

Pengaruh *Media Exposure*, *Leverage*, dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon pada Perusahaan Sektor Energi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023

Aliyyah Fitriyani¹, Virna Sulfitri²,

^{1,2} Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trisakti
023002101036@std.trisakti.ac.id virna_s@trisakti.ac.id

ABSTRACT

This study aims to test and analyze the effect of Media Exposure, Leverage, and Profitability on Disclosure of carbon emissions. The research was conducted on energy sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) using secondary data obtained from annual reports and sustainability reports during the 2021-2023 period using purposive sampling technique. The amount of data in this study was 156 observations. The analysis method used is panel data regression which is processed using EViews12. The results showed that Media Exposure has a positive effect on Carbon Emissions Disclosure, while Leverage and Profitability have no effect on Carbon Emissions Disclosure.

Keyword: *Media Exposure, Leverage, Profitability, Carbon Emission Disclosure*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Media Exposure*, *Leverage*, dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan emisi karbon. Penelitian dilakukan pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan selama periode 2021–2023 dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Jumlah data dalam penelitian ini sebanyak 156 observasi. Metode analisis yang digunakan adalah regresi data panel yang diolah menggunakan EViews12. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Media Exposure* berpengaruh positif terhadap Pengungkapan Emisi Karbon, sementara *Leverage* dan Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan Emisi Karbon.

Kata Kunci: *Media Exposure, Leverage, Profitabilitas, Pengungkapan Emisi Karbon*

PENDAHULUAN

Saat ini, perubahan iklim menjadi isu global yang mendesak, ditandai oleh kenaikan suhu rata-rata, meningkatnya intensitas dan frekuensi cuaca ekstrem, serta naiknya permukaan laut. Salah satu penyebab utama adalah emisi gas rumah kaca, khususnya karbon dioksida (CO₂), yang dihasilkan dari aktivitas manusia seperti pembakaran bahan bakar fosil, proses industri, dan deforestasi. Sektor energi menjadi penyumbang emisi karbon terbesar di Indonesia akibat tingginya ketergantungan pada batu bara, minyak bumi, dan gas alam. Proses ekstraksi hingga konsumsi energi fosil menghasilkan emisi gas rumah kaca yang signifikan, sehingga

sektor ini menjadi fokus utama dalam transisi menuju ekonomi rendah karbon. Meski demikian, transisi energi bersih perlu dilakukan secara bertahap agar tidak mengganggu pertumbuhan ekonomi. Pemerintah merespons tantangan ini melalui regulasi bauran energi terbarukan, insentif efisiensi energi, dan penguatan komitmen dalam *Nationally Determined Contribution*. Selain regulasi, perusahaan energi juga menghadapi tuntutan dari investor, konsumen, dan masyarakat yang kian peduli pada aspek lingkungan.

Pada tahun 2024 Berdasarkan data dari Indonesia *Environment & Energy Center* (<https://environment-indonesia.com>), Sektor energi merupakan penyumbang utama emisi karbon dioksida (CO₂) di Indonesia, terutama dari pembakaran batu bara, minyak bumi, dan gas alam untuk listrik, industri, dan transportasi (*Indonesia Environment & Energy Center*, 2024). Pembangkit listrik batu bara merupakan kontributor terbesar, disusul aktivitas eksplorasi, produksi, dan pengolahan migas. Ketergantungan energi fosil yang mencapai hampir 90% menimbulkan tekanan besar bagi Indonesia untuk segera dekarbonisasi. Menurut studi Kementerian PPN/Bappenas, sejak 2022 sektor energi menggantikan kehutanan sebagai penyumbang emisi terbesar, menyumbang 50,6% atau 1 Giga Ton CO₂eq, dan diperkirakan naik menjadi 1,4 Giga Ton CO₂eq atau 59% pada 2030. Secara global, emisi dari bahan bakar fosil diproyeksikan mencapai rekor 37,4 miliar ton CO₂ pada 2024, naik 0,8% dari 2023. Wellece (2024) menyebutkan bahwa dalam laporan *Global Carbon Budget 2024*, emisi CO₂ dari pembakaran bahan bakar fosil diproyeksikan mencapai 37,4 miliar ton, naik 0,8% dari 2023. Ditambah emisi dari perubahan penggunaan lahan sebesar 4,2 miliar ton, total emisi CO₂ diperkirakan mencapai 41,6 miliar ton pada 2024, naik dari 40,6 miliar ton tahun sebelumnya.

Seiring dengan semakin dekatnya peringatan 10 tahun Persetujuan Paris, urgensi untuk aksi iklim yang lebih ambisius semakin meningkat karena *Global Stocktake* pertama mengungkap kenyataan pahit: dunia masih belum berada di jalur untuk membatasi pemanasan global hingga 1,5°C (UNFCCC, 2024). Bertepatan dengan itu, Februari 2025 menjadi tenggat waktu penting bagi negara-negara untuk menyerahkan pembaruan dokumen *Nationally Determined Contributions* (NDC) untuk lima tahun ke depan, sebagaimana diamanatkan dalam Persetujuan Paris. Bagi Indonesia, yang merupakan negara sangat rentan terhadap dampak perubahan iklim sekaligus pemain penting dalam diplomasi iklim global, momen ini menjadi peluang strategis untuk memperkuat komitmen iklimnya. Pemerintah melalui Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) tengah mempersiapkan dokumen *Second NDC* yang mencerminkan kondisi dan kapasitas terkini Indonesia.

Menyadari urgensi ini, Pemerintah Indonesia terus melakukan upaya untuk mengurangi emisi karbon yang berkontribusi pada perubahan iklim. Sebagaimana di sampaikan Santoso (2024), dalam Laporan Isu Sepekan yang diterbitkan oleh Pusat Analisis Keparlemenan, Badan Keahlian Setjen DPR RI, Komisi IV Bidang Ekuinbang Komitmen ini diwujudkan melalui ratifikasi Perjanjian Paris yang dituangkan dalam Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2016 tentang Pengesahan *Paris Agreement to the*

United Nations Framework Convention on Climate Change (Peretujuan Paris atas Konvensi Kerangka Kerja Perserikatan Bangsa-Bangsa Mengenai Perubahan Iklim). Untuk mencapai target penurunan emisi, Indonesia menetapkan komitmen melalui *Nationally Determined Contribution* (NDC) dengan target penurunan emisi gas rumah kaca sebesar 29% tanpa syarat dan 41% bersyarat pada 2030. Pada 2022, target ini diperkuat dalam *Enhanced NDC* menjadi 31,89% tanpa syarat dan 43,2% bersyarat. Pemerintah menegaskan tidak akan menurunkan target tersebut. Dokumen ini menjadi dasar kebijakan iklim nasional sekaligus instrumen diplomasi dalam rantai pasok global.

Media *exposure* memainkan peran penting dalam mendorong perusahaan untuk lebih transparan dalam mengungkapkan emisi karbon kepada publik. Paparan media mencakup media cetak, elektronik, maupun digital yang membahas isu perubahan iklim, CSR, dan emisi karbon, mendorong perusahaan untuk menyampaikan informasi tersebut secara terbuka dalam laporan tahunan atau keberlanjutan. Menurut Putri & Hermi (2024), media *exposure* memengaruhi tindakan perusahaan terhadap lingkungan, media dapat memberikan citra negatif jika perusahaan merusak lingkungan, atau sebaliknya, citra positif jika perusahaan menunjukkan komitmen terhadap kelestarian lingkungan.

Faktor lain yang berpengaruh adalah *leverage*, yaitu rasio utang terhadap aset yang mencerminkan kemampuan perusahaan membiayai operasional melalui utang. *Leverage* tinggi menandakan ketergantungan besar terhadap utang, yang dapat memengaruhi kestabilan keuangan dan membatasi ruang gerak dalam strategi pengurangan emisi. Zanra *et al.* (2020) menyatakan bahwa *leverage* dapat membatasi upaya pengungkapan karbon karena perusahaan cenderung lebih hemat biaya. Hal ini didukung oleh Claudia & Halik (2023), yang menyatakan bahwa semakin tinggi *leverage*, semakin hati-hati perusahaan dalam mengeluarkan biaya untuk pengungkapan dan pencegahan emisi karbon. Selain itu, profitabilitas juga berperan dalam pengungkapan emisi karbon. Amrasyid *et al.* (2024) menjelaskan bahwa profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dan merupakan indikator penting bagi investor. Namun, tingginya profit tidak selalu menjamin keterbukaan perusahaan dalam mengungkapkan emisi karbon secara menyeluruh.

TINJAUAN LITERATUR

Legitimacy Theory

Teori legitimasi, sebagaimana dikemukakan oleh Dowling dan Pfeffer (1975), menekankan pentingnya interaksi antara perusahaan dan masyarakat dalam menjaga kelangsungan operasional. Perusahaan harus beroperasi sesuai dengan norma, nilai, dan ekspektasi sosial agar dapat mempertahankan legitimasi yang mendukung reputasi dan keberlanjutan usaha jangka panjang.

Menurut Nasiti dan Hardiningsih (2022), masyarakat memberikan tekanan kepada perusahaan untuk menunjukkan tanggung jawab terhadap lingkungan, termasuk melalui pengungkapan emisi karbon. Hal ini menunjukkan bahwa penerimaan publik merupakan faktor utama dalam keberlangsungan perusahaan. Herinda *et al.* (2021) menyebutkan bahwa pengungkapan emisi karbon sebagai bagian dari pengungkapan lingkungan merupakan bentuk respons perusahaan terhadap isu lingkungan guna memperoleh legitimasi. Sejalan dengan itu, Amrasyid *et al.* (2024) menyatakan bahwa pengungkapan emisi karbon merupakan reaksi perusahaan terhadap tekanan sosial atas keberadaannya di tengah masyarakat.

Asyari dan Hernawati (2023) menegaskan bahwa perusahaan yang tidak beroperasi sesuai dengan nilai sosial tidak akan memperoleh legitimasi. Oleh karena itu, pengungkapan emisi karbon menjadi sarana penting untuk menjembatani kesenjangan antara perusahaan dan masyarakat (Sari & Sulfitri, 2023).

Signaling Theory

Teori sinyal diperkenalkan oleh Spence (1978), yang menjelaskan bahwa pihak yang memiliki informasi lebih lengkap, seperti perusahaan, dapat menyampaikan sinyal kepada pihak lain guna mengurangi asimetri informasi. Teori ini menggambarkan bagaimana perusahaan memberikan informasi kepada investor mengenai kondisi dan prospek bisnisnya (Nasution *et al.*, 2019). Brigham dan Houston (2010) menegaskan bahwa sinyal merupakan cara perusahaan memberikan gambaran mengenai penilaian manajemen terhadap masa depan perusahaan.

Menurut Erdi (2024), perusahaan dapat menggunakan struktur modal, strategi pertumbuhan, dan pengelolaan profitabilitas sebagai sinyal kepada pasar. Sinyal ini membentuk persepsi investor dan memengaruhi nilai pasar perusahaan. Dalam konteks lingkungan, Dewi dan Budiadnyani (2024) menyatakan bahwa pengungkapan emisi karbon menjadi sinyal positif atas komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan, yang memperkuat reputasi, meningkatkan kepercayaan, dan mendorong kinerja keuangan yang lebih baik.

Pengungkapan Emisi Karbon

Emisi karbon, menurut *Detikedu*, ialah gas-gas yang dihasilkan ketika molekul-molekul yang mengandung karbon seperti diesel, CO₂, LPG, serta bahan bakar lainnya terbakar. Namun, definisi sederhana dari emisi karbon ialah pelepasan karbon ke atmosfer. Ensiklopedia Britannica mendefinisikan emisi karbon sebagai jumlah emisi CO₂ yang terkait dengan setiap tindakan yang dijalankan oleh bisnis, individu, ataupun entitas lainnya.

Berdasarkan Angelina & Handoko (2023), tujuan utama pengungkapan emisi karbon adalah untuk memperoleh legitimasi atas seluruh operasi perusahaan dan melibatkan pemangku kepentingan dalam isu lingkungan. Rusmana & Purnaman (2020) menyatakan bahwa operasi perusahaan merupakan salah satu aspek penyumbang emisi karbon, dan pengungkapannya menjadi kewajiban hukum. Menurut Sukmawati & Henny (2024), pengungkapan emisi karbon merupakan bagian

dari laporan perusahaan yang memuat prospek serta informasi iklim lain yang ditujukan kepada pemangku kepentingan. Firmansyah *et al.* (2021) menambahkan bahwa pengungkapan ini mencerminkan tanggung jawab perusahaan atas dampak lingkungan dari aktivitas operasionalnya.

Media Exposure

Media exposure memiliki peran penting dalam mendorong perusahaan untuk secara transparan mengungkapkan emisi karbon serta aktivitas operasionalnya, termasuk yang berkaitan dengan isu lingkungan dan tanggung jawab sosial (CSR). Menurut Putri & Hermi (2024), *media exposure* dapat memengaruhi tindakan perusahaan, baik melalui pemberitaan negatif atas praktik yang merugikan lingkungan maupun apresiasi terhadap tindakan yang pro-lingkungan, serta semakin penting seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi komunikasi. Loru (2023) menambahkan bahwa media memiliki peran strategis dalam mobilisasi sosial dan penyampaian informasi, sejalan dengan pendapat Febrianto *et al.* (2022) yang menyatakan bahwa *media exposure* dapat mendukung pengungkapan emisi karbon oleh perusahaan. Selain itu, menurut Nurjanah & Herawaty (2022), perusahaan memiliki tanggung jawab moral untuk mengungkapkan tidak hanya aspek finansial, tetapi juga aspek sosial dan lingkungan, mengingat reputasi perusahaan sangat dipengaruhi oleh perhatian dan sorotan media.

Leverage

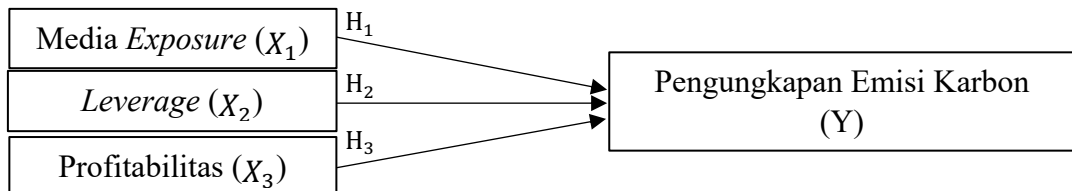
Rasio *leverage* merupakan indikator keuangan yang menunjukkan sejauh mana perusahaan menggunakan utang dalam membiayai asetnya, serta mencerminkan tingkat ketergantungan terhadap pendanaan eksternal. *Leverage* yang tinggi meningkatkan risiko finansial, tetapi dapat bermanfaat jika dikelola secara efisien untuk mendorong pertumbuhan dan profitabilitas. Menurut Putri & Hermi (2024), *leverage* mencerminkan penggunaan aset atau dana yang mengharuskan pembayaran biaya tetap, seperti bunga, dan penggunaannya secara berlebihan dapat menimbulkan risiko. Sementara itu, Amrasyid *et al.* (2024) menyatakan bahwa rasio *leverage* mengukur sejauh mana perusahaan menggunakan dana eksternal dibandingkan dengan modal sendiri untuk mendukung operasionalnya.

Profitabilitas

Rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari penjualan, aset, maupun ekuitas, serta mencerminkan efektivitas manajemen dalam menciptakan nilai bagi pemegang saham. Menurut Putri *et al.* (2024), rasio ini menjadi indikator penting untuk menilai kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset, penjualan, dan saham kepemilikan. Profitabilitas juga berperan dalam mendukung tanggung jawab lingkungan, karena laba yang tinggi memungkinkan alokasi dana untuk program keberlanjutan. Semakin besar laba yang

diperoleh, semakin tinggi pula perhatian perusahaan terhadap lingkungan di sekitar operasionalnya (Putri *et al.*, 2024).

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Pengembangan Hipotesis

Teori legitimasi (Dowling & Pfeffer, 1975) menyatakan bahwa perusahaan perlu menyesuaikan kegiatannya dengan nilai sosial agar memperoleh legitimasi publik. Dalam konteks lingkungan, media memiliki peran penting dalam membentuk persepsi publik terhadap tanggung jawab perusahaan. Menurut Nasiti & Hardiningsih (2022), tekanan dari masyarakat membuat perusahaan terdorong untuk mengungkapkan emisi karbon secara terbuka. Ferdiani & Mulyani (2023) juga menambahkan bahwa media membentuk harapan publik atas tanggung jawab sosial perusahaan.

Paparan media mendorong perusahaan lebih transparan dalam mengungkapkan informasi lingkungan (Asyari & Hernawati, 2023). Putri & Hermi (2024) menyatakan bahwa media dapat memberikan tekanan negatif apabila perusahaan merusak lingkungan, atau sebaliknya, membangun citra positif jika perusahaan peduli terhadap lingkungan. Penelitian Sari & Sulfitri (2023) serta Loru (2023) menunjukkan bahwa media *exposure* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan emisi karbon.

H₁: Media Exposure berpengaruh positif terhadap Pengungkapan Emisi Karbon.

Teori Sinyal pertama kali diperkenalkan oleh Spence (1978), menjelaskan bahwa manajemen perusahaan dapat mengirimkan sinyal kepada pihak eksternal untuk mengurangi asimetri informasi, termasuk melalui struktur pendanaan seperti *leverage*. Dalam konteks ini, *leverage* dapat digunakan sebagai sinyal atas kemampuan perusahaan dalam mengelola risiko, termasuk risiko lingkungan (Afnilia & Astuti, 2023). Pengungkapan emisi karbon menjadi salah satu bentuk sinyal yang menunjukkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab lingkungan, terutama bagi perusahaan dengan tingkat utang tinggi. Hal ini bertujuan untuk membangun kepercayaan investor dan kreditor, serta memperkuat reputasi perusahaan (Lestari *et al.*, 2022).

Menurut Putri & Hermi (2024), perusahaan dengan utang tinggi akan lebih berhati-hati dalam menjaga reputasi, salah satunya melalui pengungkapan lingkungan. Penelitian Claudia & Halik (2023) serta Sukmawati & Henny (2024) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon.

H₂: Leverage berpengaruh positif terhadap Pengungkapan Emisi Karbon.

Profitabilitas yang tinggi dapat menjadi sinyal positif dalam perspektif teori sinyal yang pertama kali diperkenalkan oleh Spence (1978), yang menunjukkan kinerja keuangan yang kuat dan prospek cerah perusahaan. Perusahaan yang mampu mencetak laba besar cenderung lebih terbuka dalam mengungkapkan informasi emisi karbon sebagai bentuk tanggung jawab dan transparansi. Hal ini bertujuan untuk memberikan sinyal positif kepada investor dan pemangku kepentingan mengenai komitmen mereka terhadap keberlanjutan (Dewi & Budiadnyani, 2024). Sejalan dengan itu, Lestari et al. (2022) menyatakan bahwa peningkatan laba memperkuat kepercayaan investor karena dianggap mencerminkan stabilitas dan potensi pertumbuhan perusahaan.

Perusahaan yang lebih menguntungkan memiliki kapasitas lebih besar untuk melaksanakan program keberlanjutan, termasuk pelaporan emisi karbon. Zanra et al. (2020) serta Nasiti & Hardiningsih (2022) membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan emisi karbon.

H₃: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Pengungkapan Emisi Karbon.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan selama tahun 2021–2023. Jumlah data dalam penelitian ini sebanyak 156 observasi. Metode analisis yang digunakan adalah regresi data panel yang diolah menggunakan EViews 12. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode *Purposive Sampling*.

Tabel 1. Hasil Seleksi Sampel Penelitian

| Kriteria Sampel | Pelanggaran Kriteria | Jumlah Perusahaan |
|--|----------------------|-------------------|
| Perusahaan sektor energi yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2021-2023 | | 71 |
| Perusahaan yang melaporkan laporan keuangan dan <i>annual report</i> berturut-turut pada periode 2021-2023 | (19) | |
| Perusahaan yang mengungkapkan informasi tentang emisi karbon dengan setidaknya satu | | 52 |

| | | |
|--|---------------|------------|
| item dari Carbon Emission Disclosure Checklist (CEDC). | | |
| Perusahaan yang memiliki semua variabel | | 52 |
| Jumlah sampel yang memenuhi kriteria | | 52 |
| Tahun penelitian 2021-2023 | 3 | |
| Total Sampel yang digunakan dalam penelitian | (52X3) | 156 |

Pengukuran Variabel

Penelitian ini terdapat tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Untuk proses analisis, terdapat berbagai indikator pengukuran di setiap variabel yang digunakan:

Tabel 2. Pengukuran Variabel

| Variable | Pengukuran | Skala |
|--|---|-------|
| Media Exposure (Sari & Sulfitri, 2023) | Variable <i>dummy</i> : AR= 1 SR= 1 Website = 1 | Rasio |
| | Non AR, SR, dan website = 0 | |
| | $ME = \frac{\text{Jumlah Media Exposure}}{\text{Total Keseluruhan Media Exposure}}$ | |
| | | |
| Leverage (Gunawan & Aryati, 2024) | $DAR = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aktiva}}$ | Rasio |
| Profitabilitas (Gunawan & Aryati, 2024) | $ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}}$ | Rasio |
| Pengungkapan Emisi Karbon (Choi <i>et al.</i> , 2013) | Lima kategori utama dengan total 18 <i>item checklist index</i> . $CED = \frac{\text{Jumlah yang di ungkapkan perusahaan}}{\text{Total keseluruhan perusahaan}}$ | Rasio |

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 3. Hasil Statistik Deskriptif

| Variabel | Obs. | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviasi |
|----------|------|----------|-----------|----------|--------------|
| CED | 156 | 0,055600 | 0.9444444 | 0.535956 | 0.246356 |

| | | | | | |
|----------------|-----|-----------|----------|----------|----------|
| Media Exposure | 156 | 0.333333 | 1.000000 | 0.732925 | 0.190897 |
| Leverage | 156 | 0.031204 | 2.418443 | 0.507428 | 0.348502 |
| Profitabilitas | 156 | -0.410592 | 0.616346 | 0.096797 | 0.168966 |

Sumber: Data diolah menggunakan Eviews 12, 2025

Penelitian ini menggunakan 156 data observasi. Rata-rata nilai *Carbon Emission Disclosure* (CED) sebesar 0,535 dengan standar deviasi 0,246 menunjukkan persebaran data yang homogen. Nilai minimum sebesar 0,055 terdapat pada PT Eksploitasi Energi Indonesia Tbk. (2022) dan maksimum 0,944 pada PT Petrosea Tbk. (2021–2023). *Media exposure* memiliki rata-rata 0,732 dan standar deviasi 0,190, juga mencerminkan persebaran homogen. Nilai minimum 0,333 berarti perusahaan hanya mengungkap emisi di satu media, sedangkan nilai maksimum 1,000 menunjukkan pengungkapan pada tiga media sekaligus: laporan tahunan, laporan keberlanjutan, dan *website*. *Leverage* (DAR) memiliki rata-rata 0,507 dan standar deviasi 0,348 yang lebih rendah dari rata-rata, menunjukkan sebaran homogen, dengan nilai minimum 0,031 (PT Perdana Karya Perkasa Tbk, 2023) dan maksimum 2,418 (PT Eksploitasi Energi Indonesia Tbk, 2022). Profitabilitas (ROA) memiliki rata-rata 0,096 dan standar deviasi 0,168, menunjukkan persebaran heterogen, dengan nilai minimum -0,410 (PT Perdana Karya Perkasa Tbk, 2022) dan maksimum 0,616 (PT Golden Energy Mines Tbk, 2022).

Uji Model Data Panel

Uji Chow

Tabel 4. Hasil Uji Chow

| Predictors | Alpha | Cross-section Chi-Square (Prob.) | Keputusan | Estimasi Model |
|-----------------------------|--------|----------------------------------|-------------|--------------------|
| Redundant Fixed Effect Test | < 0,05 | 0.00000 | H1 Diterima | Fixed Effect Model |

Sumber: Data diolah menggunakan Eviews 12, 2025

Probabilitas dari *cross section Chi-Square* adalah $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa pada pengujian Uji Chow, model penelitian yang dipilih adalah *Fixed Effect Model* (FEM).

Uji Hausman

Tabel 5. Hasil Uji Hausman

| Predictors | Alpha | Cross-section Chi-Square (Prob.) | Keputusan | Estimasi Model |
|---|-------|--|-------------|-----------------------|
| Correlated Random Effect - Hausman Test | <0,05 | 0.0000 | H1 Diterima | Fixed Effect Model |

Sumber: Data diolah menggunakan Eviews 12, 2025

Probabilitas dari *cross section Chi-Square* adalah $0.0000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa pada pengujian Uji Hausman, model penelitian yang dipilih adalah *Fixed Effect Model* (FEM).

Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini, uji hipotesis digunakan untuk menentukan hasil penelitian terkait dengan pengaruh *Media exposure*, *Leverage*, dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan Emisi Karbon (CED) melalui uji koefisien determinasi (R²) Uji Statistik F, dan Uji statistik T. Berdasarkan hasil uji chow, uji hausman, *Fixed Effect Model* (FEM) menjadi model terbaik untuk penelitian ini.

Tabel 6. Hasil Pemilihan Model Regresi Data Panel

| Uji | Keterangan | Hasil |
|---------|------------|--------------------|
| Chow | 0.0000 | Fixed Effect Model |
| Hausman | 0.0000 | Fixed Effect Model |

Sumber: Data diolah menggunakan Eviews 12, 2025

Berdasarkan hasil uji pada tabel di atas, maka uji regresi *Fixed Effect Model* adalah model terbaik untuk digunakan dalam penelitian ini. Berikut merupakan hasil uji regresi data panel menggunakan *Fixed Effect Model*.

Tabel 7. Hasil Uji Regregi Data Panel *Fixed Effect Model*

| Variabel | Prediksi Arah | Coefficient | Prob. | Keputusan |
|-------------------------|---------------|-------------|--------|-------------|
| C | | 0.338096 | 0.0014 | |
| Media Exposure | (+) | 0.287576 | 0.0126 | H1 Diterima |
| Leverage | (+) | -0.033050 | 0.3340 | H1 Ditolak |
| Profitabilitas | (+) | 0.039874 | 0.3886 | H1 Ditolak |
| Adjusted R ² | | | | 0.791635 |

| | | |
|-------|--------------------|----------|
| Uji F | F-Statistic | 11.90534 |
| | Prob (F-Statistic) | 0.000000 |

Sumber: Data diolah menggunakan Eviews 12, 2025

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda pada tabel 7 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,338 + 0,287X_1 + -0,033X_2 + 0,039X_3 + e$$

Dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Hasil persamaan regresi data panel yang dimuat pada tabel 7 menunjukkan nilai konstanta sebesar 0,338, artinya apabila Media *exposure*, *Leverage*, dan Profitabilitas sebesar 0, maka pengungkapan emisi karbon sebesar 0,338.
2. Nilai koefisien media *exposure* sebesar 0,287 dengan nilai positif, artinya setiap peningkatan media *exposure* sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan pengungkapan emisi karbon sebesar 0,287 dengan asumsi variabel yang lain konstan.
3. Nilai koefisien *leverage* yang diukur menggunakan rasio DAR sebesar -0,033 dengan nilai negatif, artinya setiap peningkatan *leverage* sebesar 1 satuan maka akan menurunkan pengungkapan emisi karbon sebesar -0,033 dengan asumsi variabel yang lain konstan.
4. Nilai koefisien profitabilitas yang diprosikan rasio ROA sebesar 0,039 dengan arah positif, artinya setiap peningkatan profitabilitas sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan pengungkapan emisi karbon sebesar 0,039 dengan asumsi variabel yang lain konstan.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

| Uji | Adjusted R-Square |
|---|-------------------|
| (Constant), Media Exposure (X1), Leverage (X2), Profitabilitas (X3) | 0.791635 |

Sumber: Data diolah menggunakan Eviews 12, 2025

Adjusted R-squared sebesar 0,791613 menunjukkan bahwa 79,1% variasi dalam pengungkapan emisi karbon dapat dijelaskan oleh variabel media *exposure*, *leverage*, dan profitabilitas. Sementara itu, sebesar 20,9% sisanya dipengaruhi lainnya ditentukan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji F

Tabel 9. Hasil Uji F

| Uji | Alpha | Prob. | F Statistics | Hasil |
|-------|--------|---------|--------------|--------------------|
| Uji F | < 0,05 | 0.00000 | 11.90534 | Hipotesis diterima |

Sumber: Data diolah menggunakan Eviews 12, 2025

Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menilai pengaruh simultan media *exposure*, *leverage*, dan profitabilitas terhadap pengungkapan emisi karbon serta menguji kelayakan model regresi. Hasil menunjukkan nilai *F-statistic* sebesar 11,90534 dengan probabilitas $0,00000 < 0,05$ yang mengindikasikan bahwa *media exposure*, *leverage*, dan profitabilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon.

Uji T

Tabel 10. Hasil Uji T

| Hipotesis | Prediksi arah | Variabel | Nilai p-value | Nilai t-hitung | Keterangan |
|-----------|---------------|-----------------|---------------|----------------|------------|
| H1 | (+) | Media Exposure | 0.0126 | 2.273561 | Diterima |
| H2 | (+) | <i>Leverage</i> | 0.3340 | -0.430251 | Ditolak |
| H3 | (+) | Profitabilitas | 0.3886 | 0.283886 | Ditolak |

Sumber: Data diolah menggunakan Eviews 12, 2025

Hasil penelitian pada tabel 10 menunjukkan bahwa variabel media *exposure* memiliki nilai probabilitas $0,0126 < 0,05$ dan nilai t-hitung sebesar 2.273561. hal ini memiliki arti bahwa secara parsial, media *exposure* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan emisi karbon, di mana setiap peningkatan media *exposure* maka pengungkapan emisi karbon pada perusahaan sampel turut mengalami peningkatan. Maka dari itu, hipotesis yang menyatakan bahwa media *exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan emisi karbon **diterima**.

Pengujian variabel *leverage* yang diukur menggunakan rasio DAR memiliki nilai probabilitas $0,3340 > 0,05$ dan nilai t-hitung -0.430251 Hal ini memiliki arti bahwa secara parsial, *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon. Maka hipotesis yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan emisi karbon **ditolak**.

Pengujian variabel profitabilitas yang diukur menggunakan rasio ROA memiliki nilai probabilitas $0,3886 > 0,05$ dengan nilai t-hitung sebesar 0.283886. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial, profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon. Maka hipotesis yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan emisi karbon **ditolak**.

Pembahasan Hasil Uji Hipotesis

Pengaruh Media *Exposure* Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media *exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan emisi karbon, dibuktikan dengan nilai probabilitas sebesar 0,0126 yang lebih kecil dari 0,05. Temuan ini selaras dengan teori legitimasi oleh Dowling & Pfeffer (1975), yang menyatakan bahwa keberlangsungan perusahaan bergantung pada hubungan dengan masyarakat, sehingga perusahaan perlu menjaga legitimasi melalui pengungkapan informasi yang transparan. Tsurroya & Ratmono (2024) menyebutkan bahwa pengungkapan aktivitas lingkungan merupakan upaya perusahaan untuk memberikan sinyal positif kepada pemegang saham.

Media menjadi saluran penting dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, termasuk aktivitas perusahaan (Herdiawan & Dewi, 2023). Loru (2023) menambahkan bahwa pemberitaan negatif dapat memicu reaksi publik, sehingga perusahaan terdorong untuk menyampaikan informasi lingkungan seperti emisi karbon. Penelitian ini mendukung temuan sebelumnya dari Sari & Sulfitri (2023), Loru (2023), dan Tsurroya & Ratmono (2024) yang menyatakan bahwa media *exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan emisi karbon. Aini *et al.* (2022) juga menekankan bahwa media mendorong perusahaan menyampaikan informasi lingkungan sebagai bukti kontribusi terhadap isu iklim dan demi memperoleh penerimaan sosial. Menurut Sari & Sulfitri (2023), legitimasi memegang peran penting dalam kelangsungan perusahaan, dan ketika legitimasi terganggu, masyarakat cenderung menolak aktivitas perusahaan.

Pengaruh *Leverage* Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai probabilitas sebesar 0,3340 ($>0,05$). Artinya, tingginya rasio utang tidak menjadi pendorong utama keterbukaan informasi lingkungan. Dalam konteks teori sinyal yang dikemukakan oleh Spence (1978), perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi seharusnya terdorong untuk menyampaikan sinyal positif kepada kreditor dan investor melalui pengungkapan informasi non-keuangan, termasuk emisi karbon. Namun, dalam praktiknya, perusahaan cenderung lebih fokus untuk menjaga stabilitas keuangan dibandingkan melaporkan emisi karbon yang masih bersifat sukarela. Prahari & Ramadhanti (2024) menjelaskan bahwa perusahaan dengan struktur pendanaan yang dominan utang cenderung menghindari pengungkapan tambahan guna menekan biaya operasional. Hal ini diperkuat oleh temuan Laksani *et al.* (2020), yang menyatakan bahwa pelaporan emisi karbon membutuhkan biaya tambahan sehingga perusahaan lebih memilih efisiensi anggaran untuk menjaga stabilitas keuangan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun *leverage* yang rendah dapat memberikan keleluasaan dalam pendanaan, kondisi tersebut belum cukup untuk mendorong praktik pelaporan emisi karbon yang lebih transparan. Hal ini

kemungkinan disebabkan oleh belum optimalnya dukungan regulasi di Indonesia yang mewajibkan pengungkapan emisi secara terbuka. Hasil ini konsisten dengan penelitian Gunawan & Aryati (2024), Putri & Hermi (2024), serta Putri & Arieftiara (2023), yang menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon

Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai probabilitas sebesar 0,3886 ($>0,05$). Temuan ini mendukung hasil penelitian sebelumnya (Claudia & Halik, 2023; Sekarini & Setiadi, 2021; Melja *et al.*, 2022; Hapsoro & Falih, 2020; Kholmi *et al.*, 2020) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon. Pada 2021–2023, perusahaan sektor energi mengalami penurunan laba atau bahkan kerugian, sehingga lebih fokus pada efisiensi biaya dibandingkan pelaporan sukarela.

Dalam perspektif teori sinyal yang dikemukakan oleh Spence (1978), profitabilitas tinggi seharusnya mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi lingkungan sebagai bentuk sinyal positif kepada pemangku kepentingan. Namun, pengungkapan emisi karbon belum menjadi prioritas strategis, mengingat sifatnya yang masih sukarela (Widiyani & Meidawati, 2022). Hal ini juga diperkuat oleh Claudia & Halik (2023) yang menyatakan bahwa besar kecilnya laba tidak secara otomatis mendorong keterbukaan informasi emisi karbon, karena kebijakan pengungkapan lebih dipengaruhi oleh regulasi. Melja *et al.* (2022) menambahkan bahwa pengungkapan emisi karbon dapat dipandang sebagai beban tambahan, sedangkan Asmeri *et al.* (2023) menyebutkan bahwa perusahaan tidak harus mencapai tingkat profitabilitas yang tinggi terlebih dahulu untuk mulai mengungkapkan emisi karbonnya.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah media *exposure*, *leverage*, dan profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon. Bersumber dari data yang dikumpulkan dan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Media *exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan emisi karbon pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI sepanjang tahun 2021-2023.
2. *Leverage* yang diproksikan *Debt to Asset Ratio* (DAR) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI sepanjang tahun 2021-2023.
3. Profitabilitas yang diproksikan *Return on Asset* (ROA) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI sepanjang tahun 2021-2023.

DAFTAR PUSTAKA

- Afnilia, F., & Christina Dwi Astuti. (2023). Pengaruh Volume Emisi Karbon, Pengungkapan Emisi Karbon, Dan Tata Kelola Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 3795–3804. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i2.17992>
- Aini, K. N., Murtiningsih, R., Baroroh, N., & Jati, K. W. (2022). *The Effect of Financial Slack, Institutional Ownership, Media Exposure on Carbon Emission Disclosure with Solvability Ratio as a Moderating Variable*. www.idx.co.id
- Angelina, A., & Handoko, J. (2023). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Komite Audit, dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon. *Kompartemen : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 21(1), 49. <https://doi.org/10.30595/kompartemen.v21i1.15834>
- Asmeri, R., Ardiany, Y., Sari, R. P., Suarsa, A., & Sari, L. M. (2023). Disclosure Of Carbon Emissions: Media Exposure, Industry Type, And Profitability Of Food And Beverage Companies. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 16(1).
- Asyari, S., & Hernawati, E. (2023). Pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Reaksi Investor Dengan Media Exposure Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 10(2), 319–342. <https://doi.org/10.25105/jat.v10i2.15899>
- Choi, B. B., Lee, D., & Psaros, J. (2013). An analysis of Australian company carbon emission disclosures. *Pacific Accounting Review*, 25(1), 58–79. <https://doi.org/10.1108/01140581311318968>
- Claudia, T. N., & Halik, B. R. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon:(Pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(5), 705–716.
- Dewi, P. P. R. A., & Budiadnyani, N. P. (2024). Carbon Emission Disclosure, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage: Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 2030–2044.
- Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). Organizational Legitimacy: Social Values and Organizational Behavior. *The Pacific Sociological Review*, 18(1), 122–136. <https://doi.org/10.2307/1388226>
- Erdi, T. W. (2024). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Infrastruktur di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 25(1).
- Febrianto, R., Verginia, M., & Fontanella, A. (2022). Pengaruh Gender Diversity Dan Board Independence Terhadap Emisi Karbon Dengan Media Exposure Sebagai

- Moderasi. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 12(2), 238–246.
<https://doi.org/10.37859/jae.v12i2.4209>
- Ferdiani, A. M., & Mulyani, S. D. (2023). Pengaruh Social Performance, Media Exposure, Dan Sistem Manajemen Lingkungan Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 3373–3382.
<https://doi.org/10.25105/jet.v3i2.18015>
- Firmansyah, A., Jadi, P. H., Febrian, W., & Sismanyudi, D. (2021). Pengaruh Tata Kelola Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon Di Indonesia. *Jurnal Informasi, Perpajakan, Akuntansi, Dan Keuangan Publik*, 16(2), 303–320. <https://doi.org/10.25105/jipak.v16i2.9420>
- Gunawan, O. F., & Aryati, T. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Kinerja Lingkungan, Dan Kepemilikan Manajerial Perusahaan Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(4), 7643–7654. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.9316>
- Hapsoro, D., & Falih, Z. N. (2020). The Effect of Firm Size, Profitability, and Liquidity on The Firm Value Moderated by Carbon Emission Disclosure. *Journal of Accounting and Investment*, 21(2). <https://doi.org/10.18196/jai.2102147>
- Herdiawan, I. P. B., & Dewi, I. G. A. A. P. (2023). The effect of media exposure, type of companies, and environmental performance on carbon emission disclosure of Indonesia companies. *Revenue (Review of Management, Accounting, and Business Studies)*, 4(2), 94–102.
- Herinda, F., Masripah, M., & Wijayanti, A. (2021). Pengaruh profitabilitas, leverage dan gender diversity terhadap pengungkapan emisi karbon. *Jurnal Akunida*, 7(2), 139–150. <https://doi.org/10.30997/jakd.v7i2.4528>
- Kholmi, M., Karsono, A. D. S., & Syam, D. (2020). Environmental Performance, Company Size, Profitability, And Carbon Emission Disclosure. *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*, 10(2), 349.
<https://doi.org/10.22219/jrak.v10i2.11811>
- 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).
- Lestari, M. D., Karim, N. K., & Hudaya, R. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Likuiditas terhadap Return Saham Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Riset, Ekonomi, Akuntansi Dan Perpajakan (Rekan)*, 3(1), 1–16.
<https://doi.org/10.30812/rekan.v3i1.1704>
- Loru, T. S. (2023). Pengaruh Tipe Industri, Media Exposure Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 16(1), 66–82.
<https://doi.org/10.30813/jab.v16>

- Melja, A. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon Pada Perusahaan Pertambangan Subsektor Batu Bara Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021. *Jurnal Akuntansi Malikussaleh*, 1.
- Nasiti, A., & Hardiningsih, P. (2022). Determinan Pengungkapan Emisi Karbon. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(6).
- Nasution, N., Faruqi, F., & Rahayu, S. (2019). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di Indonesia Tahun 2015-2018. *Jurnal STEI Ekonomi*, 28(01), 153-171. <https://doi.org/10.36406/jemi.v28i01.273>
- Nurjanah, I. A., & Herawaty, V. (2022). Pengaruh Corporate Governance Dan Media Exposure Terhadap Carbon Emission Disclosure Dengan Kinerja Lingkungan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 1261-1272. <https://doi.org/10.25105/jet.v2i2.14637>
- Prahari, D., & Ramadhanti, W. (2024). The Effect Of Profitability And Leverage On Carbon Emissions Disclosure With Media Exposure As A Moderating Variable. In *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman (JRAS)* (Vol. 3, Issue Tahun).
- Putri, M. R. S., Hermuningsih, S., & Wiyono, G. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Aset Terhadap Nilai Perusahaan. *Owner*, 8(2), 1823-1838. <https://doi.org/10.33395/owner.v8i2.1997>
- Putri, S. K., & Arieftiara, D. (2023). Carbon emission disclosure, media exposure, carbon performance, and firm characteristics: Evidence from Indonesia. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)*, 12(3), 335-344. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v12i3.2564>
- Putri, S. W., Pratiwi, D., Mulyawati, S., Tuku, M., & Sulistyowati, A. (2024). Pengaruh Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022). *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(1), 176-187. <https://doi.org/10.55681/sentri.v3i1.2130>
- Putri, T. B. C., & Hermi, H. (2024). Pengaruh Tipe Industri, Media Exposure, Kinerja Lingkungan, dan Leverage terhadap Pengungkapan Emisi Karbon. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(3), 996-1010.
- 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.

- Santoso, R. (2024). Upaya Pengurangan Emisi Dan Insentif Karbon. https://berkas.dpr.go.id/pusaka/files/isu_sepekan/Isu%20Sepekan---I-PUSLIT-Februari-2024-36.pdf <diakses 20 mei 2024>
- Sari, N. M., & Sulfitri, V. (2023). The Effect of Media Exposure, Environmental Performance, and ISO 14001 Certification on Carbon Emission Disclosure. *JOURNAL OF ECONOMICS, FINANCE AND MANAGEMENT STUDIES*, 06(08). <https://doi.org/10.47191/jefms/v6-i8-13>
- Sekarini, L. A., & Setiadi, I. (2021). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon Perusahaan. 19(2), 203–212. <http://jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/kompartemen/>
- Spence, M. (1978). Job market signaling. In *Uncertainty in economics* (pp. 281–306). Elsevier.
- Sukmawati, I., & Henny, D. (2024). Pengungkapan Emisi Karbon Yang Dipengaruhi Oleh Kinerja Lingkungan, Kepemilikan Manajemen, Dan Leverage Dalam Suatu Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 4(2), 825–834. <https://doi.org/10.25105/5bqm1s89>
- Tsuroyya, Y. Y., & Ratmono, D. (2024). Pengaruh Manajemen Laba Dan Media Exposure Terhadap Carbon Emission Disclosure Dengan Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 13(1), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2016 Tentang Pengesahan Perjanjian Paris Atas Konvensi Kerangka Kerja Perserikatan Bangsa-Bangsa Mengenai Perubahan Iklim (UNFCCC), BPK RI (2016).
- Welle, D. (2024, November 14). *Emisi Karbon Global Capai Rekor Tertinggi pada Tahun 2024*. <https://News.Detik.Com/Dw/d-7638696/Emisi-Karbon-Global-Capai-Rekor-Tertinggi-Pada-Tahun-2024> <diakses Pada 8 Juni 2025>.
- Widiyani, A., & Meidawati, N. (2023). *Determinan pengungkapan emisi karbon*. 5, 219–228. <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol5.art26>
- Zanra, S. W., Tanjung, A. R., & Silfi, A. (2020). Pengaruh mekanisme good corporate governance, ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas terhadap carbon emission disclosure dengan kinerja lingkungan sebagai variabel moderating. *Bilancia: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 4(2), 148–164.