

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Teori Legitimasi

Teori Legitimasi merupakan teori yang mendasari sebuah perusahaan dalam mengungkapkan laporan tanggung jawab social dan lingkungan, seperti salah satunya emisi karbon. Menurut Pallegirino dalam Jannah (2012), telah secara ekstensif digunakan untuk menjelaskan tentang motivasi pengungkapan lingkungan secara sukarela oleh organisasi. Teori legitimasi mendorong perusahaan untuk melakukan tanggung jawab terhadap lingkungan agar terlihat *legitimate* dimata masyarakat. Dalam teori legitimasi, perusahaan berusaha untuk menyesuaikan keadaan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dimasyarakat, sehingga dapat diterima dilingkungan eksternal, karena dalam teori legitimasi menyatakan bahwa suatu organisasi hanya bisa bertahan jika masyarakat sekitar merasa bahwa organisasi beroperasi berdasarkan system nilai yang sepadan dengan system nilai yang dimiliki oleh masyarakat (Sari, 2013). Perusahaan akan mengikuti pikiran dari masyarakat mengenai kegiatan perusahaan yang berdampak pada lingkungan. Bukan hanya mengenai dampaknya terhadap lingkungan saja, melainkan di era globalisasi ini, pemanasan global juga terkena dampak dari pencemaran emisi karbon perusahaan. Maka dari itu, legitimasi dianggap penting bagi perusahaan dikarenakan legitimasi masyarakat kepada perusahaan menjadi faktor yang strategis bagi perkembangan perusahaan kedepan.

Legitimasi ialah hal yang sangat penting, dan diharapkan oleh perusahaan. Dengan adanya legitimasi sebagai suatu landasan, perusahaan harus mematuhi peraturan yang berlaku dimasyarakat berkaitan dengan kegiatan usaha yang akan dilakukan perusahaan, sehingga dapat berjalan dengan baik tanpa adanya konflik dimasyarakat, maupun ditempat lingkungan operasi perusahaan. Selain itu, perusahaan juga dapat meningkatkan reputasinya yang pada akhirnya akan berpengaruh pada nilai perusahaan tersebut. Meskipun demikian, tujuan akhir dari pemerolehan legitimasi tidak lain adalah mendapatkan profit maksimum dalam aktivitas perusahaan.

2.1.2 Teori Stakeholder

Sejalan dengan adanya teori legitimasi, pada teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi stakeholder-nya (Hana, 2011). Teori ini menyatakan bahwa, organisasi akan memilih secara sukarela mengungkapkan informasi tentang kinerja lingkungan, sosial dan intelektual mereka, melebihi dan diatas permintaan wajibnya, untuk memenuhi ekspektasisesungguhnya atau yang diakui oleh *stakeholder* (Deegan *et al.*, 2000 dalam Rokhlinasari, 2016). Keberlangsungan suatu perusahaan dalam menjalankan operasional perusahaanya sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Pratiwi & Sari 2016). Dalam teori *Stakeholder*, pihak manajemen dituntut untuk menggambarkan secara jelas, langkah apa yang akan mereka tempuh dalam mengelola perusahaan lebih spesifik yang berkaitan dengan rencana perusahaan yang akan mereka lakukan yang berhubungan dengan para *stakeholder* guna memenuhi kepentingan perusahaan.

Stakeholder adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. Batasan *Stakeholder* tersebut mengisyaratkan bahwa perusahaan hendaknya memperhatikan *sakteholder*, karena mereka adalah pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung atas aktivitas, serta kebijakan yang diambil dan dilakukan perusahaan (Yuliyanti, 2019). Keberadaan *stakeholder* mempengaruhi perusahaan, karena perusahaan ada bukan demi kepentingan sendiri, melainkan memberi manfaat kepada *stakeholder* (Jannah, 2014).

Meskipun *stakeholder theory* mampu memperluas perspektif pengelolaan perusahaan, dan menjelaskan dengan jelas hubungan antara perusahaan dengan *stakeholder*, teori ini memiliki kelemahan dimana perusahaan hanya diarahkan untuk mengidentifikasi *stakeholder* yang dianggap penting dan berpengaruh. Perhatian perusahaan akan diarahkan pada *stakeholder* yang dianggap bermanfaat bagi perusahaan.

2.1.3 Carbon Emisi

Emisi Karbon didefinisikan sebagai pelepasan gas yang mengandung karbon ke lapisan atmosfer yang melindungi bumi. Emisi karbon yang berupa gas ialah salah satu pencemaran udara dari aktivitas manusia, yang dapat merusak lingkungan dan

kesehatan manusia. Pelepasan gas ini terjadi karena adanya proses pembakaran terhadap karbon, baik dalam bentuk tunggual maupun senyawa. Menurut Kementerian Lingkunga Hidup (2012) Gas-gas ini dapat berbentuk CO₂, CH₄, N₂O, HFCs dan sebagainya. Emisi karbon terus meningkat dari waktu ke waktu, baik pada tingkat global, regional, nasional pada suatu negara, maupun local dalam suatu kawasan. Martinez (dalam Suhardi, 2015) menyatakn emisi karbon ataupun gas rumah kaca (*greenhouse gass*) berdasarkan sumbernya dibedakan menjadi dua yaitu, gas rumah kaca alami dan gas rumah kaca industry. Gas rumah kaca alami merupakan bagian dari siklus alam yang dapat dengan mudah dinetralisir oleh tumbuhan dan lautan. Gas rumah kaca alami menguntungkan bagi makhluk hidup karena dapat menjaga temperature bumi tetap hangat dikisaran 6°C, sedangkan gas rumah kaca industry, berasal dari kegiatan industrial yang dilakukan oleh manusia.

Aktivitas perusahaan adalah salah satu contributor dalam meningkatnya emisi karbon saat ini, sehingga tingkat emisi karbon tersebut mempengaruhi atmosfer, yang mana perubahan iklim pun cepat berubah-ubah.

Menurut situs *ecolife*, salah satu penyebab perubahan iklim yaitu emisi global yang lepas diudara dan menyebabkan dampak gas rumah kaca. Hal ini disebabkan karena adanya tingkat pembakaran bahan bakar minyak, batu bara dan bahan organic lainnya, yang kemampuan serapnya melebihi dari tumbuhan dan laut, sehingga suhu permukaan bumi semakin tinggi dan dapat menyebabkan perubahan iklim yang ekstrim dibumi.

Aktivitas perusahaan saat ini, telah menjadi perhatian dalam meningkatnya tingkat emisi karbon, sehingga perusahaan dituntut agar dapat mengungkapkan kegiatan mereka yang menjadi penyebab tingkatnya emisi karbon. Berkaitan dengan hal tersebut, Pemerintah memberikan kewajiban berupa peraturan yang diterapkan dalam Peraturan Presiden No.61 tahun 2011 mengenai Rencana Aksi Nasional Penurunan Emisi Gas Rumah Kaca, dan Peraturan Presiden No.71 tahun 2011, mengenai Penyelenggaraan Inventarisasi Gas Rumah Kaca Nasional dan adanya tuntutan-tuntutan dari para *stakeholder* perusahaan. Selain itu, Indonesia dalam hal ini juga telah menandatangani Protokol Kyoto melalui UU No.17 tahun 2004, dalam rangka melaksanakan pembangunan berkelanjutan serta ikut dalam upaya menurunkan emisi GRK global. Peraturan yang telah ditetapkan sengaja dibuat, dan wajib untuk diikuti dengan tujuan agar dapat mengurangi emisi karbon.

2.1.4 *Carbon Emission Disclosure*

Pengungkapan karbon merupakan jenis pengungkapan lingkungan (Najah, 2012). Aktivitas perusahaan sebagai salah satu penyebab dari meningkatnya emisi karbon. Maka dalam hal ini, perusahaan akan dituntut dalam pemaparan informasi aktivitas secara transparan dan akuntabilitas dalam laporan tahunan. Pengungkapan informasi ini dilakukan sesuai dengan peraturan yang dibuat oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) yang tertuang dalam PSAK 1 menyarankan untuk mengungkapkan tanggung jawab akan masalah lingkungan dan sosial perusahaan. Saat ini, perusahaan-perusahaan di dunia secara bertahap mulai mempertimbangkan risiko yang cukup material terkait perubahan iklim, baik dampak langsung secara fisik terhadap bisnis mereka atau melebihi kebijakan perubahan iklim yang mengubah pola konsumsi masyarakat (Luo *et al*, 2013).

Carbon Emission Disclosure sebagai salah satu bentuk pengungkapan lingkungan yang termasuk dalam bagian laporan tambahan dan telah dinyatakan dalam PSAK. Secara umum, perusahaan akan memberikan informasi jika dapat meningkatkan nilai perusahaan, sebaliknya jika tidak menguntungkan, maka informasi tersebut akan ditahan oleh perusahaan. Oleh karena itu, diterapkannya peraturan mengenai kebijakan mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pengungkapan emisi karbon dilakukan menggunakan indeks pengungkapan yang diterapkan oleh Choi *et al*, (2013) dimana berdasarkan faktor-faktor yang dikembangkan oleh CDP (*Carbon Disclosure Project*).

Pengungkapan dalam CDP dibagi dalam 5 kelompok besar yaitu: risiko dan peluang perubahan iklim (*CC/Climate Change*), emisi gas rumah kaca (*GHG/Greenhouse Gass*), konsumsi energi (*EC/Energy Consumption*), pengurangan gas rumah kaca dan biaya (*RC/Reduction and Cost*), serta akuntabilitas emisi karbon (*AEC/Accountability of Emission Carbon*). Dalam lima kategori tersebut, terdapat 18 item yang diidentifikasi.

2.1.5 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan suatu variabel yang menggambarkan kinerja suatu perusahaan dari aspek keuangan pada periode tertentu. Menurut Nofrita (2013) profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode tertentu. Tingkat profitabilitas yang semakin besar menunjukkan perusahaan mampu mendapatkan laba yang semakin besar,

sehingga perusahaan mampu untuk meningkatkan aktivitas tanggung jawab sosial, serta mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan dengan lebih luas Kamil dan Herusetya (2012) dalam Rosiana dkk (2013). Dengan demikian profitabilitas dapat dijadikan sebagai acuan dasar dalam penilaian kondisi suatu perusahaan, untuk itu dibutuhkan suatu alat analisis untuk bisa menilainya. Semakin tinggi nilai rasio maka, kondisi perusahaan semakin baik berdasarkan rasio profitabilitas. Nilai yang tinggi melambangkan tingkat laba dan efisiensi perusahaan tinggi, yang bias dilihat dari tingkat pendapatan dan arus kas.

Profitabilitas perusahaan merupakan salah satu dasar penilaian kondisi suatu perusahaan, untuk itu dibutuhkan suatu alat analisis untuk bisa menilainya. Penggunaan rasio ini dikarenakan dapat digunakan untuk menggambarkan karakteristik teknis dan terkait dengan efisiensi perusahaan, dan semakin tinggi nilainya mengindikasikan bahwa kinerja keuangan suatu perusahaan yang semakin baik. Alat analisis yang dimaksud adalah rasio-rasio keuangan. Profitabilitas juga mempunyai arti penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidupnya dalam jangka panjang, karena profitabilitas menunjukkan apakah perusahaan tersebut mempunyai prospek yang baik di masa yang akan datang. Dengan demikian, perusahaan akan lebih meningkatkan dan memperhatikan tingkat profitabilitasnya, dikarenakan jika profitabilitas suatu perusahaan baik, maka keberlangsungan dari perusahaan tersebut dimasa yang akan datang semakin terjamin.

2.1.5.1. Metode Pengukuran Profitabilitas

Beberapa jenis rasio profitabilitas yang sering digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba antara lain:

1. Margin laba kotor (*Gross Profit Margin*)

Rasio ini merupakan margin laba kotor, yang memperlihatkan hubungan antara penjualan dan beban pokok penjualan, mengukur kemampuan sebuah perusahaan untuk mengendalikan biaya persediaan. *Gross Profit Margin* merupakan ukuran efisiensi operasi perusahaan dan juga penetapan harga produk. Semakin besar *Gross profit margins* semakin baik (efisien) kegiatan operasional perusahaan yang menunjukkan harga pokok penjualan lebih rendah dari penjualan (*sales*) yang berguna untuk audit operasional. Akan tetapi jika yang terjadi sebaliknya, maka perusahaan kurang baik dalam melakukan kegiatan operasionalnya. Rumus perhitungan *Gross profit margin* sebagai berikut:

$$\underline{Gross\ Profit\ Margin = (Laba\ kotor/Total\ pendapatan) \times 100\%}$$

2. Margin laba bersih (*Net Profit Margin*)

Net profit margin atau margin laba bersih merupakan rasio profitabilitas untuk menilai presentase laba bersih yang didapat setelah dikurangi pajak terhadap pendapatan yang diperoleh dari penjualan. Margin laba bersih ini disebut juga *profit margin ratio*. Rasio ini sering digunakan untuk mengevaluasi efisiensi perusahaan dalam mengendalikan beban-beban yang berkaitan dengan penjualan. Semakin tinggi *net profit margin* semakin baik operasi suatu perusahaan. *Net profit margin* dihitung dengan rumus berikut:

$$\underline{Net\ profit\ margin = (Laba\ bersih\ setelah\ pajak / penjualan\ bersih) \times 100\%}$$

3. Rasio pengembalian ekuitas (*Return on Equity Ratio*)

Return on Equity (ROE) merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham dan dipengaruhi oleh besar kecilnya hutang perusahaan. Apabila proporsi hutang makin besar, maka rasio ini juga akan semakin besar. Rumus rasio pengembalian ekuitas sebagai berikut :

$$\underline{ROE = (Laba\ Bersih / Modal) \times 100\%}$$

4. Rasio pengembalian aset (*Return on assets ratio*)

Return on Assets (ROA) merupakan tingkat pengembalian aset yang menggambarkan keuntungan (laba) yang diperoleh perusahaan terkait total aset, sehingga efisiensi suatu perusahaan dalam mengelola asetnya bias terlihat dari presentase rasio ini. Semakin tinggi hasil pengembalian atas aset, berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan. Sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas aset berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan. ROA diperoleh dengan membagi laba sebelum bunga dan pajak dengan jumlah aset perusahaan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan ROA (*Return on assets ratio*) untuk

menghitung rasio profitabilitas perusahaan. Penggunaan rasio ini, dikarenakan dapat menjelaskan karakteristik terkait dengan efisiensi perusahaan. Menurut Tandelilin (2010), ROA adalah suatu rasio yang menggambarkan sejauh mana kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan semua aset (aktiva) yang dimilikinya untuk menghasilkan laba bersih setelah pajak. Semakin baik kinerja keuangan suatu perusahaan, maka perusahaan mempunyai kemampuan secara finansial dalam memasukkan strategi pengurangan emisi karbon ke dalam strategi bisnisnya.

Rumus rasio pengembalian aset sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total aset}} \times 100\%$$

2.1.6 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan salah satu variabel yang digunakan dalam menggambarkan besar-kecilnya perusahaan berdasarkan ketentuan seperti total aktiva, log size, nilai pasar, dan lain-lain. Secara umum, ukuran perusahaan merupakan perbandingan antara besar kecilnya suatu objek. Jika dihubungkan dengan perusahaan atau organisasi, ukuran dapat diartikan besar kecilnya usaha suatu perusahaan atau organisasi (Sholichah, 2015 dalam Hery, 2017:11). Ukuran perusahaan menurut Scott dalam Torang (2012:93) menyatakan bahwa Ukuran perusahaan sebagai suatu variabel konteks yang mengukur tuntutan pelayanan atau produk organisasi. Sejalan dengan pemikiran dari Kurniasih (2012 : 148) yang menjelaskan bahwa ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dicerminkan sebagai besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari besarnya nilai equity, nilai penjualan atau nilai aktiva, Riyanto (2013).

Dalam ukuran perusahaan sendiri, terdapat berbagai jenis-jenis perusahaan. Salah satunya, seperti yang dicantumkan dalam UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha kecil, makro dan menengah, serta besar. Diantaranya seperti berikut:

1. *Usaha mikro*, yaitu jenis usaha ekonomi produktif milik perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi syarat usaha mikro berdasarkan UU ini.
2. *Usaha kecil*, yaitu usaha produktif yang didirikan oleh perorangan atau badan usaha yang tidak termasuk anak perusahaan ataupun cabang perusahaan yang secara langsung atau tidak langsung merupakan bagian, milik atau kekuasaan usaha besar

atau usaha menengah yang memenuhi persyaratan usaha kecil berdasarkan UU ini.

3. *Usaha menengah*, yaitu usaha produktif yang didirikan oleh perorangan atau badan usaha yang tak termasuk anak perusahaan atau cabang perusahaan yang secara langsung atau tak langsung merupakan bagian, milik atau kekuasaan usahabesar atau usaha menengah dengan total aset atau total penjualan tahunan berdasarkan UU ini.
4. *Usaha besar*, yaitu usaha produktif yang didirikan badan usaha dengan total aset ataupun hasil penjualan tahunan lebih besar dibandingkan usaha menengah.

Ukuran perusahaan dihitung dengan merubah struktur total aktiva perusahaan dengan menggunakan bentuk logaritma natural. Alasan Penggunaan ukuran perusahaan dalam penelitian ini, karena ukuran perusahaan dapat menggambarkan besar kecilnya perusahaan . Rumus dari ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln (\text{Total Aset})$$

2.2 Tinjauan Peneliti Terdahulu

Tabel 2.1

Ringkasan Penelitian Terdahulu

| No. | Nama Peneliti | Judul Penelitian | Variabel | Metode | Hasil |
|-----|---------------|------------------|----------|--------|-------|
|-----|---------------|------------------|----------|--------|-------|

| | | | | | |
|---|-------------------------------------|---|--|----------------------------------|--|
| 1 | Richatul Jannah dan Dul Muid (2014) | Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Carbon Emission Disclosure</i> (Studi Empiris pada Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2010-2012) | Variabel Independen: <i>Media Exposure</i> , Tipe Industri, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kinerja Lingkungan, dan Leverage. Variabel Dependen: <i>Carbon Emission Disclosure</i> | Analisis Regresi Linear Berganda | Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa <i>Media Exposure</i> , Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Leverage berpengaruh terhadap <i>Carbon Emission Disclosure</i> . Sedangkan untuk Kinerja Lingkungan dan Tipe Industri tidak berpengaruh. |
| 2 | Bayu Tri Cahya (2016) | <i>Carbon Emission Disclosure</i> ditinjau dari <i>Media Exposure</i> , Kinerja Lingkungan dan Karakteristik Perusahaan Go Public berbasis Syariah di Indonesia | Variabel Independen : <i>Media Exposure</i> , Kinerja Lingkungan, Tipe Industri, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Variabel Dependen: <i>Carbon Emission Disclosure</i> | Analisis Regresi Linear Berganda | Tipe industri berpengaruh negatif dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CED, sedangkan kinerja lingkungan, <i>media exposure</i> , dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan CED |

| | | | | | |
|---|--|---|---|--|---|
| 3 | Irwhantoko dan Basuki (2016) | <i>Carbon Emission Disclosure: Studi pada Perusahaan Manufaaktur di Indonesia</i> | <p>Variabel Independen: Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kompetisi, Pertumbuhan, Solvabilitas (Rasio Utang) dan Reputasi kantor Akuntan Public</p> <p>Variabel Dependen : <i>Carbon Emission Disclosure</i></p> | Analisis Regresi Berganda | Solvabilitas atau Rasio Utang memiliki pengaruh negative signifikan. Sedangkan untuk variabel lainya tidak berpengaruh. |
| 4 | Putri Citra Pratiwi, dan Vita Fitria Sari (2016) | Pengaruh Tipe Industri, <i>Media Exposure</i> , dan Profitabilitas terhadap <i>Carbon Emission Disclosure</i> | <p>Variabel Independen: Tipe Industri, <i>Media Exposure</i> dan Profitabilitas</p> <p>Variabel Dependen: <i>Carbon Emission Disclosure</i></p> | Analisis Regresi Linear Berganda (<i>multiple regression analysis</i>) | Dalam penelitian ini, Media Exposure dan Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan emisi karbon. Sedangkan Tipe Industri berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan emisi karbon |
| 5 | Hanifah Nur Farida, dan Hafiez | Pengaruh Profitabilitas, Ukuran | Variabel Independen: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, | Analisis Regresi | Dalam penelitian ini, Ukuran perusahaan |

| | | | | | |
|---|---|--|--|---|---|
| | Sofyani (2018) | Perusahaan, Leverage, Afiliansi Politik dan Dewan Komisaris Independen Terhadap <i>Carbon Emission Disclosure</i> : Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2014-2016 | Leverage,Afiliansi Politik dan Dewan Komisaris Independen Variabel Dependen: <i>Carbon Emission Disclosure</i> | Linear Berganda | berpengaruh positif dalam pengungkapan emisi karbon.Sedangkan untuk Leverage dan Dewan Komisaris Independen berpengaruh negative. Untuk Profitabilitas dan Afiliasi Politik tidak berpengaruh dalam emisi karbon. |
| 6 | Suci Septriyawa ti, dan Nur Anisah (2019) | Pengaruh <i>Media Exposure</i> , Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014- 2018 | Variabel Independen: <i>Media Exposure</i> , Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage Variabel Dependen: Pengungkapan Emisi Karbon | Analisis Regresi Linear Berganda | <i>Media Exposure</i> berpengaruh signifikan dalam pengungkapan emisi karbon, sedangkan Ukuran perusahaan, Profitabilits,dan Leveage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon. |

| | | | | | |
|---|---|--|--|----------------------------------|---|
| 7 | Erika Apriliana, Husnah Nur Laela Ermaya, dan Krisno Septyan (2019) | Pengaruh Tipe Industri, Kinerja Lingkungan dan Profitabilitas Terhadap <i>Carbon Emission Disclosure</i> | <p>Variabel Independen :Tipe Industri, Kinerja Lingkungan, dan Profitabilitas</p> <p>Variabel Dependen : <i>Carbon Emission Disclosure</i></p> | Analisis Linear Berganda | Tipe Industri dan Proditabilitas secara signifikan berpengaruh positive terhadap Carbon Emission Disclosure, dengan tingkat signifikasi Tipe Industri 0,002 dan Profitabilitas 0,004. Yang mana tingkat signifikan tersebut lebih kecil dari rata-rata 0,005. Sedangkkn untuk Kinerja Lingkungan tidak memberikan pengaruh yang signifikan karena tingkat signifikanya lebih besar yakni 0,095. |
| 8 | Adi Wiranto, dan Fatkhudin Muaziz (2020) | Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Leverage mempengaruhi Pengungkapan Emisi Karbon di Indonesia | <p>Variabel Independen: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Leverage</p> <p>Variabel Dependen: Pengungkapan Emisi Karbon</p> | Analisis Regresi Linear Berganda | Leverage berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon, sedangkan untuk Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap |

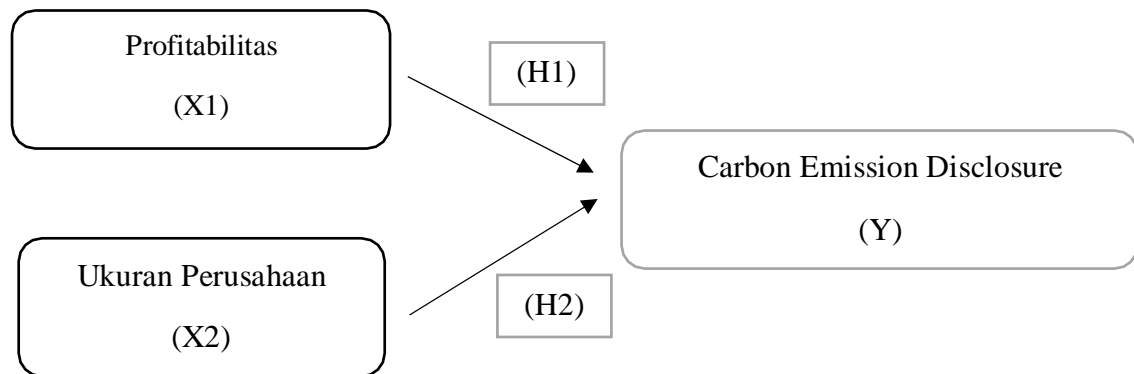
| | | | | | |
|---|---|--|---|----------------------------------|--|
| | | | | | pengungkapan emisi karbon. |
| 9 | Ni Nengah Witri Asiti, dan Dewa Gede Wirama (2020) | Faktor-faktor yang mempengaruhi Pengungkapan Emisi Karbon pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia | Variabel Independen: Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Tipe Industri, dan <i>Good Corporate Governance</i> Variabel Dependen: Pengungkapan Emisi Karbon | Analisis Regresi Linear Berganda | Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa Leverage berpengaruh negative dalam pengungkapan emisi karbon. Untuk Tipe Industri dan Good Corporate Governance berpengaruh positif. Sedangkan untuk Profitabilitas dan Ukuran perusahaan tidak berpengaruh |

| | | | | | |
|----|-------------------------------------|--|--|---|---|
| 10 | Selviana, Dwi Ratmono 2019 | Pengaruh Kinerja Karbon, Karakteristik Perusahaan dan Lingkungan Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon | <p>Variabel Independen: Kinerja karbon, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Belanja Modal, Tingkat Asimetri Informasi, dan Kinerja lingkungan</p> <p>Variabel Dependen: Pengungkapan Emisi Karbon</p> | Analisis Regresi Linear Berganda | <p>Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa ukuran perusahaan dan belanja modal memberikan pengaruh yang positif dalam pengungkapan emisi karbon. Sedangkan untuk profitabilitas dan leverage memberikan pengaruh yang negative.</p> <p>Variabel lainnya dalam penelitian ini, tidak memberikan pengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon.</p> |
|----|-------------------------------------|--|--|---|---|

Berdasarkan Tabel penelitian terdahulu diatas,terdapat beberapa persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang. Penelitian yang dilakukan penulis merupakan pengembangan dari penelitian terdahulu.Hal tersebut dapat terlihat pada aspek variabel independent peneliti lebih menekankan pada variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan, sedangkan untuk variabel dependennya peneliti menggunakan *carbon emission disclosure*.

2.3 Model Konseptual Penelitian

Tabel 2.2
Kerangka Konseptual Penelitian



2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Profitabilitas berpengaruh terhadap *Carbon Emission Disclosure*

Profitabilitas seringkali dijadikan tolak ukur dalam melakukan tanggung jawab lingkungan. Berdasarkan teori legitimasi, masyarakat senantiasa melakukan tekanan kepada perusahaan agar peduli terhadap masalah lingkungan, perusahaan dengan profitabilitas tinggi lebih mudah dalam menjawab tekanan tersebut karena perusahaan memiliki sumber daya lebih yang dapat digunakan untuk melakukan pengungkapan lingkungan dibandingkan perusahaan dengan profitabilitas rendah sehingga memudahkan perusahaan dalam mendapatkan legitimasi dari masyarakat (Zhang, *et al* 2013). Penelitian ini menggunakan ROA (*Return on Assets Ratio*) dimana penggunaan rasio ini dapat menggambarkan karakteristik perusahaan terkait efisiensi perusahaan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Richatul Jannah dan Dul Muid (2014), Bayu Tri Cahya (2016) dan Erika Apriana Husnati Nur Laela (2019) menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif terhadap *Carbon Emission Disclosure*. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Irwhantoko & Basuki (2016), dan Ni Nengah Witri, dkk (2020) yang dalam penelitian mereka mengungkapkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh dalam pengungkapan emisi karbon. Dari adanya perbedaan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu, maka dari itu peneliti ingin meneliti kembali pengaruh dari profitabilitas terhadap *carbon emission*

disclosure. Perusahaan dengan kondisi keuangan yang lebih baik mungkin mengungkapkan informasi lingkungan. Sebaliknya, perusahaan dengan kondisi keuangan yang kurang baik, lebih fokus pada pencapaian keuangan dan kinerja perusahaannya saja, sehingga dalam hal ini pelaporan dan pencegahan emisi karbon dibatasi. Kemampuan kinerja keuangan yang dimaksud merupakan kemampuan inisiatif perusahaan dalam upaya mengurangi emisi karbon seperti penggantian mesin yang ramah lingkungan, dan juga inisiatif perusahaan menanam pohon untuk meningkatkan penyerapan CO₂. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H1 = Profitabilitas berpengaruh terhadap *Carbon Emission Disclosure*

2.4.2 Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap *Carbon Emission Disclosure*

Ukuran Perusahaan dapat menggambarkan jumlah aktivitas operasional. Perusahaan yang besar, lebih mampu untuk memberikan pelaporan sukarela yang berkualitas dan mampu memberikan lebih biaya pengungkapan karbon secara sukarela. Menurut Wang et al (2013) Perusahaan-perusahaan yang besar diasumsikan mendapatkan tekanan yang lebih besar dari perusahaan kecil, maka mereka akan meningkatkan pengungkapan informasi perusahaan untuk membangun citra sosial yang baik sebagai strategi untuk bisnis mereka. Dari beberapa hasil penelitian terdahulu terdapat adanya perbedaan hasil penelitian yang telah dilakukan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Richatul Jannah dan Dul Muid (2014) Hanifah Nur Faridan dan Hafiez Sofyani (2018), menunjukkan bahwa Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *Carbon Emission Disclosure*. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Bayu Tri Cahya (2016), dan Adi Wiranto & Nur Anisah (2019) yang mengatakan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti ingin meneliti kembali pengaruh dari ukuran perusahaan terhadap pengungkapan emisi karbon. Maka dari itu, hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H2 = Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap *Carbon Emission Disclosure*