

## PENGARUH *MEDIA EXPOSURE*, PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP *CARBON EMISSION DISCLOSURE*

Nadia Ajeng Saputri  
nadiaajeng15@gmail.com  
Fidiana

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

### ABSTRACT

*This research aimed to examine the effect of media exposure, profitability, and firm size on carbon emission disclosure. The media exposure was measured by giving score items on the dichotomy disclosure scale, profitability was measured by Return On Assets (ROA), and firm size was measured by Logarithm Natural on Total Assets. While carbon emission disclosure was measured by Carbon Emission Disclosure Checklist by giving score items on the dichotomy disclosure scale. The research was quantitative. The population was manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). Moreover, the data collection technique used purposive sampling with 26 companies as the sample. The data were secondary and taken for 3 years (2019-2021). In total, there were 78 data samples. Furthermore, the data were in the form of financial statements, annual reports, and sustainability reports. The data analysis technique used multiple linear regression with SPSS 26. The result showed that media exposure had a positive effect on carbon emission disclosure. However, both profitability and firm size did not affect carbon emission disclosure.*

*Keywords: media exposure, profitability, firm size, carbon emission disclosure*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *media exposure*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap *carbon emission disclosure*. Perhitungan *media exposure* diukur dengan memberikan skor pada setiap *item* pengungkapan dengan skala dikotomi, profitabilitas diukur dengan *Return on Assets* (ROA), ukuran perusahaan diukur menggunakan Logaritma Natural dari total aset. Sedangkan *carbon emission disclosure* diukur menggunakan *Carbon Emission Disclosure Checklist* dengan memberikan skor pada setiap *item* pengungkapan dengan skala dikotomi. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Proses pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditentukan. Berdasarkan metode *purposive sampling*, sampel yang dapat digunakan adalah sebanyak 26 perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur. Data penelitian ini diambil dengan menggunakan periode 3 tahun, yaitu tahun 2019-2021, sehingga dapat diperoleh 78 data yang dapat diolah. Penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu laporan keuangan, *annual report* dan *sustainability report*. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *media exposure* berpengaruh positif terhadap *carbon emission disclosure*. Sedangkan profitabilitas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *carbon emission disclosure*.

*Kata Kunci: media exposure, profitabilitas, ukuran perusahaan, carbon emission disclosure*

### PENDAHULUAN

Menurut *Intergovernmental Panel on Climate Change* (IPCC), emisi gas rumah kaca, terutama emisi karbon sebagian besar menjadi penyebab dari pemanasan global (Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi, 2013). Efek rumah kaca dan emisi karbon banyak disebabkan oleh aktivitas manusia, baik berasal dari kegiatan sehari-hari maupun kegiatan ekonomi. Pemborosan energi merupakan penyebab utama kenaikan emisi gas rumah kaca.

Kementerian energi dan sumber daya mineral (2013) menyatakan bahwa emisi banyak dihasilkan dari industri, dimana sektor industri menggunakan 70% energi fosil dari total energi yang dikonsumsi. Industri tambang seperti migas, batubara, dan sejenisnya merupakan penyumbang emisi terbesar di negara berkembang termasuk di Indonesia. Dampak perubahan iklim yang terjadi di Indonesia meliputi kenaikan suhu permukaan, kenaikan suhu dan tinggi muka laut, perubahan cuaca hujan, peningkatan kejadian iklim serta cuaca ekstrim (Bappenas, 2013).

Menurut Pujiati (2018) *carbon emission disclosure* adalah bagian dari *Corporate Social Responsibility (CSR)* suatu perusahaan yang disajikan pada *annual report* atau *sustainability report*. Pengungkapan emisi karbon adalah penjabaran terkait upaya perusahaan dalam mengurangi emisi karbon, seperti biaya lingkungan yang dikeluarkan, perhitungan energi yang dikeluarkan serta peraturan perusahaan terkait penggunaan energi.

PP No 61 tahun 2011 pasal 4 menjelaskan bahwa pelaku (perusahaan) juga ikut andil dalam upaya penurunan emisi gas rumah kaca (termasuk emisi karbon). Perusahaan yang dianggap sebagai pelaku usaha, dapat berkontribusi dalam penurunan emisi gas rumah kaca dengan cara melakukan pengungkapan emisi karbon. Selain itu, pengungkapan emisi karbon juga dapat meningkatkan legitimasi dimata masyarakat karena perusahaan dianggap telah bertanggungjawab atas lingkungan (Pratiwi, 2018). Upaya pengurangan emisi gas rumah kaca (termasuk emisi karbon) yang dilakukan oleh perusahaan sebagai pelaku usaha dapat diketahui pada saat pengungkapan emisi karbon (*Carbon Emission Disclosure*). Sementara, pada saat ini praktik pengungkapan emisi karbon di Indonesia masih bersifat *voluntary disclosure* atau pengungkapan secara sukarela. Namun, perusahaan yang dianggap sebagai pelaku usaha semestinya telah menaruh perhatian lebih terhadap pengungkapan emisi karbon ini, mengingat beberapa tahun terakhir kondisi lingkungan di Indonesia semakin memburuk, ditambah pula adanya tuntutan luas dari berbagai lapisan masyarakat terkait terbentuknya kondisi lingkungan yang layak huni.

Perusahaan yang melakukan pengungkapan emisi karbon akan mendapatkan keuntungan seperti: mendapatkan legitimasi dari para pemangku kepentingan (*stakeholder*), menghindari ancaman-ancaman yang merugikan terutama bagi beberapa perusahaan yang menghasilkan gas rumah kaca seperti pengurangan permintaan (*reduced demand*), risiko reputasi (*reputational risk*), dan proses hukum (*legal proceedings*) (Loru, 2020). Perusahaan yang melakukan pengungkapan emisi karbon juga dapat memudahkan para pemangku kepentingan atau *stakeholder* dalam pembuatan suatu keputusan tentang keadaan kinerja emisi karbon perusahaan dan bisa lebih menekan perusahaan untuk ikut berkontribusi dalam upaya pengurangan emisi karbon (Pratiwi, 2018). Hal ini juga tercantum pada UU No. 32 tahun 2009, bahwa perusahaan harus lebih aktif dalam melaporkan informasi dan pengungkapan emisi karbon.

Peneliti tertarik meneliti tentang pengungkapan emisi karbon karena isu ini merupakan konsep baru dan di Indonesia masih sedikit dilakukan penelitian. Peneliti juga berpendapat jika pengungkapan emisi karbon sangat berperan penting, karena apabila korporasi melakukan pengungkapan maka akan meningkatkan kepercayaan stakeholder maupun masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor yang mempengaruhi *carbon emission disclosure* di Indonesia. Penelitian ini dilakukan berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Jannah dan Muid (2014), Suhardi (2015), Pratiwi (2016), Fatkhudin (2017), Pratiwi (2018), Ardini (2019), Firdausa *et al.* (2022) dan Setiawan *et al.* (2022).

Faktor pertama yang digunakan adalah *media exposure*. Media mempunyai peran penting dalam pergerakan mobilisasi sosial, misalnya kelompok yang tertarik pada suatu lingkungan. Media pun berperan penting dalam menyampaikan suatu informasi kepada masyarakat. Informasi terkait aktivitas perusahaan juga termasuk dalam informasi yang dapat disampaikan kepada masyarakat. Perusahaan perlu mewaspadaai media yang mengawasi kegiatannya, karena hal tersebut berkaitan dengan nilai dan reputasi perusahaan itu sendiri.

Semakin media tersebut aktif dalam melakukan pengawasan terhadap lingkungan perusahaan, maka perusahaan pula akan semakin terdorong untuk melakukan pengungkapan terkait aktivitas perusahaan yang terkait dengan pengungkapan emisi karbon (Jannah dan Muid, 2014).

Faktor kedua yaitu profitabilitas. Profitabilitas adalah ukuran kinerja keuangan yang dapat dijadikan pertimbangan saat melakukan *carbon emission disclosure*. Menurut Lestari dan Fidiana (2015) calon investor dalam pengambilan keputusan investasi akan mempertimbangkan profitabilitas yang dicapai pada oleh perusahaan disamping kinerja dan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan

Tingkat rasio profitabilitas menunjukkan bahwa efisiensi perusahaan dalam menjalankan operasinya dapat mengindikasikan jikalau perusahaan memiliki kemampuan yang besar dalam menghasilkan laba. Perusahaan dengan kondisi keuangan yang baik mempunyai kemungkinan yang lebih besar dalam melakukan pengungkapan informasi lingkungan (Jannah dan Muid, 2014).

Dalam penelitian ini profitabilitas diproksikan dengan menggunakan *Return on Assets* (ROA), karena ROA dapat digunakan untuk menggambarkan karakteristik dari teknis dan terkait dengan efisiensi perusahaan. Semakin tinggi nilai ROA dapat mengindikasikan bahwa kinerja keuangan dari perusahaan tersebut semakin baik. Semakin baik kinerja keuangan suatu perusahaan, maka perusahaan tersebut mempunyai kemampuan secara finansial untuk mencantumkan strategi pengurangan emisi karbon ke dalam strategi bisnis yang dibuat oleh perusahaan tersebut (Lorenzo, et al 2009).

Faktor terakhir yang akan diteliti adalah ukuran perusahaan. Faktor ini digunakan dengan alasan bahwa semakin besar perusahaan maka akan lebih terlihat oleh pembuat kebijakan, media, organisasi non pemerintah, dan masyarakat sehingga tekanan yang didapat akan lebih besar daripada perusahaan kecil (Luo, et al., 2013). Perusahaan besar memiliki tekanan yang lebih besar dari masalah lingkungan sehingga mereka cenderung untuk meningkatkan respon terhadap lingkungan. Menurut Suhardi (2015) Semakin besar perusahaan maka aktivitas operasinya akan semakin terlihat begitu juga dengan kontribusi terhadap lingkungan sekitar maka akan sangat mudah bagi pihak-pihak tertentu baik bermotif politik maupun ekonomi untuk memberikan tekanan agar perusahaan lebih serius dalam memberikan perhatian masalah lingkungan.

Perusahaan besar lebih didorong untuk memberikan pengungkapan sukarela yang berkualitas untuk mendapatkan legitimasi. Perusahaan-perusahaan besar juga akan meningkatkan pengungkapan informasi perusahaan untuk membangun citra sosial yang baik sebagai bagian dari strategi bisnis mereka. Dengan beberapa alasan inilah, perusahaan besar diharapkan dapat memberikan lebih banyak pengungkapan emisi karbon secara sukarela.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah (1) Apakah *media exposure* berpengaruh terhadap *carbon emission disclosure*?, (2) Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap *carbon emission disclosure*?, (3) Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *carbon emission disclosure*?. Penelitian ini bertujuan: (1) Untuk mengetahui pengaruh *media exposure* terhadap *carbon emission disclosure*, (2) Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap *carbon emission disclosure*, (3) Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap *carbon emission disclosure*.

## TINJAUAN TEORITIS

### Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori legitimasi berfokus pada interaksi antar perusahaan dengan masyarakat. Dalam buku Ghazali dan Chariri (2007) teori legitimasi adalah “kontrak sosial” antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Teori ini menyatakan bahwa organisasi termasuk dalam bagian dari masyarakat, sehingga organisasi harus memperhatikan norma-norma yang berlaku di dalam masyarakat. Karena

dengan perusahaan memperhatikan hal tersebut, maka perusahaan akan terlihat semakin *legitimate* dimata masyarakat. Legitimasi dianggap penting bagi suatu perusahaan, karena legitimasi dari masyarakat terhadap suatu perusahaan dapat menjadi faktor yang strategis bagi perkembangan perusahaan tersebut untuk kedepannya (Irmawati, 2011). Teori ini secara eksplisit dapat dianggap bahwa ini adalah upaya perusahaan dalam mencari legalitas dari aktivitas yang telah dilakukannya, sedangkan secara implisit dapat dikatakan bahwa keinginan atau harapan dari masyarakat terhadap aktivitas perusahaan tetapi tidak secara tertulis dalam peraturan yang resmi.

*Legitimate* dapat dianggap penyamaan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas merupakan tindakan yang diinginkan, pantas atau sesuai dengan norma atau nilai kepercayaan. Legitimasi dianggap penting bagi perusahaan. Dengan adanya legitimasi, masyarakat sekitar akan mendukung perusahaan berupa partisipasi yang dilakukan masyarakat dan tidak dihambatnya perusahaan dalam beroperasi. Perusahaan akan cenderung bertindak sesuai keinginan masyarakat yaitu mampu bertanggung jawab terhadap lingkungan (Cahya, 2017).

### **Teori Pemangku Kepentingan (Stakeholder Theory)**

Teori *stakeholder* merupakan teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat pula kepada seluruh *stakeholder*. Beberapa diantaranya seperti pemegang saham, *supplier*, konsumen, kreditor, masyarakat, pemerintah, maupun pihak lainnya. Tujuan utama dari teori *stakeholder* adalah untuk membantu manajemen perusahaan dalam meningkatkan penciptaan nilai sebagai dampak dari berbagai aktivitas dan meminimalkan kerugian yang muncul bagi *stakeholder*. *Stakeholder* juga memiliki kemampuan untuk mengendalikan perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya termasuk dalam melakukan pengungkapan.

Berdasarkan asumsi teori *stakeholder*, maka perusahaan tidak bisa melepaskan diri dari lingkungan sosial. Tanggung jawab perusahaan tidak hanya terbatas untuk memaksimalkan laba dan kepentingan pemegang saham, namun juga harus memperhatikan masyarakat, pelanggan dan pemasok sebagai bagian operasi perusahaan itu sendiri. Untuk memenuhi tanggung jawab tersebut, perusahaan dapat melakukan pengungkapan kepedulian lingkungan. Teori *stakeholder* sangat mendasari dalam praktik yang berhubungan dengan lingkungan karena adanya hubungan antara perusahaan dengan *stakeholder*, dimana *stakeholder* berperan sangat penting bagi keberlangsungan perusahaan.

### **Carbon Emission Disclosure**

Menurut Ardini (2019) karbon merupakan salah satu jenis dari Gas Rumah Kaca. GRK terus meningkat seiring berjalannya waktu, pada tingkat global, regional, maupun nasional pada suatu negara maupun lokal dalam sebuah kawasan. Walaupun karbon banyak terkandung di alam semesta, karbon sangatlah berbahaya bagi keberlangsungan makhluk hidup. Penyumbang emisi terbesar adalah kegiatan operasional perusahaan. Dalam melaksanakan berbagai kegiatan operasional, perusahaan banyak menggunakan bahan bakar yang mengeluarkan emisi karbon. Sehingga perusahaan juga ikut berperan dalam meningkatkan pemanasan global maupun perubahan iklim di negaranya. Salah satu cara perusahaan untuk bertanggungjawab terhadap kegiatannya adalah dengan melakukan *carbon emission disclosure*. *Carbon emission disclosure* adalah pengungkapan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mengungkapkan atau mempertanggungjawabkan kegiatan yang dilakukannya terhadap lingkungan. Pada Protokol Kyoto, pengungkapan emisi rumah kaca di negara berkembang masih bersifat sukarela atau biasa disebut *voluntary*. Pengungkapan emisi karbon dapat diketahui dari *annual report* maupun *sustainability report*.

### **Media Exposure**

Perusahaan yang ingin mendapatkan kepercayaan dan legitimasi dari masyarakat harus mempunyai kapasitas untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan dan berkomunikasi dengan pemangku kepentingan secara efektif. Perusahaan dapat mengungkapkan aktivitas lingkungan melalui berbagai media (Ardini, 2019). Media internet (*web*) merupakan media yang sangat efektif dan efisien, dimana pengguna internet selalu meningkat. Selain itu dengan diungkapkannya melalui internet, masyarakat diharapkan mengetahui aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan. Pemberitaan media dapat mempengaruhi sikap publik terhadap perusahaan yang selanjutnya dapat mempengaruhi tindakan dari para *stakeholder*. Dinamika antara *stakeholder* dan pemberitaan media (*media coverage*) mempunyai dampak yang sangat penting terhadap pengungkapan lingkungan secara sukarela (Dawkins dan Fraas, 2011).

### **Profitabilitas**

Profitabilitas adalah rasio untuk melakukan pengukuran terhadap kemampuan perusahaan dalam hal menghasilkan laba dalam kegiatan operasi selama periode tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan dapat diukur melalui kesuksesan perusahaan dan kemampuan dalam menggunakan aktivasinya secara produktif, dengan demikian profitabilitas perusahaan dapat diketahui dengan cara membandingkan antara laba yang diperoleh dalam suatu periode dengan jumlah aktiva atau jumlah modal perusahaan. Semakin tinggi rasio profitabilitas, berarti semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, maka perusahaan akan terbuka atas semua kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan.

### **Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan adalah suatu skala yang menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari total aset, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan dan rata-rata total aset. Ukuran perusahaan adalah perbandingan dari besaran suatu perusahaan dengan perusahaan lain yang sejenis (Riyanto, 2008). Perusahaan besar memiliki tekanan yang lebih besar dari masalah lingkungan sehingga mereka cenderung untuk meningkatkan respon terhadap lingkungan. Perusahaan besar lebih didorong untuk memberikan pengungkapan sukarela yang berkualitas untuk mendapatkan legitimasi. Perusahaan yang besar diharapkan dapat memberikan lebih banyak pengungkapan karbon secara sukarela.

### **Pengembangan Hipotesis**

#### **Pengaruh Media Exposure terhadap Carbon Emission Disclosure**

Ardini (2019) menyatakan bahwa media merupakan perhatian masyarakat luas mengenai sebuah perusahaan. Pengkomunikasian pengungkapan lingkungan melalui media akan meningkatkan reputasi perusahaan dimata masyarakat. Perusahaan memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan terhadap aktivitasnya, tidak hanya terbatas terhadap aspek keuangan saja tetapi juga terhadap aspek sosial maupun aspek lingkungan. Perusahaan yang lebih besar dianggap dapat menghadapi tekanan yang lebih besar daripada perusahaan yang lebih kecil, maka mereka akan meningkatkan pengungkapan informasi perusahaan untuk membangun citra sosial yang baik sebagai bagian dari strategi bisnis mereka. Kesimpulan dari penjelasan diatas dapat dihasilkan hipotesis:

H<sub>1</sub> : *Media Exposure* berpengaruh positif terhadap *Carbon Emission Disclosure*

#### **Pengaruh Profitabilitas terhadap Carbon Emission Disclosure**

Profitabilitas perusahaan yang tinggi akan membuat perusahaan lebih leluasa dalam mengelola keuangan untuk bertanggungjawab pada lingkungan. Choi *et al.* (2013) menyatakan bahwa perusahaan dengan kondisi keuangan yang baik mampu membayar sumber daya manusia tambahan atau keuangan yang dibutuhkan untuk melakukan

pelaporan sukarela serta pengungkapan emisi karbon yang lebih baik untuk menahan tekanan dari pihak eksternal. Untuk perusahaan dengan kinerja keuangan yang buruk, kewajiban dalam melakukan pengungkapan atau peraturan baru mengenai lingkungan di masa depan berarti biaya tambahan. Hal ini dapat menyebabkan kekhawatiran dari kreditor, pemasok serta pelanggan terkait kinerja dari perusahaan tersebut. Sebaliknya, perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi menganggap pengungkapan informasi adalah sinyal bahwa mereka dapat bertindak dengan baik atas tekanan lingkungan secara efektif dan bersedia untuk menyelesaikan masalah dengan cepat. Perusahaan akan cenderung mengungkapkan informasinya secara luas (Jannah dan Muid, 2014). Kesimpulan dari penjelasan diatas dapat dihasilkan hipotesis:

H<sub>2</sub> : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap *Carbon Emission Disclosure*

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Carbon Emission Disclosure***

Ukuran perusahaan merupakan skala yang digunakan untuk menentukan besarnya perusahaan dengan total aktiva. Besarnya ukuran perusahaan menandakan jumlah aset yang dimiliki perusahaan dalam jumlah yang besar. Sesuai dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan yang besar akan menjadi sorotan utama dari masyarakat, karena aktivitas dari perusahaan tersebut dianggap memberikan dampak terhadap lingkungan. Jadi semakin besar aktivitas operasional dari perusahaan tersebut maka semakin besar pula dampak yang ditimbulkan dari aktivitas tersebut. Perusahaan besar dianggap mendapatkan tekanan publik yang lebih besar dalam menunjukkan tanggung jawab sosial lingkungannya dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil. Perusahaan besar memiliki tekanan yang lebih besar dari masalah lingkungan sehingga mereka cenderung untuk meningkatkan respon terhadap lingkungan. Perusahaan besar lebih didorong untuk memberikan pengungkapan sukarela yang berkualitas untuk mendapatkan legitimasi. Kesimpulan dari penjelasan diatas dapat dihasilkan hipotesis:

H<sub>3</sub> : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap *Carbon Emission Disclosure*

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang dipakai merupakan penelitian korelasional (*correlational research*) yang menguji interaksi hubungan antara dua variabel atau lebih. Dua variabel tersebut yaitu variabel bebas atau independen (x) terhadap variabel terikat atau dependen (y). Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif yang berfokus dalam analisis data numerik atau data yang berbentuk angka. Gambaran populasi dalam penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2019-2021. Peneliti memakai sampel perusahaan manufaktur pada Bursa Efek Indonesia (BEI) sebab perusahaan-perusahaan tersebut banyak menyebabkan kerusakan pada lingkungan.

### **Teknik Pengambilan Sampel**

Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dari populasi perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2019-2021. Menggunakan metode tersebut karena pengambilan sampel didasarkan pada kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Kriterianya adalah: (1) Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2019-2021, (2) Perusahaan manufaktur yang mempublikasikan *Annual Report* atau *Sustainability Report*, (3) Perusahaan yang secara implisit maupun eksplisit mengungkapkan emisi karbon (minimal satu kebijakan yang terkait dengan emisi karbon atau item pengungkapan emisi karbon). Berdasarkan pemilihan sampel dengan menggunakan 3 kriteria yang dituju, diperoleh sebanyak 26 perusahaan sebagai sampel dengan periode observasi selama 3 tahun. Sehingga total keseluruhan data yang dijadikan observasi sebanyak 78 perusahaan.

## Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan peneliti yaitu data dokumenter. Data dokumenter adalah jenis data penelitian yang berupa catatan tentang apa dan kapan suatu peristiwa atau transaksi terlibat dan siapa yang terlibat dalam suatu peristiwa. Sumber data yang digunakan peneliti adalah data sekunder. Data sekunder yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui perantara yang didapat dari entitas atau perusahaan berupa data yang diolah dan diungkapkan dalam bentuk *Annual Report* atau *Sustainability Report*. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah *Annual Report* atau *Sustainability Report* dari perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2019-2021.

## Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

### Variabel Dependen

#### *Carbon Emission Disclosure*

Kalkulasi indeks *carbon emission disclosure* dilakukan dengan cara memberikan skor pada setiap item pengungkapan dengan skala dikotomi. Skor maksimal adalah 18. Setiap item bernilai 1, sehingga jika perusahaan mengungkapkan semua item pada informasi di laporannya skornya adalah 18. Rumus perhitungan CED adalah sebagai berikut:

$$CED = \sum di / M$$

### Variabel Independen

#### *Media Exposure*

Variabel independen yang pertama pada penelitian ini adalah *media exposure*. *Media exposure* harus mengungkapkan informasi yang berkaitan dengan emisi karbon, media pengungkapan terdiri dari *website* perusahaan, *annual report*, *sustainability report* dan koran. Kalkulasi indeks *media exposure* dilakukan dengan cara memberikan skor pada setiap media pengungkapan dengan skala dikotomi. Skor maksimal adalah 4. Setiap media bernilai 1, sehingga jika perusahaan mengungkapkan informasi terkait *carbon emission disclosure*, skornya adalah 4. Rumus perhitungan ME adalah sebagai berikut:

$$ME = \sum xi / M$$

### Profitabilitas (ROA)

Dalam penelitian ini untuk mengukur profitabilitas menggunakan perhitungan *Return On Asset* (ROA) yaitu dengan membandingkan total laba setelah pajak dengan total aset. Peneliti memilih menggunakan ROA karena digunakan untuk menggambarkan karakteristik teknis dan terkait dengan efisiensi perusahaan Berikut alat ukur perhitungannya:

$$Return\ On\ Asset\ (ROA) = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

### Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya perusahaan dilihat dari total aset maupun total penjualan. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan logaritma natural dari total aset. Penggunaan logaritma natural pada penelitian ini digunakan untuk mengurangi fluktuasi data tanpa mengurangi nilai asal. Variabel ukuran perusahaan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Ukuran perusahaan} = \text{Ln} (\text{Total Aset})$$

## Teknik Analisis Data

### Analisis Deskriptif

Analisis Statistik Deskriptif yaitu analisis yang memberikan informasi tentang karakteristik variabel penelitian tanpa menganalisis dan menarik kesimpulan yang valid.

Statistik deskriptif mempunyai tujuan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, range, kurtosis, dan skewness (Ghozali, 2012).

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi memiliki distribusi normal atau tidak. Ada cara untuk mendeteksi yaitu dengan dua cara yang pertama menggunakan analisis *Kolmogorov-Smirnov* dan yang kedua menggunakan grafik *probability plot*. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, sebagai berikut: (1) Statistik Non Parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dengan cara (a) Jika angka signifikan  $> 0,05$  berarti data berdistribusi normal. (b) Jika angka signifikan  $< 0,05$  berarti data tidak berdistribusi normal. Apabila melihat grafik *probability plot* dengan cara (a) jika data tersebar mengikuti garis diagonal maka dapat dikatakan memenuhi asumsi normalitas (b) jika data tidak tersebar jauh maka dapat dikatakan tidak memenuhi asumsi normalitas.

#### Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam regresi, yaitu dapat dilihat dengan cara berikut: (a) Nilai VIF (*Varian Inflation Factor*)  $< 10$  (b) Nilai *Tolerance*  $> 0,10$  (c) Model regresi yang bebas multikolinieritas adalah yang memiliki koefisien lemah antar variabel independen, jika variabel bebasnya memiliki korelasi yang cukup tinggi maka terjadi indikasi adanya multikolinieritas.

#### Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode  $t$  dengan periode sebelumnya ( $t-1$ ). Secara umum untuk menentukan autokorelasi bisa diambil patokan sebagai berikut: (a) Angka D-W di bawah  $-2$  berarti ada autokorelasi positif (b) Angka D-W diantara  $-2$  sampai  $+2$  berarti tidak ada autokorelasi (c) Angka D-W diatas  $+2$  berarti ada autokorelasi negatif.

#### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan yang lain. Mendeteksi dapat dilakukan dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* dengan dasar sebagai berikut: (a) Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik dan membentuk pola tertentu yang teratur maka mengidentifikasi telah terjadi Heteroskedastisitas. (b) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Analisis Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah kumpulan atas data-data yang kemudian dianalisis dengan melakukan metode analisis regresi (Ghozali, 2013). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2. Adapun model persamaan regresinya dirumuskan sebagai berikut:

$$CED = \alpha + \beta_1 ME + \beta_2 ROA + \beta_3 FS + e$$

#### Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji kelayakan model regresi linier berganda dalam mengukur ketepatan fungsi regresi sampel untuk mentaksir nilai aktual secara statistik, hal

ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan statistik t. Dengan menggunakan taraf signifikan sebesar 0,05 atau 5% dan menggunakan kriteria sebagai berikut: (a) Jika nilai signifikansi > 0,05 maka model yang digunakan dalam penelitian tidak layak dan tidak dapat dipergunakan untuk analisis berikutnya. (b) Jika nilai signifikansi < 0,05 maka model yang digunakan dalam penelitian layak dan dapat dipergunakan untuk analisis berikutnya.

### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Koefisien determinasi hanyalah salah satu dan bukan satu-satunya kriteria memilih model yang baik. Alasannya bila suatu estimasi regresi linier menghasilkan koefisien determinasi yang tinggi, tapi tidak konsisten dengan teori ekonomika yang dipilih peneliti, atau tidak lolos dari uji asumsi klasik, maka model tersebut bukanlah model penaksir yang baik dan seharusnya tidak dipilih menjadi model empiris.

### Uji Hipotesis (t)

Uji signifikan parameter individual atau uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel penjelas atau variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Tujuan dari uji hipotesis yaitu untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara individual dalam menerangkan variabel nilai perusahaan. Adapun kriteria pengujian secara individual menggunakan tingkat signifikansi  $\alpha < 0,05$  sebagai berikut: (a) Jika nilai signifikansi  $t > 0,05$  maka hipotesis ditolak (b) Jika nilai signifikansi  $t < 0,05$  maka hipotesis diterima.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### Analisis Deskriptif

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan bantuan SPSS versi 26, hasil analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CEDT	78	0.054	0.477	0.22792	0.137383
MET	78	0.223	0.560	0.29578	0.110055
ROAT	78	-2.089	0.348	0.04424	0.263791
FST	78	3.317	3.521	3.43175	0.060564
Valid N (listwise)	78				

Sumber: Data Sekunder, 2023 (Diolah)

Berikut penjelasan dari hasil analisis deskriptif, yaitu *Carbon emission disclosure* memiliki nilai minimum atau nilai terendah sebesar 0.054 yang dimiliki oleh dan nilai maksimum atau nilai tertinggi sebesar 0.477. Selain itu variabel *carbon emission disclosure* menunjukkan bahwa nilai rata-rata atau nilai *mean* yang diperoleh adalah sebesar 0.22792 serta memiliki standar deviasi berjumlah 0.137383.

*Media exposure* memiliki nilai minimum atau nilai terendah sebesar 0.223 dan nilai maksimum atau nilai tertinggi sebesar 0.560. Selain itu variabel *media exposure* menunjukkan bahwa nilai rata-rata atau nilai *mean* yang diperoleh adalah sebesar 0.29578 serta memiliki standar deviasi berjumlah 0.110055.

Profitabilitas yang dengan menggunakan *Return on Assets* (ROA) memiliki nilai minimum atau nilai terendah sebesar -2.089 dan nilai maksimum atau nilai tertinggi sebesar 0.348 Selain itu variabel profitabilitas menunjukkan bahwa nilai rata-rata atau nilai *mean* yang diperoleh adalah sebesar 0.04424 serta memiliki standar deviasi berjumlah 0.263791.

Ukuran perusahaan memiliki nilai minimum atau nilai terendah sebesar 3.317 dan nilai maksimum atau nilai tertinggi sebesar 3.521. Selain itu variabel ukuran perusahaan menunjukkan bahwa nilai rata-rata atau nilai *mean* yang diperoleh adalah sebesar 3.43175 serta memiliki standar deviasi berjumlah 0.060564.

## Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

Bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi antara variabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi normal atau tidak normal. Model regresi dapat dikatakan baik jikadata telah terbukti terdistribusi dengan normal atau mendekati normal. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas suatu model regresi yakni dengan analisis grafik dan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Uji *kolmogorov-smirnov* dilakukan sebagai pengujian normalitas. Dasar pengambilan keputusan ada pada hasil uji *One Sample Kolmogrov-Smirnov* yang ditunjukkan dengan nilai *Asymp Sig. (2-tailed)*. Ketika nilai signifikansi > 0.05, maka data dapat dinyatakan telah terdistribusi dengan normal begitu pula sebaliknya, jika nilai signifikansi < 0.05, maka data dapat dinyatakan tidak terdistribusi dengan normal. Berikut adalah gambar grafik *P-plot* dan tabel hasil uji *kolmogorov-smirnov* yang diolah menggunakan SPSS versi 26 pada uji normalitas, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 2**  
Hasil Uji Normalitas (sebelum Transformasi)  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		78
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.14758306
Most Extreme Differences	Absolute	.115
	Positive	.115
	Negative	-.079
Test Statistic		.115
Asymp. Sig. (2-tailed)		.013 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

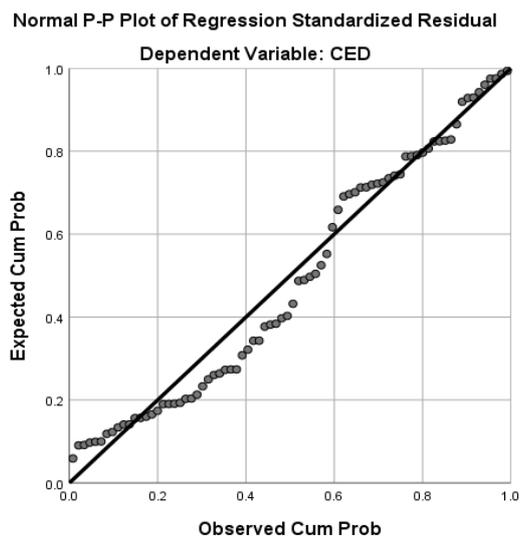
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Sekunder, 2023 (Diolah)

Hasil pengolahan data yang disajikan pada tabel 2 menunjukkan bahwa dengan jumlah sampel sebanyak 78 sampel, didapatkan nilai *Test Statistic* sebesar 0.115 dengan nilai signifikansi (*Asymp Sig. (2-tailed)*) sebesar 0.013. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa data tidak berdistribusi dengan normal karena nilai tersebut < 0.05.

Dalam analisis grafik untuk melihat model regresi memiliki distribusi normal atau tidak juga dapat dilihat melalui *probability plot* atau *P-plot*. Suatu model regresi dianggap baik jika memiliki normal *P-plot*. Dalam analisis grafik, data pengamatan digambarkan dengan titik-titik. Jika titik-titik menyebar sekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis diagonal, hal tersebut menggambarkan bahwa model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas. Namun apabila titik-titik menyebar menjauhi garis diagonal serta tidak mengikuti arah garis diagonal tersebut, maka model regresi diagonal tidak mampu memenuhi asumsi normalitas. Berikut adalah gambar *probably plot* atau *P-plot* yang ditunjukkan pada gambar 2, sebagai berikut:



**Gambar 1**  
**Hasil Uji Normalitas dengan Grafik Normal Probability Plot**  
**(Sebelum Transformasi)**  
**Sumber: Data sekunder diolah, 2023**

Berdasarkan gambar 1, tampak bahwa penyebaran data (ditunjukkan dengan titik) menyebar jauh dari garis diagonal. Melalui grafik tersebut dapat disimpulkan bahwa data penelitian tidak terdistribusi dari normal.

Menurut Ghozali (2016) data yang tidak terdistribusi dengan normal dapat ditransformasi agar menjadi normal. Dikarenakan adanya data penelitian yang tidak terdistribusi dengan normal, maka peneliti melakukan transformasi data. Tujuan melakukan transformasi data adalah untuk mengubah skala pengukuran data ke bentuk yang berbeda sesuai dengan asumsi analisis.

Ada beberapa jenis transformasi data, yaitu transformasi akar, transformasi logaritma dan transformasi arcsin. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data transformasi berjenis transformasi logaritma karena terlihat dalam bentuk pola data pada histogram menunjukkan bahwa kurvanya lebih condong ke kiri sehingga disebut dengan *substansial positive skewness*. Dan dikarenakan banyak data peneliti yang bersifat negatif, maka rumus yang dipakai adalah  $\ln(x+1)$ .

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Normalitas (Setelah Transformasi)**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		78
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.11452887
Most Extreme Differences	Absolute	.100
	Positive	.100
	Negative	-.069
Test Statistic		.100
Asymp. Sig. (2-tailed)		.054 <sup>c</sup>

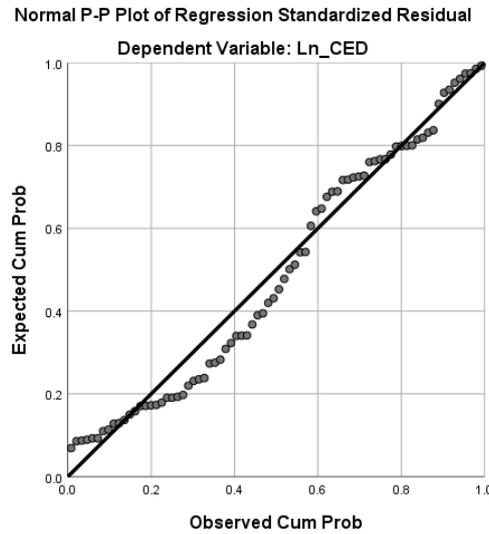
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

**Sumber: Data Sekunder, 2023 (Diolah)**

Hasil dari uji normalitas dalam tabel 3 menunjukkan bahwa *Test Statistic* yang dimiliki adalah sebesar 0.070 dengan nilai signifikansi (*Asymp. Sig. (2-tailed)*). Sekitar 0.054. Nilai tersebut sebesar  $> 0.05$  maka data terdistribusi dengan normal.



Gambar 2  
Hasil Uji Normalitas dengan Grafik *Normal Probability Plot*  
(Setelah Transformasi)

Gambar 2 menunjukkan bahwa penyebaran titik-titik telah mengikuti arah garis diagonal dan berada dekat dengan garis diagonal itu sendiri. Hasil dari uji normalitas yang dilakukan dengan dua cara tersebut mengindikasikan bahwa data penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas dan telah terdistribusi dengan normal.

**Uji Multikolinieritas**

Cara untuk mendeteksi adanya Multikolinieritas yaitu yang pertama, jika nilai *tolerance*  $> 0,10$  dan VIF kurang dari 10 maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas. Sebaliknya, jika nilai *tolerance*  $< 0,10$  dan VIF lebih dari 10 maka dapat dikatakan adanya terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas disajikan dalam Tabel 4.

Tabel 4  
Hasil Uji Multikolinieritas  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Collinearity Statistics		Keterangan	
	Tolerance	VIF		
1				
	(Constant)			
	MET	.885	1.129	Bebas Multikolinieritas
	ROAT	.958	1.044	Bebas Multikolinieritas
	FST	.922	1.085	Bebas Multikolinieritas

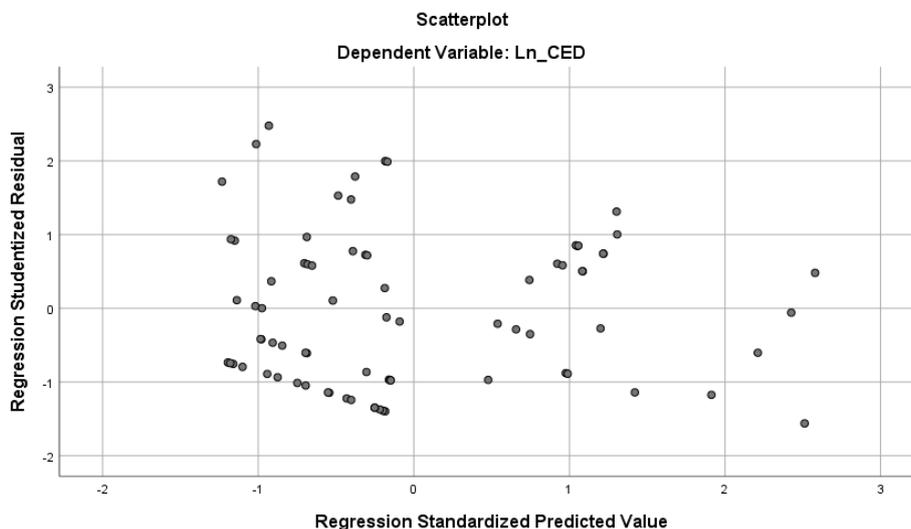
a. Dependent Variable: CEDT

Sumber: Data Sekunder, 2023 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 4, dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* masing-masing variabel independen  $> 0,10$  dan nilai VIF masing-masing variabel independen  $< 10$  sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian tidak terjadi multikolinieritas atau bebas dari gejala multikolinieritas karena memiliki hasil nilai *tolerance*  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$ .

### Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas yang dilakukan dalam penelitian ini yang digambarkan dengan grafik *scatterplot* dapat memberikan gambaran terhadap hasil yang didapat terjadi heteroskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Grafik *scatterplot* dapat dijelaskan pada gambar 3 dibawah ini.



**Gambar 3**  
**Grafik Scatterplot**  
**Sumber: Data Sekunder, 2023 (Diolah)**

Berdasarkan gambar 3, hasil uji heteroskedastisitas dengan grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak diatas dan bawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak berkumpul atau membentuk pola tertentu. Maka model regresi tersebut dapat disimpulkan bebas dari heteroskedastisitas.

### Uji Autokorelasi

Cara mendeteksi autokorelasi adalah dengan menggunakan uji Durbin-Watson (tes DW), uji tersebut digunakan untuk menguji autokorelasi tingkat pertama dan membutuhkan konstanta dalam model regresi. Batas nilai dari uji Durbin-Watson yaitu jika nilai D-W yang besar sampai diatas 2 atau antara -2 sampai +2 berarti ada autokorelasi negatif. Tetapi, jika nilai D-W yang kecil dan dibawah -2 berarti ada autokorelatif positif. Berdasarkan hasil data olah SPSS, hasil uji autokorelasi dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Autokorelasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.552 <sup>a</sup>	.305	.277	.116827	1.439

a. Predictors: (Constant), MET, ROAT, FST

b. Dependent Variable: CEDT

**Sumber: Data Sekunder, 2023 (Diolah)**

Tabel 5 menunjukkan R Square sebesar 30,5% artinya variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 30,5%, sisanya 69,5% dijelaskan oleh varibel independen lainnya yang tidak diikutkan pada model. Nilai *Durbin-Watson* memiliki nilai sebesar 1.439 yang berarti nilai tersebut lebih besar dari -2, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terdapat autokorelasi.

### Analisis Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah suatu persamaan yang memberi gambaran mengenai hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Tujuan analisis linear berganda adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini perhitungan analisis linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh *media exposure*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap *carbon emission disclosure* pada perusahaan manufaktur yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2021. Hasil analisis regresi linear berganda disajikan dalam tabel 6 berikut:

**Tabel 6**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t/F	Sig.	Durbin-Watson
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	-1.390	.776		-1.791	.077	
MET	.598	.129	.479	4.651	.000	
ROAT	.027	.052	.052	.524	.602	
FST	.420	.229	.185	1.833	.071	
2 R Square (R <sup>2</sup> )	.035	.116827				1.439
3 F				10.827	.000 <sup>b</sup>	

a. Dependent Variable: CEDT

Sumber: Data Sekunder, 2023 (Diolah)

Tabel 6 menunjukkan hasil analisis regresi linear berganda yang memperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$CED = -1.390 + 0.598 ME + 0.027 ROA + 0.420 FS + e$$

### Uji Hipotesis

#### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Penilaian uji koefisien determinasi dilihat melalui nilai *R Square* agar dapat mengetahui besaran indeks nilai perusahaan yang dijelaskan oleh masing-masing variabel independennya. Apabila *R Square* mendekati angka 1, maka artinya variabel independen tersebut memiliki keterlibatan yang kuat terhadap variabel independen.

Tabel 6 menunjukkan bahwa *R Square* memiliki nilai 0.305 atau 30.5% yang berarti hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari *media exposure* (ME), profitabilitas (ROA) dan ukuran perusahaan (FS) mampu menjelaskan *carbon emission disclosure* sebagai variabel dependen, sedangkan untuk 68.5% sisanya dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel dalam penelitian ini.

#### Uji Kelayakan Model (F)

Mengukur kelayakan model regresi dalam menaksir nilai signifikansi seluruh variabel independen terhadap variabel dependen, dasar signifikansi yang digunakan adalah 5% atau 0.05. jika nilai signifikansi > 0.05, maka hipotesis ditolak yang mengindikasikan adanya perbedaan antara model dengan nilai observasinya, sehingga model penelitian belum tepat atau model tidak layak. Jika nilai signifikansinya < 0.05, maka hipotesis diterima mengindikasikan bahwa model mampu memprediksi nilai observasinya sehingga model penelitian sudah tepat dan layak untuk diuji.

Berdasarkan tabel 6, terlihat bahwa nilai F yang dihasilkan sebesar 10.827 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi < 0.05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini telah layak dan tepat untuk digunakan.

### Uji Hipotesis (t)

Uji yang dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh satu variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan berdasarkan nilai probabilitas pada tingkat signifikansi 0.05. Ketika nilai signifikansinya lebih kecil dari 0.05, maka variabel independen tersebut memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Namun, jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0.05, maka variabel independen tersebut tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Hipotesis dalam penelitian ini diterima ketika nilai signifikansi uji  $t < 0.05$  dan memiliki arah yang positif.

#### **Pengaruh Media Exposure (ME) terhadap Carbon Emission Disclosure.**

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *media exposure* (ME) mempunyai nilai signifikansi sebesar 0.000 dengan t dihitung sebesar 4.651 serta kolom B menunjukkan nilai ME sebesar 0.598. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 sehingga  $H_1$  diterima. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel *media exposure* (ME) berpengaruh terhadap *carbon emission disclosure*.

#### **Pengaruh Profitabilitas (ROA) terhadap Carbon Emission Disclosure.**

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel profitabilitas (ROA) mempunyai nilai signifikansi 0.602 dengan t dihitung sebesar 0.524 serta kolom B menunjukkan nilai ROA sebesar 0.027. Nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 sehingga  $H_2$  ditolak. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas (ROA) tidak berpengaruh terhadap *carbon emission disclosure*.

#### **Pengaruh Ukuran Perusahaan (FS) terhadap Carbon Emission Disclosure.**

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan (FS) mempunyai nilai signifikansi 0.071 dengan t dihitung sebesar 1.833 serta kolom B menunjukkan nilai FS sebesar 0.420. Nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 sehingga  $H_3$  ditolak. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan (FS) tidak berpengaruh terhadap *carbon emission disclosure*.

### Pembahasan

#### **Pengaruh Media Exposure Terhadap Carbon Emission Disclosure**

Hasil pengujian yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel *media exposure* (ME) menunjukkan bahwa t dihitung sebesar 4.651 serta kolom B menunjukkan nilai ME sebesar 0.598. Nilai signifikansi sebesar 0.000 menunjukkan bahwa tingkat signifikansinya lebih kecil dari 0.05 sehingga  $H_1$  diterima. Berdasarkan hasil tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *media exposure* (ME) berpengaruh terhadap *carbon emission disclosure*. Media internet (*web*) merupakan media yang sangat efektif dan efisien, dimana pengguna internet selalu meningkat. Selain itu dengan diungkapkan *carbon emission disclosure* melalui internet, diharapkan masyarakat dapat mengetahui seluruh aktivitas yang telah dilakukan oleh perusahaan. Media mempunyai peran yang sangat penting dalam pergerakan mobilisasi sosial, misalnya seperti beberapa kelompok yang tertarik terhadap suatu lingkungan tertentu. Informasi terkait aktivitas perusahaan juga termasuk dalam informasi yang dapat dikomunikasikan kepada masyarakat (Jannah dan Muid, 2014). Pengkomunikasian pengungkapan lingkungan khususnya *carbon emission disclosure* melalui media yang dimiliki oleh suatu perusahaan akan meningkatkan reputasi perusahaan tersebut dimata masyarakat. Pemberitaan media juga dapat mempengaruhi sikap yang akan ditunjukkan oleh masyarakat terhadap perusahaan dan itu juga dapat mempengaruhi tindakan atau keputusan yang akan diambil oleh para *stakeholder*. Menurut Jannah dan Muid (2014) peran media bisa memotivasi perusahaan untuk mempublikasikan aktivitasnya dalam bidang lingkungan untuk memperoleh respon yang positif dari para pemangku kepentingan. Karena pengungkapan

melalui media perusahaan akan mendapatkan legitimasi atau kepercayaan lebih dimata masyarakat.

### **Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Carbon Emission Disclosure***

Hasil pengujian yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel profitabilitas (ROA) memiliki t hitung sebesar 0.524 serta kolom B menunjukkan nilai ROA sebesar 0.027. Nilai signifikansi sebesar 0.602 menunjukkan bahwa nilai signifikansinya lebih besar dari 0.05 sehingga H<sub>2</sub> ditolak. Berdasarkan hasil tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel profitabilitas yang diprosikan menggunakan *Return on Assets* (ROA) tidak berpengaruh terhadap *carbon emission disclosure*. Profitabilitas adalah rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam hal menghasilkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan perusahaan dalam menggunakan aktivitya secara produktif, dengan demikian profitabilitas perusahaan dapat diketahui dengan memperbandingkan antara laba yang diperoleh dalam suatu periode dengan jumlah aktiva atau jumlah modal perusahaan. Menurut Pradini, 2012 dan Lorenzo *et al.*, 2009 (dalam Pratiwi, 2016) perusahaan yang dengan profitabilitas rendah justru akan mengambil keuntungan dari pengungkapan lingkungan yang dalam penelitian ini dimaksudkan pengungkapan emisi karbon untuk tujuan legitimasi. Sebaliknya, jika perusahaan dengan profitabilitas yang lebih tinggi tidak perlu untuk memperluas pengungkapan lingkungan perusahaan karena mereka menganggap bahwa pengungkapan emisi karbon dapat mengganggu informasi keberhasilan keuangan perusahaan. Wiratno dan Muaziz (2020) menyatakan bahwa alasan mengapa mereka tidak mengungkapkan emisi karbon dalam laporan mereka walaupun profitabilitas mereka tinggi adalah karena perusahaan belum sadar akan pentingnya melakukan *carbon emission disclosure*. Profitabilitas belum bisa menjadi alasan untuk perusahaan memiliki kemauan dalam melakukan pengungkapan emisi karbon. Dibutuhkan alasan yang lebih supaya perusahaan merasa harus untuk mengungkapkan emisi karbon, salah satu contohnya adalah adanya regulasi dari pemerintah tentang kewajiban mengungkapkan emisi karbon dalam laporan mereka.

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Carbon Emission Disclosure***

Hasil pengujian yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan (FS) memiliki t hitung sebesar 1.833 dan pada kolom B menunjukkan nilai ROA sebesar 0.420. Nilai signifikansi sebesar 0.071 menunjukkan bahwa nilai signifikansinya lebih besar dari 0.05 sehingga H<sub>3</sub> ditolak. Berdasarkan hasil tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel ukuran perusahaan (FS) tidak berpengaruh terhadap *carbon emission disclosure*. Ukuran perusahaan adalah perbandingan dari besaran suatu perusahaan dengan perusahaan lain yang sejenis (Riyanto, 2008). Semakin besar total aktiva maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Semakin besar aktiva maka semakin besar modal yang ditanam, sementara jika semakin banyak penjualan yang dilakukan maka semakin banyak pula perputaran uang yang terjadi dalam perusahaan. Jadi, semakin besar aktivitas operasional perusahaan maka semakin besar pula dampak yang ditimbulkan dari aktivitas yang dilakukan perusahaan. Sehingga perusahaan yang lebih besar mendapatkan tekanan publik yang lebih besar dalam hal menunjukkan tanggung jawab sosial lingkungannya dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil. Ukuran perusahaan dianggap belum mampu meningkatkan penyebaran *carbon emission disclosure* dan juga besar kecilnya ukuran perusahaan tidak mempengaruhi dalam pengungkapan emisi karbon. Hal ini terjadi dikarenakan belum adanya peraturan pemerintah yang mewajibkan perusahaan untuk melakukan *carbon emission disclosure*. Pada Perpres nomor 98 tahun 2021 yang mengatur terkait pengendalian emisi gas rumah kaca dalam pembangunan nasional, tidak disebutkan bahwa perusahaan diwajibkan untuk melakukan pengungkapan emisi karbon. Jadi perusahaan mempunyai pilihannya masing-masing untuk melakukan pengungkapan emisi karbon.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan penelitian serta pembahasan terkait pengaruh *Media Exposure* (ME), Profitabilitas (ROA) dan Ukuran Perusahaan (FS) terhadap *Carbon Emission Disclosure* di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019-2021, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut: (1) *Media Exposure* berpengaruh positif terhadap *carbon emission disclosure*. Hal ini dikarenakan semakin banyak media yang dipakai oleh perusahaan untuk menyebarkan pengungkapan emisi karbon, semakin tinggi pula kesempatan untuk mendapatkan kepercayaan *stakeholders* serta masyarakat terhadap perusahaan tersebut. (2) Profitabilitas proksi *Return on Assets* (ROA) tidak berpengaruh terhadap *carbon emission disclosure*. Hal ini dikarenakan perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi dan memiliki sumber daya yang cukup ternyata tidak mempengaruhi keputusan perusahaan untuk melakukan *carbon emission disclosure*. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kinerja keuangan suatu perusahaan yang baik tidak selalu yang dapat dijadikan pertimbangan dalam melakukan pengungkapan emisi karbon. (3) Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap *carbon emission disclosure*. Hal ini dikarenakan perusahaan besar belum menganggap efektifitas pengungkapan emisi karbon sebagai kebijakan yang berdampak positif bagi perusahaan dimasa yang akan datang. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon dikarenakan perusahaan yang sudah besar memiliki sumber dana yang besar menganggap kurang pentingnya legitimasi dari masyarakat.

### Keterbatasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa keterbatasan yang dialami dan diharapkan bisa dijadikan pertimbangan pada penelitian selanjutnya. Berikut merupakan keterbatasan penelitian ini, yaitu (1) periode yang digunakan pada penelitian ini relatif pendek, hanya menggunakan periode 2019-2021. (2) sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak di sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sedangkan masih banyak perusahaan yang dapat digunakan sebagai sampel penelitian. (3) penelitian ini hanya menggunakan beberapa variabel independen, diantaranya ada *media exposure*, profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Asset* (ROA) dan ukuran perusahaan, sedangkan masih banyak variabel independen yang dapat berpengaruh terhadap *carbon emission disclosure* berdasarkan nilai koefisien determinasi variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 30,5%, sisanya 69,5% dijelaskan oleh variabel independen lainnya diluar penelitian ini yang mengakibatkan kurang berpengaruhnya variabel independen terhadap variabel dependen.

### Saran

Berdasarkan penelitian ini telah dilakukan oleh peneliti, maka peneliti memiliki beberapa saran yang diharapkan dapat membantu pada penelitian selanjutnya, diantaranya (1) Peneliti selanjutnya diharapkan menambah periode pengamatan untuk dapat menggambarkan kondisi yang sebenarnya. (2) Peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan sektor lain selain sektor manufaktur untuk memperluas jangkauan data penelitian. (3) Peneliti selanjutnya diharapkan untuk menganalisis lebih mendalam terkait variabel-variabel yang akan digunakan dan juga bisa menambah variabel independen lain diluar dari variabel penelitian ini yang dapat mempengaruhi variabel dependennya yaitu *carbon emission disclosure* lebih dari 30,5%.

## DAFTAR PUSTAKA

Ardini. 2019. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Carbon Emission Disclosure di Indonesia*. Skripsi. Program S1 Akuntansi Universitas Semarang. Semarang.

- Choi, B. B.; Lee, D. dan Jim, P. 2013. An Analysis of Australian Company Carbon Emission Disclosures. *Pacific Accounting Review Journal*, 25.
- Ghozali, I., dan Charari, A. 2007. *Teori Akuntansi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- \_\_\_\_\_, \_\_\_, 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Jannah, R., dan D. Muid. 2014. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Carbon Emission Disclosure pada Perusahaan di Indonesia. *Diponegoro Journal Of Accounting* 3(2): 2-4.
- Lestari, H. M., dan F. Fidiana. 2015. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)* 4(12): 3.
- Loru, T. S. 2020. *Pengaruh Tipe Industri, Media Exposure Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon*. Skripsi. Program S1 Akuntansi Widya Mandala Catholic University. Surabaya.
- Perpres nomor 98 tahun 2021 tentang *Penyelenggaraan Nilai Ekonomi Karbon untuk Pencapaian Target Kontribusi yang Ditetapkan Secara Nasional dan Pengendalian Emisi Gas Rumah Kaca dalam Pembangunan Nasional*.
- Pratiwi, D. N. 2018. Implementasi Carbon Emission Disclosure di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis* 3(2): 104-106.
- Pratiwi, P. C. 2016. Pengaruh Tipe Industri, Media Exposure dan Profitabilitas terhadap Carbon Emission Disclosure. *Wahana Riset Akuntansi* 4(2).
- Pujiati. L. 2018. Pengungkapan Emisi Karbon Dalam Sebuah Dilema. *Repository STIE PGRI Dewantara Jombang*.
- Suhardi, R. P. 2015. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Emisi Karbon di Indonesia*. Skripsi. Program S1 Akuntansi Universitas Diponegoro. Semarang.
- Wiratno, A. dan F. Muaziz. 2020. Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Leverage Mempengaruhi Pengungkapan Emisi Karbon di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi (JEBA)* 22(1). 30.