependen maka hubungan variabel tersebut tidak dipengaruhi oleh faktor diluar yang diteliti. Dengan begitu, terdapat kemungkinan besar variabel yang diajukan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen bila perusahaan berada dalam kondisi profitabilitas yang tinggi sebab profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan untuk membiayai pengungkapan.

TINJAUAN TEORI

Teori Legitimasi

Teori legitimasi mengusulkan konsep “kontrak sosial” yakni konsep yang menggambarkan interelasi kehidupan masyarakat (Bae Choi et al., 2013). Menurut Mousa, et. al. (2015), legitimasi berasal dari konsep legitimasi organisasional yang didefinisikan sebagai terjadinya kondisi atau status ketika sistem nilai entitas sama dengan sistem nilai sosial entitas tersebut berada. Perbedaan antara kedua sistem nilai tersebut, menjadi ancaman bagi legitimasi (Dowling & Pfeffer, 1975). Legitimasi juga menjelaskan keadaan psikologis yang berkaitan dengan keberpihakan orang atau sekelompok orang yang peka terhadap sekitarnya, baik fisik maupun non fisik (Hadi, 2009), sehingga legitimasi mengukur keberpihakan *stakeholder* maupun publik terhadap aktivitas perusahaan. Maka dapat disimpulkan bahwa legitimasi merupakan faktor lain yang mendukung tujuan dan keberlangsungan perusahaan (Harahap, 2014).

Masalah lingkungan dilihat sebagai pelanggaran kontrak sosial sehingga akan mengancam legitimasi perusahaan (Borghei-Ghomi & Leung, 2013). Adanya kesenjangan legitimasi, berdampak pada operasional perusahaan seperti kehilangan investor, pelanggan hingga keberlangsungan usahanya (Borghei-Ghomi & Leung, 2013). Maka disimpulkan bila kerusakan lingkungan dianggap sebagai pelanggaran kontrak sosial, begitu pun bila terjadi peningkatan konsentrasi emisi gas rumah kaca yang tentunya berujung pada kerusakan lingkungan sehingga hal tersebut memicu meningkatnya kesadaran dan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan (Edi et al., 2019).

Pengungkapan Emisi Karbon

Pengungkapan emisi karbon menjabarkan kuantitas serta usaha yang dilakukan perusahaan untuk menurunkan emisi gas rumah kaca yang dihasilkan selama berlangsungnya aktivitas usaha (Nurdiawansyah et al., 2018). Menurut Cotter et al. (2011), pengungkapan emisi karbon melingkupi pelaporan atas intensitas gas rumah kaca, penggunaan energi, strategi dan mitigasi perubahan iklim serta *corporate governance* (dalam Pratiwi, 2017). Pengungkapan atas pelaporan emisi gas rumah kaca ataupun emisi karbon cenderung bersifat sukarela, seperti yang tertera dalam PSAK No. 1 Revisi 2009. Walau terbilang bersifat sukarela, pengungkapan emisi karbon dilakukan sebagai salah satu strategi legitimasi (Akhiroh & Kiswanto, 2016; Berthelot & Robert, 2011).

Pengungkapan sebagai informasi harus andal dan memiliki nilai keberpautan sehingga informasi yang tersaji dalam pengungkapan dapat menjadi faktor pertimbangan perusahaan maupun *stakeholder* dalam mengambil keputusan. Selain itu, melalui pengungkapan, perusahaan berusaha menghindari ancaman meningkatnya biaya operasional, berkurangnya permintaan pasar, risiko reputasi, proses hukum hingga denda dan pinalti (Berthelot & Robert, 2011). Dengan melakukan pengungkapan emisi karbon, akan memunculkan minat publik terhadap perusahaan, meningkatkan permintaan, harga saham maupun reputasi perusahaan sehingga memudahkan perusahaan untuk mendapatkan atau menjamin legitimasinya.

Eksposur Media

Eksposur pada penelitian ini, dijelaskan sebagai tindakan yang dilakukan untuk membeberkan atau memberitahu kejelasan informasi ke khalayak publik melalui suatu wadah yakni media. Maka eksposur media dapat didefinisikan sebagai tindakan perusahaan dalam menyajikan informasi aktual terkait aktivitas atau kinerjanya kepada publik atau masyarakat dengan tujuan tertentu. Eksposur tidak lagi terbatas pada media tertentu secara fisik namun dapat dilakukan secara virtual, salah satunya melalui media *non-messenger*. Menurut survei *We are social, Hootsuite* 2020 (dalam Jayani, 2020), beberapa media *non-messenger* seperti Youtube, Facebook, Instagram, Twitter memiliki aktivitas pengguna tertinggi tiap bulannya sehingga banyak perusahaan mulai memanfaatkan media tersebut dalam mengekspos atau menyajikan informasi aktivitas dan kinerja perusahaan.

Eksposur media dianggap dapat mencerminkan serta membentuk strategi perusahaan dalam melakukan pengungkapan (Dawkins & Fraas, 2011). Pengungkapan yang diekspos perusahaan sebagai bentuk pemenuhan moral dan tanggung jawab dalam menjamin legitimasi *stakeholdernya*. Eksposur melalui media juga memudahkan *stakeholder*, memberi *feedback* berupa penilaian, kritik, saran serta tanggapan melalui kolom suka, tidak suka, komentar bahkan membagikan kepada publik lain sehingga informasi pengungkapan dapat tersebar lebih luas. Fleksibilitas media ini, yang semakin mendorong tindakan perusahaan melakukan publikasi atau eksposur terkait pengungkapan lingkungan terkait informasi emisi karbon.

Kinerja PROPER

Kinerja lingkungan merupakan upaya perusahaan dalam menjaga, memperbaiki, dan meningkatkan taraf kelestarian lingkungan hidup (Juniartha & Dewi, 2017). Perusahaan berkewajiban dalam menciptakan kondisi lingkungan yang baik, membuat aktivitas perusahaan tidak menyalahi nilai dan norma sosial sehingga menjamin legitimasi perusahaan. Upaya perusahaan meningkatkan kinerja lingkungan dapat diisyaratkan melalui partisipasi perusahaan pada program PROPER (Ulfa & Ermaya, 2019). PORPER (*Public Disclosure Program for Environmental Compliance*) atau program penilaian peringkat kinerja perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup merupakan program yang diusung oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) sejak 2002 (Sari et al., 2014).

Tingginya kategori PROPER yang diperoleh perusahaan merupakan bentuk kinerja perusahaan terhadap lingkungan berdasarkan usaha pencapaiannya pada PROPER atau dapat disebut juga sebagai kinerja PROPER perusahaan sehingga perusahaan disimpulkan telah memenuhi syarat taraf lingkungan baik sesuai yang dipersyaratkan. Maka tidak menutup kemungkinan, dengan keikutsertaan perusahaan terhadap PROPER akan memotivasi perusahaan untuk meningkatkan luas pengungkapan lingkungannya sebab perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik, cenderung mengungkapkan lebih banyak informasi dibandingkan dengan perusahaan berkinerja lingkungan buruk (Probosari & Kawedar, 2019).

Karakteristik Perusahaan

Karakteristik perusahaan adalah kekhasan yang dimiliki dan merupakan bagian dari perusahaan yang dapat mempengaruhi kinerjanya. Pada penelitian ini melihat umur perusahaan, pertumbuhan, *leverage* dan profitabilitas sebagai karakteristik yang dimiliki perusahaan. Adapun penjelasan mengenai masing-masing karakteristik perusahaan tersebut, sebagai berikut:

Umur

Perusahaan

Menurut Akhiroh & Kiswanto (2016), umur perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk bertahan dari ancaman serta kemampuan bersaing dengan kompetitornya. Umur perusahaan juga menggambarkan bahwa perusahaan telah memanfaatkan waktu dan kesempatan dalam mempertahankan usahanya (Dwinanda & Kawedar, 2019). Maka umur perusahaan merupakan lamanya rentan waktu perusahaan bertahan atau mempertahankan operasional dan keberlangsungannya dengan faktor-faktor yang mendukung. Kemampuan perusahaan dalam mempertahankan keberlangsungannya disebabkan karena keberhasilan perusahaan mendapat dan mempertahankan legitimasinya, salah satu upayanya yakni dengan memenuhi kebutuhan informasi.

Kurangnya pemenuhan informasi serta menghadapi kompetitor yang beragam seringkali menyebabkan beberapa perusahaan tidak dapat lagi berkembang. Berbeda pada perusahaan dengan umur yang lebih lama, terdapat strategi dan tujuan yang lebih kuat dalam mempertahankan kegiatan operasinya. Perusahaan lebih kompeten dalam menghadapi persaingan serta kendala usaha dengan banyaknya pengalaman yang dimiliki. Perusahaan dengan umur yang lebih lama, menunjukkan kesiapan perusahaan dalam melakukan suatu pengungkapan. Hal ini didorong dengan tingkat kesadaran yang tinggi terhadap isu-isu yang akan mempengaruhi keberlangsungan usahanya dimasa yang akan datang serta kesiapan secara finansial dan sumber daya.

Pertumbuhan

Menurut Harahap (2013), pertumbuhan menggambarkan presentase pergerakan pos-pos perusahaan dari tahun ke tahun yang dapat dilihat melalui kenaikan penjualan. Lucyanda & Siagian (2012), juga menjelaskan bahwa pertumbuhan menunjukkan kekuatan perusahaan dalam menciptakan keberlanjutan usahanya melalui peningkatan kinerja (dalam Juniarta & Dewi, 2017).

Kondisi perusahaan yang mengalami pertumbuhan, menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi tanggung jawab terhadap masyarakat maupun lingkungan (Dwinanda & Kawedar, 2019). Perhatian perusahaan terhadap pemenuhan aktivitas sosial lingkungan akan ikut meningkat. Peningkatan yang beriringan dengan pertumbuhan menjadi salah satu faktor yang mendorong perusahaan melakukan pengungkapan lebih, terkait aktivitas dan kebijakan tanggung jawab yang dilaksanakan (Indraswari & Mimba, 2015). Perusahaan mengharapkan legitimasi, yang dapat menentukan posisi perusahaan untuk terus berkembang atau stagnan dengan melakukan pengungkapan emisi karbon.

Leverage

Leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengetahui tingkat kebergantungan perusahaan terhadap utang dalam memenuhi kebutuhan perusahaan (Harahap, 2013; Pratiwi, 2017). Dalam arti luas, *leverage* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membiayai kewajiban baik jangka pendek maupun jangka panjang (Kasmir, 2012). Maka *leverage* merupakan rasio yang menunjukkan persentase proporsi pendanaan perusahaan melalui utang sehingga dapat memprediksikan tingkat kerentanan atas risiko keuangan yang dimiliki perusahaan.

Kondisi *leverage* yang tinggi menunjukkan tingginya pendanaan perusahaan oleh utang dan menggambarkan tingginya tingkat risiko kebangkrutan sehingga dalam kondisi *leverage* ini, pemegang saham atau *stakeholder* cenderung berhati-hati dalam memberi keputusan maupun dukungan terhadap perusahaan, dengan begitu legitimasi perusahaan akan berkurang. Sedangkan sebaliknya, tingkat *leverage* yang rendah memudahkan perusahaan untuk mendapatkan pendanaan melalui pemegang saham karena risiko likuidasi yang dihadapi perusahaan lebih kecil.

Profitabilitas

Rasio profitabilitas mengukur keberhasilan atau kegagalan perusahaan untuk periode waktu tertentu (Kieso et al., 2014). Dapat dikatakan pula, profitabilitas sebagai rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan (Kasmir, 2012). Maka profitabilitas menggambarkan adanya kinerja perusahaan melalui aspek-aspek keuangan dengan menunjukkan seberapa besar kinerja keuangan perusahaan dalam memperoleh laba.

Perusahaan dengan profitabilitas tinggi lebih mampu menjawab tuntutan publik (Pratiwi & Sari, 2016). Hal tersebut menggambarkan kemampuan finansial yang baik sehingga perusahaan dapat membiayai sumber daya yang dibutuhkan untuk melakukan pelaporan dan pengungkapan (Bae Choi et al., 2013) serta mempertahankan operasionalnya dengan harapan menjamin legitimasi. Tingkat profitabilitas tinggi menggambarkan kemampuan finansial yang semakin baik sehingga semakin banyak pengungkapan emisi karbon yang dilakukan. Sebaliknya, profitabilitas yang rendah menunjukkan kemampuan keuangan perusahaan yang rendah pula sehingga sedikit pengungkapan yang dapat dilakukan.

Pengembangan Hipotesis

Eksposur Media Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon

Informasi yang diekspos pada media perusahaan berguna sebagai salah satu pertimbangan dalam membuat keputusan bagi *stakeholder*. Tingkat eksposur bergantung pada tingkat kesadaran perusahaan terkait keandalan informasi tersebut bagi *stakeholdernya*, dan perusahaan cenderung lebih peduli terhadap isu lingkungan bila ditafsirkan atau melibatkan media (Gray & Bebbington, 2001). Perusahaan dengan banyaknya eksposur, menggambarkan upaya dalam menunjukkan kinerja perusahaan terkait lingkungan (Borghei-Ghomi & Leung, 2013), sehingga eksposur media dapat berperan dalam mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan emisi karbon (Nurdiawansyah et al., 2018).

Tuntutan *stakeholder* akibat eksposur terkait pengungkapan lingkungan perusahaan, memaksa perusahaan memperluas cakupan pengungkapannya, selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Jannah & Muid (2014), Majid & Ghozali (2015) dan Nurdiawansyah et al. (2018). Jannah & Muid (2014) menegaskan tingginya eksposur media memotivasi perusahaan mempublikasikan aktivitas terkait lingkungan guna mendapat tanggapan *stakeholder* yang positif. Hal tersebut sejalan dengan teori legitimasi yang menyatakan pengungkapan sebagai strategi legitimasi sedangkan eksposur media menjadi salah satu faktor penentu tindakan perusahaan untuk mencapai strategi tersebut. Majid & Ghozali (2015) dalam penelitiannya juga menyatakan banyaknya eksposur dari media, meningkatkan dorongan bagi perusahaan dalam meningkatkan pengungkapannya. Maka berdasarkan pemaparan tersebut, peneliti menduga bahwa eksposur media akan mempengaruhi luas pengungkapan emisi karbon sehingga hipotesis pertama yang peneliti ajukan sebagai berikut :

H1: Eksposur Media berpengaruh positif terhadap Pengungkapan Emisi Karbon

Kinerja PROPER Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon

Dalam menginformasikan kinerja lingkungan, perusahaan menunjukkan komitmen dan tanggung jawabnya sehingga hal tersebut akan mempertahankan atau meningkatkan legitimasi (Akhiroh & Kiswanto, 2016; Prafitri & Zulaikha, 2016). Salah satu bentuk komitmen perusahaan ditunjukkan melalui penghargaan atau penilaian PROPER sehingga memungkinkan perusahaan memiliki hasrat untuk melakukan pengungkapan lingkungan bila kinerja PROPER yang dimiliki perusahaan dalam tingkat penilaian atau kategori yang baik.

Kategori penilaian PROPER yang baik, menggambarkan kinerja lingkungan perusahaan ada pada taraf unggul dengan begitu perusahaan memiliki strategi lingkungan yang proaktif (Clarkson et al., 2011). Strategi proaktif ditunjukkan melalui inisiatif perusahaan dengan melaksanakan dan meningkatkan program lingkungan serta pencegahan secara sukarela dalam bentuk pengungkapan (Probosari & Kawedar, 2019). Selaras dengan penelitian yang dilakukan Dawkins & Fraas (2011), Giannarakis et al. (2017), Prafitri & Zulaikha (2016) Probosari & Kawedar (2019) dan Saptiwi (2019), kinerja lingkungan yang baik akan meningkatkan informasi lingkungan. Berkaitan dengan teori legitimasi, perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik memiliki kecenderungan untuk memperluas pengungkapan yang dilakukan sehingga kepercayaan dan legitimasi *stakeholder* tetap terjaga (Prafitri & Zulaikha, 2016). Saptiwi (2019) menegaskan semakin tinggi kinerja lingkungan akan meningkatkan luas pengungkapan. Maka berdasarkan pemaparan tersebut, hipotesis kedua yang peneliti ajukan sebagai berikut:

H2: Kinerja PROPER berpengaruh positif terhadap Pengungkapan Emisi Karbon

Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon

Perusahaan dengan umur lebih lama dianggap telah memahami cara mendapat legitimasi sehingga yang dibutuhkan adalah bagaimana perusahaan mempertahankan legitimasi tersebut. Semakin lama umur perusahaan maka kebutuhan informasi yang seharusnya disampaikan akan semakin lengkap. Hal tersebut membuat perusahaan dapat menghadapi pihak eksternal dan memahami kebutuhannya dengan baik. Umur perusahaan juga menunjukkan bahwa perusahaan telah memiliki pengalaman, kesadaran yang tinggi serta kesempatan yang luas untuk melakukan pengungkapan sehingga membuat semakin banyak pengungkapan lingkungan yang dilakukan (Ciriyani & Putra, 2016).

Belum banyak penelitian yang meneliti umur perusahaan terhadap pengungkapan emisi karbon. Beberapa penelitian menggunakan umur perusahaan sebagai proksi dari visibilitas perusahaan seperti pada penelitian Akhiroh & Kiswanto (2016), karena umur perusahaan dianggap mencerminkan visibilitas perusahaan melalui pandangan publik, dilihat dari kemampuan perusahaan bertahan dan mempertahankan operasinya sehingga didapati hasil yang positif dari hubungan umur perusahaan terhadap pengungkapan emisi karbon (Akhiroh & Kiswanto, 2016). Borghei-Ghomi & Leung (2013) juga menegaskan semakin lama umur perusahaan, akan semakin tinggi pengungkapan emisi karbon yang dilakukan. Dari penelitian tersebut mendapati hasil yang menggambarkan adanya pengaruh antara kedua variabel. Maka berdasarkan pemaparan tersebut, hipotesis ketiga bagian (a) yang peneliti ajukan adalah sebagai berikut:

H3a: Umur Perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan Emisi Karbon

Pertumbuhan Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon

Menurut Long et al. (2015) terdapat hubungan dua arah antara produk domestik bruto (PDB) dengan emisi karbon hingga konsumsi energi. Penggunaan energi erat kaitannya dengan emisi serta menggambarkan adanya korelasi dengan pertumbuhan (Irwhantoko & Basuki, 2016). Selain itu, pertumbuhan juga seringkali dikaitkan dengan adanya peningkatan pada kinerja perusahaan. Pertumbuhan perusahaan cenderung membuat perusahaan lebih mementingkan aktivitas yang meningkatkan keuntungan perusahaan dimasa yang akan datang, baik dengan cara investasi maupun pembiayaan operasional, dibandingkan melakukan kegiatan tanggung jawab sosial dan pengungkapan dalam laporan tahunannya (Juniartha & Dewi, 2017).

Belum banyak penelitian yang dilakukan untuk meneliti pertumbuhan terhadap pengungkapan emisi karbon. Namun dalam penelitiannya, Luo et al. (2013) menyatakan bahwa adanya kesempatan pertumbuhan yang tinggi, memberi peluang perusahaan untuk mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya kearah peningkatan kinerja keuangan sehingga luas pengungkapan cenderung lebih sedikit. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka hipotesis ketiga bagian (b) yang peneliti ajukan adalah sebagai berikut:

H3b: Pertumbuhan berpengaruh negatif terhadap Pengungkapan Emisi Karbon

Leverage Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon

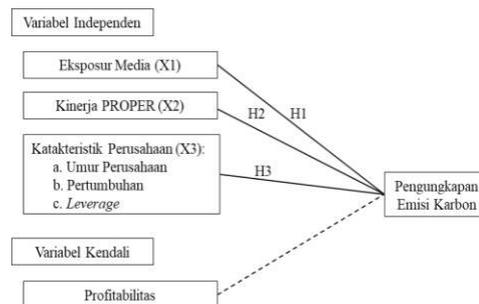
Pengungkapan informasi menjadi salah satu upaya perusahaan untuk meyakinkan penilaian *stakeholder* terhadap kinerja perusahaan sehingga dapat menekan potensi kebangkrutan (Irwhantoko & Basuki, 2016). Beberapa perusahaan akan mengurangi pengeluaran dan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki sebagai solusi untuk tetap menciptakan aktivitas usaha yang ramah lingkungan (Baldarelli et al., 2017). Sedangkan beberapa perusahaan lainnya cenderung menghilangkan pengeluaran yang tidak berkaitan dengan aktivitas utama usaha. Hal tersebut menjadi jalan aman untuk tetap mendapat legitimasi serta menjaga kinerja keuangannya.

Tingginya *leverage* memunculkan kewajiban lain yang lebih utama sehingga pengungkapan cenderung menjadi lebih sedikit dilakukan. Selaras dengan penelitian Faisal et al. (2018), Irwhantoko & Basuki (2016), Majid & Ghozali (2015), Prafitri & Zulaikha (2016), dan Selviana (2019). Faisal et al. (2018) menyatakan *Leverage* yang rendah menggambarkan sedikitnya jumlah kewajiban yang harus dipenuhi, maka perusahaan mampu secara finansial dan sumber daya untuk mengungkapkan informasi relevan sekaligus menambah nilai, kredibilitas dan legitimasi perusahaan. Namun

tingginya tingkat *leverage* membuat perusahaan menjadi lebih berhati-hati dalam menetapkan kebijakan serta strategi selanjutnya (Majid & Ghozali, 2015; Selviana, 2019). Pemerlakuan pengungkapan akan terhambat, walau pun kreditur membutuhkan informasi pengungkapan sebagai informasi pendukung (Irwhantoko & Basuki, 2016). Tetapi perusahaan memiliki keterbatasan keuangan sehingga fokus perusahaan akan tertuju pada pemenuhan kewajibannya (Prafitri & Zulaikha, 2016), dan membuat cakupan pengungkapan menjadi tidak begitu luas. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka hipotesis ketiga bagian (c) yang peneliti ajukan sebagai berikut:

H3c: *Leverage* berpengaruh negatif terhadap Pengungkapan Emisi Karbon

Untuk memahami hubungan variabel dalam penelitian, maka dibutuhkan kerangka teoritik sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Teoritik

Sumber: Data diolah peneliti (2021)

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) serta berpartisipasi pada program PROPER selama tahun 2016-2018. Perusahaan non keuangan yang terpilih, terdiri dari perusahaan sektor pertanian, pertambangan, industri dasar dan kimia, industri barang konsumsi, aneka industri, infrastruktur, utilitas dan transportasi, properti, real estate dan konstruksi serta perdagangan, jasa dan investasi. Sedangkan periode penelitian dilakukan selama tahun 2016-2018, didasari oleh keberhasilan Indonesia dalam mencapai target penurunan emisi gas rumah kaca sebesar 24,4%, meningkat menjadi 24,7% dan semakin baik lagi selama tahun 2016 sampai dengan 2018 sehingga menjadi landasan ambisi pemerintah untuk mencapai penurunan emisi gas rumah kaca hingga 26% pada tahun 2020.

Data diperoleh bersumber dari laporan peringkat PROPER, laporan tahunan dan laporan keberlanjutan yang didapat melalui www.idx.co.id, situs www.menlhk.go.id serta situs perusahaan terkait. Metode yang digunakan merupakan metode kuantitatif, sedangkan pengelolaan, pemerosesan serta analisis data penelitian lebih lanjut, dibantu menggunakan *Microsoft Word*, *Microsoft Excel* dan *Software Eviews 10*. Selain itu, teknik pengambilan sampel dilakukan melalui *purposive sampling* dengan menetapkan kriteria dan ciri sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria sampel sebagai berikut:

1. Perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) serta berpartisipasi pada program PROPER selama periode tahun 2016-2018
2. Perusahaan non keuangan yang menerbitkan laporan tahunan maupun laporan keberlanjutan selama tahun 2016-2018
3. Perusahaan non keuangan yang menyediakan atau mengungkapkan informasi mengenai emisi karbon maupun emisi gas rumah kaca (GRK) selama tahun 2016-2018
4. Perusahaan non keuangan yang tidak mengalami kerugian selama tahun 2016-2018
5. Perusahaan non keuangan yang menggunakan mata uang USD selama tahun 2016-2018 dikonversi kedalam Rupiah menggunakan kurs tengah Bank Indonesia pada tahun tersebut

Sesuai dengan Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 218/PMK.05/2013 pasal 9 yang menyatakan penyajian laporan keuangan dilakukan dengan mata uang Rupiah namun bila terdapat penggunaan mata uang lain, maka penyajian laporan dijabarkan dalam mata uang Rupiah melalui kurs tengah Bank Indonesia pada masa pelaporan sehingga mendasari konversi mata uang

dilakukan menggunakan kurs tengah Bank Indonesia. Berdasarkan kriteria yang ditetapkan maka jumlah sampel dan observasi penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Penentuan Sampel

No	Keterangan	Jumlah
1	Perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan berpartisipasi pada program PROPER selama tahun 2016-2018	79
2	Perusahaan non keuangan yang tidak menerbitkan laporan tahunan maupun laporan keberlanjutan selama tahun 2016-2018	(0)
3	Perusahaan non keuangan yang tidak menyediakan informasi mengenai pengungkapan emisi karbon atau GRK selama tahun 2016-2018	(29)
4	Perusahaan non keuangan yang mengalami kerugian selama tahun 2016-2018	(7)
Jumlah Sampel		43
Periode Penelitian		3
Jumlah Observasi Penelitian		129

Sumber: *Data diolah peneliti (2021)*

Penelitian ini menggunakan pengungkapan emisi karbon sebagai variabel dependen, sedangkan variabel independen ialah eksposur media, kinerja PROPER dan karakteristik perusahaan yang terdiri dari umur perusahaan, pertumbuhan, *leverage* serta profitabilitas sebagai variabel kendali. Pengukuran pengungkapan emisi karbon dilakukan melalui indeks yang dikembangkan oleh Bae Choi et al. (2013) berdasarkan informasi *checklist Carbon Disclosure Project (CDP)*. Adapun indeks yang menjadi acuan pengukuran sebagai berikut:

Tabel 2. Indeks CDP

Kategori	Item	Keterangan
Perubahan Iklim (CC/Climate Change): Resiko dan Peluang	CC1	Penilaian/deskripsi terhadap resiko (peraturan/regulasi khusus maupun umum) yang berkaitan dengan perubahan iklim dan tindakan yang diambil untuk mengelola resiko tersebut.
	CC2	Penilaian/deskripsi saat ini (dan masa depan) dari implikasi keuangan, bisnis dan peluang dari perubahan iklim.
Emisi Gas Rumah Kaca (GHG/Greenhouse Gas)	GHG1	Deskripsi metodologi yang digunakan untuk menghitung emisi GRK (misal protokol GRK atau ISO)
	GHG2	Keberadaan verifikasi eksternal terhadap perhitungan kuantitas emisi GRK oleh siapa dan atas dasar apa.
	GHG3	Total emisi gas rumah kaca yang dihasilkan (misal: metrik ton CO ₂ -e).
	GHG4	Pengungkapan lingkup 1 dan 2, atau 3 emisi GRK langsung.
	GHG5	Pengungkapan emisi GRK berdasarkan asal atau sumbernya (misal: batu bara, listrik dan lainnya).
	GHG6	Pengungkapan emisi GRK menurut fasilitas atau tingkat segmentasi.
	GHG7	Perbandingan emisi GRK dengan tahun-tahun sebelumnya.
Konsumsi Energi (EC/Energy Consumption)	EC1	Rincian dari energi yang digunakan (misal: tera-joule atau peta-joule)
	EC2	Penghitungan energi yang digunakan dari sumber daya yang terbarukan.
	EC3	Pengungkapan menurut jenis, fasilitas dan segmentasi.
Pengurangan Gas Rumah Kaca dan Biaya (RC/Reduction and Cost)	RC1	Perincian dari rencana atau strategi untuk mengurangi emisi GRK.
	RC2	Perincian dari tingkat target pengurangan emisi GRK.
	RC3	Pengurangan emisi dan biaya atau tabungan (<i>costs or savings</i>) yang dicapai sebagai hasil dari rencana pengurangan emisi.
	RC4	Biaya emisi masa depan yang diperhitungkan dalam perencanaan belanja modal (<i>capital expenditure planning</i>).
Akuntabilitas Emisi Karbon (AEC/Accountability of Emission Carbon)	AEC1	Indikasi bahwa dewan komite (atau badan eksekutif lainnya) memiliki tanggung jawab atas tindakan yang berkaitan dengan perubahan iklim.
	AEC2	Deskripsi mekanisme bahwa dewan (atau badan eksekutif lainnya) meninjau perkembangan perusahaan yang berhubungan dengan perubahan iklim.

Sumber: *Bae Choi et al., (2013)*

Pengukuran pengungkapan emisi karbon dilakukan dengan metode *content analysis* yakni memberi nilai 1 pada tiap item *checklist Carbon Disclosure Project (CDP)* yang diungkapkan., Untuk memudahkan peneliti dalam mengkategorikan emisi yang diungkapkan perusahaan, terdapat lingkup emisi yang perlu diperhatikan yakni sebagai berikut:

Tabel 3. Deskripsi Lingkup (Scope) 1, 2 dan 3

Lingkup (Scope)	Kriteria
-----------------	----------

Lingkup (<i>Scope</i>) 1: Emisi Gas Rumah Kaca (GRK) langsung	Emisi GRK terdiri dari sumber dan produksi kimia yang dimiliki atau dikendalikan perusahaan (misal: emisi boiler, tungku, kendaraan, dan lainnya).
	Emisi CO ₂ langsung dari pembakaran biomassa yang tidak dimasukkan dalam lingkup 1 namun dilaporkan terpisah.
	Emisi GRK yang tidak terdapat pada protokol Kyoto yang sebaiknya tidak dimasukkan dalam lingkup 1 namun dilaporkan terpisah (misal: CFC, NOX dan lainnya).
Lingkup (<i>Scope</i>) 2: Emisi Gas Rumah Kaca (GRK) secara tidak langsung yang berasal dari listrik	Mencakup emisi GRK dari pembangkit listrik yang dibeli atau dikonsumsi perusahaan.
	Lingkup 2 yang secara fisik terjadi pada fasilitas tempat listrik dihasilkan.
Lingkup (<i>Scope</i>) 3: Emisi Gas Rumah Kaca (GRK) tidak langsung lainnya	Kategori pelaporan opsional yang memungkinkan perlakuan terhadap semua emisi tidak langsung lainnya.
	Konsekuensi dari kegiatan perusahaan namun terjadi dari sumber yang tidak dimiliki atau dikendalikan oleh perusahaan.
	Contohnya adalah kegiatan ekstraksi dan produksi bahan baku, transportasi dari bahan bakar dan penggunaan produk dan jasa yang dijual.

Sumber: *Bae Choi et al. (2013) (dalam Pratiwi, 2018)*

Pengukuran eksposur media dilakukan berdasarkan aktivitas perusahaan melalui penggunaan media seperti Youtube, Facebook, Instagram, Twiter dan lainnya sehingga peneliti menetapkan media *non-messenger* tersebut sebagai kriteria dari eksposur media. Penetapan didasari atas survei *We are social, Hootsuite (2020) (dalam Jayani, 2020)* serta intensitas penggunaan dan ketertarikan publik pada media tersebut. Maka pengukuran dilakukan dengan memberi nilai 1 pada tiap publisitas melalui media terhadap aktivitas emisi karbon perusahaan sehingga nilai tertinggi adalah 5 sedangkan nilai terendah adalah 0.

Tabel 4. Kriteria Eksposur Media

Kriteria Eksposur Media	Nilai
Youtube	1
Facebook	1
Instagram	1
Twitter	1
Lain-lain (Laporan perusahaan serta situs perusahaan)	1
Jumlah	5

Sumber: *Data diolah peneliti (2021)*

Dalam penelitian ini, kinerja PROPER diukur melalui kategori tercantum pada program PROPER. Pengukuran dilakukan dengan memberi nilai sesuai warna peringkat PROPER yang diperoleh perusahaan yakni 5 untuk emas, 4 untuk hijau, 3 untuk biru, 2 untuk merah dan 1 untuk hitam (Majid & Ghozali, 2015), sehingga nilai tertinggi adalah 5 dan nilai terendah yaitu 1.

Pada variabel umur perusahaan dalam penelitian ini, diukur dengan mengurangi tahun penelitian dan tahun berdirinya perusahaan untuk melihat lama waktu perusahaan telah beroperasi pada tahun penelitian yang ditentukan.

$$\text{Umur Perusahaan} = \text{Tahun penelitian} - \text{Tahun berdirinya perusahaan}$$

Pertumbuhan dalam penelitian ini diukur melalui pertumbuhan aset pada tahun penelitian. Kondisi aset akan mengisyaratkan kondisi keuangan perusahaan dan perusahaan tak jarang menggunakan aset dalam membiayai kegiatan operasionalnya.

$$\text{Pertumbuhan} = \frac{\text{Total Aset}}{\text{Total Aset}_{t-1}}$$

Leverage dalam penelitian ini diukur melalui *Debt to Assets Ratio (DAR)*. *Debt to Assets Ratio (DAR)* menunjukkan tingkat utang yang digunakan untuk membiayai aset perusahaan, kemampuan *solvable* perusahaan dan sebagai indikator kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban utangnya.

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

Pada penelitian ini, profitabilitas diproksikan melalui *Return on Equity* (ROE) yang menunjukkan efektivitas manajemen dalam mengelola modalnya untuk memperoleh dan meningkatkan pendapatan serta menjadikan profitabilitas sebagai faktor kendali dengan tujuan menetralisasi pengaruh yang dapat mengganggu hubungan antar variabel lainnya.

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

Penelitian ini menggunakan beberapa metode untuk menganalisis yakni statistik deskriptif, pemilihan model analisis regresi data panel untuk memilih model regresi yang tepat digunakan dalam penelitian melalui uji *Chow*, *Hausman* dan *Lagrange Multiplier*. Uji asumsi klasik melalui uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas dan autokorelasi. Kemudian analisis regresi dan uji hipotesis melalui uji T, uji F dan uji koefisien determinasi. Pada analisis regresi, pengujian dilakukan untuk membuktikan adanya pengaruh dari beberapa variabel independen dan kendali terhadap dependen. Berikut model persamaan regresi data panel:

$$\text{PEK} = \alpha + \beta_1\text{ME}_{it} + \beta_2\text{KP}_{it} + \beta_3\text{UP}_{it} + \beta_4\text{GRWTH}_{it} + \beta_5\text{LEV}_{it} + \beta_6\text{PRO}_{it} + \varepsilon$$

Keterangan:

PEK = Pengungkapan Emisi Karbon, ME = Eksposur Media, KP = Kinerja PROPER, UP = Umur Perusahaan, GRWTH = Pertumbuhan, LEV = *Leverage*, PRO = Profitabilitas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau mendeskripsikan data variabel, dapat disajikan melalui nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi (*deviation standard*), nilai tertinggi (*max*) serta nilai terendah (*min*). Hasil statistik deskriptif pada Tabel 5 yang diperoleh menggunakan Eviews 10, menunjukkan sebaran besar dari data statistik yang dapat dilihat melalui jarak antara nilai terendah dan nilai tertinggi serta nilai rata-rata dan standar deviasi pada tiap variabel.

Tabel 5. Hasil Statistik Deskriptif

	PEK	ME	KP	UP	GRWTH	LEV	PRO
Mean	6.410853	1.093023	3.333333	41.09302	1.232426	0.470864	0.193764
Maximum	16	3	5	89	13.43531	5.178261	3.714285
Minimum	1	1	2	7	0.102623	0.000586	0.001698
Std. Dev.	4.406338	0.340997	0.641450	15.39807	1.137260	0.447927	0.385645
Observations	129	129	129	129	129	129	129

Sumber: *Data diolah peneliti (2021)*

Pemilihan Model Analisis Regresi Data Panel

Uji Chow

Uji *Chow* dilakukan untuk menentukan model terbaik antara *Common Effect Model* dan *Fixed Effect Model* dalam penelitian.

H0: *Common Effect Model*, p-statistik $F > 0,05$

H1: *Fixed Effect Model*, p-statistik $F < 0,05$

Tabel 6. Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests			
Equation: MODEL_FEM			
Test cross-section fixed effects			
Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	8.386208	(42,80)	0.0000
Cross-section Chi-square	217.611365	42	0.0000

Sumber: *Data diolah peneliti (2021)*

Berdasarkan hasil uji *Chow* pada Tabel 6, diketahui probabilitas (*cross-section*) F sebesar 0,0000 < 0,05. Maka disimpulkan bahwa H1 atau *Fixed Effect Model* diterima sehingga dibutuhkan pengujian lanjutan yakni uji *Hausman*.

Uji Hausman

Uji *Hausman* dilakukan untuk menentukan model terbaik antara *Fixed Effect Model* dan *Random Effect Model* dalam penelitian.

H0: *Random Effect Model*, p-statistik > 0,05

H1: *Fixed Effect Model*, p-statistik < 0,05

Tabel 7. Hasil Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test
Equation: MODEL_REM
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	36.748817	6	0.0000

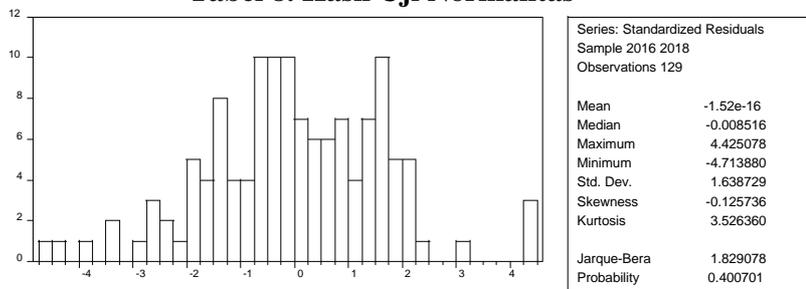
Sumber: Data diolah peneliti (2021)

Hasil uji *Hausman* pada Tabel 7, memperoleh nilai probabilitas sebesar 0,0000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima sehingga *Fixed Effect Model* merupakan model yang tepat untuk digunakan pada penelitian.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 8. Hasil Uji Normalitas



Sumber: Data diolah peneliti (2021)

Normalitas dilakukan untuk menguji kenormalan dari distribusi data dalam penelitian. Distribusi data yang normal menunjukkan sebaran data yang merata sehingga dapat mewakili populasi penelitian. Berdasarkan Tabel 8, diketahui bahwa hasil uji normalitas memperoleh nilai *Jarque-Bera* sebesar 1,829 < tabel *chi-square*nya yakni 12,592. Selain itu, juga memperoleh nilai probabilitas sebesar 0,400701 sehingga disimpulkan bahwa data pada penelitian dinyatakan berdistribusi normal sebab nilai probabilitas > 0,05.

Uji Multikolinearitas

Hubungan korelasi antara variabel independen dalam model regresi dapat dilihat melalui uji multikolinearitas. Hubungan korelasi antara variabel independen menggambarkan kecakapan atau ketepatan model regresi yang digunakan.

Tabel 9. Hasil Uji Multikolinearitas

	ME	KP	UP	GRWTH	LEV	PRO
ME	1,000000	0,178586	0,252769	-0,033624	-0,059799	0,173483
KP	0,178586	1,000000	-0,000791	-0,062674	-0,067978	0,142163

UP	0,252769	-0,000791	1,000000	-0,106318	-0,051388	0,410945
GRWTH	-0,033624	-0,062674	-0,106318	1,000000	-0,030586	-0,007516
LEV	-0,059799	-0,067978	-0,051388	-0,030586	1,000000	0,002666
PRO	0,173483	0,142163	0,410945	-0,007516	0,002666	1,000000

Sumber: Data diolah peneliti (2021)

Hasil pengujian multikolinearitas berdasarkan Tabel 9, menunjukkan nilai korelasi parsial dari masing-masing variabel, independen maupun kendali, memperoleh nilai $< 0,80$ sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi masalah multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Ketidaksamaan varians dari residual penelitian dalam model regresi dapat diukur melalui pengujian heteroskedastisitas. Pada penelitian ini, pengujian heteroskedastisitas dilakukan melalui uji *Breusch-Pagan-Godfrey*.

Tabel 10. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey

F-statistic	1,957452	Prob. F(6,122)	0,0769
Obs*R-squared	11,32806	Prob. Chi-Square(6)	0,0788
Scaled explained SS	9,516340	Prob. Chi-Square(6)	0,1466

Sumber: Data diolah peneliti (2021)

Pada Tabel 10, uji *Breusch-Pagan-Godfrey* diketahui nilai probabilitas *chi-square* sebesar 0,0788 $> 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Autokorelasi dapat disebabkan karena data observasi berkaitan satu sama lain sehingga terjadi residual atau kesalahan pengganggu yang mempengaruhi satu observasi ke observasi lain. Sedangkan model regresi yang baik merupakan model regresi yang terbebas dari autokorelasi. Penelitian ini menggunakan uji *Breusch-Godfrey Serial Correlation* untuk uji autokorelasi.

Tabel 11. Hasil Uji Autokorelasi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

F-statistic	1,936265	Prob. F(2,120)	0,1487
Obs*R-squared	4,032826	Prob. Chi-Square(2)	0,1331

Sumber: Data diolah peneliti (2021)

Berdasarkan pada Tabel 11, diketahui nilai probabilitas *chi-square* sebesar 0,1331 sehingga disimpulkan bahwa model regresi penelitian tidak mengalami masalah autokorelasi sebab nilai yang diperoleh $> 0,05$.

Analisis Regresi

Tabel 12. Hasil Regresi

Variable	Coefficient
C	-45,20277
ME	-1,188295
KP	0,147992
UP	1,292657
GRWTH	-0,076501
LEV	-1,110494
PRO	-0,427721

Sumber: *Data diolah peneliti (2021)*

Analisis regresi dilakukan untuk membuktikan adanya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen pada penelitian. Berdasarkan hasil analisis regresi pada Tabel 12, model persamaan regresi data panel pada penelitian akan terbentuk sebagai berikut:

$$PEK = -45,20277 - 1,188295ME_{it} + 0,147992KP_{it} + 1,292657UP_{it} - 0,076501GRWTH_{it} - 1,110494LEV_{it} - 0,427721PRO_{it} + \varepsilon$$

Uji Hipotesis

Uji T

Tabel 13. Hasil Uji T

Variable	t-Statistic	Prob.	Hasil
C	-19,87302	0,0000	H1 Tidak Diterima H2 Tidak Diterima
ME	-2,049273	0,0437	
KP	0,477425	0,6344	H3a Diterima
UP	25,56133	0,0000	H3b Diterima
GRWTH	-3,194596	0,0020	H3c Diterima
LEV	-6,732249	0,0000	
PRO	-1,489286	0,1403	

Sumber: *Data diolah peneliti (2021)*

Pengukuran besaran pengaruh suatu variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen dapat ditunjukkan melalui Uji T. Berdasarkan hasil uji T yang dapat dilihat pada Tabel 13, memperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh Eksposur Media Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon

Hasil pengujian memperoleh nilai probabilitas dari eksposur media sebesar $0,0437 < 0,05$ serta nilai t-hitung sebesar 2,049273 dengan arah negatif, $>$ t-tabel sebesar 1,979439 sehingga disimpulkan bahwa variabel eksposur media memiliki pengaruh negatif terhadap pengungkapan emisi karbon. Maka hipotesis pertama tidak dapat diterima.

2. Pengaruh Kinerja PROPER Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai probabilitas dari kinerja PROPER sebesar 0,6344 $>$ 0,05 serta nilai t-hitung sebesar 0,477425 dengan arah positif, $<$ t-tabel sebesar 1,979439. Maka variabel kinerja PROPER disimpulkan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon sehingga hipotesis kedua dalam penelitian ini tidak dapat diterima.

3. Pengaruh Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai probabilitas dari umur perusahaan sebesar 0,0000 $<$ 0,05 serta nilai t-hitung sebesar 25,56133 ke arah positif $>$ t-tabel sebesar 1,979439 sehingga variabel umur perusahaan disimpulkan memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan emisi karbon. Maka hipotesis ketiga bagian (a) dapat diterima.

4. Pengaruh Pertumbuhan Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai probabilitas dari pertumbuhan sebesar 0,0020 $<$ 0,05 dengan nilai t-hitung sebesar 3,194596 ke arah negatif $>$ nilai t-tabel sebesar 1,979439 sehingga variabel pertumbuhan disimpulkan memiliki pengaruh negatif terhadap pengungkapan emisi karbon. Maka pada hipotesis ketiga bagian (b) dapat diterima.

5. Pengaruh *Leverage* Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon

Hasil pengujian memperoleh nilai probabilitas dari *leverage* sebesar $0,0000 < 0,05$ dengan nilai t-hitung sebesar 6,732249 ke arah negatif $>$ nilai t-tabel sebesar 1,979439. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap pengungkapan emisi karbon sehingga pada hipotesis ketiga bagian (c) dapat diterima.

Uji F

Tabel 14. Hasil Uji F

R-squared	0,861688
Adjusted R-squared	0,778701
S.E. of regression	2,072847
Sum squared resid	343,7354
Log likelihood	-246,2569
F-statistic	10,38342
Prob(F-statistic)	0,000000

Sumber: Data diolah peneliti (2021)

Kelayakan model regresi dalam suatu penelitian ditunjukkan melalui uji F. Hasil uji F pada Tabel 14, memperoleh nilai probabilitas *F-statistic* sebesar $0,0000 < 0,05$. Maka model regresi pada penelitian dinyatakan layak digunakan sehingga eksposur media, kinerja PROPER dan karakteristik perusahaan yang terdiri dari umur perusahaan, pertumbuhan dan *leverage* serta profitabilitas sebagai kendali memiliki pengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon secara simultan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pada uji koefisien determinasi mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Untuk menguji koefisien determinasi dapat dilihat melalui nilai *Adjusted R-Square* pada Tabel 14. Hasil pengujian menyajikan nilai *Adjusted R-Square* sebesar 0,7787 sehingga disimpulkan bahwa eksposur media, kinerja PROPER dan karakteristik perusahaan yang terdiri dari umur perusahaan, pertumbuhan, dan *leverage* sebagai variabel independen dapat menjelaskan pengungkapan emisi karbon sebagai variabel dependen sebesar 77,87% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.

Pengaruh Eksposur Media Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon

Tingginya aktivitas pengguna media menimbulkan keputusan perusahaan untuk mengoptimalkan pemanfaatan media sebagai *platform* penyaji informasi terkait pengungkapan emisi karbon terhadap khalayak publik. Eksposur yang dilakukan atas kesadaran perusahaan cenderung menerima sedikitnya tuntutan *stakeholder* meski menimbulkan sorotan lebih oleh publik sehingga tidak ada paksaan bagi perusahaan untuk menyajikan atau mengungkapkan informasi. Namun eksposur juga dilihat sebagai kewajiban perusahaan terkait transparansi kinerja serta langkah dalam menjamin legitimasinya.

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa eksposur media memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan emisi karbon dan membuktikan rendahnya eksposur perusahaan melalui media mendorong luasnya pengungkapan yang dilakukan. Item atau indikator pengungkapan dianggap lebih memenuhi sajian informasi sehingga *stakeholder* hanya mementingkan pengungkapan dan membuat perusahaan enggan menyajikan kembali informasinya dalam bentuk eksposur melalui media sehingga tingkat eksposur yang dilakukan perusahaan menjadi lebih rendah namun luas pengungkapan semakin meningkat. Tingginya akses dan aktivitas pengguna internet juga dilihat sebagai peluang dalam mengenalkan produk dan membangun relasi antara perusahaan, *stakeholder* serta konsumennya dengan tujuan meningkatkan daya jual yang jauh lebih menguntungkan bagi perusahaan, sedangkan penggunaan media untuk mengekspos aktivitas lingkungan perusahaan akan mendatangkan *feedback* negatif dari *stakeholder* bila dalam eksposur diketahui bahwa pengelolaan lingkungan tidak optimal sehingga menjadi risiko bagi perusahaan sehingga penyajian informasi melalui media seiring waktu dilakukan secara tidak berkelanjutan, membuat informasi yang tersaji menjadi terbatas. Maka rendahnya tingkat eksposur media mempengaruhi luas pengungkapan yang dilakukan perusahaan dalam mengungkapkan informasi emisi karbon. Hasil penelitian tersebut tidak membuktikan hipotesis yang diajukan sehingga hipotesis satu tidak dapat diterima. Hasil yang berlawanan ini, tidak selaras dengan penelitian Jannah

& Muid (2014), Majid & Ghazali (2015), dan Nurdiawansyah et al. (2018) yang mendapati bahwa melalui eksposur media, perusahaan akan termotivasi dalam memperluas pengungkapan, sebab eksposur media berperan dalam menekan perusahaan untuk memenuhi tanggung jawab atas pengungkapannya (Nurdiawansyah et al., 2018). Selain itu, hasil penelitian juga tidak sejalan dengan

penelitian (Berthelot & Robert (2011) Cahya (2016) Pratiwi & Sari (2016) dan Probosari & Kawedar (2019) yang menegaskan tindakan perusahaan dalam melakukan eksposur tidak akan mempengaruhi pengungkapan karena adanya faktor fundamental lain dan risiko yang menjadi fokus utama perusahaan.

Pengaruh Kinerja PROPER Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon

Partisipasi pada PROPER menandakan bahwa perusahaan berusaha meningkatkan kualitas lingkungan sesuai dengan peraturan lingkungan hidup serta prinsip ekonomi hijau yang dicanangkan oleh pemerintah. Program PROPER dilakukan untuk mengukur ketaatan dan tindakan yang diambil perusahaan dalam mengelola lingkungan, yang penilaiannya menunjukkan pencapaian kinerja lingkungan dari berbagai segi kelingkungan sehingga PROPER dianggap sebagai isyarat perusahaan dalam meningkatkan kinerja lingkungannya (Ulfa & Ermaya, 2019).

Berdasarkan analisis yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa kinerja PROPER tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan emisi karbon sehingga hipotesis kedua pada penelitian ini tidak diterima. Pencapaian perusahaan terhadap PROPER yang dianggap mewakili kinerja lingkungannya, tidak dapat mempengaruhi pengungkapan emisi karbon yang dilakukan. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Akhiroh & Kiswanto (2016), Amaliyah & Solikhah (2019), Apriliana et al. (2019), Cahya (2016), Majid & Ghazali, (2015), Priyambada & Purwanto (2015), Selviana (2019), dan Ulfa & Ermaya (2019). Peringkat PROPER secara tidak langsung menggambarkan komitmen perusahaan terhadap permasalahan lingkungan (Ulfa & Ermaya, 2019), sehingga semakin tinggi pencapaian perusahaan atas PROPER membuat perusahaan merasa tidak mempunyai kewajiban dalam melakukan pengungkapan kembali sebab menganggap telah memiliki kinerja lingkungan yang baik (Majid & Ghazali, 2015), serta strategi penurunan emisi yang telah tercapai (Selviana, 2019). Tingkat kinerja PROPER juga dianggap mewakili komitmen perusahaan dalam mengatasi permasalahan perubahan iklim dan emisi gas rumah kaca sehingga mengurangi dorongan bagi perusahaan untuk melakukan pengungkapan emisi karbon (Akhiroh & Kiswanto, 2016). Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Dawkins & Fraas (2011), Giannarakis et al., (2017), Prafitri & Zulaikha (2016), Probosari & Kawedar (2019) dan Saptiwi (2019) yang mendapati pengaruh kinerja lingkungan yang positif terhadap pengungkapan emisi karbon sebab adanya kecenderungan bagi perusahaan untuk meningkatkan luas pengungkapan sehingga legitimasi perusahaan tetap terjamin. Selain itu, hasil penelitian juga tidak sejalan dengan penelitian Jannah & Muid (2014) dan Liao et al. (2015) yang menegaskan bahwa partisipasi perusahaan pada program PROPER dapat membagi fokus perusahaan terhadap pengungkapannya sehingga menyebabkan informasi emisi karbon yang diungkapkan cenderung memiliki luas pengungkapan yang rendah.

Pengaruh Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon

Perusahaan dengan usia lebih lama memiliki strategi dan tujuan yang kuat dalam mempertahankan kegiatan operasinya. Lama perusahaan dapat beroperasi menumbuhkan kesadaran tinggi terhadap isu-isu yang berpotensi mempengaruhi kinerja dan keberlangsungan perusahaan dimasa yang akan datang sehingga perusahaan akan bertindak untuk mengatasi isu tersebut agar aktivitasnya tetap terlegitimasi.

Analisis yang dilakukan memperoleh hasil bahwa umur perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan emisi karbon. Lamanya umur perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan cukup berpengalaman dalam memenuhi kebutuhan *stakeholder* salah satunya melalui pengungkapan sehingga perusahaan akan berusaha meningkatkan cakupan pengungkapan. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Akhiroh & Kiswanto (2016), dan Borghei-Ghomi & Leung, (2013). Perusahaan dengan umur lebih lama mampu mengelola sumber daya untuk menyelesaikan masalah lingkungan dibandingkan perusahaan dengan umur lebih muda yang cenderung memperhatikan masalah mendesak lain. Perusahaan telah memanfaatkan waktunya untuk membangun hubungan relasi yang luas dengan *stakeholder* sehingga *stakeholder* dapat seringkali membantu memberi tanggapan hingga strategi yang tepat dalam melakukan pengungkapan sehingga dalam hal ini,

perusahaan telah mampu mempertahankan legitimasinya. Penelitian Akhiroh & Kiswanto (2016) juga mengindikasikan bahwa semakin lama umur perusahaan akan semakin tinggi pengungkapan emisi karbon yang dilakukan. Maka berdasarkan hasil penelitian membuktikan bahwa hipotesis ketiga bagian (a) dapat diterima. Namun hasil penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian Chithambo & Tauringana (2014) dan Dwinanda & Kawedar (2019) yang menegaskan tidak adanya pengaruh antara umur perusahaan dengan pengungkapan emisi karbon. Lamanya umur perusahaan tidak membuat kesadaran perusahaan terhadap pengungkapan meningkat sebab pemangku kepentingan akan terus mengalami pergantian sesuai dengan periode jabatan yang telah ditentukan.

Pengaruh Pertumbuhan Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon

Kemampuan perusahaan untuk meningkatkan kinerjanya dari tahun ke tahun mendorong perusahaan pada kondisi pertumbuhan. Perusahaan akan bertindak lebih konservatif dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki sehingga kinerja perusahaan pada masa berikutnya dapat mengalami peningkatan kembali.

Berdasarkan analisis diperoleh hasil bahwa pertumbuhan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan emisi karbon. Tingginya pertumbuhan yang dialami perusahaan mempengaruhi rendahnya pengungkapan emisi karbon yang dilakukan sehingga disimpulkan bahwa hipotesis ketiga bagian (b) dapat diterima. Hasil penelitian selaras dengan penelitian Luo et al. (2013). Kondisi pertumbuhan membuat perusahaan mengoptimalkan penggunaan sumber daya pada pengembangan dan peningkatan operasional namun disisi lain perusahaan perlu memperhatikan dampak lingkungan yang diakibatkan oleh aktivitas operasionalnya. Kedua hal tersebut merupakan bagian dari tuntutan *stakeholder* sekaligus menunjang peningkatan kinerja perusahaan dimasa yang akan datang dan sebagai upaya menjamin legitimasi. Maka hal ini memunculkan arah yang berlawanan atau kontra antara pertumbuhan dan pengungkapan emisi karbon sebab untuk melakukan pengungkapan membutuhkan biaya yang tidak sedikit maka perusahaan perlu mengelola sumber dayanya dengan cerdas dan tepat sehingga dapat memenuhi pengungkapannya. Luo et al. (2013) menegaskan bahwa pertumbuhan membuka peluang perusahaan untuk meningkatkan legitimasi *stakeholder* bila perusahaan mampu mengoptimalkan sumber dayanya untuk mencapai tujuan perusahaan sehingga menekan luas pengungkapan menjadi lebih sedikit. Namun hasil penelitian Dwinanda & Kawedar (2019) dan Irwhantoko & Basuki (2016) mendapati kondisi pertumbuhan pada perusahaan membuat sumber daya teroptimalkan pada pengembangan kinerja kearah finansial saja dan menyebabkan aktivitas diluar bisnis utama perusahaan seperti pengelolaan lingkungan akan terabaikan sehingga penelitian tersebut tidak sejalan dengan hasil penelitian.

Pengaruh *Leverage* Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon

Menurut teori legitimasi, *leverage* akan mempengaruhi dukungan *stakeholder* terhadap perusahaan. Tingkat *leverage* cenderung berkaitan dengan risiko, diantaranya risiko untuk menghadapi kesulitan keuangan serta kebangkrutan sehingga *stakeholder* akan mempertimbangkan legitimasinya terhadap perusahaan. Maka perusahaan berupaya membedakan diri melalui penyajian pengungkapan dengan mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya atau mengeleminasi pengeluaran yang tidak berkaitan dengan bisnis utama. Hal tersebut tentu bertujuan untuk mempertahankan legitimasi *stakeholder* pada aktivitas perusahaan.

Pada penelitian ini, hasil analisis mendapati *leverage* memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan emisi karbon sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga bagian (c) dapat diterima. Tingginya tingkat *leverage* mempengaruhi rendahnya luas pengungkapan emisi karbon yang dilakukan perusahaan. Hasil penelitian selaras dengan penelitian Faisal et al. (2018), Irwhantoko & Basuki (2016), Koeswandini & Kusumadewi, (2019), Majid & Ghozali (2015), Prafitri & Zulaikha (2016) dan Selviana (2019). Hal ini dapat disebabkan oleh kehati-hatian perusahaan dalam melakukan pengungkapan sebab adanya peningkatan biaya operasional bagi perusahaan (Prafitri & Zulaikha, 2016; Selviana, 2019). Bertambahnya biaya operasional memperburuk beban keuangan perusahaan karena fokus perusahaan cenderung kepada pemanfaatan sumber dayanya untuk meningkatkan produktivitas usaha dan melunasi kewajiban. Tingginya tingkat *leverage*

membuat perusahaan menerapkan strategi pasif yang tidak terlalu menarik perhatian *stakeholder* sehingga terdapat kecenderungan bagi perusahaan untuk mengurangi pengungkapan terkait lingkungan yang mungkin dapat memperkeruh kondisi legitimasi perusahaan (Majid & Ghozali, 2015). Namun dilain sisi perusahaan berupaya meningkatkan kredibilitasnya serta tanggung jawab transparansi kepada *stakeholder* dengan mengungkapkan informasi relevan terkait lingkungan sekaligus bertujuan meningkatkan kepercayaan *stakeholder* sehingga legitimasi terjamin. Maka tingginya tingkat *leverage* membuat perusahaan memiliki keterbatasan secara finansial sehingga pengungkapan yang dilakukan tidak begitu luas. Namun penelitian Akbas & Canikli (2019), Jannah & Muid (2014), Nurdiawansyah et al. (2018), Pratiwi (2017), Priyambada & Purwanto (2015), Rodríguez-Domínguez et al. (2014), Salbiah & Mukhibad (2018), dan Saptiwi (2019) memiliki hasil yang berbeda. Penelitian tersebut menegaskan bahwa tinggi rendahnya *leverage* tidak mempengaruhi keputusan perusahaan dalam melakukan pengungkapan sehingga penelitian tersebut tidak sejalan dengan hasil penelitian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pengujian, hasil penelitian ini dapat memberi kesimpulan bahwa umur perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan emisi karbon sedangkan eksposur media, pertumbuhan dan *leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap pengungkapan emisi karbon namun kinerja PROPER tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon. Rendahnya tuntutan terhadap perusahaan menyebabkan rendahnya keinginan perusahaan melakukan eksposur sehingga perusahaan hanya memfokuskan pada pengungkapannya saja. Sedangkan tingkat pertumbuhan perusahaan yang tinggi, mendorong pengoptimalan pemanfaatan sumber daya perusahaan terhadap peningkatan kinerja dan tingkat *leverage* yang tinggi, akan membatasi perusahaan secara finansial sehingga kedua hal tersebut menyebabkan rendahnya pengungkapan yang dilakukan. Namun perusahaan yang telah beroperasi lama cenderung memiliki kesadaran tinggi terhadap isu lingkungan maka perusahaan akan berupaya memenuhi kebutuhan informasi *stakeholder* sehingga cakupan pengungkapan akan semakin luas. Berbeda dengan perusahaan yang telah berpartisipasi pada program PROPER. Partisipasi tersebut memunculkan rasa enggan bagi perusahaan untuk melakukan pengungkapan kembali sebab capaian penilaian PROPER dianggap telah mewakili upaya perusahaan meningkatkan kinerja lingkungannya dan untuk melakukan pengungkapan, juga tidak dipengaruhi oleh tinggi rendahnya profit yang dimiliki oleh perusahaan. Namun berdasarkan hal tersebut, hasil analisis eksposur media tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan maka hipotesis tidak dapat diterima sehingga hanya hipotesis ketiga bagian (a), (b) dan (c) yang dinyatakan dapat diterima.

Saran

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan jenis pengukuran lain untuk mengukur pengungkapan emisi karbon yang mungkin jauh lebih efektif seperti pengukuran melalui GRI (*Global Reporting Index*), CDLI (*Carbon Disclosure Leadership Index*) dan lainnya.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan jenis pengukuran lain untuk mengukur eksposur yang dilakukan perusahaan terkait aktivitas lingkungannya seperti pengukuran melalui Janis-Fadner *Coefficient* sehingga peneliti dapat mengkategorikan eksposur yang memberikan dampak positif atau negatif terhadap legitimasi perusahaan.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan jenis pengukuran lain untuk mengukur kinerja lingkungan seperti berdasarkan penerapan perusahaan terhadap ISO 14001, GRI (*Global Reporting Index*) 300, ataupun analisis mengenai dampak lingkungan (AMDAL) pada sistem pengelolaan dan mitigasi lingkungannya.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk menggunakan populasi yang dapat menggambarkan populasi non keuangan secara menyeluruh, dengan menetapkan kriteria yang mencakup

perusahaan dari
 tiap sektornya sehingga perusahaan tersebut dapat mewakili kondisi perusahaan sesuai sektornya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbas, H. E., & Canikli, S. (2019). Determinants of Voluntary Greenhouse Gas Emission Disclosure : An Empirical Investigation on Turkish Firms. *Sustainability*, 11(107). <https://doi.org/10.3390/su11010107>
- Akhiroh, T., & Kiswanto. (2016). The Determinant Of Carbon Emission Disclosures. *Accounting Analysis Journal*, 5(4), 326–336. <https://doi.org/10.15294/aaaj.v5i4.11182>
- Amaliyah, I., & Solikhah, B. (2019). Pengaruh Kinerja Karbon, Karakteristik Perusahaan Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon. *Pengaruh Kinerja Karbon, Karakteristik Perusahaan Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon*, 2(2), 129–141.
- Apriliana, E., Ermaya, H. N. L., & Septyan, K. S. (2019). Pengaruh Tipe Industri, Kinerja Lingkungan, Dan Profitabilitas Terhadap Carbon Emission Disclosure. *Widyakala Journal*, 6(1), 84. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v6i1.149>
- Bae Choi, B., Lee, D., & Psaros, J. (2013). An analysis of Australian company carbon emission disclosures. *Pacific Accounting Review*, 25(1), 58–79. <https://doi.org/10.1108/01140581311318968>
- Baldarelli, M., Baldo, M. Del, & Nesheva_Kiosseva, N. (2017). *Environmental Accounting and Reporting*.
- BAPPENAS. (2019). *Low Carbon Development : A Paradigm Shift Towards a Green Economy in Indonesia*. <https://www.bappenas.go.id/id/berita-dan-siaran-pers/pembangunan-rendah-karbon-pergeseranparadigma-menuju-ekonomi-hijau-di-indonesia/>
- Berthelot, S., & Robert, A.-M. (2011). Climate Change Disclosures: An Examination of Canadian Oil and Gas Firms. *Issues In Social And Environmental Accounting*, 5(2), 106. <https://doi.org/10.22164/isea.v5i2.61>
- Borghei-Ghomi, Z., & Leung, P. (2013). An Empirical Analysis of the Determinants of Greenhouse Gas Voluntary Disclosure in Australia. *Accounting and Finance Research*, 2(1), 110–127. <https://doi.org/10.5430/afr.v2n1p110>
- Cahaya, B. T. (2016). Carbon Emission Disclosure: Ditinjau Dari Media Exposure, Kinerja Lingkungan Dan Karakteristik Perusahaan Go Public Berbasis Syariah Di Indonesia. *NIZHAM*, 05(02).
- Chithambo, L., & Tauringana, V. (2014). Company Specific Determinants of Greenhouse Gases Disclosures. *Journal of Applied Accounting Research*, 15(3), 323–338. <https://doi.org/10.1108/JAAR-11-2013-0087>
- Ciriyani, N., & Putra, I. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Umur Perusahaan Pada Pengungkapan Informasi Lingkungan. *E-Jurnal Akuntansi*, 17(3), 2091–2119.
- Clarkson, P. M., Overell, M. B., & Chapple, L. (2011). Environmental Reporting and its Relation to

- Corporate Environmental Performance. *Abacus*, 47(1), 27–60. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6281.2011.00330.x>
- Dawkins, C., & Fraas, J. W. (2011). Coming Clean : The Impact of Environmental Performance and Visibility on Corporate Climate Change Disclosure. *Journal of Business Ethics*, 100, 303–322. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0681-0>
- Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). Organizational legitimacy: Social values and organizational behavior. *Sociological Perspectives*, 18(1), 122–136. <https://doi.org/10.2307/1388226>
- Dwinanda, I. M., & Kawedar, W. (2019). Pengaruh Belanja Modal, Umur Perusahaan, Pertumbuhan, Dan Rasio Utang Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon Dan Reaksi Saham. *Diponegoro Journal of Accounting*, 8(4), 1–12.
- Faisal, Andiningtyas, E. D., Achmad, T., Haryanto, H., & Meiranto, W. (2018). The content and determinants of greenhouse gas emission disclosure: Evidence from Indonesian companies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(6), 1397–1406. <https://doi.org/10.1002/csr.1660>
- Giannarakis, G., Konteos, G., Sariannidis, N., & Chaitidis, G. (2017). The Relation Between Voluntary Carbon Disclosure And Environmental Performance: The Case of S&P 500. *International Journal of Law and Management*, 59(6), 784–803. <https://doi.org/10.1108/IJLMA-05-2016-0049>
- Gray, R., & Bebbington, J. (2001). *Accounting for the Environment* (2nd ed.). Sage Publications.
- Hadi, N. (2009). Social Responsibility : Kajian Theoretical Framework, dan Perannya Dalam Riset Dibidang Akuntansi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(8), 88–109.
- Harahap, M. E. (2014). *Teori-Teori Tentang Corporate Social Responsibility*. Blogspot. <http://muchtareffendiharahap.blogspot.com/2014/02/teori-teori-tentang-csr-coorporate.html>
- Harahap, S. S. (2013). *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan* (11th ed.). Rajawali Pers.
- Indraswari, I. G. A. L., & Mimba, N. P. S. H. (2015). Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Kapitalisasi Pasar dan Kepemilikan Saham Publik Pada Tingkat Pengungkapan CSR. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 20(2), 1219–1248.
- Irwhantoko, & Basuki. (2016). Carbon Emission Disclosure: Studi pada Perusahaan Manufaktur Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 18(2), 92–104. <https://doi.org/10.9744/jak.18.2.92-104>
- Jannah, R., & Muid, D. (2014). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Carbon Emission Disclosure Pada Perusahaan Di Indonesia (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012)*. 3(2), 1000–1010.
- Jayani, D. H. (2020). *10 Media Sosial Yang Paling Sering Digunakan Di Indonesia*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/10-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia>
- Juniartha, I. M., & Dewi, R. R. (2017). Pengaruh Proporsi komisaris Independen, Kinerja Lingkungan, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Pengungkapan Lingkungan. *Jurnal*

4(2), 117–140.

Kasmir. (2012). *Analisis Laporan Keuangan*. PT Raja Grafindo Persada.

Strategi Implementasi NDC, (2017).

Kieso, D. E., Weygandt, J. J., & Warfield, T. D. (2014). *Intermediate Accounting* (2nd ed.). John Wiley & Sons.

Koeswandini, I. T., & Kusumadewi, R. K. A. (2019). Pengaruh Tipe Industri, Visibilitas Perusahaan, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon (Studi Empiris Pada Perusahaan Non Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017). *Diponegoro Journal of Accounting*, 8(2), 1–10.

KPMG. (2017). The road ahead: KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting. In *Nature Nanotechnology* (Vol. 8, Issue 11). <https://doi.org/10.1038/nnano.2013.238>

Liao, L., Luo, L., & Tang, Q. (2015). Gender diversity, board independence, environmental committee and greenhouse gas disclosure. *British Accounting Review*, 47(4), 409–424. <https://doi.org/10.1016/j.bar.2014.01.002>

Long, X., Naminse, E. Y., Du, J., & Zhuang, J. (2015). Nonrenewable energy, renewable energy, carbon dioxide emissions and economic growth in China from 1952 to 2012. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 52(September 2017), 680–688. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2015.07.176>

Luo,le, Tang, Q., & Lan, Y. C. (2013). Comparison of propensity for carbon disclosure between developing and developed countries: A resource constraint perspective. *Accounting Research Journal*, 26(1), 6–34. <https://doi.org/10.1108/ARJ-04-2012-0024>

Majid, R. A., & Ghozali, I. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perusahaan Di Indonesia. *Diponegoro Journal of Accounting*, 4(4), 1–11.

Mousa, et. al., G. A. (2015). Legitimacy Theory and Environmental Practices: Short Notes. *International Journal of Business and Statistical Analysis*, 2(1), 41–53. <https://doi.org/10.12785/ijbsa/020104>

Nurdiawansyah, Lindianasari, & Komalasari, A. (2018). Carbon Emission Issues in Indonesia. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 7(3), 20–33.

Perwitasari, N. H. (2020). *BMKG: Gas Rumah Kaca Salah Satu Penyebab Cuaca Ekstrem*. Tirto.Id. <https://tirto.id/bmkg-gas-rumah-kaca-salah-satu-penyebab-cuaca-ekstrem-etfj>

Prafitri, A., & Zulaikha. (2016). Analisis Pengungkapan Emisi Gas Rumah Kaca. *Jurnal Akuntansi Dan Auditing*, 13(2), 155. <https://doi.org/10.14710/jaa.v13i2.13870>

Pratiwi, D. N. (2017). Pengaruh Stakeholder Terhadap Carbon Emission Disclosure. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 2(01), 288–300.

Pratiwi, D. N. (2018). Implementasi Carbon Emission Disclosure di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 2007, 101. <https://doi.org/10.24843/JIAB.2018.v13.i02.p04>

- Pratiwi, P. C., & Sari, V. F. (2016). Pengaruh Tipe Industri , Media Exposure dan Profitabilitas terhadap Carbon Emission Disclosure. *Jurnal WRA*, 4(2), 829–844.
- Priyambada, R., & Purwanto, A. (2015). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Emisi Karbon Di Indonesia (Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010 -2013). *Diponegoro Journal of Accounting*, 4(2), 836–848.
- Probosari, D. C., & Kawedar, W. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Carbon Emission Disclosure Dan Reaksi Saham. *Diponegoro Journal of Accounting*, 8(3), 1–15.
- Rodríguez-Domínguez, L., Prado-Lorenzo, J.-M., Gallego-Álvarez, I., & Sánchez, I. M. G. (2014). Factors influencing the disclosure of greenhouse gas emissions in companies world-wide. *Management Decision*, 47(7), 1133–1157. <https://doi.org/10.1108/00251740910978340>
- Salbiah, & Mukhibad, H. (2018). Carbon Emission Disclosure and Profitability – Evidence from Manufacture Companies in Indonesia. *KnE Social Sciences*, 3(10), 53–67. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i10.3118>
- Saptiwi, N. W. T. (2019). Pengungkapan Emisi Karbon: Menguji Peranan Tipe Industri, Kinerja Lingkungan, Karakteristik Perusahaan dan Komite Audit. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 17(2), 1–9. <https://doi.org/10.1037//0033-2909.126.1.78>
- Sari, C. W., Ketut, I. G., & Ulupui, A. (2014). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Kinerja Lingkungan Berbasis PROPER Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 9(1), 28–41.
- Selviana, D. R. (2019). Pengaruh Kinerja Karbon, Karakteristik Perusahaan Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon. *Diponegoro Journal of Accounting*, 8(2017), 1–10.
- Ulfa, F. N. A., & Ermaya, H. N. L. (2019). Effect Of Exposure Media, Environmental Performance And Industrial Type On Carbon Emission Disclosure. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Universitas Pamulang*, 7(2), 149–158.