

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perubahan iklim yang saat ini sedang terjadi di Indonesia sangat tidak teratur atau sulit ditebak, seperti curah ujan yang tinggi, musim kemarau yang berkepanjangan serta banyak terjadinya bencana alam. Salah satu penyebab dari perubahan iklim ini sebagian besar disebabkan oleh emisi karbon. Aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh manusia dalam industri maupun bisnis menghasilkan dampak positif dan negatif. Penyebab utama terjadinya emisi karbon yaitu karena adanya pembakaran senyawa-senyawa yang menyimpan karbon (Qottrunnada, 2022).

Perusahaan ini juga menambah emisi karbon atmosfer.pembakaran bahan baku fosil untuk transportasi, produksi listrik, poduksi semen, penggundulan hutan, prtanian, dan aktivitas manusia lainnya menghasilkan emisi CO₂. Tahun 2020 mencetak rekor emisi karbon dioksida (CO₂). *National Oceanic Atmospheric Administration* (NOAA) menghitung jumlahnya secara signifikan lebih tinggi dari tingkat pra-industri sebesar 50%. Tingkat karbon dioksida (CO₂) di Pulau Besar Hawaii diukur oleh NOAA dan ditemukan, rata-rata, 420,99 bagian per juta (ppm), naik 1,8 ppm dari tahun 2021. Konsentrasi bulanan rata-rata ditentukan menjadi 420,78 ppm oleh para peneliti Scripps, yang menyimpan datanya sendiri. (Betahita.id, 2022)

Menurut investigasi Greenpeace International, sejumlah perusahaan ternama telah berkontribusi terhadap perubahan iklim, mereka terus membeli produk minyak sawit dari vendor yang memiliki sejarah memicu kebakaran hutan. Analisis baru ini, yang didasarkan pada pendekatan pemerintah Indonesia, berfungsi sebagai pengingat tajam bahwa kebakaran yang disebabkan oleh operasi industri ini memainkan peran penting dalam keadaan darurat iklim global. Indonesia menduduki posisi keempat didunia, yang menghasilkan emisi GRK. Terutama akibat kebakaran lahan gambut dan

deforestasi terus menerus, yang dilakukan terutama untuk membuat komoditas seperti kelapa sawit.

Pada diskusi tentang hutan yang diadakan di KTT Perubahan Iklim Madrid. Ketika terungkap bahwa produk unilever berkontribusi terhadap perubahan iklim, orang-orang di seluruh dunia menjadi khawatir. Unilever, sebuah perusahaan yang menyebut dirinya sebagai "juara iklim". Menurut data dari tahun 2015 hingga 2018, Belanda menghasilkan 25% emisi untuk setiap tahunnya, hal ini setara dengan emisi gas rumah kaca akibat kebakaran lahan gambut. Unilever akan melakukan pertanggungjawaban. Lebih banyak emisi yang dihasilkan dalam periode waktu yang sama oleh pemasok Nestle daripada di Swiss dalam satu tahun. Mirip dengan Mondelez, operator penting lainnya, emisi tahunan P&G lebih tinggi daripada Selandia Baru (greenpeace.org, 2019).

Kebakaran pada periode waktu yang sama juga menyebabkan emisi dari beberapa perusahaan minyak kelapa sawit dan pedagang pulp/kertas, termasuk Wilmar, yang menyumbang lebih dari 80% emisi tahunan Singapura, Cargill, yang menyumbang lebih dari emisi tahunan Denmark, dan Musim Mas, yang menyumbang 75% emisi tahunan Singapura. Grup Sinar Mas dan perusahaan afiliasinya, seperti Golden Agri Resources (GAR) dan Asia Pulp and Paper (APP), secara kolektif menghasilkan lebih banyak karbon dioksida daripada yang dihasilkan oleh Singapura setiap tahunnya (greenpeace.org, 2019).

Disebut sebagai *consumer non-cyclical* karena, terlepas dari keadaan ekonomi, apakah itu resesi atau *booming* permintaan ini harus tetap ada dan tidak dapat dihilangkan dari penggunaan sehari-hari. sisanya adalah kebutuhan sehari-hari (Snips.stockbit.com, 2022). Penyebab pergerakan naik IHSG adalah saham-saham *consumer non-cyclical*. IHSG naik 0,59 persen ke peringkat 7.053,19 secara keseluruhan. Sektor *consumer non-cyclical* mengalami peningkatan sebesar 1,84 persen. Sehingga jika dilihat dari tingkat kenaikan saham yang terjadi di sektor *consumer non-cyclical* hal ini memungkinkan perusahaan akan melakukan *carbon emission disclosure*.

Tabel 1.1

Tingkat Kenaikan IHGS (Perusahaan *Consumer Non-Cyclical*)

Nama Perusahaan	Tingkat Kenaikan Saham
PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD)	8,26%
PT Kino Indonesia Tbk (KINO)	6,99%
PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR)	6,90%
PT H.M. Sampoerna Tbk (HMSP)	1,65%
PT Gudang Garam Tbk(GGRM)	1,54%

(M.bisnis.com, 2022).

Sehingga jika dilihat dari tingkat kenaikan saham yang terjadi di sektor *consumer non-cyclical* hal ini memungkinkan perusahaan akan melakukan *carbon emission disclosure*.

Hal ini menimbulkan kekhawatiran terhadap keadaan bumi di masa mendatang. sehingga pemerintah menetapkan berbagai tindakan, seperti peraturan, untuk meminimalkan emisi karbon. Pada Konvensi Kerangka Kerja Perserikatan Bangsa-Bangsa tentang Perubahan Iklim (UNFCCC), yang kemudian mengadopsi Protokol Kyoto, No. 61 Tahun 2011-yang merinci perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, dan evaluasi penurunan emisi GRK-menjadi acuan bagi semua kalangan di Indonesia, termasuk para pelaku usaha, dalam hal ini perusahaan. Inventarisasi GRK Nasional adalah untuk memenuhi target Perjanjian Paris 2015, yang meminta penurunan emisi karbon sebesar 29% hingga 40%.

Tarif pajak karbon ditetapkan sebesar paling rendah Rp30,00 (tiga puluh rupiah) per kilogram karbon dioksida ekuivalen (Co2e), hal ini tertuang dalam Peraturan Presiden No. 7 Tahun 2021. Sejauh ini sudah terapat perusahaan dengan PROPER peringkat emas sebanyak 32 perusahaan, hijau 125 perusahaan, biru 1.629 perusahaan, merah 233 perusahaan , hitam 2 perusahaan dan terdapat 16 perusahaan yang sudah tidak beroperasi sehingga tidak mendapatkan peringkat (menlhk.go.id, 2020).

Mulai sekarang harus memperhitungkan dampak operasi perusahaan dan potensi pengaruh oengaruh kebijakan perubahan iklim terhadap perilaku konsumen.

Akibatnya, pemangku kepentingan meminta perusahaan untuk mengungkapkan emisi karbon (juga dikenal sebagai *carbon emission disclosure*) untuk mengevaluasi kinerja mereka (Nur Farida & Sofyani, 2018).

Pengungkapan ini mengacu pada pengungkapan yang dilakukan para pelaku usaha (Septriyawati & Anisah, 2019). Pengungkapan ini menjelaskan upaya perusahaan untuk mengurangi emisi karbon, termasuk perhitungan penggunaan energi, biaya lingkungan, dan persyaratan penggunaan energi perusahaan.

Media *exposure* merupakan kemampuan perusahaan untuk bertahan hidup sebagian besar bergantung pada visibilitasnya di media. Media menyediakan akses informasi terkini tentang perusahaan bagi setiap orang yang peduli terhadap lingkungan, termasuk LSM. Demi menjaga nama baiknya di masyarakat, korporasi akan mengambil langkah-langkah untuk membatasi kesalahan yang dilakukan. Misalnya, mengungkapkan *carbon emission* akan memudahkan perusahaan mendapatkan kepercayaan dari publik.

Ukuran perusahaan mengacu pada kapasitas perusahaan yang oleh kapitalisasi pasar, total penjualan, dan total asetnya. Tidak peduli seberapa besar atau kecil suatu bisnis, semuanya berkontribusi pada peningkatan emisi karbon. Namun, bisnis besar mendapatkan lebih banyak perhatian karena visibilitas publik mereka meningkat. Akibatnya, perusahaan besar mematuhi tekanan publik untuk mengungkapkan emisi karbon.

Profitabilitas digunakan untuk menilai kinerja bisnis. Semua bisnis bertujuan untuk menghasilkan profitabilitas yang tinggi. Semakin baik kinerja perusahaan, semakin besar kemungkinannya untuk mengungkapkan emisi karbonnya, dan hal ini berlaku terlepas dari seberapa menguntungkan perusahaan tersebut. Terkait anggaran pengungkapan yang akan dikeluarkan tidak akan menjadi masalah bagi perusahaan.

Guna menghitung berapa banyak aset yang digunakan sebagai jaminan utang, yaitu dengan menggunakan *leverage*. Menurut (Mujiani et al., 2019), perusahaan akan mementingkan hutangnya terlebih dahulu dibandingkan mengungkapkan

pengungkapan yang dilakukannya. Karena itu, perusahaan yang memiliki *leverage* tinggi perlu waspada saat menurunkan atau mempublikasikan pengungkapan mereka.

Menurut studi (Septriyawati & Anisah, 2019) dan (Florenxia & Handoko, 2021), media *exposure* secara signifikan mempengaruhi *carbon emission disclosure*. Penelitian ini bertolak belakang dengan temuan penelitian (Ayu Laksani et al., 2021) dan (Wibowo et al., 2022), yang tidak menemukan hubungan antara media *exposure* dan *carbon emission disclosure*. Pengungkapan emisi karbon tidak terpengaruh secara positif oleh perhatian media. Jika didiskusikan secara terbuka di media, hal ini menunjukkan adanya perhatian yang berlebihan terhadap pemantauan lingkungan perusahaan.

Selanjutnya, menurut (Nur Farida & Sofyani, 2018) dan (Putri & Amin, 2022), menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang positif terhadap karbon *carbon emission disclosure*. Sementara hasil penelitian yang dilakukan oleh (Ramadhan et al., 2021) dan (Septriyawati & Anisah, 2019), menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *carbon emission disclosure*. Perpres No. 61 Tahun 2011 tidak menyebutkan bahwa hanya perusahaan besar yang wajib mengumumkan emisi karbonnya. Maka diharapkan untuk semua perusahaan melakukan pengungkapan emisi karbon.

Variabel lainnya yaitu profitabilitas, hasil (Apriliana et al., 2019) dan (Zuhrufiyah & Anggraeni, 2019) menyatakan profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap *carbon emission disclosure*. Sedangkan sebaliknya menurut (Septriyawati & Anisah, 2019) dan (Florenxia & Handoko, 2021) menyatakan profitabilitas memiliki pengaruh negatif terhadap *carbon emission disclosure*. Karena bisnis dengan profitabilitas yang tinggi akan lebih menekankan pada pencapaian perolehan laba perusahaan, maka dimungkinkan profitabilitas yang diukur dengan ROA tidak akan berdampak pada pengungkapan pengungkapan emisi karbon. Akibatnya, sering mengabaikan informasi yang dilaporkan secara sukarela dan sangat relevan dengan lingkungan.

Kemudian variabel *leverage* pada penelitian (Wiratno & Muaziz, 2020) dan (Mutiarra Firdausa et al., 2022), menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap *carbon emission disclosur*. Sementara hasil penelitian yang dilakukan oleh (Nur Farida & Sofyani, 2018) dan (Septriyawati & Anisah, 2019) mengatakan sebaliknya bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap *carbon emission disclosure*. Peningkatan pengeluaran operasional juga dapat mengakibatkan beban keuangan yang lebih tinggi (lebih buruk) untuk perusahaan. Alih-alih membagikan informasi sukarela, korporasi akan memutuskan untuk menggunakan sumber dayanya untuk meningkatkan operasi.

Berdasarkan penelitian (Septriyawati & Anisah, 2019), (Mujiani et al., 2019), (Nur Farida & Sofyani, 2018), (Zuhrufiyah & Anggraeni, 2019) dan (Mutiarra Firdausa et al., 2022) Peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian tambahan sebagai akibat dari hasil yang tidak konsisten dari penelitian sebelumnya. Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya oleh (Nur Farida & Sofyani, 2018) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Afiliasi Politik, Dan Dewan Komisaris Independen Terhadap *Carbon Emission Disclosure*”. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya dengan adanya penambahan variabel independen yaitu *media exposure*. Selain itu penelitian sebelumnya menggunakan data pada perusahaan pertambangan sementara pada penelitian ini terfokus pada perusahaan *Consumer Non Cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat ditemukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *media exposure* berpengaruh terhadap *carbon emission disclosure*?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *carbon emission disclosure*?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap *carbon emission disclosure*?
4. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap *carbon emission disclosure*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh media *exposure* terhadap *carbon emission disclosure*.
2. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap *carbon emission disclosure*.
3. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap *carbon emission disclosure*.
4. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap *carbon emission disclosure*.

1.4 Manfaat Penelitian

Harapan penulis pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoriti

Peneliti berharap penelitian ini akan menjadi acuan dan sebagai alat pengembangan masa depan untuk teori yang terkait pada penelitian ini.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi Perusahaan

Berharap bahwa akan menjadi sebuah referensi dalam menetapkan kebijakan perusahaan dan untuk mengetahui cara pengungkapan terkait *carbon emission disclosure* menjadi alasan dalam mengambil sebuah keputusan.

- b. Bagi Eksternal Perusahaan

Berharap bahwa ini akan menjadi sebuah penilaian untuk *stakeholder* untuk melihat apakah perusahaan mengungkapkan emisi karbon karena akan menentukan keputusan yang akan diambil.

- c. Bagi Akademis

Berharap akan memotivasi penelitian selanjutnya menjadi bahan referensi dan perbandingan tentang *carbon emission disclosure*.

1.5 Batasan Masalah

Analisis penelitian ini terbatas karena masih sedikit perusahaan yang menyajikan laporan keberlanjutan yang mengungkapkan terkait pengungkapan emisi karbon. Selain itu, data yang dipergunakan pada penelitian ini berasal dari laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan *consumer non-cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2019 sampai tahun 2021.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan akan memudahkan interpretasi sebagai berikut;

BAB I PENDAHULUAN

Latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penelitian merupakan alasan dilakukannya penelitian yang dibahas dalam bab ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Menjelaskan teori-teori yang mendukung penelitian dijelaskan dalam bab ini, termasuk pengaruh media *exposure*, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan *carbon emission disclosure*. dan kerangka penelitian ini, hipotesis, dan penelitian sebelumnya yang terkait.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas penelitian, sampel, populasi, jenis dan sumber data, variabel penelitian, serta teknik analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran ruang lingkup, pemilihan sampel, pengumpulan data, dan analisis data semuanya termasuk dalam deskripsi objek penelitian bab ini.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Memberikan kesimpulan diberikan dalam bentuk rangkuman singkat dari temuan serta saran mengenai kekurangan indikator masalah yang diteliti dalam penelitian ini yang dapat diperbaiki pada penelitian selanjutnya.