

## BAB 2

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Teori Legitimasi

Teori legitimasi dikemukakan pertama kali oleh Dowling dan Pfeffer (1975), legitimasi adalah hal yang penting bagi organisasi, batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan. Hal ini sejalan dengan penelitian O'Donovan (2002) yang menjelaskan bahwa teori legitimasi sebagai faktor yang menjelaskan pengungkapan lingkungan oleh suatu organisasi.

Teori legitimasi memberikan pandangan bahwa organisasi secara terus menerus berusaha untuk menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang melekat pada kegiatan suatu organisasi dengan norma-norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat dimana organisasi adalah bagian dari sistem tersebut. Legitimasi dapat dianggap sebagai menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas adalah merupakan tindakan yang diinginkan, pantas maupun sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial (Suchman, 1995 dalam rahajeng, 2010).

Gray, et al (1996) juga mendefinisikan bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah individu dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu

sistem yang mengutamakan keberpihakan atau kepentingan masyarakat, operasional perusahaan harus mempertimbangkan bahwa kegiatan yang dilakukan sesuai dengan batasan, norma-norma dan harapan masyarakat.

Teori legitimasi didasari oleh kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan tersebut beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Shocker dan Sethi (1974) dalam Rahmawati (2012) memberikan penjelasan tentang konsep kontrak sosial sebagai berikut :

*“Semua institusi sosial tidak terkecuali perusahaan beroperasi di masyarakat melalui kontrak sosial baik eksplisit maupun implisit dimana kelangsungan hidup dan pertumbuhannya didasarkan pada hasil akhir yang secara sosial dapat diberikan kepada masyarakat luas dan distribusi manfaat ekonomi, sosial, atau politik kepada kelompok sesuai dengan power yang dimiliki.”*

Berdasarkan teori legitimasi, organisasi akan terus berusaha untuk memastikan bahwa mereka dianggap beroperasi dalam batas-batas dan norma-norma dalam masyarakat. Mereka berusaha untuk memastikan bahwa pemangku kepentingan menganggap aktivitas mereka sebagai legitimasi (Deegan, 2004). Pengungkapan lingkungan merupakan salah satu cara bagi organisasi untuk memperoleh legitimasi ini (Berthelot dan Robert, 2011). Selain itu teori legitimasi menjelaskan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan perusahaan dalam upayanya untuk mendapatkan legitimasi dari komunitas dimana perusahaan itu berada dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang.

Ketika terjadi ketidaksesuaian apa yang diharapkan antara aktivitas perusahaan dan nilai-nilai yang ada pada masyarakat, maka akan muncul *legitimacy*

*gap*. Hadirnya *legitimacy gap* akan menurunkan citra baik dari perusahaan. Menurut Wartick dan Mahon (1994) dalam Ghazali dan Chariri 2007 *legitimacy gap* dapat terjadi karena tiga alasan, yakni :

1. Adanya perubahan dalam kinerja perusahaan tetapi harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan tidak berubah.
2. Kinerja perusahaan tidak berubah tetapi harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan telah berubah.
3. Kinerja perusahaan dan harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan berubah ke arah yang berbeda, atau ke arah yang sama tetapi waktunya berbeda.

Upaya untuk menghindari adanya *legitimacy gap* perusahaan berusaha lewat komunikasi atau interaksi sosial dengan masyarakat mengenai praktik-praktik yang sesuai dengan nilai-nilai yang ada. Selain itu, upaya untuk mendapatkan legalitas, perusahaan harus melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya agar perusahaan mendapatkan kepercayaan sehingga perusahaan dapat beroperasi secara berkelanjutan.

Teori legitimasi mendorong perusahaan untuk melakukan tanggungjawab terhadap lingkungan agar terlihat *legitimate* di mata masyarakat. Perusahaan akan cenderung bertindak sesuai keinginan masyarakat yaitu mampu bertanggung jawab terhadap lingkungan. Masalah lingkungan yang disebabkan oleh operasi perusahaan tidak hanya terkait lingkungan sekitar perusahaan, namun sudah

berkembang pada pemanasan global yang disebabkan oleh gas emisi yang dihasilkan perusahaan.

### **2.1.2 Teori Stakeholder**

Istilah stakeholder pertama kali diperkenalkan oleh Standford Research Institute (RSI) ditahun 1963 (Freeman, 1984:31). Hingga Freeman mengembangkan eksposisi teoritis mengenai stakeholder ditahun 1984 dalam karyanya yang berjudul *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Freeman (1984:25) mendefinisikan stakeholder sebagai kelompok maupun individu yang dapat memengaruhi atau dipengaruhi oleh proses pencapaian tujuan suatu organisasi. Teori Stakeholder melihat perusahaan sebagai koleksi kelompok internal dan eksternal (misalnya, pemegang saham, karyawan, pelanggan, pemasok, kreditur, dan masyarakat sekitar), hal yang menjadi tema utama dari teori stakeholder adalah sifat hubungan antara perusahaan yang biasanya diwakili oleh manajer puncak dan stakeholder, yang kepentingannya terkadang sering menyimpang tidak hanya dari orang-orang dari perusahaan, akan tetapi dari satu sama lain juga (Soegiarto, 2015)

Teori stakeholder mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak yang lain). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007). Gray, Kouhy dan Adams (1994) dalam Ghozali dan Chariri (2007) mengatakan bahwa “Kelangsungan hidup

perusahaan tergantung pada dukungan stakeholder dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah mencari dukungan tersebut. Makin *powerful* stakeholder, makin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan stakeholdernya.

Gray et al (1995) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan tanggung jawab dunia bisnis untuk menjadi akuntabel terhadap seluruh stakeholder, bukan hanya kepada pemegang saham saja. Perusahaan yang melakukan pengungkapan karbon akan memberi kemudahan pada stakeholder untuk membuat keputusan tentang keadaan kinerja emisi karbon perusahaan, menekan perusahaan untuk mengurangi emisi karbon, berkontribusi terhadap perdebatan publik tentang kebijakan dan regulasi perubahan iklim (Ennis et al, 2012). Stakeholder juga membutuhkan laporan tentang tingkat GRK untuk menilai kinerja perusahaan pada saat terjadinya perubahan iklim (Andrea et al, 2015).

## **2.2 *Carbon emission & Carbon emission disclosure***

### **2.2.1 *Carbon emission***

Emisi adalah zat, energi atau komponen lain yang dihasilkan dari suatu kegiatan yang masuk atau dimasukkannya ke dalam udara yang mempunyai atau tidak mempunyai potensi sebagai unsur pencemar. Sedangkan emisi karbon adalah sisa hasil pembakaran bahan bakar di dalam mesin pembakaran dalam, mesin pembakaran luar, mesin jet yang dikeluarkan melalui sistem pembuangan mesin (Wikipedia). Emisi karbon banyak dihasilkan oleh perusahaan-perusahaan sektor

industri maupun sektor transportasi. Emisi karbon akan menyebabkan bertambahnya efek gas rumah kaca pada atmosfer bumi.

Emisi karbon yang terus meningkat akan memperbesar resiko konflik, kelaparan, banjir, gangguan ekonomi, dan migrasi masal penghuni bumi pada abad ini. Jika dibiarkan emisi gas rumah kaca tersebut akan menyebabkan kerugian triliunan dollar AS karena kerusakan properti dan ekosistem, serta untuk membangun sistem pertahanan iklim. Oleh karena itu, sebagai salah satu upaya untuk meminimalisir bertambahnya emisi karbon, perusahaan-perusahaan perlu mengungkapkan laporannya yang berkaitan dengan emisi karbon.

### **2.2.2 Carbon Emission Disclosure**

Laporan tahunan dikelompokkan menjadi dua yaitu *mandatory disclosure* dan *voluntary disclosure*. *Mandatory disclosure* adalah pengungkapan minimum yang harus diungkapkan atau disyaratkan oleh standar akuntansi yang berlaku (kewajiban perusahaan), sedangkan *voluntary disclosure* adalah pengungkapan yang tidak diwajibkan peraturan, dimana perusahaan bebas memilih jenis informasi yang akan diungkapkan yang sekiranya dapat mendukung dalam pengambilan keputusan, pengungkapan ini berupa butir-butir yang dilakukan sukarela oleh perusahaan.

*Carbon Emission Disclosure* merupakan salah satu contoh dari pengungkapan lingkungan yang merupakan bagian dari laporan tambahan dan termasuk dalam laporan sukarela (*Voluntary disclosure*). Pengungkapan lingkungan mencakup intensitas GHG *emissions* atau gas rumah kaca dan penggunaan energi, *corporate governance* dan strategi dalam kaitannya dengan

perubahan iklim, kinerja terhadap target pengurangan emisi gas rumah kaca, risiko dan peluang terkait dampak perubahan iklim (Cotter *et al*, 2011). Dalam penelitian ini, *Carbon Emission Disclosure* diukur dengan menggunakan beberapa item yang diadopsi dari penelitian Choi *et al* (2013). Choi *et al* menentukan lima kategori besar yang relevan dengan perubahan iklim dan emisi karbon sebagai berikut: risiko dan peluang perubahan iklim (CC/*Climate Change*), emisi gas rumah kaca (GHG/*Greenhouse Gas*), konsumsi energi (EC/*Energy Consumption*), pengurangan gas rumah kaca dan biaya (RC/*Reduction and Cost*) serta akuntabilitas emisi karbon (AEC/*Accountability of Emission Carbon*).

Secara umum, Perusahaan akan mengungkapkan informasi jika informasi tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan. Sebaliknya jika informasi itu dinilai dapat merugikan posisi atau reputasi perusahaan maka perusahaan akan memilih untuk menahan informasi tersebut. Pengungkapan mengenai aktivitas sosial dan lingkungan telah diatur oleh regulasi. Salah satunya yang dibuat oleh IAI yang tertuang dalam PSAK No. 1 (revisi 2009) paragraf dua belas yaitu dikatakan bahwa entitas dapat pula menyajikan, terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting. Laporan tambahan tersebut di luar ruang lingkup Standar Akuntansi Keuangan.

## 2.3 Faktor yang mempengaruhi *carbon emission disclosure*

### 2.3.1 Tipe Industri

RANPEGRK (Rencana Aksi Nasional Penurunan Emisi Gas Rumah Kaca) telah diatur pada Peraturan Presiden RI Nomor 61 tahun 2011 yang terbit sebagai salah satu bentuk kebijakan dalam hal pengurangan emisi karbon. Indonesia telah berkomitmen untuk mengurangi emisi Gas Rumah Kaca (GRK) sebanyak 26 persen pada tahun 2020 dari skenario *Business As Usual* (BAU) (Aprianto, pusat pemetaan dan integrasi tematik badan informasi geo spasial). Dalam hal ini, emisi karbon berkaitan dengan tipe industri dimana perusahaan tersebut beroperasi. Choi *et al* (2013) berpendapat bahwa emisi karbon yang dihasilkan perusahaan dalam kategori industri yang intensif dalam menghasilkan emisi lebih besar dibandingkan dengan perusahaan dalam kategori industri non intensif.

Jenis industri dimana perusahaan tersebut beroperasi juga dapat dikategorikan menjadi perusahaan yang beroperasi pada industri yang intensif dalam menghasilkan emisi dan tidak. Perusahaan yang beroperasi pada industri intensif adalah perusahaan yang diantaranya bergerak pada sektor energi, transportasi, *materials* dan utilitas (Choi *et al*, 2013). Pengkategorian tersebut mengacu pada metodologi klasifikasi GICS (*Global Industry Classification Standard*). *Global Industry Classification Standard* merupakan standar global yang mengategorikan perusahaan dalam sektor-sektor dan industri-industri. GICS mengklasifikasikan sebuah perusahaan berdasarkan aktivitas bisnis utamanya. Secara garis besar pengklasifikasian perusahaan menurut GICS diklasifikasikan ke dalam 11 sektor yaitu *Energy, Materials, Industrials, Consumer Discretionary,*



*Consumer Staples, Health Care, Financials, Information Technology, Telecommunication Services, Utilities dan Real Estate.*

### **2.3.2 Media Exposure**

Secara umum, pengertian media adalah suatu alat perantara atau pengantar yang berfungsi untuk menyalurkan pesan atau informasi dari suatu sumber kepada penerima pesan. Pendapat lain mengatakan arti media adalah segala bentuk saluran yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan. Media informasi adalah sarana yang digunakan untuk memberikan informasi peristiwa-peristiwa yang terjadi kepada masyarakat umum secara cepat. Melalui media, informasi yang akan disampaikan akan lebih efektif dan lebih cepat. Terlebih sekarang sudah zaman modern yang segalanya serba modern, banyak alat-alat pembantu yang akan mempermudah untuk menyebarkan berita kepada masyarakat. Sekarang informasi yang didapat oleh masyarakat bukan hanya dengan media cetak yang harus dibeli dahulu seperti koran, akan tetapi bisa dengan Televisi yang setiap harinya menampilkan beberapa kali siaran berita. Baik itu dalam negeri ataupun luar negeri. Lebih canggih dari itu, sekarang didapati di kalangan masyarakat dengan internet yang sudah memasyarakat, yang bisa menampilkan berbagai informasi tanpa mengenal jarak, ruang dan waktu. Terlebih internet sekarang sudah bisa diakses dengan menggunakan telepon genggam yang memungkinkan perkembangan informasi lebih pesat dan cepat karena telepon genggam biasanya sering dibawa kemana saja.

Pada era sekarang ini peran media sangatlah penting seiring dengan pesatnya alat komunikasi dan internet yang beredar di masyarakat. Media memiliki

peran penting dalam mempengaruhi keputusan para pemangku kepentingan karena merupakan sumber utama informasi seperti CSR (Simon, 1992 dalam Wang *et al*, 2013). Pemberitaan yang diberitakan oleh media dapat mempengaruhi sikap publik terhadap perusahaan dan dapat mempengaruhi *stakeholder*. Hubungan antara *media exposure* dan *stakeholder* mempunyai dampak yang penting terhadap pengungkapan lingkungan secara sukarela (Dawkins dan Fraas, 2011). Peningkatan pemberitaan media terhadap kebijakan lingkungan dan iklim meningkatkan peran organisasi-organisasi non pemerintah seperti LSM yang selanjutnya menandakan adanya pergeseran terhadap opini publik hal ini diungkapkan oleh Carpenter (2001) dalam Dawkins dan Fraas (2011). Hal tersebutlah yang memungkinkan bahwa peran pemberitaan media atau *media exposure* secara simultan menentukan strategi pengungkapan perusahaan.

Terdapatnya media di suatu negara bisa berfungsi sebagai pengontrol aktivitas yang ada pada perusahaan, oleh karena itu perusahaan perlu mempertimbangkan keberadaan media tersebut. Jika terdapat isu negatif mengenai perusahaan yang diberitakan oleh media, maka masyarakat mungkin saja akan mengecam aktivitas perusahaan dan dapat menurunkan nilai perusahaan tersebut. Hal ini sesuai dengan penelitian dari McCombs dan Shaw (1972) dalam Dawkins dan Fraas (2011) bahwa media dapat mempengaruhi apa yang masyarakat pikirkan mengenai jumlah dan jenis berbagai kejadian yang diberikan. Perusahaan dapat membagi informasi mengenai perusahaan melalui beberapa media informasi dan komunikasi diantaranya koran, laporan tahunan, dan majalah maupun melalui media elektronik seperti televisi, radio dan internet.

### 2.3.3 Profitabilitas

Profitabilitas adalah suatu ukuran dalam persentase yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba pada tingkat yang dapat diterima. Salah satu dari banyaknya variabel yang menggambarkan kinerja suatu perusahaan dari aspek keuangan adalah profitabilitas. Profitabilitas dapat diukur menggunakan beberapa proksi antara lain ROA (*Return on Asset*), ROE (*Return on Equity*), ROI (*Return on Investment*) dan NPM (*Net Profit Margin*). ROA (*Return on Asset*) merupakan perbandingan antara laba bersih dengan jumlah aktiva. ROE merupakan perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan ekuitas yang akan diinvestasikan pemegang saham pada suatu perusahaan. ROI merupakan kemampuan perusahaan secara keseluruhan di dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan. NPM merupakan rasio tingkat profitabilitas yang dihitung dengan cara membagi laba bersih dengan total penjualan.

Pada penelitian kali ini akan menggunakan ROA untuk mengukur profitabilitas. Lorenzo *et al* (2009) menggunakan ROA karena menurutnya ROA dapat digunakan untuk menggambarkan karakteristik teknis dan terkait dengan efisiensi perusahaan. Semakin tinggi nilai ROA maka mengindikasikan bahwa kinerja keuangan suatu perusahaan semakin baik. Dan semakin baik kinerja keuangan suatu perusahaan, maka perusahaan mempunyai kemampuan secara finansial dalam memasukkan strategi pengurangan emisi karbon ke dalam strategi bisnisnya. Perusahaan dengan kinerja operasi lebih baik lebih memungkinkan untuk membuat pengungkapan yang lingkungan lebih detail karena mereka dapat

menghasilkan lebih banyak pengurangan dampak lingkungan daripada perusahaan lain hal ini seperti yang diungkapkan oleh Freedman dan Jaggi (2005).

#### **2.3.4 Regulator**

Regulator adalah pihak-pihak yang berkepentingan dalam menciptakan keadaan dari kegiatan bisnis yang adil dan aman bagi semua pihak yang ingin menjalankan bisnis. Agar keadaan bisa terwujud seperti yang diharapkan, maka perlu dibuat aturan-aturan main yang dapat disepakati oleh semua pihak. Regulator dapat berasal dari pemerintah maupun institusi atau lembaga.

Pemerintah merupakan faktor utama yang mampu menekan perusahaan untuk melakukan pengungkapan karbon karena pemerintah mempunyai kekuasaan lebih untuk membuat aturan-aturan agar perusahaan bertanggungjawab terhadap lingkungan. Pemerintah yang sadar akan permasalahan lingkungan akibat aktivitas perusahaan, maka cenderung menekan perusahaan untuk lebih bertanggungjawab terhadap lingkungan. Oleh karena itu perusahaan pasti akan berusaha melakukan tanggungjawab lingkungan untuk memperoleh legitimasi dari pemerintah.

Pemerintah Indonesia mengeluarkan Undang-Undang nomor 17 tahun 2004 tentang *Pengesahan Kyoto Protocol to The United Nations Framework Convention on Climate Change* untuk membuktikan keseriusan Pemerintah Indonesia dalam rangka melaksanakan pembangunan berkelanjutan dan ikut serta dalam upaya penurunan emisi gas rumah kaca. Selain itu Indonesia juga mengeluarkan Perpres No. 61 Tahun 2011 mengenai Rencana Aksi Nasional Penurunan Emisi Gas Rumah Kaca yang secara umum mengatur upaya penurunan

emisi pada sektor pertanian, kehutanan, lahan gambut, energi dan transportasi, industri, pengolahan limbah, dan kegiatan pendukung lainnya dan Perpres No. 71 Tahun 2011 mengenai penyelenggaraan inventarisasi gas rumah kaca nasional yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai tingkat karbon, status, dan kecenderungan emisi dan serapan gas rumah kaca termasuk simpanan karbon pada tingkat nasional, provinsi, kabupaten atau kota. Pada pasal 4 Perpres No. 61 Tahun 2011, disebutkan bahwa pelaku usaha juga ikut serta dalam upaya penurunan emisi gas rumah kaca.

#### **2.3.5 Kepemilikan Institusi**

Kepemilikan institusional adalah kepemilikan jumlah saham perusahaan oleh lembaga keuangan non bank dimana lembaga tersebut mengelola dana atas nama orang lain. Lembaga ini dapat berupa perusahaan asuransi, perusahaan reksa dana, perusahaan investasi dll. Di dalam perusahaan, kepemilikan institusional memiliki fungsi atau peran untuk memonitor dan mengarahkan kegiatan bisnis perusahaan (Farida, R. M dan Soegiarto, D 2019)

Kepemilikan institusi yang besar merupakan salah satu kekuatan untuk mengendalikan manajemen agar melakukan pengungkapan lingkungan yang berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan. Kepemilikan institusional yang besar akan meningkatkan monitoring terhadap perusahaan sehingga mengungkapkan segala aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan *image positif* dari para *stakeholder*. Dengan adanya pengungkapan lingkungan akan meningkatkan nilai perusahaan dan membantu dalam pembangunan berkelanjutan

perusahaan. Ho dan Tower (2011) menunjukkan bahwa konsentrasi kepemilikan konsisten menunjukkan hubungan positif dengan pengungkapan sukarela.

### 2.3.6 *Leverage*

Menurut Choi et al (2013) *leverage* merupakan perbandingan antara total hutang terhadap total aset perusahaan. *Leverage* mengindikasikan persentase penggunaan dana dari pihak kreditur untuk membiayai aset perusahaan, sehingga keputusan perusahaan sangat bergantung kepada kondisi *leverage* yang dialami. Pendapat yang berbeda dari Adawiyah (2013) mengatakan bahwa rasio *leverage* berhubungan dengan keputusan pendanaan dimana perusahaan lebih memilih pembiayaan hutang dibandingkan modal sendiri. Rasio ini juga menunjukkan seberapa besar perusahaan dibiayai oleh pihak luar atau kreditur.

Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa *leverage* menggambarkan kemampuan perusahaan dalam penggunaan utang untuk membiayai sebagian aktiva perusahaan, apabila perusahaan memiliki keterbatasan dana maka cenderung perusahaan akan memilih untuk melunasi segala kewajibannya. Choi et al (2013) menambahkan perusahaan dengan *leverage* yang tinggi cenderung lebih berkonsentrasi dalam melunasi kewajiban dibandingkan dengan melakukan pengungkapan sukarela. Hal ini disebabkan dalam pengungkapan sukarela membutuhkan biaya yang cukup besar serta adanya tekanan kreditur kepada perusahaan untuk memastikan bahwa uang yang dipinjam oleh perusahaan dapat dikembalikan sesuai batas waktu yang ditentukan, sehingga perusahaan lebih cenderung mengalokasikan sumber dayanya yang terbatas untuk melunasi segala kewajiban dibandingkan untuk membuat laporan sukarela. Jadi

semakin tinggi *leverage* perusahaan maka semakin kecil pengungkapan sukarela yang dilakukan.

### 2.3.7 Ukuran Perusahaan

Menurut Brigham & Houston (2010:4) ukuran perusahaan adalah ukuran besar atau kecilnya perusahaan yang dapat diukur dan ditunjukkan berdasarkan nilai total aset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain. Perusahaan yang lebih besar lebih memungkinkan untuk mengungkapkan lebih banyak informasi dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil. Seperti yang diungkapkan oleh Galani *et al* (2011), menurutnya perusahaan yang lebih besar mungkin memiliki sumber daya yang cukup digunakan untuk membayar biaya produksi informasi (mengumpulkan dan menghasilkan informasi) bagi pengguna laporan tahunan. Selain itu, perusahaan-perusahaan yang lebih besar ini juga mungkin dapat mempublikasikan informasi lebih lanjut dalam laporan mereka untuk menyediakan informasi yang relevan kepada pengguna yang berbeda dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil.

Terkait dengan teori legitimasi yaitu bahwa perusahaan besar lebih mendapatkan tekanan sosial maupun politik lebih besar daripada perusahaan kecil (Wang *et al*, 2013). Hal tersebut mendorong perusahaan untuk membangun *image* atau citra yang positif untuk mendapatkan legitimasi dari *stakeholder* maupun komunitas dimana perusahaan tersebut beroperasi.

**Tabel 2. 1**

**Kriteria Ukuran Perusahaan**

Ukuran Perusahaan	Kriteria	
	Assets (tidak termasuk tanah & bangunan tempatusaha)	Penjualan Tahunan
Usaha Mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 juta
Usaha Kecil	>50 juta - 500 juta	>300 juta - 2,5 M
Usaha Menengah	>500 juta - 10 M	2,5 M - 50 M
Usaha Besar	>10 M	>50 M

Sumber: UU No. 20 tahun 2008

**2.4 Penelitian Terdahulu**

Seiring dengan perubahan iklim yang terjadi dan menyebabkan dampak yang mengancam kegiatan perusahaan, semakin banyak pula penelitian yang dikembangkan mengenai pengungkapan karbon ini. Penelitian ini tidak hanya dilakukan di Indonesia saja, akan tetapi diteliti juga diberbagai negara maju seperti Amerika, Australia dan Kanada. Salah satu dampak nyata bagi perusahaan terkait hal ini adalah biaya-biaya yang akan ditanggung oleh perusahaan adlam mengurangi dan mengatasi emisi karbon. Penelitian terdahulu membahas beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perusahaan untuk mengungkapkan informasi mengenai emisi karbon sebagai bagian dari tanggungjawab perusahaan terhadap lingkungan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah peneliti menambahkan beberapa faktor yang mempengaruhi pengungkapan emisi karbon, selain itu penelitian kali ini juga menggunakan perusahaan syariah yang ada di Indonesia dan tentunya sudah terdaftar di BEI sebagai sasaran penelitian karena



peneliti ingin mengetahui bagaimana pengungkapan emisi karbon ini bisa terjadi pada perusahaan yang mempunyai nilai-nilai syariah, selain itu belum banyak penelitian yang membahas mengenai perusahaan syariah terkait dengan pengungkapan emisi karbon.

**Tabel 2.2**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti (Tahun) Judul	Variabel	Alat Analisis	Hasil penelitian
1.	Pratiwi, Putri Citra dan Vita Fitriani Sari. 2016. Pengaruh Tipe Industri, Media Exposure dan Profitabilitas terhadap Carbon Emission Disclosure.	Y : <i>Carbon Emission Disclosure</i> X1 : Tipe Industri X2 : <i>Media Exposure</i> X3 : Profitabilitas	Regresi berganda	Tipe Industri berpengaruh positif terhadap <i>carbon emission disclosure</i> .  <i>Media Exposure</i> tidak berpengaruh terhadap <i>carbon emission disclosure</i> .  Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap <i>carbon emission disclosure</i> .
2.	Nur Pratiwi, Desy. 2017. Pengaruh Stakeholder Terhadap Carbon Emission Disclosure.	Y : <i>Carbon Emission Disclosure</i> X1 : Regulator X2 : Kepemilikan Institusional X3 : <i>Leverage</i>	Regresi Linear berganda	Regulator berpengaruh positif terhadap <i>carbon emission disclosure</i> .  Kepemilikan Institusional berpengaruh positif terhadap <i>carbon emission disclosure</i> .  <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap

				<i>carbon emission disclosure.</i>
3.	Prasetya Raka Adi dan Agung Yulianto. 2018. <i>Analysis of Factors Affecting the Disclosure of Corporate Carbon Emission In Indonesia.</i>	Y : <i>Carbon Emission Disclosure</i> X1 : <i>PROPER Rating</i> X2 : Tipe Industri X3 : Profitabilitas X4 : <i>Leverage</i> X5 : Usia Perusahaan	Analisis statistik deskriptif dan Regresi Linear Berganda	<i>PROPER Rating</i> berpengaruh terhadap <i>carbon emission disclosure.</i>  Tipe Industri berpengaruh terhadap <i>carbon emission disclosure.</i>  Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap <i>carbon emission disclosure.</i>  <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap <i>carbon emission disclosure.</i>  Usia Perusahaantidak berpengaruh terhadap <i>carbon emission disclosure.</i>
4.	Cahya, Bayu Tri. (2016). <i>Carbon Emission Disclosure Ditinjau Dari Media Exposure, Kinerja Lingkungan dan Karakteristik Perusahaan Go Public Berbasis Syariah di Indonesia.</i>	Y : <i>Carbon Emission Disclosure</i> X1 : <i>Media Exposure</i> X2 : Kinerja Lingkungan X3 : Tipe Industri X4 : Ukuran Perusahaan X5 : Profitabilitas	Regresi berganda	<i>Media Exposure</i> tidak berpengaruh terhadap <i>carbon emission disclosure.</i>  Kinerja Lingkungan tidak berpengaruh terhadap <i>carbon emission disclosure</i>  Tipe industri berpengaruh negatif signifikan terhadap <i>carbon emission disclosure</i>

				<p>Ukuran Perusahaantidak berpengaruh terhadap <i>carbon emission disclosure</i></p> <p>Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap <i>carbon emission disclosure</i>.</p>
5.	<p>Irwhantoko, Basuki (2016) <i>Carbon Emission Disclosure: Studi pada Perusahaan Manufaktur Indonesia</i></p>	<p>Y : <i>Carbon Emission Disclosure</i>  X1 : ukuran perusahaan  X2 : profitabilitas  X3 : kompetisi  X4 : pertumbuhan  X5 : rasio utang pada ekuitas  X6 : reputasi Kantor Akuntan Publik.</p>	<p>Regresi Linier Berganda</p>	<p>Ukuran perusahaantidak berpengaruh terhadap <i>carbon emission disclosure</i></p> <p>Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap <i>carbon emission disclosure</i>.</p> <p>Kompetisi tidak berpengaruh terhadap <i>carbon emission disclosure</i>.</p> <p>Pertumbuhan tidak berpengaruh terhadap <i>carbon emission disclosure</i></p> <p>Rasio utang pada ekuitas berpengaruh negatif terhadap <i>carbon emission disclosure</i></p> <p>Reputasi Kantor Akuntan Publik <i>Big Four</i> berpengaruh positif pada <i>Carbon Emission Disclosure</i>.</p>

6.	<p>Selviana, Dwi Ratmono (2019) Pengaruh Kinerja Karbon, Karakteristik Perusahaan Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon</p>	<p>Y : <i>Carbon Emission Disclosure</i>  X1 : Kinerja Karbon  X2 : Ukuran Perusahaan  X3 : Profitabilitas  X4 : Leverage  X5 : Belanja Modal  X6 : Tingkat asimetri Informasi  X7 : Kinerja lingkungan</p>	<p>Regresi data panel</p>	<p>Kinerja karbon tidak berpengaruh terhadap <i>carbon emission disclosure</i>.</p> <p>Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap <i>carbon emission disclosure</i></p> <p>Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap <i>carbon emission disclosure</i>.</p> <p><i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap <i>carbon emission disclosure</i>.</p> <p>Belanja modal berpengaruh positif terhadap <i>carbon emission disclosure</i></p> <p>Tingkat asimetri informasi tidak berpengaruh terhadap <i>carbon emission disclosure</i></p> <p>Kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap <i>carbon emission disclosure</i></p>
7.	<p>Nisak Khairun, Rita Yuniarti (2018) <i>The effect of profitability and leverage to the carbon emission disclosure on</i></p>	<p>Y : <i>Carbon Emission Disclosure</i>  X1 : Profitability  X2 : Leverage</p>	<p>Regresi berganda</p>	<p><i>Profitability</i> berpengaruh terhadap <i>carbon emission disclosure</i></p> <p><i>Leverage</i> berpengaruh terhadap <i>carbon emission disclosure</i></p>

	<i>companies that registered consecutively in sustainability reporting award period 2014-2016</i>			
8	Nur Pratiwi, Desy (2018) Implementasi Carbon Emission Disclosure di Indonesia	Y : Carbon Emission Disclosure X1 : Regulator X2 : Kepemilikan Institusi X3 : Profitabilitas X4 : Ukuran Perusahaan	Regresi Linier Berganda	Regulator berpengaruh terhadap Carbon Emission Disclosure.  Kepemilikan Institusi berpengaruh terhadap Carbon Emission Disclosure.  Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Carbon Emission Disclosure.  Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Carbon Emission Disclosure
9	Kusumah, Wedi Rusmawan et al (2016) Analysis of Factors Affecting Carbon Emission Disclosure (An Empirical Study at Companies Registered with Sustainability Reporting Award 2015)	Y : Carbon Emission Disclosure X1 : media exposure, X2 : type of industry X3 : profitability X4 : company size X5 : environmental performance X6 : leverage	Regresi Berganda	Media exposure berpengaruh positif terhadap Carbon Emission Disclosure  Type of industry berpengaruh negatif terhadap Carbon Emission Disclosure.  Profitability berpengaruh negatif terhadap Carbon Emission Disclosure.

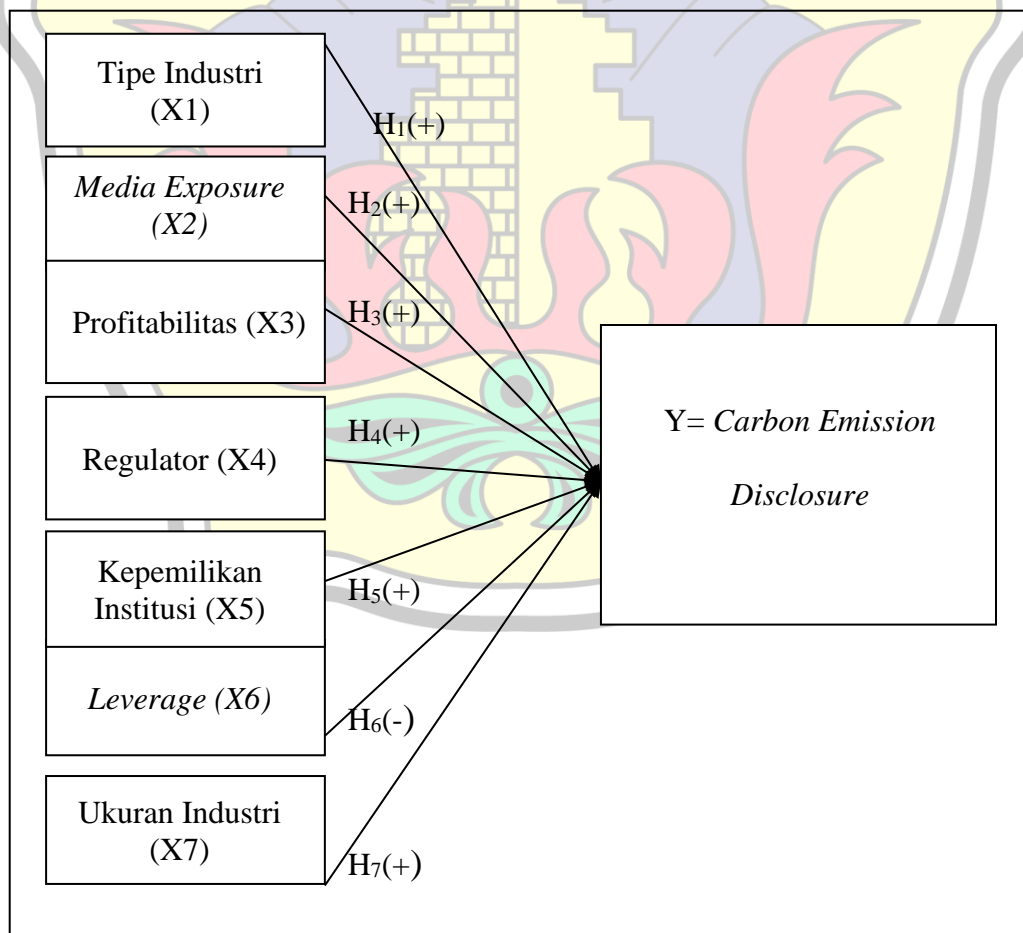
				<p><i>Company size, berpengaruh negatif terhadap Carbon Emission Disclosure.</i></p> <p><i>Environmental performance berpengaruh negatif terhadap Carbon Emission Disclosure.</i></p> <p><i>Leverage berpengaruh negatif terhadap Carbon Emission Disclosure.</i></p>
10	<p>Hermawan, Atang <i>et al</i> (2018) <i>Going Green: Determinants of Carbon Emission Disclosure in Manufacturing Companies in Indonesia</i></p>	<p>Y : <i>Carbon Emission Disclosure</i>  X1 : <i>Regulator</i>  X2 : <i>institutional ownership</i>  X3 : <i>Company Size</i>  X4 : <i>Profitability</i></p>	<p>Regresi linier berganda</p>	<p>Regulator berpengaruh terhadap <i>carbon emission disclosure.</i></p> <p><i>Institutional ownership</i> tidak berpengaruh terhadap <i>carbon emission disclosure.</i></p> <p><i>Company size</i> berpengaruh terhadap <i>carbon emission disclosure.</i></p> <p><i>Profitability</i> berpengaruh terhadap <i>carbon emission disclosure.</i></p>

Sumber :Dikembangkan oleh Peneliti, 2020

## 2.5 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menguji pengaruh faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan emisi karbon pada perusahaan. Faktor-faktor tersebut adalah Tipe Industri, *Media Exposure*, *Profitabilitas*, Regulator, Kepemilikan Institusi, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan. Berdasarkan uraian-uraian yang telah disampaikan sebelumnya, maka dalam penelitian ini variabel terkait dapat digambarkan melalui suatu kerangka pemikiran seperti pada gambar 2.1

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**



Sumber :PenelitianPutri Citra Pratiwi dan Vita Fitria Sari, dikembangkan oleh peneliti, 2020

## **2.6 PerumusanHipotesis**

### **2.6.1 TipeIndustri**

Jenis atau tipe industri *high profile* seperti pertambangan dan manufaktur dan lain sebagainya menghasilkan kerusakan lingkungan dan emisi karbon yang lebih parah jika dibandingkan dengan perusahaan *low profile* seperti industri dalam bidang jasa, perdagangan dan lain sebagainya. Perusahaan yang menghasilkan kerusakan paling parah pada lingkungan cenderung akan melakukan pengungkapan lingkungan yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang menghasilkan kerusakan kecil pada lingkungan. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Choi et al (2013) yang menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan emisi karbon sukarela akan lebih besar di perusahaan pada industri yang intensif dalam menghasilkan emisi seperti energi, transportasi, materials dan utilitas.

Perusahaan intensif karbon cenderung mendapatkan tekanan lebih besar dari masyarakat sehingga membuat perusahaan harus menyediakan laporan pengungkapan karbon agar sesuai dengan tuntutan dan mendapatkan legitimasi dari masyarakat. Semakin perusahaan intensif dalam menghasilkan emisi karbon, maka perusahaan akan cenderung untuk mengungkapkan informasi mengenai emisi karbonnya Patten (2002) menemukan bahwa perusahaan - perusahaan yang tergabung di dalam industri yang menghasilkan polutan yang lebih besar akan melakukan pengungkapan yang lebih besar untuk melegitimasi aktivitasnya. Hal ini juga didukung dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Putri Citra Pratiwi dan



Vita Fitria Sari (2016) yang menyatakan bahwa tipe industri berpengaruh positif terhadap *carbon emission disclosure*.

H-1: Tipe industri berpengaruh positif terhadap *carbon emission disclosure*.

### **2.6.2 Media Exposure**

Media mempunyai peran penting dalam memberikan informasi kepada masyarakat. Informasi mengenai aktivitas suatu perusahaan juga merupakan hal yang bisa diinformasikan oleh media. Perusahaan perlu mewaspadaai media yang mengawasi aktivitas mereka karena hal itu menentukan nilai dan reputasi perusahaan dimata masyarakat. Dengan adanya peran media yang mengawasi maka perusahaan akan berusaha sebaik mungkin untuk melaksanakan tanggung jawabnya terhadap sosial dan lingkungan. Seiring dengan semakin aktifnya media dalam mengawasi lingkungan suatu negara, maka perusahaan akan semakin terpacu untuk mengungkapkan aktivitasnya agar terlihat mampu melaksanakan kewajibannya dengan baik.

Teori legitimasi secara luas menguji peran yang dimainkan oleh berita media pada peningkatan tekanan yang diakibatkan oleh tuntutan publik terhadap perusahaan. Media mempunyai peran penting pada pergerakan mobilisasi sosial, misalnya kelompok yang tertarik pada lingkungan (Patten, 2002 dalam Nur dan Priantinah, 2012).Media juga berperan penting dalam mengkomunikasikan suatu informasi kepada masyarakat. Informasi mengenai aktivitas perusahaan juga termasuk dalam informasi yang dapat dikomunikasikan kepada masyarakat. Perusahaan perlu mewaspadaai media yang mengawasi kegiatannya karena

berkaitan dengan nilai dan reputasi perusahaan tersebut. Perusahaan dalam hal ini mempunyai kewajiban moral untuk mengungkapkan aktivitasnya tidak hanya terbatas pada aspek keuangan tetapi aspek sosial dan lingkungan.

Semakin media tersebut aktif mengawasi lingkungan suatu negara, maka perusahaan akan semakin terpacu untuk mengungkapkan aktivitasnya (Nur dan Priantinah, 2012). Hal ini sejalan dengan penelitian (Dawkins dan Fraas, 2011) bahwa visibilitas media berasosiasi secara langsung dengan tingkat pengungkapan sukarela perubahan iklim. Begitu pula penelitian Wang *et al* (2013) yang menjelaskan bahwa *Media Exposure* berhubungan positif dengan pengungkapan CSR.

H-2 : *Media exposure* berpengaruh positif terhadap *carbon emission disclosure*.

#### **4.7.1 Profitabilitas**

Semakin baik kondisi keuangan suatu perusahaan maka lebih mungkin untuk mengungkapkan informasi yang terkait dengan lingkungan. Perusahaan dengan kinerja keuangan yang lebih baik mempunyai semakin besar kemungkinan untuk berusaha mengurangi emisi dari aktivitas perusahaan mereka. Kemampuan kinerja keuangan meliputi berbagai inisiatif perusahaan untuk berkontribusi dalam upaya penurunan emisi atau dalam hal ini emisi karbon seperti penggantian mesin-mesin yang lebih ramah lingkungan, ataupun tindakan lingkungan lainnya seperti aksi penanaman pohon untuk meningkatkan penyerapan CO<sub>2</sub>, hal tersebut diungkapkan pada penelitian yang dilakukan oleh Pradini (2013).

Berdasarkan teori legitimasi, masyarakat senantiasa melakukan tekanan kepada perusahaan agar peduli terhadap masalah lingkungan, Perusahaan dengan profitabilitas tinggi lebih mudah menjawab tekanan tersebut karena memiliki sumber daya lebih yang dapat digunakan untuk melakukan pengungkapan emisi karbon dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki profitabilitas rendah. Hal ini menyebabkan perusahaan dengan profitabilitas tinggi lebih besar dalam melakukan pengungkapan dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki profitabilitas rendah. Pengungkapan lingkungan dapat memudahkan perusahaan dalam mendapatkan legitimasi dari masyarakat.

Menurut Luo *et al* (2013), perusahaan dengan kinerja keuangan yang baik mempunyai kemampuan secara finansial dalam membuat keputusan terkait lingkungan. Sebaliknya, perusahaan dengan kinerja keuangan kurang baik lebih fokus pada pencapaian tujuan keuangan dan peningkatan kinerja mereka, sehingga membatasi kemampuannya dalam upaya pencegahan dan pelaporan emisi karbon. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bayu Tri Cahya (2016) dan Khairun Nisak, Rita Yuniarti (2018) yang mengatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap *carbon emission disclosure*.

H-3 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap *carbon emission disclosure*

#### **2.6.4 Regulator**

Pemerintah (regulator) termasuk salah satu *stakeholder* yang mempunyai kewenangan besar untuk menekan perusahaan agar bertanggung jawab terhadap lingkungan dan melakukan pengungkapan karbon. Pemerintah yang sadar akan permasalahan lingkungan akibat aktivitas perusahaan, maka cenderung menekan

perusahaan untuk lebih bertanggungjawab terhadap lingkungan. Menurut Huang dan Kung (2010) tekanan regulator mempunyai hubungan signifikan dengan pengungkapan lingkungan.

Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan akan berusaha untuk melakukan tanggungjawab lingkungannya dan bertujuan untuk mendapatkan legitimasi dari *stakeholder*, yang dalam hal ini adalah pemerintah. Semakin perusahaan tersebut diperhatikan oleh pemerintah, maka semakin besar pula upaya perusahaan untuk melaksanakan tanggungjawab lingkungannya.

Hal ini sejalan dengan penelitian Liu dan Anbumozhi (2009) yang menunjukkan bahwa perhatian pemerintah mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan lingkungan pada perusahaan Cina. Serta penelitian yang dilakukan oleh Desy Nur Pratiwi (2017) yang menunjukkan bahwa regulator mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan karbon.

H-4: Regulator berpengaruh positif terhadap *carbon emission disclosure*.

#### **2.6.5 Kepemilikan Institusi**

Kepemilikan institusi yang besar merupakan salah satu kekuatan untuk mengendalikan manajemen agar melakukan pengungkapan lingkungan yang berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan. Kepemilikan institusional yang besar akan meningkatkan monitoring terhadap perusahaan sehingga mengungkapkan segala aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan *image positif* dari para *stakeholder*

Sesuai dengan teori legitimasi, perusahaan pasti akan berupaya untuk meningkatkan nilai perusahaan dan membantu dalam pembangunan berkelanjutan perusahaannya sehingga hal itu bisa meningkatkan *image positif* untuk perusahaannya, termasuk dengan cara melakukan mengungkapkan laporan yang berkaitan dengan laporan emisi karbon.

Ho dan Tower (2011) menunjukkan bahwa konsentrasi kepemilikan konsisten menunjukkan hubungan positif dengan pengungkapan sukarela. Perusahaan dengan kepemilikan asing dan institusi yang lebih tinggi memiliki hubungan positif dan signifikan dengan tingkat pengungkapan sukarela. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Desy Nur Pratiwi (2017) yang menyatakan bahwa kepemilikan institusi mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan emisi karbon.

H-5:Kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap *carbon emission disclosure*

#### **2.6.6 Leverage**

Tingkat *Leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan karena kewajiban yang lebih besar dari utang dan pembayaran kembali bunga akan membatasi kemampuan perusahaan untuk melakukan strategi pengurangan dan pengungkapan karbon. Perusahaan dengan *Leverage* yang tinggi akan lebih berhati-hati dalam mengurangi dan mengungkapkannya terutama menyangkut mengenai pengeluaran-pengeluaran yang berkaitan dengan tindakan pencegahan karbon (Luo et al, 2013).

Dalam teori *stakeholder* perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan lebih mempertimbangkan tanggung jawab perusahaan yang besar terhadap para kreditur nya dengan membayar kewajibannya kepada para *debt holders* dibandingkan untuk membuat laporan terkait pengungkapan emisi karbon. Semakin tinggi tingkat *leverage* perusahaan, maka semakin tinggi pula ekspektasi kreditor terhadap kinerja perusahaan, termasuk kinerja lingkungannya karena kinerja lingkungan berdampak pada keberlanjutan operasi perusahaan. Perusahaan dengan *leverage* yang tinggi akan mengakibatkan manajemen untuk mengurangi biaya dalam pengungkapan informasi. Perusahaan akan memilih untuk tidak mengungkapkan banyak informasi pada laporan tahunan nya, terutama menyangkut tindakan pencegahan karbon. Pembuatan laporan sukarela ini membutuhkan biaya yang besar sehingga dapat menambah beban perusahaan. Sehingga perusahaan lebih berfokus untuk menggunakan sumber dananya yang tersedia untuk melunasi hutang tersebut. Hal tersebut tentu saja dapat memicu adanya pandangan yang negatif dari pemangku kepentingan terhadap bisnis dari perusahaan.

Beberapa penelitian yang dilakukan untuk menguji pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan emisi karbon yang mendukung teori stakeholder adalah penelitian yang dilakukan oleh Jannah dan Muid (2014) dan Selviana Dwi Ratmono (2019) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh negatif dari *leverage* terhadap pengungkapan emisi karbon.

H-6: *Leverage* berpengaruh negatif terhadap *carbon emission disclosure*.

### 2.6.7 Ukuran Perusahaan

Menurut penelitian Freedman dan Jaggi (2005), perusahaan besar lebih mengungkapkan secara detail informasi terkait polusi. Begitu pula penelitian Wang *et al* (2013) bahwa perusahaan besar lebih mendapatkan tekanan social dan politik daripada perusahaan kecil. Perusahaan-perusahaan yang lebih besar diasumsikan menghadapi tekanan besar dari perusahaan-perusahaan kecil, maka mereka akan meningkatkan pengungkapan informasi perusahaan untuk membangun citra sosial yang baik sebagai bagian dari strategi bisnis mereka. Selanjutnya citra sosial yang baik tersebut digunakan oleh perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat atau komunitas dimana perusahaan tersebut berada. Sesuai dengan teori legitimasi bahwa perusahaan yang besar cenderung akan lebih disorot oleh masyarakat, 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 sukarela. Penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan emisi karbon sudah banyak dilakukan. Diantaranya yang dilakukan Jannah dan Muid (2014) serta Selviana, Dwi Ratmono (2019) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh positif dari ukuran perusahaan terhadap pengungkapan emisi karbon.

H-7: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap *Carbon Emission Disclosure*.