

BAB II

STUDI PUSTAKA

2.1 Deskripsi Konseptual

2.1.1 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Legitimasi merupakan kontrak sosial yang mengatur hubungan antara perusahaan dan masyarakat, di mana perusahaan harus menyesuaikan praktik bisnis, kebijakan, dan komunikasinya dengan norma, nilai, dan ekspektasi sosial. Teori legitimasi menekankan bahwa perusahaan tidak hanya fokus pada tujuan ekonomi, tetapi juga memperhatikan dampak sosial dan lingkungan agar dapat memperkuat reputasi, memperoleh dukungan masyarakat, dan meminimalkan risiko dari perubahan eksternal. Norma dan pengawasan sosial yang diberikan masyarakat menjadi panduan strategis bagi perusahaan dalam mengelola kinerja, mengungkapkan informasi, dan menjaga kepercayaan publik. Dengan demikian, legitimasi mencerminkan sistem pengelolaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat dan lingkungan sosial tempat perusahaan beroperasi (Gama et al, 2024) .

Menurut Dowling & Pfeffer (1975), Keberlanjutan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh kemampuannya dalam menyesuaikan diri terhadap harapan dan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat, yang pada dasarnya membentuk sebuah kontrak sosial antara perusahaan dan publik. Apabila terjadi ketidakharmonisan antara nilai yang dianut

perusahaan dengan nilai sosial masyarakat, maka akan timbul kesenjangan legitimasi (*legitimacy gap*) yang berpotensi mengancam kelangsungan usaha. Untuk menghindari kondisi tersebut, perusahaan perlu menunjukkan tanggung jawab sosialnya melalui keterbukaan informasi yang disajikan dalam laporan tahunan maupun laporan keberlanjutan. Dalam konteks lingkungan, pengungkapan emisi karbon menjadi salah satu langkah strategis untuk memperoleh pengakuan dan kepercayaan dari para pemangku kepentingan yang peduli terhadap isu lingkungan, sekaligus membuktikan bahwa perusahaan menjalankan operasionalnya secara bertanggung jawab dan sejalan dengan norma sosial yang berlaku.

Legitimasi tercapai apabila masyarakat menilai tindakan perusahaan masih berada dalam batas sistem nilai yang dapat diterima. Ketidaksesuaian antara tindakan perusahaan dan harapan masyarakat dapat menimbulkan *legitimacy gap*, yaitu perbedaan persepsi yang berpotensi memicu tekanan sosial, regulasi, maupun konsekuensi ekonomi. Dalam kondisi tersebut, perusahaan cenderung memanfaatkan pengungkapan sosial dan lingkungan, termasuk laporan tanggung jawab sosial dan laporan keberlanjutan, sebagai sarana untuk menjaga dan memulihkan legitimasi di mata publik (Deegan, 2014).

2.1.2 Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Istilah *stakeholder* merupakan salah satu konsep fundamental dalam kajian manajemen strategis dan komunikasi organisasi. *Stakeholder* dapat dipahami sebagai individu, kelompok, maupun organisasi yang memiliki kepentingan, baik secara langsung maupun tidak langsung, terhadap keputusan, kebijakan, program, atau aktivitas yang dijalankan oleh suatu entitas. Pihak-pihak tersebut tidak hanya berpotensi menerima dampak dari tindakan organisasi, tetapi juga mampu memberikan pengaruh terhadap proses dan arah pengambilan keputusan, baik dalam lingkup internal maupun eksternal (Freeman et al., 2020). Dengan demikian, *stakeholder* tidak sekadar berperan sebagai penerima manfaat, melainkan juga sebagai aktor yang dapat membentuk dan memengaruhi keberlangsungan organisasi.

Konsep *stakeholder* pertama kali dikembangkan secara sistematis oleh Freeman (1984) melalui karyanya yang berjudul *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Dalam pemikirannya, Freeman menegaskan bahwa pemegang saham (*shareholder*) bukanlah satu-satunya pihak yang harus menjadi fokus perhatian organisasi, melainkan hanya bagian dari keseluruhan kelompok *stakeholder*. Freeman menyatakan bahwa pendekatan *stakeholder* berorientasi pada upaya menciptakan nilai sebesar-besarnya bagi seluruh *stakeholder* tanpa harus mengorbankan kepentingan pihak tertentu (Freeman et al., 2020). Hal ini menunjukkan bahwa organisasi dituntut untuk menghasilkan nilai yang berkelanjutan

bagi seluruh pihak terkait, tidak terbatas pada pencapaian keuntungan finansial semata.

Berdasarkan teori *stakeholder*, perusahaan dipandang sebagai suatu entitas yang menjalankan aktivitas operasionalnya tidak hanya untuk memperoleh keuntungan semata, tetapi juga bertujuan memberikan nilai dan manfaat bagi para pemangku kepentingan yang terlibat (Ghazali, 2020: 136). Pendekatan teori *stakeholder* bersifat menyeluruh, di mana seluruh *stakeholder* diperlakukan secara adil, jujur, dan bertanggung jawab. Perusahaan yang mampu mengelola kepentingan *stakeholder* dengan baik cenderung mengalokasikan sumber daya lebih besar untuk memenuhi bahkan melampaui harapan para pemangku kepentingannya (Pratama, 2024).

Lebih lanjut, teori *stakeholder* beranggapan bahwa perlakuan yang baik terhadap seluruh pemangku kepentingan akan menciptakan sinergi yang saling menguntungkan. Perlakuan perusahaan terhadap pelanggan, misalnya, dapat memengaruhi sikap dan perilaku karyawan, sementara sikap perusahaan terhadap masyarakat sekitar akan berdampak pada hubungan dengan pemasok dan pelanggan. Hubungan timbal balik ini mencerminkan konsep pertukaran sosial yang menjadi inti dari teori *stakeholder* (Pratama, 2024). Pengelolaan lingkungan dilakukan oleh perusahaan sebagai wujud tanggung jawab terhadap dampak lingkungan yang timbul akibat kurang efisiennya aktivitas operasional, sekaligus untuk memenuhi harapan para *stakeholder*. Apabila perusahaan mampu

melaksanakan pengelolaan lingkungan dengan baik, hal tersebut dapat mendorong dukungan penuh dari para stakeholder dan pada akhirnya diharapkan mampu meningkatkan nilai perusahaan (Khaerun Nisa, 2023).

2.1.3 Kinerja Lingkungan (*Environmental Performance*)

Kinerja lingkungan (*environmental performance*) merupakan gambaran dari dampak atau hasil yang ditimbulkan oleh suatu aktivitas, proyek, produk, maupun organisasi terhadap kondisi lingkungan. (Idris et al., 2025). Karena aktivitas operasional perusahaan dapat menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan, seperti menghasilkan emisi dan limbah kimia, maka keterbukaan informasi mengenai kondisi lingkungan menjadi hal yang penting untuk mendukung upaya perbaikan (Maulidiavitasari & Yanthi, 2021). *Environmental performance* menggambarkan berbagai tindakan dan inisiatif yang dilakukan perusahaan untuk menunjukkan sejauh mana mereka mampu menjaga dan melestarikan lingkungan sekitarnya. Selain itu, kinerja ini juga menjadi bentuk pertanggungjawaban perusahaan kepada para pemangku kepentingan mengenai dampak aktivitas operasional terhadap lingkungan. Karena setiap kegiatan perusahaan berpotensi memengaruhi kondisi alam, baik secara langsung maupun tidak, maka penerapan kinerja lingkungan menjadi hal yang penting. Kerusakan lingkungan yang terjadi justru dapat menimbulkan kerugian besar, baik bagi perusahaan maupun masyarakat di sekitarnya (Wibowo & Mulia, 2020).

Bentuk tanggung jawab tersebut mencakup berbagai aspek yang bahkan melampaui batas operasional perusahaan. Apabila perusahaan memiliki kinerja lingkungan yang baik, hal ini biasanya mendorong mereka untuk lebih transparan dalam mengungkapkan informasi terkait emisi karbon. Kinerja lingkungan juga menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan ekosistem yang bersih dan berkelanjutan. Berdasarkan teori legitimasi, hubungan sosial antara perusahaan dan masyarakat menuntut adanya kepatuhan terhadap norma serta nilai yang berlaku. Salah satu wujudnya adalah menjaga kelestarian lingkungan sebagai upaya memperoleh penerimaan sosial. Oleh karena itu, perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik cenderung mengkomunikasikan hasil usahanya melalui laporan atau pengungkapan lingkungan secara terbuka (Rosada et al., 2024).

Kinerja lingkungan yang optimal dapat memperkuat citra serta reputasi perusahaan, sekaligus memenuhi harapan konsumen yang semakin sadar terhadap isu-isu lingkungan. Selain itu, kinerja lingkungan yang positif juga berpotensi memperbaiki hubungan perusahaan dengan para pemangku kepentingan, termasuk investor maupun pihak regulator (Purnayudha & Hadiprajitno, 2022). Kinerja lingkungan (*environmental performance*) menggambarkan sejauh mana perusahaan mampu menjaga dan menciptakan lingkungan yang berkelanjutan. Dalam sistem penilaian PROPER, evaluasi dilakukan menggunakan indikator yang terukur dengan kategori warna sebagai pembeda.

Peringkat tertinggi diberikan kepada perusahaan dengan kinerja lingkungan terbaik yang ditandai dengan warna emas, diikuti oleh hijau, biru, biru muda, merah, merah muda, hingga hitam sebagai penanda kinerja lingkungan yang paling rendah (Yuniarti et al., 2023).

2.1.4 Carbon Emission Disclosure

Emisi karbon merupakan hasil dari pembakaran senyawa yang mengandung unsur karbon, seperti CO₂, LPG, solar, serta berbagai jenis bahan bakar lainnya yang dilepaskan ke udara. Emisi ini dapat bersumber dari proses alami maupun kegiatan manusia. Contoh sumber alami antara lain berasal dari proses respirasi dan pelepasan gas dari lautan. Sementara itu, sumber yang dihasilkan oleh aktivitas manusia meliputi penebangan hutan, pembakaran bahan bakar fosil, kegiatan industri, serta penggunaan kendaraan bermotor (Shafira, 2024). Berdasarkan asalnya, emisi karbon atau gas rumah kaca (*greenhouse gas*) dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu gas rumah kaca yang bersumber dari kegiatan industri dan gas rumah kaca yang berasal dari proses alami (Hilmi et al., 2020).

Salah satu faktor yang berkontribusi terhadap timbulnya emisi karbon berasal dari kegiatan operasional perusahaan. Dalam menghadapi isu perubahan iklim, perusahaan diharapkan dapat melaporkan atau mengungkapkan berbagai aktivitas yang berpotensi meningkatkan dampak perubahan iklim, salah satunya melalui pengungkapan emisi karbon

(*carbon emission disclosure*) (Khaerun Nisa, 2023). Pengungkapan emisi karbon (*Carbon Emission Disclosure*) merupakan bentuk pelaporan sukarela yang disampaikan oleh perusahaan dalam laporan tahunannya, yang berisi informasi mengenai berbagai kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan emisi karbon (N. A. Putri et al., 2022).

Informasi ini disampaikan kepada para pemangku kepentingan dan mencakup strategi perusahaan dalam menghadapi perubahan iklim, kinerja pengelolaan karbon, serta peluang dan risiko yang timbul akibat dampak perubahan iklim. Dalam laporan tahunan, jenis pengungkapan informasi dibedakan menjadi dua, yaitu *mandatory disclosure* dan *voluntary disclosure*. *Mandatory disclosure* merupakan pengungkapan informasi yang bersifat wajib dilakukan perusahaan, sedangkan *voluntary disclosure* bersifat sukarela, seperti halnya pengungkapan emisi karbon yang diterapkan di Indonesia (Bahriansyah & Lestari Ginting, 2022). Selain itu, keterbukaan informasi terkait lingkungan membuat investor lebih percaya terhadap keberlanjutan perusahaan, sehingga mendorong mereka untuk berinvestasi. Tujuan utama dari pengungkapan emisi karbon adalah meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan, memperbaiki citra perusahaan dalam hal kinerja lingkungan, serta menarik perhatian investor yang peduli terhadap tanggung jawab lingkungan (Yuliandhari et al., 2023).

Pengungkapan emisi karbon merupakan salah satu bagian penting dalam laporan perusahaan yang memuat gambaran prospektif serta berbagai informasi terkait isu iklim yang ditujukan kepada para pemangku kepentingan. Peran akuntansi dalam hal ini ialah mendukung keterlibatan Indonesia dalam pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) melalui praktik pelaporan emisi karbon. Laporan emisi karbon sendiri menjadi komponen dari laporan keberlanjutan perusahaan yang mencerminkan tingkat kepedulian entitas terhadap lingkungan. Dengan adanya pelaporan ini, diharapkan perusahaan mampu memantau serta mengendalikan jumlah emisi karbon yang dihasilkan dari aktivitas operasionalnya (Khotimah & Sari, 2024 dan Riyanti & Murwaningsari, 2023).

2.1.5 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari aktivitas operasionalnya selama periode tertentu. Tingkat profitabilitas dapat mencerminkan keberhasilan perusahaan serta efektivitas dalam memanfaatkan aset yang dimilikinya secara optimal. Oleh karena itu, profitabilitas dapat diketahui dengan membandingkan laba yang diperoleh dalam satu periode dengan total aset atau modal perusahaan. Semakin besar rasio profitabilitas, maka semakin tinggi pula kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, sehingga perusahaan cenderung lebih transparan terhadap berbagai aktivitas yang dilaksanakannya (Saputri

& Fidiana, 2023). Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan, maka semakin besar pula kemampuannya dalam menghasilkan laba. Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kondisi perusahaan yang stabil dan memiliki sumber daya yang memadai, di mana sumber daya tersebut dapat dimanfaatkan untuk mengungkapkan informasi terkait emisi karbon (Tana & Diana, 2021).

Selain mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan, tingkat profitabilitas juga menggambarkan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Profitabilitas yang tinggi memberikan sinyal positif bagi para calon investor. Dalam mengambil keputusan investasi, investor cenderung mempertimbangkan tingkat profitabilitas sebagai faktor utama. Lebih lanjut, profitabilitas juga berfungsi sebagai ukuran penting yang digunakan untuk menilai kondisi keuangan perusahaan serta potensi imbal hasil dari investasi yang dilakukan. Adapun rasio seperti *Return on Equity* (ROE), *Return on Assets* (ROA), dan margin laba bersih merupakan contoh indikator yang umum digunakan dalam mengukur tingkat profitabilitas perusahaan (Kusumaningrum & Iswara, 2022).

Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi umumnya dianggap oleh investor sebagai entitas yang mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kapasitas dalam menciptakan laba secara berkelanjutan. Kondisi tersebut menjadikan perusahaan lebih menarik di mata investor serta berpotensi mendorong peningkatan nilai saham dalam jangka

panjang. Namun demikian, hasil penelitian yang dilakukan oleh berbagai pihak menunjukkan temuan yang bervariasi terkait hubungan antara profitabilitas dan persepsi investor tersebut (Ardiansah & Rosadi, 2025). Penelitian yang dilakukan oleh (Bagaskara et al (2021), Profitabilitas tidak senantiasa memberikan pengaruh langsung terhadap kinerja perusahaan. Kondisi ini terjadi karena investor umumnya beranggapan bahwa peningkatan laba perusahaan sering diiringi dengan kebutuhan tambahan modal guna mendukung aktivitas operasional, perluasan usaha, maupun investasi lanjutan.

2.1.6 Media Exposure

Media Exposure dapat dimaknai sebagai paparan media, yakni suatu keadaan ketika seseorang atau sekelompok audiens memperoleh atau menerima informasi yang disampaikan melalui media (Nastiti & Hardiningsih, 2022). Paparan media terjadi ketika pesan-pesan yang disampaikan melalui media menjangkau masyarakat luas dan memberikan efek komunikasi yang efektif. Melalui *media exposure*, pesan tersebut dapat memengaruhi pemahaman serta perilaku individu terhadap informasi yang diterima. Selain itu, *media exposure* juga mempermudah terjadinya interaksi dua arah untuk memperoleh umpan balik, menekan biaya komunikasi, serta membantu para pemangku kepentingan dalam memperoleh informasi mengenai aktivitas perusahaan (Asyari & Hernawati, 2023). *Media exposure* berfungsi sebagai sarana bagi perusahaan dalam menyampaikan atau memberikan informasi terkait

aktivitas operasionalnya, khususnya kepada para pemangku kepentingan eksternal (Sukmawati & Fidiana, 2023).

Menurut Ardianto (2014:168) Paparan media (*media exposure*) didefinisikan sebagai aktivitas penerimaan pesan-pesan media baik itu mendengar, melihat, atau membaca atau pengalaman individu/kelompok yang melibatkan perhatian terhadap konten media tersebut. Selain itu, paparan media berfungsi sebagai instrumen komunikasi yang krusial karena menentukan efektivitas penyampaian suatu informasi atau pesan kepada target audiens atau khalayak yang dituju. Dampak dari paparan media meliputi seluruh pemberitaan positif dan negatif tentang perusahaan bersifat penting dan rumit terhadap kinerja lingkungan, terutama terkait kebutuhan akan transparansi informasi. Media berfungsi sebagai pengawas yang efektif, menciptakan tekanan yang diperlukan untuk memaksa perusahaan agar semakin bertanggung jawab terhadap isu-isu lingkungan (Liao, 2025).

Paparan media (*media exposure*) berfungsi sebagai penghubung penting untuk menyebarluaskan seluruh informasi mengenai kelangsungan hidup dan operasional perusahaan. Ini termasuk pengungkapan kewajiban moral dan sosial, seperti melaporkan jumlah emisi gas rumah kaca yang dihasilkan serta upaya yang dilakukan perusahaan untuk mengurangi tingkat emisi tersebut. Media berbasis internet seperti Instagram, Twitter, Facebook, dan YouTube merupakan saluran yang dapat dimanfaatkan untuk memublikasikan kegiatan-kegiatan terkait emisi gas rumah kaca

(Aryni et al., 2021). Berbagai *platform* media berbasis internet, termasuk Website Perusahaan, Instagram, YouTube, Facebook, dan dokumen resmi (*annual report* dan *sustainability report*), merupakan kanal komunikasi utama yang digunakan untuk menginformasikan kegiatan perusahaan terkait emisi. Mengingat media-media tersebut diawasi secara luas oleh pengguna dan publik, perusahaan merasa terpacu untuk menggunakannya secara strategis. Tujuannya adalah untuk mencari legitimasi agar mampu menciptakan citra yang baik dan memenangkan tanggapan positif dari masyarakat dan *stakeholder* (Nastiti & Hardiningsih, 2022).

2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

Tabel 2.1
Hasil Penelitian Yang Relevan

No	Nama Penulis	Judul Peneliti	Jenis	Hasil Penelitian
1.	(Dharm a et al., 2024)	Pengaruh Profitabilitas dan Nilai Pasar terhadap Pengungkapan Emisi Karbon dengan Kinerja Lingkungan sebagai Variabel Moderasi	Kuantitatif	Profitabilitas (ROA) tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan emisi karbon, sedangkan nilai pasar (Tobin's Q) berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat pengungkapan emisi karbon. Kinerja lingkungan tidak memoderasi hubungan antara profitabilitas dan pengungkapan emisi karbon, tetapi memperkuat hubungan antara nilai pasar dan pengungkapan emisi karbon. Hasil ini mengindikasikan bahwa perusahaan dengan nilai pasar tinggi dan kinerja lingkungan baik lebih terdorong untuk melakukan pengungkapan emisi karbon yang lebih luas.
2.	(T. S.	Pengungkapan	Kuantitatif	Kinerja lingkungan dan paparan

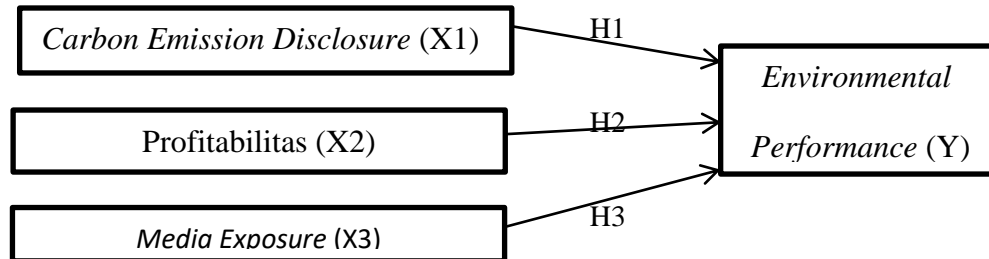
	Nurjana h & Mulyan dini, 2024)	Emisi Karbon di Sektor Energi Indonesia: Peran Kinerja Lingkungan dan Paparan Media		media tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan emisi karbon pada perusahaan sektor energi di BEI periode 2018–2022. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya peringkat PROPER atau banyaknya pemberitaan media tidak menjamin peningkatan transparansi emisi karbon, karena perusahaan cenderung fokus pada laporan keberlanjutan umum.
3.	(N. H. Putri et al., 2025)	Pengungkapan Emisi Karbon: Memahami Peran Profitabilitas, Gender Dewan, dan <i>Media Exposure</i>	Kuantitatif	Profitabilitas, gender dewan, dan <i>media exposure</i> terbukti berpengaruh positif terhadap pengungkapan emisi karbon. Selain itu, kinerja lingkungan sebagai variabel moderasi memperkuat hubungan antarvariabel tersebut. Artinya, perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik serta keberagaman gender di dewan direksi lebih terdorong untuk mengungkapkan emisi karbon secara transparan sebagai wujud akuntabilitas dan tanggung jawab social.
4.	(Sherly et al., 2025)	Pengaruh Kinerja Lingkungan, Profitabilitas, dan <i>Media Exposure</i> terhadap Pengungkapan Emisi Karbon pada Perusahaan Sektor Bahan Dasar yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021–2023	Kuantitatif	Secara simultan, kinerja lingkungan, profitabilitas, dan <i>media exposure</i> berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon. Namun secara parsial, hanya <i>media exposure</i> yang berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan emisi karbon, sedangkan kinerja lingkungan dan profitabilitas tidak signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa perhatian publik dan tekanan media menjadi pendorong utama bagi perusahaan untuk meningkatkan transparansi dalam pengungkapan emisi karbon.
5.	(Wahyu ningrum et al., 2024)	Faktor-Faktor Penentu Pengungkapan Emisi Karbon	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dewan asing (<i>foreign board</i>), profitabilitas, dan <i>media exposure</i> berpengaruh positif

		dan Peran Moderasi Kinerja Lingkungan		signifikan terhadap pengungkapan emisi karbon. Sementara itu, leverage berpengaruh negatif dan kepemilikan institusional tidak berpengaruh signifikan. Kinerja lingkungan (<i>environmental performance</i>) berperan sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat atau membalik arah pengaruh beberapa variabel independen terhadap pengungkapan emisi karbon. Hal ini menegaskan bahwa semakin baik kinerja lingkungan perusahaan, semakin tinggi tingkat pengungkapan emisi karbon yang dilakukan.
6.	(Limang et al., 2024)	Pengaruh Sistem Manajemen Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan: Peran Mediasi Pengungkapan Emisi Karbon dan Kinerja Lingkungan	Kuantitatif	Sistem manajemen lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan emisi karbon dan kinerja lingkungan; keduanya memediasi pengaruh terhadap nilai perusahaan.
7.	(Sura & Hasibuan, 2025)	Hubungan Pengungkapan Emisi Karbon dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan: Peran Moderasi Profitabilitas	Kuantitatif	Pengungkapan emisi karbon dan kinerja lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas memperkuat pengaruh keduanya.
8.	(Rahman & Mujiyati, 2024)	Pengungkapan Emisi Karbon: Hubungannya dengan Kinerja Lingkungan, Kinerja Karbon, Ukuran Perusahaan, dan Keberagaman Dewan	Kuantitatif	Keberagaman dewan asing dan keberagaman latar belakang pendidikan dewan berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon. Sementara itu, pengungkapan emisi karbon tidak dipengaruhi oleh kinerja lingkungan, kinerja karbon, keberagaman gender dewan, maupun ukuran perusahaan.

2.3 Kerangka Konseptual

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

Adapun kerangka konseptual dalam penelitian ini disusun sebagai berikut:



Pengungkapan emisi karbon dilakukan perusahaan sebagai bentuk transparansi terhadap dampak aktivitas operasionalnya terhadap lingkungan (Loru, 2023). Informasi yang disajikan secara terbuka mengenai emisi karbon dapat memperlihatkan keseriusan perusahaan dalam meminimalkan pencemaran dan kerusakan lingkungan (Sura & Hasibuan, 2025). Ketika keterbukaan informasi emisi semakin meningkat, perusahaan terdorong untuk memperbaiki pengelolaan lingkungan agar penilaian publik terhadap kinerjanya semakin baik (Widyastuti et al., 2023). Oleh sebab itu, semakin tinggi tingkat pengungkapan emisi karbon, maka semakin besar potensi peningkatan *environmental performance* perusahaan.

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang dapat digunakan untuk mendanai kegiatan operasional sekaligus upaya pelestarian lingkungan (Adesty et al., 2025). Perusahaan yang memiliki kondisi keuangan sehat lebih mampu berinvestasi pada

teknologi ramah lingkungan, sistem pengelolaan limbah, serta efisiensi energi guna meningkatkan kualitas lingkungannya (Siregar & Destalia, 2025). Sementara itu, *media exposure* berfungsi sebagai wadah publikasi yang dapat memengaruhi reputasi perusahaan terkait isu lingkungan (Asyari & Hernawati, 2023). Banyaknya sorotan media terhadap aktivitas perusahaan menimbulkan dorongan untuk menjaga citra positif melalui perbaikan kinerja lingkungan (Liao, 2025). Dengan demikian, profitabilitas dan *media exposure* diperkirakan berpengaruh positif terhadap *environmental performance* perusahaan (Sherly et al., 2025).

2.4 Definisi Operasional

Definisi Operasional adalah definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti, menspesifikan atau memberikan suatu operasionalisasi yang diperlukan untuk mengukur variabel tertentu.

2.4.1 Variabel Dependen

Kinerja lingkungan merupakan upaya yang dilakukan perusahaan dalam menjaga kelestarian alam serta mengatasi dampak negatif yang timbul akibat aktivitas operasionalnya. Kinerja ini mencerminkan sejauh mana kegiatan bisnis menyebabkan kerusakan terhadap lingkungan hidup. Aspek penilaian dalam program PROPER berfokus pada tingkat kepatuhan perusahaan terhadap pengendalian pencemaran air dan udara, pengelolaan limbah bahan berbahaya dan beracun (B3), serta pemenuhan kewajiban lain yang berkaitan dengan Analisis Mengenai Dampak Lingkungan

(AMDAL). Selain itu, penilaian juga mencakup penerapan Sistem Manajemen Lingkungan (SML), efisiensi dalam penggunaan dan pelestarian sumber daya alam, serta kontribusi sosial perusahaan. Hasil penilaian PROPER ditunjukkan melalui sistem peringkat warna, yaitu emas sebagai kategori tertinggi, disusul oleh hijau, biru, merah, dan hitam yang menunjukkan peringkat terendah (Dianty & Nurrahim, 2022).

Tabel 2.2
Keterangan Peringkat PROPER

Kriteria	Keterangan	Score
Emas	Kekonsistenan perusahaan menunjukkan keunggulan lingkungan didalam aktivitas produksi ataupun layanan mereka, beroperasi secara etis, dan bertanggung jawab kepada komunitas mereka.	5
Hijau	Dengan memperkenalkan sistem manajemen lingkungan, menggunakan sumber daya secara efisien melalui 4R (<i>Reduce, Recycle, Reuse, Recovery</i>), dan memenuhi tanggung jawab sosial, perusahaan akan mempraktikkan pengelolaan lingkungan lebih dari yang diperlukan.	4
Biru	Perusahaan berkomitmen untuk pengelolaan lingkungan seperti yang diwajibkan oleh hukum.	3
Merah	Perusahaan mengelola lingkungan tanpa mematuhi persyaratan yang diamanatkan oleh undang-undang.	2
Hitam	Perusahaan yang berbuat lalai dengan sengaja sehingga berakibat mencemarkan ataupun kerisukan lingkungan dan melanggar aturan UU dan tidak menjalani sanksi administrasi.	1

Sumber : Peraturan Kementerian Lingkungan Hidup Nomor 6

2.4.2 Variabel Independen

2.4.2.1 Carbon Emission Disclosure

Emisi karbon merupakan gas yang dihasilkan dari proses pembakaran senyawa yang mengandung unsur karbon dan dilepaskan ke atmosfer. Peningkatan emisi karbon terjadi secara berkelanjutan seiring dengan meningkatnya aktivitas industri dan bisnis. Saat ini, banyak perusahaan mulai menyadari serta mengambil tanggung jawab terhadap dampak negatif dari emisi yang mereka hasilkan terhadap manusia dan lingkungan (Hardiyansah et al, 2021). Pengungkapan Emisi Karbon merupakan bentuk pelaporan sukarela yang disampaikan oleh perusahaan dalam laporan tahunan sebagai informasi mengenai kegiatan operasional yang berhubungan dengan emisi karbon (N. A. Putri et al, 2022). Pengungkapan Emisi Karbon pada penelitian ini diukur dengan memanfaatkan indeks Pengungkapan Emisi Karbon (Choi et al, 2013).

Tabel 2.3
Carbon Emission Disclosure Checklist

Indikator	Kode	Keterangan
Perubahan iklim: Risiko dan peluang	CC-1	Penilaian/deskripsi terhadap risiko (peraturan/regulasi baik khusus maupun umum) yang berkaitan dengan perubahan iklim dan tindakan yang diambil untuk mengelola risiko tersebut.
	CC-2	Penilaian/deskriptif saat ini (dan masa depan) dari implikasi keuangan, bisnis, dan peluang dari perubahan iklim.
Emisi Gas Rumah Kaca (GHG/ <i>Greenhouse Gas</i>)	GHG-1	Deskriptif metodologi yang digunakan untuk menghitung emisi gas rumah kaca (misal protocol GRK atau ISO)
	GHG-2	Keberadaan verifikasi eksternal kuantitas

		emisi GRK oleh siapa dan atas dasar apa.
	GHG-3	Total emisi gas rumah kaca (metrik ton CO ₂) yang dihasilkan.
	GHG-4	Pengungkapan lingkup 1 dan 2, atau 3 emisi GRK langsung.
	GHG-5	Pengungkapan emisi GRK berdasarkan asal atau sumbernya (misal: batubara, listrik, dan lain-lain).
	GHG-6	Pengungkapan emisi GRK menurut fasilitas atau tingkat segmen.
	GHG-7	Perbandingan emisi GRK dengan tahun tahun sebelumnya.
Konsumsi Energi (EC/ <i>Energy Consumption</i>)	EC-1	Jumlah energi yang dikonsumsi (misalnya tera- joule atau peta-joule).
	EC-2	Perhitungan energi yang digunakan dari sumber daya yang dapat diperbaharui.
	EC-3	Pengungkapan menurut jenis, fasilitas atau segmen.
Pengurangan Gas Rumah Kaca dan Biaya (RC/ <i>Reduction and Cost</i>)	RC-1	Perincian dari rencana atau strategi untuk mengurangi emisi GRK.
	RC-2	Perincian dari tingkat target pengurangan emisi GRK saat ini dan target pengurangan emisi.
	RC-3	Pengurangan emisi dan biaya atau tabungan (cost or savings) yang dicapai saat ini sebagai akibat dari rencana pengurangan emisi karbon.
	RC-4	Biaya emisi masa depan yang diperhitungkan dalam perencanaan belanja modal (capital expenditure planning).
Akuntabilitas Emisi Karbon (AEC/ <i>Accountability of Emission Carbon</i>)	AEC-1	Indikasi di mana dewan komite (atau badan eksekutif lainnya) mempunyai tanggung jawab atas tindakan yang berkaitan dengan perubahan iklim.
	AEC-2	Deskripsi mekanisme di mana dewan (badan eksekutif lainnya) meninjau kemajuan perusahaan mengenai perubahan iklim.

Sumber: Choi et al (2013)

Pada tabel diatas kategori kedua GHG-4 disebutkan mengenai ruang lingkup 1,2,3 yang berisi tentang sumber emisi Perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun ruang lingkup tersebut disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Lingkup	Jenis	Keterangan
Lingkup 1	Emisi GRK Langsung	<ul style="list-style-type: none"> a Emisi GRK terjadi dari sumber yang dimiliki atau dikendalikan oleh Perusahaan, Misalnya : Emisi dari pembakaran boiler, tungku, kendaraan. b Emisi CO2 langsung dari pembakaran biomassa tidak dimasukkan dalam lingkup 1 tetapi dilaporkan secara terpisah. c Emisi GRK yang tidak terdapat pada protokol Kyoto, misalnya CFC,NOX, dll sebaiknya tidak dimasukkan dalam lingkup 1 tetapi dilaporkan secara terpisah.
Lingkup 2	Emisi secara langsung berasal GRK tidak yang dari listrik	<ul style="list-style-type: none"> a Mencakup emisi GRK dari pembangkit Listrik yang dibeli atau dikonsumsi oleh Perusahaan b Lingkup 2 secara fisik terjadi pada fasilitas Dimana Listrik dihasilkan.
Lingkup 3	Emisi Tidak GRK langsung lainnya	<ul style="list-style-type: none"> a Lingkup 3 adalah kategori pelaporan opsional yang memungkinkan untuk perlakuan semua emisi tidak langsung lainnya. b Lingkup 3 adalah konsekuensi dari kegiatan Perusahaan, tetapi terjadi dari sumber yang tidak dimiliki atau dikendalikan oleh Perusahaan. c Contoh Lingkup 3 adalah kegiatan ekstraksi dan produksi bahan baku yang dibeli, transportasi dari bahan bakar yang dibeli, dan penggunaan produk dan jasa yang dijual.

Sumber: Choi et al (2013)

Berikut rumus Perhitungan *Carbon Emission Disclosure* :

$$CED = \frac{\sum Di}{2a}$$

CED : *Carbon Emission Disclosure*

$\sum Di$: Jumlah item yang diungkapkan

M : Jumlah seluruh item yang dapat diungkapkan (18)

2.4.2.2 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan serta menjadi indikator efisiensi dan efektivitas operasional dalam memanfaatkan aset yang dimilikinya (Chen & Jaggi, 2008). Amro dan Asyik (2021), menyatakan bahwa rasio profitabilitas digunakan sebagai alat ukur untuk menilai sejauh mana kemampuan serta keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui aktivitas yang berkaitan dengan penjualan, pengelolaan aset, dan ekuitas berdasarkan ukuran tertentu. Investor biasanya menilai variabel profitabilitas dengan mempertimbangkan rasio *Return on Assets* (ROA).

Rumus ROA menurut Kasmir (2015) adalah sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{laba bersih setelah pajak}}{\text{total aset}} \times 100\%$$

2.4.2.3 Media Exposure

Media exposure berfungsi sebagai wadah bagi perusahaan untuk menjalin komunikasi dengan pihak eksternal, termasuk para pemangku kepentingan (*stakeholders*), dalam menyampaikan berbagai informasi serta potensi yang dimiliki perusahaan. Pemanfaatan media sebagai alat komunikasi dengan masyarakat dan *stakeholders* dapat membantu

meningkatkan citra serta nilai perusahaan di mata publik. Selain itu, melalui pengungkapan strategi keberlanjutan perusahaan di media, perusahaan dapat membangun kepercayaan dan memperoleh pengakuan dari para pemangku kepentingan, sekaligus memenuhi kebutuhan serta memperkuat interaksi yang efektif dengan mereka (Yasin, 2020).

Media memiliki peran penting dalam mengawasi aktivitas perusahaan, termasuk dalam hal pengungkapan kinerja lingkungan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan pengaruh media, karena apabila muncul pemberitaan negatif mengenai perusahaan, hal tersebut dapat menimbulkan reaksi negatif dari masyarakat yang pada akhirnya dapat menurunkan citra serta nilai perusahaan (Nastiti & Hardiningsih, 2022).

D. Wulandari & Sasongko (2024) Pengukuran *media exposure* (ME) dengan variabel *dummy* yaitu:

- 1 : Perusahaan yang menyediakan informasi yang berhubungan dengan pengungkapan emisi karbon melalui website perusahaan, *Annual report*, dan *sustainability report*.
- 0 : Perusahaan yang tidak menyediakan informasi yang berhubungan dengan pengungkapan emisi karbon.

2.5 Hipotesis

2.5.1 Pengaruh *Carbon Emission Disclosure* Terhadap *Environmental Performance*

Carbon emission disclosure adalah praktik pelaporan informasi mengenai besarnya emisi karbon yang dihasilkan perusahaan, termasuk kebijakan serta upaya yang dilakukan untuk mengendalikan dampak lingkungan dari aktivitas operasionalnya. Pelaporan ini berfungsi sebagai bentuk transparansi perusahaan terhadap isu lingkungan dan perubahan iklim sehingga pemangku kepentingan dapat menilai keseriusan perusahaan dalam menjaga keberlanjutan (N. H. Putri et al, 2025). Selain menjadi sarana komunikasi kinerja lingkungan, *carbon emission disclosure* juga berperan dalam membangun reputasi perusahaan yang bertanggung jawab serta meningkatkan kepercayaan publik terhadap kegiatan bisnis yang dijalankan (Sherly et al, 2025). Dengan demikian, semakin komprehensif penyampaian informasi emisi karbon, maka semakin baik pula persepsi masyarakat terhadap akuntabilitas lingkungan perusahaan.

Pengungkapan emisi karbon merupakan wujud keterbukaan informasi dari perusahaan yang mencerminkan kepedulian serta tanggung jawabnya terhadap isu lingkungan. Melalui pengungkapan tersebut, perusahaan diharapkan mampu memperbaiki kinerja lingkungannya dengan menunjukkan komitmen dalam mengelola serta meminimalkan dampak negatif dari kegiatan operasionalnya (Loru, 2023). Perusahaan

yang secara aktif mengungkapkan informasi mengenai emisi karbonnya cenderung mendapatkan tingkat penerimaan dan kepercayaan sosial yang lebih besar dari para pemangku kepentingan (Kurnia et al, 2021). Oleh karena itu, tingkat pengungkapan emisi karbon yang lebih tinggi dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan kinerja lingkungan perusahaan (Sura & Hasibuan, 2025).

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Widyastuti et al. (2023) memperlihatkan bahwa *carbon emission disclosure* memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan kinerja lingkungan perusahaan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat keterbukaan informasi emisi karbon yang dilakukan perusahaan, maka semakin besar pula tingkat kepercayaan pemangku kepentingan terhadap komitmen perusahaan dalam mengelola lingkungan secara bertanggung jawab, sehingga berdampak pada peningkatan *environmental performance* perusahaan.

H1: *Carbon Emission Disclosure* berpengaruh Terhadap *Environmental Performance*

2.5.2 Pengaruh *Profitabilitas* Terhadap *Environmental Performance*

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui pemanfaatan sumber daya secara efektif dan efisien. Tingkat profitabilitas mencerminkan keberhasilan operasional dan kondisi keuangan perusahaan yang dapat mendukung pelaporan keberlanjutan

seperti *carbon emission disclosure* (Wahyuningrum et al, 2024). Selain itu, profitabilitas yang baik berpotensi meningkatkan kepercayaan investor karena perusahaan dinilai mampu memberikan nilai tambah dan prospek kinerja yang positif dalam jangka panjang (Sherly et al., 2025).

Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan yang dapat digunakan untuk mendukung upaya peningkatan pengelolaan lingkungan secara lebih optimal (S. Wulandari, 2020). Stabilitas keuangan menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba secara berkelanjutan, sehingga memungkinkan pendanaan program lingkungan seperti efisiensi energi, pengelolaan limbah, dan pengurangan emisi karbon. Langkah tersebut tidak hanya memperbaiki citra perusahaan, tetapi juga dapat menekan biaya operasional sehingga meningkatkan kinerja keuangan dan lingkungan secara bersamaan. (Adesty et al., 2025).

Penelitian yang dilakukan oleh Siregar et al. (2025) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pengelolaan lingkungan, yang berarti perusahaan dengan tingkat laba tinggi memiliki kemampuan finansial lebih besar untuk mendukung serta menjalankan berbagai program lingkungan dalam rangka meningkatkan *environmental performance*.

H2: Profitabilitas berpengaruh Terhadap *Environmental Performance*

2.5.3 Pengaruh *Media Exposure* Terhadap *Environmental Performance*

Media exposure adalah sejauh mana perusahaan mendapatkan perhatian melalui berbagai pemberitaan di media, baik media cetak maupun media digital, yang dapat memengaruhi pandangan publik terhadap aktivitas dan tanggung jawab perusahaan (T. S. Nurjanah & Mulyandini, 2024). Tingginya sorotan media mendorong perusahaan untuk lebih transparan dalam menyampaikan informasi terkait kinerja lingkungan agar citra perusahaan tetap terjaga di hadapan masyarakat dan investor (Sherly et al., 2025).

Paparan media berfungsi sebagai sarana komunikasi yang digunakan perusahaan untuk menginformasikan berbagai aktivitas tanggung jawab sosial (CSR) serta upaya pengelolaan lingkungan yang dilakukan. Melalui pemberitaan atau publikasi di media, perusahaan dapat menunjukkan komitmennya terhadap keberlanjutan, sehingga mampu membangun dan memperkuat citra positif di mata masyarakat maupun para pemangku kepentingan (Asyari & Hernawati, 2023). Pemberitaan positif dari media dapat mendorong perusahaan untuk terus meningkatkan kinerja lingkungannya, karena sorotan publik menuntut perusahaan menjaga citra dan menunjukkan komitmen terhadap isu keberlanjutan. Semakin tinggi eksposur media yang baik, semakin besar pula motivasi perusahaan untuk menjalankan praktik pengelolaan lingkungan secara

berkelanjutan (Liao, 2025).

Penelitian yang dilakukan oleh Sherly et al. (2025) menyatakan bahwa *media exposure* berpengaruh positif terhadap kinerja lingkungan perusahaan, di mana semakin sering perusahaan menjadi sorotan media melalui berbagai bentuk pemberitaan, semakin besar dorongan bagi perusahaan untuk meningkatkan transparansi dan tanggung jawab dalam pengelolaan lingkungan guna menjaga citra positif serta mendukung praktik keberlanjutan

H3: *Media Exposure* berpengaruh Terhadap *Environmental Performance*