

Pengungkapan Emisi Karbon Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Media Exposure* Sebagai Variabel Moderasi

Reza Ibnu Bahriansyah¹, Yoremia Lestari Ginting²

DOI: <https://doi.org/10.35838/jrap.2022.009.02.21>

¹Universitas Mulawarman, Samarinda, Kalimantan Timur

²Universitas Mulawarman, Samarinda, Kalimantan Timur

ARTICLE INFO

JEL Classification:

M41, Q56

Key words:

carbon emission disclosure, media exposure, firm value, environment.

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the effect of carbon emission disclosure on firm value with media exposure as a moderating variable. Populations in this study are 50 industrial sector companies listed in Indonesian stock exchange on 2019-2020. Samples in this study are 40 companies. The sampling method used in this study is purposive sampling and 80 observation data met the sampling criteria. Data analysis method used in this study is Moderated Regression analysis (MRA) using SPSS 26. The result in this study showed that Carbon emission disclosure had significant and positive impact on firm value. Media exposure is not moderating variable of emission carbon disclosure on firm value. This study expected to be a base of consideration for investors in making investment decisions, in industrial sector company especially.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pengungkapan emisi karbon terhadap nilai perusahaan dengan paparan media sebagai variabel moderasi. Populasi dalam penelitian ini adalah 50 perusahaan sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019-2020. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 40 perusahaan. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dan 80 data observasi memenuhi kriteria sampling. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Moderated Regression analysis (MRA) dengan menggunakan program SPSS 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan emisi karbon berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Paparan media tidak mampu memoderasi hubungan antara pengungkapan emisi karbon terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini diharapkan menjadi dasar pertimbangan bagi investor dalam mengambil keputusan investasi, khususnya pada perusahaan sektor industri.

1. PENDAHULUAN

Perubahan iklim tetap menjadi masalah penting yang sedang dibahas di berbagai belahan dunia. Faktor utama yang menyebabkan terjadinya perubahan iklim yaitu eskplorasi gas dan minyak, tambang batu bara, dan pembangkit listrik. Perubahan iklim tetap menjadi masalah penting yang sedang dibahas di berbagai belahan dunia. Eksplorasi gas alam dan minyak, pertambangan batu bara, dan produksi listrik merupakan faktor utama yang menyebabkan terjadinya perubahan iklim. Aktivitas pada suatu perusahaan tidak semestinya terlibat dalam jenis aktivitas seperti menghancurkan ataupun mengganggu area sekitar perusahaan tersebut. Oleh karena itu, laporan tahunan perusahaan harus memuat

informasi mengenai pemanfaatan dan program sumber daya yang dilaksanakan dengan tujuan menjaga lingkungan.

Di antara beberapa negara di kawasan Asia-Pasifik, hampir 50% sektor dengan emisi karbon terbanmeyak adalah sektor pembangkit, disusul sektor industri dan sektor transportasi. Pada negara Indonesia, secara besar sumber emisi karbon bersumber dari sumber energi yang tak terbarukan dan pembakaran lahan menyumbang sebesar 50%. Lalu sisanya bersumber dari komposisi sampah dan limbah. Emisi CO₂ pada negara Indonesia mencapai 1,3 juta gigagram CO₂ equivalen. Dari hasil tersebut, pada perusahaan sektor industri menyumbang sejumlah 3,12 % untuk

proses produksi, dan penggunaan energi menyumbang sejumlah 9,63%.

Indonesia merupakan salah satu negara yang ikut serta menandatangani Protokol Kyoto melalui UU No. 17 Tahun 2004 dalam rangka melaksanakan pembangunan berkelanjutan serta ikut serta dalam upaya menurunkan emisi gas rumah kaca atau Gas Rumah Kaca global pada tanggal 3 Desember 2004. Dalam rangka melaksanakan pembangunan berkelanjutan dan berkontribusi pada upaya pengurangan emisi gas rumah kaca serta emisi GRK global. Terdapat enam gas rumah kaca yang ditargetkan penurunannya dalam Protokol Kyoto meliputi karbon dioksida (CO₂), Metana (CH₄), Nitrogen Oksida (N₂O), Hidrofluorokarbon (HFC), Fluorokarbon (PFC) dan Gas Sulfur Heksafluorida (SF₆) (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2004, 2004).

Pengungkapan emisi karbon masih bersifat pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*). *Voluntary disclosure* merupakan pengungkapan informasi yang dilakukan perusahaan secara sukarela tanpa diwajibkan oleh peraturan yang berlaku. Dan juga pengungkapan emisi karbon masih jarang dilakukan oleh perusahaan karena pengungkapan tersebut dilakukan secara sukarela. Pengungkapan emisi karbon perusahaan termasuk dalam upaya tanggung jawab sosial perusahaan. Investor dapat membuat peran dan menggunakan ini sebagai tolak ukur kinerja mereka melalui laporan tersebut. Dampak dari emisi gas rumah kaca perusahaan juga dapat diminimalisir, dan hal itu dapat berfungsi sebagai wujud kepedulian perusahaan terhadap lingkungan di sekitarnya. Dengan demikian, upaya perusahaan untuk mengurangi emisi karbonnya dapat sejalan dengan konsep tanggung jawab sosial perusahaan *corporate social responsibility* (CSR) (Pratiwi, 2016).

Tujuan utama dalam mendirikan suatu perusahaan yaitu mendapatkan keuntungan sebanyak mungkin, dan meningkatkan nilai serta kinerja perusahaan tersebut. Jika nilai dan kinerja suatu perusahaan baik, maka investor akan berpendapat bahwa perusahaan di masa

yang akan datang akan lebih baik, dan investor akan berlomba-lomba untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut (Berthelot & Robert, 2011).

Pengungkapan emisi karbon dapat menjadi berita baik untuk investor karena risiko berinvestasi di entitas dinilai kecil akibatnya menghasilkan beban ekuitas entitas yang rendah. Dengan begitu, biaya pada ekuitas menurun sehingga akan menghasilkan naiknya nilai perusahaan atau nilai pada saham perusahaan. Pengamat akuntansi sosial percaya bahwa informasi keuangan berguna tidak hanya untuk pemangku kepentingan, tetapi juga untuk pihak lain seperti regulator, dalam hal ini pemerintah, kelompok aktivis lingkungan serta masyarakat lokal yang terkena dampak memerlukan informasi non-keuangan untuk menilai kinerja bisnis (Ikbal, 2018).

Salah satu daya tarik investor untuk melakukan investasi adalah melalui pengungkapan lingkungan dan sosial yang disajikan laporan tahunan. Investor akan lebih dapat memahami kewajiban perusahaan terhadap pengelolaan lingkungan sekitar dan untuk mencegah tuntutan di masa depan terkait pencemaran lingkungan, jika perusahaan mengungkapkan informasi lingkungannya. Meningkatnya permintaan saham yang dapat disebabkan oleh meningkatnya minat untuk membeli saham tersebut dapat menyebabkan kenaikan harga saham. Persepsi nilai perusahaan yang dipegang oleh investor rentan terhadap perubahan yang disebabkan oleh kenaikan harga saham.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan emisi karbon terhadap nilai perusahaan adalah paparan media (*Media Exposure*). Apakah suatu perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya di situs web atau situs internetnya, seperti dalam laporan keberlanjutan perusahaan, merupakan salah satu indikator tingkat *media exposure* perusahaan di bidang tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). *Media Exposure* diinginkan mampu mendukung perusahaan dalam mengungkapkan emisi karbon serta berperan

aktif dengan menyampaikan pelaporan agar dapat menggambarkan nilai dari suatu perusahaan tersebut (Pratiwi, 2016).

Teori sinyal adalah teori yang menjelaskan bagaimana suatu perusahaan memberikan sinyal berupa informasi tentang perusahaan kepada pengguna informasi perusahaan (Spence, 1973). Keterbukaan dalam pengungkapan lingkungan menghasilkan laporan yang mampu dipercaya, dari laporan tersebut dapat menghasilkan tanggapan yang baik dari investor yaitu suatu tindakan berinvestasi pada saham perusahaan karena investor akan terkesan dengan perusahaan yang mengungkapkan informasi tentang pembangunan keberlanjutan lingkungan (Kelvin et al., 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh (Laksani et al., 2020) menyatakan hasil penelitiannya pada perusahaan sektor non keuangan menunjukkan *media exposure* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon dikarenakan dengan ada bahkan tidak adanya publisitas tentang informasi tentang emisi karbon entitas melalui media oleh pihak internal, tidak mampu memberikan tekanan kepada entitas untuk mengungkapkan informasi mengenai emisi karbon kepada investor. Namun penelitian yang dilakukan oleh (Dawkins & Fraas, 2011) memberikan

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini penting dilakukan karena terdapat beberapa hal sebagai berikut pertama, terdapat inkonsistensi hasil dalam beberapa hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu, Kedua, sampai dengan saat ini belum banyak penelitian yang menguji pengaruh pengungkapan emisi karbon terhadap nilai perusahaan dengan *media exposure* sebagai variabel moderasi.

2. TELAAH TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori sinyal dicetuskan pertama kali oleh (Spence, 1973) dalam penelitiannya yang berjudul JobMarket Signalling. Teori ini memiliki dua bagian. Artinya, secara internal sebagai administrator bertindak sebagai pemberi sinyal dan secara eksternal sebagai

investor bertindak sebagai penerima sinyal. Spence percaya bahwa dengan memberi sinyal, manajemen berusaha memberikan informasi yang berguna yang dapat dimanfaatkan oleh investor. Kemudian, investor menyelaraskan keputusan mereka berdasarkan pemahaman mereka tentang sinyal.

Menurut teori sinyal, pemangku kepentingan menggunakan data yang terdapat dalam laporan keuangan sesuai dengan perilaku manajemen lalu membuat langkah bisnis yang menguntungkan manajemen. Data tersebut dapat juga digunakan sebagai sinyal akan menjadi perbandingan kinerja antara perusahaan (Zuhrufiyah & Anggraeni, 2019).

Dalam teori sinyal, tujuan utama dari keputusan investasi dapat dipengaruhi oleh berbagai jenis informasi yang dapat digunakan oleh perusahaan. Pengungkapan laporan keberlanjutan memungkinkan perusahaan agar dapat melihat dari pihak investor bahwa perusahaan memiliki peluang yang luas untuk masa depan, dan akan mendapatkan respon menarik minat investor terhadap perusahaan. Penurunan emisi karbon dapat menjadi langkah perusahaan agar mengungkapkan emisi karbonnya serta mengindikasikan adanya penurunan risiko emisi karbon. Atas dilakukannya keterbukaan atas informasi terkait lingkungan seperti laporan keberlanjutan yang dapat dipercaya, sehingga akan memperoleh pandangan baik dari investor yaitu keputusan berinvestasi pada perusahaan karena sebagian investor akan lebih menyukai perusahaan yang mengungkapkan informasi terkait lingkungan secara berkesinambungan (Kelvin et al., 2017).

Pengungkapan emisi karbon menggambarkan bagaimana perusahaan berkontribusi terhadap perubahan lingkungan, termasuk pemanasan global sebagai salah satu perubahan tersebut. Pengungkapan emisi karbon perusahaan biasanya dilakukan melalui laporan tahunan perusahaan atau melalui laporan keberlanjutannya. Tentu saja, entitas bisnis tidak dapat bertahan tanpa lingkungan sekitar di mana entitas tersebut melakukan kegiatan bisnisnya. Karena itu, penting bagi bisnis untuk menyesuaikan praktik mereka

dengan adat istiadat budaya dan moral masyarakat tempat mereka beroperasi. Keadaan tersebut mengakibatkan peningkatan dalam mengungkapkan informasi lingkungan, salah satunya adalah emisi karbon. Perusahaan dapat menunjukkan transparansi dan akuntabilitas dengan mengungkapkan informasi dalam laporan tahunan perusahaan. Secara umum, jika informasi dapat menaikkan nilai entitas, maka entitas tersebut akan mengungkapkan informasi tersebut. Sebaliknya, ketika informasi mampu merusak posisi atau nilai perusahaan, maka perusahaan akan menyembunyikan informasi tersebut (Pratiwi, 2016). Pengungkapan emisi karbon merupakan contoh informasi terkait lingkungan dan merupakan laporan tambahan yang tercantum dalam PSAK No. 1 paragraf 12 (revisi 2009).

Nilai perusahaan mencerminkan nilai bagi pasar dalam menilai perusahaan secara keseluruhan. Ketika harga saham suatu perusahaan meningkat, nilai perusahaan dapat membawa kemakmuran pemegang saham secara maksimal. Semakin tinggi harga saham, semakin sejahtera pemegang saham (Zuhrufiyah & Anggraeni, 2019). Perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik akan berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Nilai pada perusahaan dilihat dari bagaimana respon investor terhadap saham perusahaan tersebut. Investor akan memilih tidak hanya perusahaan yang berorientasi pada keuntungan, tetapi juga perusahaan yang memenuhi tanggung jawab sosial dan lingkungan untuk pembangunan berkelanjutan.

Paparan atau terpaan media dapat dipahami sebagai kegiatan mendengar, melihat, atau membaca pesan di media massa, atau mengalami dan memperhatikan pesan-pesan tersebut (Linggasari, 2015). meningkatnya pemberitaan kebijakan lingkungan dan iklim melalui media dapat meningkatkan peran organisasi non pemerintah seperti lembaga swadaya masyarakat yang menunjukkan pergeseran lebih lanjut dalam opini publik (Dawkins & Fraas, 2011). Paparan media dapat

menunjukkan bahwa format laporan tanggung jawab perusahaan dapat dilihat melalui penggunaan media atau alat promosi yang tepat. Pada hal, perusahaan diharuskan untuk melaporkan tidak hanya kegiatan keuangannya, tetapi juga dampak lingkungan dan sosialnya. Semakin besar upaya media untuk menyatukan lingkungan, semakin mendorong bisnis untuk mengungkapkan aktivitas mereka. Terkait pengurangan emisi karbon serta isu perubahan iklim, website perusahaan juga berperan dalam memberikan informasi terkait kegiatan perusahaan, yang dapat berdampak terhadap perubahan iklim. Melalui situs perusahaan, para investor memiliki pemahaman yang lebih baik tentang lingkungan dan dapat mengambil keputusan atas informasi tersebut

2.1 Pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon Nilai Perusahaan

Berdasarkan teori sinyal, Pengungkapan emisi karbon merupakan sebuah informasi yang dapat diungkapkan dan dapat menjadi berita baik bagi investor yaitu risiko investasi di perusahaan rendah sehingga akan menghasilkan biaya ekuitas perusahaan relatif rendah. Pengungkapan emisi karbon mewujudkan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan sebagai bagian dari tuntutan pemangku kepentingan. Perusahaan yang mengungkapkan emisi karbon secara lebih luas dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata investor. Hal tersebut juga terkait dengan pengembangan berkelanjutan perusahaan di masa depan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Alfayerds & Setiawan, 2021) menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan antara pengungkapan emisi karbon terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya, menurut (Rusmana & Purnaman, 2020) mengatakan bahwa adanya pengaruh pengungkapan emisi karbon terhadap nilai perusahaan.

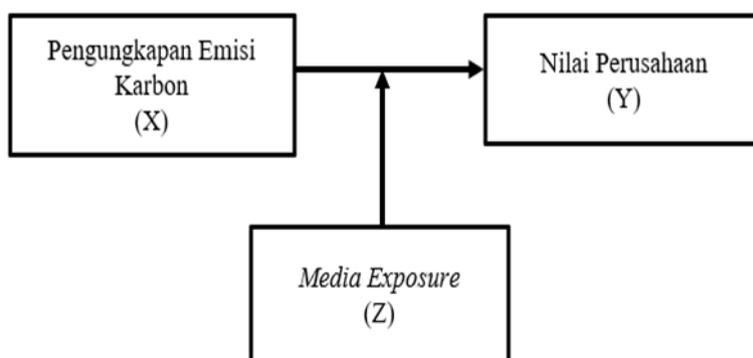
Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :
H1: Pengungkapan Emisi Karbon Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan.

2.2 Pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Media Exposure sebagai Variabel Moderasi

Berdasarkan teori sinyal, *media exposure* dapat menjelaskan bahwa kecenderungan pengungkapan suatu laporan tanggung jawab perusahaan dilihat dari penggunaan media sebagai alat promosi kepada masyarakat. Pengungkapan emisi karbon merupakan sebagai salah satu informasi penting bagi investor yaitu informasi bagaimana suatu perusahaan mengelola risikonya. Dalam hal transparansi, media berperan vital dalam menyampaikan suatu informasi terhadap para investor. Kegiatan perusahaan termasuk dalam informasi yang dapat disampaikan kepada

masyarakat. Perusahaan juga dapat berhati-hati terhadap media yang memperhatikan aktivitas perusahaan karena berkaitan dengan citra perusahaan tersebut. Peran media exposure juga bisa memotivasi perusahaan dalam hal mempublikasikan aktivitasnya termasuk lingkungan agar mendapatkan respon yang baik dari investor. Menurut penelitian yang dilakukan (Jannah & Muid, 2014) menyatakan bahwa media exposure berpengaruh positif terhadap pengungkapan emisi karbon (*carbon emission disclosure*).

Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah H2: *Media Exposure* dapat memperkuat pengaruh positif Pengungkapan Emisi Karbon terhadap Nilai Perusahaan.



Gambar 1. Model Penelitian

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 50 perusahaan sektor industri yang tercatat di BEI pada tahun 2019-2020. Dalam penelitian ini, sampel terdiri dari 40 perusahaan yang dipilih karena memenuhi kriteria penelitian. Pada penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif serta *Moderated Regression Analysis (MRA)*.

Variabel independen adalah pengungkapan emisi karbon. Pengungkapan emisi karbon merupakan informasi tentang tingkatan pada jumlah emisi karbon yang dilepaskan oleh perusahaan selama satu tahun, dari rantai pasokan hingga penggunaan

produk (Permana & Bambang, 2020). Pengukuran emisi karbon diukur dengan daftar informasi yang ditabulasikan oleh (Jaggi et al., 2018) dalam penelitian (Permana & Bambang, 2020) terdapat 5 informasi apa saja yang diungkapkan oleh perusahaan lalu di checklist. Indikatornya diambil dari UWDI (Unequally Weight Index) atau index berbobot tidak sama dengan asumsi bahwa informasi yang diungkapkan oleh item yang berbeda mungkin juga berbeda kepentingannya (Jaggi et al., 2018).

Tabel 1. Informasi Pengungkapan Emisi Karbon

Kategori	Skor
Menyebutkan Protokol Kiyoto atau Pemanasan Global	1
Mempunyai rencana untuk mengatasi pemanasan global	2
Informasi biaya potensial dalam mencapai tujuan mengatasi pemanasan global	3
Informasi mengenai biaya saat ini dalam mengurangi emisi gas rumah kaca	3
Informasi tentang jumlah emisi gas karbon	3
TOTAL	12

Sumber: Jaggi et al., (2018)

Skor maksimal UWDI untuk perusahaan adalah 12 dan minimalnya dengan skor 0. Media exposure sebagai variabel moderasi merupakan informasi yang perusahaan ungkap lewat berbagai media informasi dengan maksud agar memperoleh pengakuan dari stakeholder (Laksani et al., 2020). Dalam mengukur variabel *media exposure*, penelitian ini menggunakan pengukuran variabel *dummy* yaitu nilai 1 jika perusahaan mengungkapkan informasi mengenai informasi emisi karbon, seperti tingkat emisi karbon dan kegiatan untuk mengurangi emisi karbon yang tidak diungkapkan melalui laporan keberlanjutan pada website resmi perusahaan yang dipublikasikan oleh pihak internal. Nilai 0 untuk sebaliknya.

Nilai perusahaan sebagai variabel dependen yaitu pendapat atau evaluasi dari investor mengenai kemampuan perusahaan bisnis yang memiliki sejumlah besar investasi di pasar (Laksani et al., 2020). Nilai perusahaan diukur menggunakan teknik pengukuran Tobin's Q. Tobin's Q dapat diukur dengan membandingkan nilai pasar perusahaan saat ini dengan jumlah yang diperlukan untuk mengganti semua asetnya (Chung & Pruitt, 2015).

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{MVE} + \text{DEBT}}{\text{TA}}$$

Keterangan:

MVE = Harga penutupan saham akhir tahun buku \times jumlah saham biasa beredar.

Debt = Total liabilitas

TA = Total Asset

Data yang digunakan dalam mengukur nilai perusahaan ini adalah data tahun selanjutnya, karena menyesuaikan dengan waktu publikasi dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan kaitannya dengan data dari variabel independen.

Penelitian ini populasinya adalah perusahaan sektor industri yang tercatat di bursa efek Indonesia (BEI). Jumlah perusahaan yang terdaftar adalah 50 perusahaan pada tahun 2019 dan 2020. Metode sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *purposive sampling*, dimana sample ditentukan dengan pertimbangan atau kriteria tertentu. Berikut merupakan kriteria perusahaan yang digunakan:

Tabel 2. Informasi Pengungkapan Emisi Karbon

Keterangan Pemilihan Sampel	Jumlah
Perusahaan sektor industri yang terdaftar di BEI	50
Perusahaan yang tidak mengungkapkan annual report, sustainability report atau integrated reporting	(10)
Sampel perusahaan berdasarkan kriteria	40
Data amatan (40 perusahaan \times 2 tahun)	80

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan kriteria pemilihan sampel perusahaan di atas diperoleh sampel sebanyak 40 perusahaan sektor industri yang terdaftar di BEI selama tahun 2019-2020 dan terdapat 80 data amatan pada penelitian ini.

Jenis data pada penelitian ini yaitu data kuantitatif dan kualitatif. data kuantitatif yang dimaksud dalam penelitian ini adalah data mengenai harga saham, total aset dan total liabilitas perusahaan sedangkan data kualitatif diubah menjadi kuantitatif menggunakan variabel dummy (1 jika ada, 0 sebaliknya) yakni jumlah pengungkapan emisi karbon dan data perusahaan mengenai pengungkapan emisi karbon yang dipublikasikan melalui website perusahaan. Pada penelitian ini sumber data yang digunakan yaitu data sekunder. (Siyoto & Sodik, 2015). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui website IDX dan website resmi perusahaan sektor industri berupa laporan keuangan perusahaan pada periode 2019-2020 dan laporan keberlanjutan perusahaan pada periode 2019-2020.

Pada penelitian ini metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah metode dokumentasi. Data diperoleh dari website perusahaan dan IDX. Metode dokumentasi dilakukan dengan cara menelusuri dan mengumpulkan annual report dan sustainability report perusahaan yang terpilih menjadi sampel. Penelitian ini menggunakan data sekunder sebagai sumber informasi. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui website IDX dan website resmi perusahaan sektor industri yaitu laporan keuangan perusahaan pada tahun 2019-2020 dan laporan keberlanjutan perusahaan pada periode 2019-2020.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari statistik deskriptif, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan Moderated Regression Analysis (MRA). Statistik deskriptif adalah penyajian data melalui tabel, perhitungan minimum, maksimum, mean, median, modus, standar deviasi. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji

heteroskedastisitas dan uji autokorelasi. Jenis moderator ini disebut dengan pure moderator atau moderator asli. Moderator asli merupakan variabel moderasi yang langsung berinteraksi dengan variabel predictor (X) lain tanpa berfungsi sebagai variabel predictor (Ghozali, 2018). Sebelum data diolah, data tersebut terlebih dahulu ditransformasi ke dalam skala interval karena pada data pengungkapan emisi karbon dan media exposure memiliki bentuk yang berbeda.

Model *Moderated Regression Analysis* (MRA) yang akan diuji adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1.X1 + \beta_2(X1*Z) + e$$

Dimana:

- Y : Nilai Perusahaan
- a : Konstanta
- β_1, β_2 : Koefisien regresi
- X1 : Pengungkapan Emisi Karbon
- Z : Media Exposure
- e : Error

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa jumlah observasi penelitian (N) berjumlah 78 setelah 2 data observasi yang outlier dihapus. Data amatan yang outlier tersebut dikarenakan memiliki nilai yang tidak normal dengan data observasi lainnya. Data dalam penelitian ini telah ditransformasikan dengan pendekatan metode Gary dua langkah untuk mengubah variabel kontinu yang tidak terdistribusi normal menjadi terdistribusi normal (Templeton, 2011). Metode tersebut memiliki dua langkah yaitu menggunakan system fractional rank case lalu ditransformasikan dengan menggunakan fungsi inverse distribution normal pada SPSS 26.

Variabel (X) pengungkapan emisi karbon yang diukur menggunakan daftar informasi yang ditabulasikan oleh (Jaggi et al., 2018) menunjukkan nilai terendah sebesar -0,28 nilai tertinggi sebesar 10,04 dan nilai mean 3,1887 sebesar dengan standar deviasi sebesar 3,19307.

Variabel (Y) nilai perusahaan yang diukur menggunakan pengukuran Tobins'Q menunjukkan nilai terendah diperoleh sebesar -0,83 nilai tertinggi sebesar 4,79 dan nilai mean sebesar 1,3224 dengan standar deviasi sebesar 0,98242.

Variabel (Z) media exposure yang diukur menggunakan variabel dummy yaitu nilai 1 untuk perusahaan yang mengungkapkan informasi mengenai informasi emisi karbon,

seperti tingkat emisi karbon dan kegiatan untuk mengurangi emisi karbon yang tidak diungkapkan melalui laporan keberlanjutan pada website resmi perusahaan yang dipublikasikan oleh pihak internal. Nilai 0 untuk sebaliknya. menunjukkan nilai terendah sebesar 0,12 nilai tertinggi diperoleh sebesar 0,77 dan nilai mean sebesar 0,2864 dengan standar deviasi sebesar 0,28512 :

Tabel 3 Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Dev
IDF_X	78	-0,28	10,04	3,1887	3,19307
IDF_Z	78	0,12	0,77	0,2864	0,28512
IDF_Y	78	-0,83	4,79	1,3224	0,98242

Dalam hal uji normalitas, tingkat signifikansi untuk uji Kolmogorov-Smirnov ditetapkan sebesar 0,05. Menurut hasil dari uji normalitas pada penelitian ini, nilai Asym Sig (2-tailed) pada uji Kolmogorov-Smirnov dari semua data residual yang digunakan dalam penelitian adalah 0,200, yang berarti lebih besar dari 0,05 (0,05). Menurut hasil diatas dapat disimpulkan setiap sampel data yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan distribusi normal.

Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk memastikan apakah variabel yang diteliti memiliki hubungan atau korelasi satu sama lain atau tidak. Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, nilai tolerance masing-masing variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF masing-masing variabel kurang dari 10. Pada variabel pengungkapan emisi karbon dan variabel *media exposure* memperoleh nilai VIF sebesar 1,247 dan nilai tolerance sebesar 0,802. Dari hasil tersebut pada uji multikolinearitas dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dianalisis dengan uji glejser. Dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05.

Sebaliknya, jika nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka dapat diambil kesimpulan sebaliknya, yaitu model regresi menunjukkan karakteristik heteroskedastisitas. Dari tabel diatas menggambarkan bahwa pada variabel pengungkapan emisi karbon memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,929 dan untuk variabel media exposure memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,225. Berdasarkan hasil diatas ini, dapat diambil kesimpulan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak menunjukkan tanda-tanda heteroskedastisitas.

Uji autokorelasi menggunakan run test dalam penelitian ini. Jika tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05, maka model regresi tidak terdapat autokorelasi; namun jika tingkat signifikansinya lebih kecil dari 0,05, maka model regresi tersebut memang terdapat autokorelasi. Dari tabel diatas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,171 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak terdapat autokorelasi.

Moderated regression analysis dilakukan untuk menguji variabel moderasi. Hasil dari analisis MRA yang dijelaskan melalui tabel berikut:

Tabel 2 Hasil Analisis MRA

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	sig
(Constant)	1,077	0,156	-	6,899	,000
IDF_X	0,088	0,042	0,285	2,109	,038
IDF_XZ	-0,020	0,059	0-,047	-,347	,730
R-square	0,094				
Adj R-square	0,069				
sig	0,025				

Berdasarkan tabel diatas, maka persamaan regresi moderasi disajikan sebagai berikut

$$Y = \alpha + 0,088X_1 - 0,020XZ + e$$

Tujuan uji kelayakan model (Uji F) adalah untuk menentukan seberapa baik fungsi regresi sampel mengestimasi nilai sebenarnya. Jika nilai signifikansi < 0,05 disimpulkan model penelitian layak digunakan dan jika nilai signifikansi > 0,05 berarti model penelitian tidak layak digunakan. Hasil uji F menunjukkan bahwa hasil uji F memiliki nilai signifikansi 0,025 < 0,05, Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini mampu memprediksi nilai observasi sehingga model penelitian ini dapat digunakan.

Koefisien determinasi (adjusted R²) memiliki tujuan agar dapat mengukur seberapa kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen. Hasil dari uji koefisien menunjukan hasil nilai dari adjusted R square sebesar 0,069. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai adjusted R² yang diperoleh dalam penelitian ini dapat dikatakan kecil dikarenakan data pada variabel pengungkapan emisi karbon bersifat variatif atau heterogeny.

Uji hipotesis (Uji statistik t) digunakan untuk mengetahui apakah variabel predictor (X) tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel criterion (Y). Jika hasil penelitian tersebut tidak sesuai dengan arah hipotesis (positif atau negatif) walaupun

berada di bawah tingkat signifikan, maka hipotesis ditolak. Pengungkapan emisi karbon (hipotesis 1) memiliki nilai signifikansi senilai 0,038 < a (0,05) dan nilai B sebesar 0,088. Berdasarkan hasil diatas disimpulkan bahwa pengungkapan emisi karbon berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan emisi karbon dengan *media exposure* sebagai variabel moderasi memiliki nilai signifikansi senilai 0,730 > a (0,05) dan nilai B sebesar -0,020. Berdasarkan hasil diatas disimpulkan bahwa *media exposure* tidak mampu memoderasi pengungkapan emisi karbon terhadap nilai perusahaan (hipotesis 2).

Pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan teori sinyal, Pengungkapan emisi karbon adalah informasi yang dipertimbangkan oleh investor dan pengguna laporan tahunan ketika memprediksi keberlanjutan perusahaan. Pengungkapan emisi karbon mencontohkan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan yang berusaha untuk memenuhi tuntutan pemangku kepentingan dan berhubungan dengan nilai pasar. Pengungkapan emisi karbon juga merupakan suatu penyampaian informasi terkait emisi karbon sebagai sinyal oleh manajer dengan tujuan agar informasi tersebut dapat mengurangi ketidakpastian mengenai rencana perusahaan pada tahun berikutnya. Pengungkapan emisi karbon adalah informasi yang diungkapkan dan dapat menjadi kabar baik untuk investor yaitu perusahaan memiliki risiko yang rendah untuk berinvestasi dengan menghasilkan

biaya ekuitas yang relatif rendah. Maka dari itu, pengurangan biaya ekuitas mampu menyebabkan harga saham mengalami kenaikan. Ketika terjadi kenaikan harga saham perusahaan, maka nilai perusahaan juga akan naik. Nilai perusahaan yang tinggi tidak hanya mempengaruhi kepercayaan pasar terhadap kinerja perusahaan saat ini, tetapi juga memungkinkan pelaku pasar untuk melihat peluang di masa yang akan datang perusahaan.

Pengungkapan emisi karbon berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat dari tabel 4.2 dari nilai signifikansi sebesar $0,038 < \alpha (0,05)$, artinya hipotesis 1 diterima. Dapat disimpulkan bahwa bisnis yang melaporkan emisi karbon mereka secara lebih komprehensif dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata investor atau pemegang saham. Hal ini dikarenakan fokus utama dari pihak investor telah bergeser untuk berfokus pada masalah ini, yang terkait langsung dengan pembangunan berkelanjutan perusahaan di masa depan dan dapat menjadi rencana untuk mengurangi dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas perusahaan. Karena hal ini berkaitan langsung dengan pembangunan berkelanjutan perusahaan di masa depan dan dapat menjadi rencana untuk mengurangi dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas perusahaan, maka tidak menutup kemungkinan hal tersebut menjadi fokus utama investor, sehingga wajar jika semakin banyak perhatian.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Alfayerds & Setiawan, 2021) dan (Rusmana & Purnaman, 2020) mengatakan bahwa adanya pengaruh positif pengungkapan emisi karbon terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang mengungkapkan emisi karbon secara lebih rinci dapat meningkatkan nilainya di mata pemegang saham atau investor, karena hal ini telah menjadi fokus investor terkait langsung dengan pembangunan berkelanjutan perusahaan di masa depan dan dapat menjadi rencana. untuk mengurangi dampak yang

ditimbulkan oleh kegiatan usaha.

Media Exposure Mampu Memperkuat Pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon Terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan teori sinyal, *Media exposure* dapat menjelaskan mengapa pengungkapan publik dari laporan tanggung jawab perusahaan cenderung berfokus pada penggunaan media atau alat promosi. Pengungkapan emisi karbon adalah salah satu informasi terpenting bagi investor, bersama dengan informasi manajemen risiko. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Laksani et al., 2020) mengatakan bahwa tidak adanya pengaruhnya media exposure terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan. Media exposure tidak mampu memoderasi pengungkapan emisi karbon terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena perusahaan hanya mengungkapkan informasi terkait lingkungan dalam laporan untuk jangka waktu satu tahun, tidak memperhatikan liputan media, dan lebih fokus pada fundamental perusahaan serta kemampuan bisnis. (Pratiwi, 2016).

Pemaparan media ini tidak akan mempengaruhi pengungkapan emisi karbon perusahaan karena adanya pemberitaan tentang emisi karbon perusahaan di website perusahaan, juga tidak mempengaruhi tekanan terhadap perusahaan atau dorongan untuk mengungkapkan lebih banyak informasi tentang emisi karbonnya kepada pemangku kepentingan dan untuk saat ini investor masih lebih tertarik untuk melihat laporan pertanggungjawaban perusahaan melalui laporan tahunan perusahaan dibandingkan dengan melihat website perusahaan tersebut. (Santiara Dewi & Sudaryati, 2020). Dikarenakan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilaporkan melalui website perusahaan bisa dilihat dalam waktu yang cukup panjang. Sehingga, pada saat perusahaan melakukan pengungkapan informasi mengenai kegiatan tanggung jawab lingkungan serta sosial perusahaan di website tersebut, tidak akan langsung memicu

investor dalam melakukan investasi pada perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Laksani et al., 2020) mengatakan bahwa tidak adanya pengaruhnya media exposure terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan pada perusahaan sektor non keuangan yang listing sahamnya di Bursa Efek Indonesia selama periode 2015-2018. Hal ini berarti, media exposure tidak mampu memoderasi pengungkapan emisi karbon terhadap nilai perusahaan.

5. SIMPULAN

Pengungkapan emisi karbon memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Artinya, semakin perusahaan mengungkapkan emisi karbon maka akan meningkat juga nilai perusahaan. *Media exposure* tidak mampu memoderasi pengungkapan emisi karbon terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena investor saat ini lebih tertarik untuk melihat tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan melalui laporan tahunan daripada melihat melalui situs web perusahaan. Dikarenakan, pada website perusahaan dalam mengungkapkaikan informasi terkait emisi karbon memerlukan waktu yang cukup panjang.

Pada penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan terkait kurangnya sampel pada pengukuran *media exposure* dengan variabel dummy, Pengukuran pada variabel pengungkapan emisi karbon hanya berasal dari laporan keberlanjutan disebabkan oleh kebanyakan perusahaan tidak mengungkapkan laporan keberlanjutan keterbatasan. Rentang waktu yang digunakan pada sampel penelitian hanya menggunakan 2 tahun yaitu tahun 2019 dan 2020.

REFERENSI

Alfayerds, W. D., & Setiawan, M. A. (2021). Pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon dan Annual Report Readability terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Peringkat PROPER yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2018). *Jurnal*

Eksplorasi Akuntansi, 3(2), 349–363. <http://jea.ppj.unp.ac.id/index.php/jea/article/view/363>

Berthelot, S., & Robert, A.-M. (2011). Climate Change Disclosures: An Examination of Canadian Oil and Gas Firms. *Issues In Social And Environmental Accounting*, 5(2), 106. <https://doi.org/10.22164/isea.v5i2.61>

Chung, K. H., & Pruitt, S. W. (2015). *Simple of Tobin ' s Approximation q*. 23(3), 70–74. <https://www.jstor.org/stable/3665623>

Dawkins, C., & Fraas, J. W. (2011). Coming Clean: The Impact of Environmental Performance and Visibility on Corporate Climate Change Disclosure. *Journal of Business Ethics*, 100(2), 303–322. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0681-0>

Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 9). Universitas Diponegoro.

Ikbal, M. (2018). Apakah Informasi non-Keuangan berguna bagi Investor: Survei Persepsi bagi Investor Retail di Indonesia. *Akuntabel*, 14(2), 180. <https://doi.org/10.29264/jakt.v14i2.1906>

Jaggi, B., Allini, A., Macchioni, R., & Zampella, A. (2018). Do investors find carbon information useful? Evidence from Italian firms. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 50(4), 1031–1056. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11156-017-0653-x>

Jannah, R., & Muid, D. (2014). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Carbon Emission Disclosure Pada Perusahaan Di Indonesia (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012). *Diponegoro Journal of Accounting*, 3(2),

1000-1010.

<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/6164>

Kelvin, C., Daromes, F. E., & Ng, S. (2017). Pengungkapan Emisi Karbon Sebagai Mekanisme Peningkatan Kinerja Untuk Menciptakan Nilai Perusahaan. *Dinamika Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, 6(1), 1-18. <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fe9/article/view/5948>

Laksani, S. A., Andesto, R., & Kirana, D. J. (2020). Carbon Emission Disclosure Ditinjau dari Nilai Perusahaan, Leverage dan Media Exposure. *Studi Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 3(2), 145-164. <https://doi.org/10.21632/saki.3.2.145-164>

Linggasari, E. (2015). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Carbon Emission Disclosure. *Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Jurnal Ekonomi Bisnis*, 1, 63-69. http://eprints.undip.ac.id/46120/1/15_LINGGASARI.pdf

Permana, A. B. S., & Bambang, T. (2020). Pengaruh Pengungkapan Lingkungan dan Karbon terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(4), 932-944. <https://garuda.ristekbrin.go.id/documents/detail/1916872>

Pratiwi, P. (2016). Pengaruh Tipe Industri, Media Exposure dan profitabilitas Terhadap Carbon Emission Disclosure (Studi Empiris pada Perusahaan Non Industri Jasa yang Terdaftar di BEI tahun 2012-2014). 2016.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2004 Tentang Pengesahan Kyoto Protocol To The United Nations Framework Convention On Climate Change (Protokol Kyoto Atas Konvensi Kerangka Kerja Perserikatan Bangsa-Bangsa Tentang Perubahan Iklim), 1

(2004).

Rusmana, O., & Purnaman, S. M. N. (2020). Pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi*, 22(1), 42-52. http://www.repository.trisakti.ac.id/webopac_usaktiana/index.php/home/detail/detail_koleksi/0/SKR/judul/000000000000087448/0

Santiara Dewi, R., & Sudaryati, E. (2020). Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial melalui Laman Resmi Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(4), 828. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i04.p02>

Spence, M. (1973). Job Market Signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(4), 355-374. <https://doi.org/10.1055/s-2004-820924>

Templeton, G. F. (2011). A two-step approach for transforming continuous variables to normal: Implications and recommendations for IS research. *Communications of the Association for Information Systems*, 28(1), 41-58. <https://doi.org/10.17705/1cais.02804>

Zuhrufiyah, D., & Anggraeni, D. Y. (2019). Pengungkapan Emisi Karbon dan Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan di Kawasan Asia Tenggara). *Jurnal Manajemen Teknologi*, 18(2), 80-106. <https://doi.org/10.12695/jmt.2019.18.2.1>