

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

BMKG menetapkan sebagian wilayah Indonesia sempat mengalami musim kemarau panjang hingga peningkatan perkiraan curah hujan secara drastis dalam kurun waktu satu hari (Hariandja, 2020). Hal tersebut juga menjadi salah satu pemicu semakin parahnya karhutla yang terjadi di beberapa wilayah Indonesia pada tahun 2019. Anomali tersebut merupakan salah satu dampak dari perubahan iklim yang menandakan bahwa adanya peningkatan konsentrasi emisi gas rumah kaca (BMKG, (2020) dalam Perwitasari, 2020). Bukan hanya itu, meningkatnya konsentrasi emisi gas rumah kaca yang tidak diperhatikan akan menimbulkan kerusakan lingkungan. Maka emisi gas rumah kaca menjadi perhatian bagi masyarakat internasional dan telah banyak aksi yang dilakukan untuk mendorong kesadaran atas pentingnya tingkat konsentrasi emisi gas rumah kaca serta pencegahan terhadap perubahan iklim.

Timbulnya perubahan iklim, dari pemanasan global hingga kerusakan lingkungan tidak luput dari meningkatnya konsentrasi emisi gas rumah kaca, yang merupakan sekumpulan gas yang merusak tatanan atmosfer (Rini, 2017). Tingginya konsentrasi emisi gas rumah kaca disebabkan oleh pengelolaan dan kesadaran lingkungan yang buruk. Peningkatan emisi tersebut menjadi ancaman bagi kehidupan dan aktivitas manusia, sehingga dampaknya dapat mempengaruhi pembangunan hingga perekonomian suatu negara. Terdapat pula potensi dan

risiko atas pengeluaran biaya yang lebih besar akibat penanganan kerusakan lingkungan. Isu tersebut memunculkan aturan-aturan baru yang menyinggung dampak lingkungan (Borghei-Ghomi & Leung, 2013). Beberapa tindakan yang dilakukan Indonesia yakni meratifikasi Protokol Kyoto ke dalam UU No. 17 Tahun 2004, menerbitkan Perpres No. 61 Tahun 2011 dan Perpres No. 71 Tahun 2011. Kemudian dilanjutkan dengan menandatangani Persetujuan Paris tahun 2015 serta mengirimkan *Nationally Determined Contribution* (NDC) yang merupakan komitmen setiap negara pihak terhadap Persetujuan Paris. Dalam NDC, Indonesia menyampaikan komitmennya untuk mengurangi emisi gas rumah kaca sebesar 29% melalui *Business-As-Usual* (BAU) pada tahun 2030 dan sebesar 41% dengan bantuan internasional (Strategi Implementasi NDC, 2017). Komitmen ini juga disampaikan pada Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) tahun 2015-2019 dalam bentuk prinsip ekonomi hijau. NDC menetapkan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) sebagai *National Focal Point* atau yang ditugaskan khusus untuk mengimplementasikan strategi NDC. Selain itu, NDC juga menjadi landasan untuk menentukan tujuan yang lebih ambisius pasca 2020 sehingga Indonesia kembali menetapkan target penurunan emisi gas rumah kaca terbaru yakni sebesar 43% pada tahun 2030. Target tersebut sekaligus diiringi dengan peningkatan rata-rata pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) 6% pertahunnya dalam bentuk pembangunan rendah karbon pada RPJMN tahun 2020-2024 (BAPPENAS, 2019). Penetapan target atau tujuan penurunan emisi gas rumah kaca yang sangat signifikan ini, didasari atas keberhasilan Indonesia mencapai penurunan emisi gas rumah kaca

sebesar 24,4% yang kemudian meningkat menjadi 24,7% dan semakin baik lagi dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2018 sehingga pemerintah berambisi mencapai penurunan emisi gas rumah kaca hingga 26% pada tahun 2020.

Dalam Strategi Implementasi NDC (2017), menyebutkan bahwa dibutuhkan pula kerjasama serta kontribusi dari pemerintah, lembaga swadaya, pelaku usaha serta masyarakat untuk mencapai tujuan atau target penurunan yang telah ditetapkan. Adanya ketetapan dan kesadaran tinggi dari masyarakat, berdampak pada nilai dan norma serta pandangan masyarakat maupun publik terhadap pelaku usaha yang aktivitasnya cenderung bersinggungan dengan lingkungan. Hal tersebut, tentunya akan mempengaruhi keputusan *stakeholder* untuk memberi legitimasi sehingga memunculkan suatu tren perilaku perusahaan dalam melakukan suatu pengungkapan lingkungan, salah satunya pengungkapan emisi karbon (Borghei-Ghomi & Leung, 2013). Dalam PSAK No. 1 Revisi 2009 disebutkan bahwa pengungkapan lingkungan hanya sebagai laporan tambahan maka pengungkapan masih dilakukan secara sukarela. Walau terbilang sukarela, melalui pengungkapan perusahaan berupaya menyatakan strategi untuk mempertimbangkan masalah emisi tersebut (Kılıç & Kuzey, 2019). Beberapa pengungkapan dilakukan dengan menyatakan besaran capaian penurunan emisi melalui pengurangan konsumsi energi, penggunaan energi terbarukan serta perencanaan program perubahan iklim. Hingga 2017, mayoritas perusahaan yang melakukan pengungkapan menjadi 68%, meningkat dari 57% sejak tahun 2015 (KPMG, 2017). Peningkatan ini membuktikan adanya dorongan perusahaan untuk melakukan pengungkapan, diantaranya untuk menjamin legitimasi *stakeholder*.

Selain itu, perusahaan juga mendapat manfaat baik secara insentif dan disinsentif dari pengungkapan yang dilakukan seperti minat terhadap perusahaan, peningkatan harga saham hingga pengaruh pada nilai dan reputasi perusahaan. Pengungkapan juga dilakukan sebagai bentuk usaha perusahaan untuk mengimplementasikan dan mencapai tujuan penurunan emisi yang ditetapkan pemerintah. Maka beberapa faktor diduga menjadi pemicu perusahaan untuk memutuskan melakukan suatu pengungkapan, salah satunya ialah keberadaan media pada era ini.

Menurut Kuypers (2002), media berfungsi menggambarkan masalah, mencari penyebab, membuat penilaian serta memberikan tanggapan (dalam Dawkins & Fraas, 2011). Media dianggap ideal digunakan untuk menginformasikan pengungkapan kepada *stakeholder* dan publik. Ditambah, pada era revolusi industri ini menawarkan kemudahan dalam mengakses media dan menjangkau informasi. Menurut survei yang dilakukan *We are social, Hootsuite* (2020) (dalam Jayani, 2020), mendapati penggunaan media terus meningkat pesat. Media seperti Facebook dan Youtube bahkan mencapai 1 sampai 2 miliar pengguna aktif perbulannya. Ketertarikan publik terhadap media, membuat pemanfaatan media menjadi sarana yang efektif dan efisien bagi perusahaan untuk melakukan eksposur sehingga sajian informasi atau eksposur tersampaikan kepada *stakeholder* maupun publik tanpa membutuhkan proses waktu lama, begitupun sebaliknya. Tindakan eksposur yang dilakukan oleh perusahaan melalui media menggambarkan bahwa perusahaan berusaha menunjukkan kinerjanya yang baik. Hal tersebut juga dilakukan untuk mencegah adanya pandangan negatif yang

disebarkan oleh pihak eksternal terkait aktivitas perusahaan sekaligus mencegah kemungkinan berkurangnya minat masyarakat terhadap perusahaan, proses hukum, denda hingga pinalti (Berthelot & Robert, 2011). Maka tingginya eksposur media terhadap aktivitas dan kinerja perusahaan, akan semakin memotivasi perusahaan dalam meningkatkan pengungkapan secara sukarela (Majid & Ghazali, 2015). Namun dalam penelitian Pratiwi & Sari (2016) dan Probosari & Kawedar (2019) mendapati eksposur media tidak mempengaruhi keputusan perusahaan untuk melakukan pengungkapan karena faktor fundamental perusahaan serta risiko yang mempengaruhi reputasi perusahaan.

Penyajian informasi perusahaan seringkali meliputi perencanaan hingga perhitungan strategi terhadap emisi yang dihasilkan (Berthelot & Robert, 2011). Termasuk evaluasi risiko serta dampak terhadap kinerja dan keberlanjutan perusahaan sehingga *stakeholder* dapat menilai dan mengevaluasi prospek bisnis bila terdapat kemungkinan peningkatan biaya pengendalian lingkungan yang akan ditanggung dimasa yang akan datang. Kemampuan manajemen mengelola perusahaan tanpa mengganggu kelestarian lingkungan menunjukkan kinerja lingkungan dari perusahaan tersebut. Untuk memenuhi standar atau taraf lingkungan yang baik, dapat dilakukan dengan berpartisipasi melalui program PROPER yang dicanangkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK). PROPER memiliki beberapa kriteria yang harus dipenuhi perihal pengelolaan lingkungan sehingga partisipasi PROPER akan menyiratkan tingkat kinerja lingkungan melalui pencapaian kategori PROPER atau kinerja PROPER perusahaan. Tingkat kinerja lingkungan berdasarkan PROPER akan

mempengaruhi tindakan perusahaan dalam mengungkapkan informasi lingkungan lainnya. Kinerja lingkungan yang baik merupakan kesempatan bagi perusahaan, sementara perusahaan dengan kinerja buruk memanfaatkan pengungkapan sebagai jaminan dari ancaman legitimasi (Dawkins & Fraas, 2011). Dengan begitu, semakin baik kinerja lingkungan maka akan meningkatkan luas pengungkapan yang dilakukan perusahaan (Giannarakis et al., 2017 dan Saptiwi, 2019). Kinerja lingkungan yang baik menyediakan lebih banyak informasi lingkungan yang telah dicapai termasuk upaya pencapaian penurunan emisi. Sedangkan Liao et al. (2015), menyatakan menurunnya kinerja lingkungan akan mengurangi pengungkapan terhadap tingkat penurunan emisi, walau penurunan tersebut dapat saja disebabkan oleh faktor eksternal lainnya. Selain itu, Jannah & Muid (2014) juga menyebutkan bahwa peringkat atau kinerja PROPER yang sekaligus menggambarkan kinerja lingkungan perusahaan telah mewakili komitmen perusahaan dalam mengatasi emisi gas rumah kaca sehingga mengurangi motivasi perusahaan untuk melakukan pengungkapan emisi karbon. Namun penelitian Akhiroh & Kiswanto (2016) dan Majid & Ghozali (2015) justru mendapati bahwa PROPER tidak mempengaruhi luas dari pengungkapan emisi karbon. Selain adanya eksposur media serta kinerja PROPER yang menjadi salah satu faktor perusahaan untuk melakukan pengungkapan, ada pula pengaruh dari karakteristik yang dimiliki oleh perusahaan.

Karakteristik ialah kekhasan yang merupakan bagian dari perusahaan sehingga kekhasan tersebut cenderung ikut mempengaruhi kinerja perusahaan. Penelitian Cahya (2016) menyatakan tipe industri, profitabilitas serta ukuran

perusahaan sebagai karakteristik dari perusahaan. Sedangkan Selviana (2019) menambahkan *leverage* dan belanja modal sebagai karakteristik perusahaan yang dapat mempengaruhi keputusan dalam melakukan pengungkapan emisi karbon. Maka beberapa karakteristik perusahaan dapat mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan emisi karbon, diantaranya adalah umur perusahaan. Perusahaan yang telah berlangsung lama cenderung memiliki tingkat kesadaran tinggi terhadap isu-isu yang mempengaruhi prospek dan keberlanjutan usahanya dimasa yang akan datang. Perusahaan tentunya telah memenuhi legitimasi. Maka pengungkapan cenderung dilakukan untuk meningkatkan nilai dan citra perusahaan (Dwinanda & Kawedar, 2019), sehingga perusahaan dapat menjamin legitimasi serta keberlanjutan usahanya. Perusahaan yang telah berlangsung lama, menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan kinerja dan bertahan dari persaingan maupun kompetitornya. Perusahaan dianggap lebih kompeten, berpengalaman dan berkecukupan baik secara finansial maupun sumber daya untuk menghadapi dan memenuhi kebutuhan informasi *stakeholder*, sehingga umur perusahaan akan mempengaruhi keputusan manajemen dalam mengungkapkan lebih banyak informasi emisi karbon. Belum banyak penelitian yang dilakukan terkait hubungan umur perusahaan dan pengungkapan emisi karbon. Namun berdasarkan penelitian Akhiroh & Kiswanto (2016) dan Borghei-Ghomi & Leung (2013), mendapati bahwa semakin lama umur perusahaan maka semakin tinggi pengungkapan yang dilakukan. Sedangkan penelitian Chithambo & Taurigana (2014), dan Dwinanda & Kawedar (2019) mendapati umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap keputusan melakukan pengungkapan

emisi karbon walau perusahaan memumpuni dalam segi pemenuhan kebutuhan *stakeholder*.

Ketika kebutuhan informasi *stakeholder* terpenuhi, secara tidak langsung akan membantu perusahaan mencapai tingkat pertumbuhan yang terus-menerus. Pertumbuhan menandakan peningkatan kinerja perusahaan dari waktu ke waktu, diantaranya peningkatan kemampuan perusahaan dalam mengelola keuangan dan sumber dayanya. Menurut PradoLorenzo et al. (2009), kesempatan pertumbuhan cenderung membuat perusahaan mengutamakan tujuan ekonomi dibanding dampak lingkungannya (dalam Irwhantoko & Basuki, 2016). Hal tersebut seringkali menimbulkan banyaknya tuntutan bagi perusahaan untuk memenuhi tanggung jawabnya, salah satunya mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi lingkungan seperti mitigasi terhadap emisi yang dihasilkan. Sedikit penelitian yang meneliti kemungkinan adanya hubungan antara kondisi pertumbuhan dengan keputusan perusahaan dalam mengungkapkan informasi emisi karbon, diantaranya yakni penelitian yang dilakukan oleh Luo et al. (2013), yang menyatakan bahwa tingginya kesempatan pertumbuhan juga menandakan bahwa perusahaan dalam kondisi pengembangan atas kegiatan usahanya maka sumber daya yang dimiliki akan teroptimalisasi dalam hal tersebut, sehingga mengurangi kesempatan perusahaan untuk memperluas pengungkapan yang menyebabkan cakupan pengungkapan menjadi sedikit. Sedangkan penelitian Dwinanda & Kawedar, (2019) dan Irwhantoko & Basuki, (2016) mendapati kondisi pertumbuhan akan membuat perusahaan memprioritaskan pemanfaatan



sumber daya kearah kinerja dan pengembangan pada finansial saja sehingga aktivitas diluar itu akan terabaikan.

Namun untuk melakukan pengungkapan, terdapat biaya yang harus dikorbankan sehingga perusahaan perlu mempertimbangkan ketahanan finansialnya. Hal tersebut dapat dilihat melalui tingkat *leverage* dan profitabilitas. Perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi menjadi ancaman bagi *stakeholder* maupun perusahaan itu sendiri. Tingkat *leverage* tinggi menandakan besar ketergantungan perusahaan terhadap utang (Pratiwi, 2017). Perusahaan akan mengeliminasi kebutuhan diluar aktivitas utama operasional dan memilih fokus pada pemenuhan kewajiban dan peningkatan kondisi finansialnya. Namun seringkali, perusahaan dengan *leverage* tinggi mendapat tekanan dari kreditur untuk mengungkapkan informasi yang mungkin akan mempengaruhi kontrak utang (Borghei-Ghomi & Leung, 2013). Berdasarkan penelitian Prafitri & Zulaikha (2016) dan Selviana (2019), menegaskan bahwa tingginya tingkat *leverage* membuat perusahaan berhati-hati dalam melakukan pengungkapan dan pengeluaran biaya yang berkaitan dengan tindakan mitigasi emisi. Namun dilain sisi, perusahaan berusaha meningkatkan kredibilitasnya terhadap investor, *debtholders* maupun pelanggan dengan menyajikan informasi yang relevan maka pengungkapan dilakukan untuk menjamin legitimasi sehingga perusahaan tidak memperhatikan luas cakupannya. Namun pada penelitian Faisal et al. (2018), mendapati bahwa perusahaan dengan *leverage* rendah cenderung mengungkapkan lebih banyak informasi mengenai emisi gas rumah kaca. Dengan kata lain, perusahaan lebih mudah untuk melakukan pengungkapan emisi karbon.

Sedangkan penelitian Akbas & Canikli (2019), Rodríguez-Domínguez et al. (2014), dan Salbiah & Mukhibad (2018), menghasilkan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan yang dilakukan perusahaan. Selain *leverage*, perusahaan juga membutuhkan profitabilitas pada tingkat kondisi yang aman dan cukup untuk memenuhi suatu pengungkapan.

Perusahaan dengan profitabilitas tinggi menunjukkan kemampuan secara finansial sehingga perusahaan mampu membiayai aktivitas diluar usaha utamanya. Semakin tinggi tingkat profitabilitas, akan semakin banyak pengungkapan yang dilakukan sehingga profitabilitas secara positif mempengaruhi tingginya pengungkapan emisi karbon. Hal tersebut telah dibuktikan dalam beberapa penelitian, diantaranya Akhiroh & Kiswanto (2016) dan Bae Choi et al. (2013). Namun penelitian Saptiwi (2019) dan Selviana (2019) menyatakan sebaliknya, tingginya profitabilitas mengurangi pengungkapan yang dihasilkan sebab perusahaan akan memprioritaskan kepentingan operasional dan mengesampingkan kegiatan usaha lainnya. Sedangkan pada penelitian Koeswandini & Kusumadewi, (2019) dan Prafitri & Zulaikha, (2016) mendapati bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh pada pengungkapan emisi karbon yang dilakukan perusahaan.

Beberapa penelitian tersebut, dilakukan untuk menanggapi perilaku perusahaan dalam melakukan pengungkapan emisi karbon sekaligus untuk melihat faktor yang mendorong perusahaan melakukan pengungkapan. Namun hasil yang didapati memiliki perbedaan yang sangat beragam. Perbedaan dalam penelitian, menunjukkan perbedaan yang kontradiktif sehingga topik tersebut

masih dapat diteliti kembali. Penelitian ini, dilakukan pada perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) serta berpartisipasi pada program PROPER. Hal ini didasari dengan kemungkinan aktivitas usaha bersinggungan dengan emisi lebih besar daripada perusahaan keuangan serta kesadaran perusahaan untuk meningkatkan kinerja lingkungannya melalui PROPER. Sebab beberapa sektor seperti pertanian hingga real estat menghadapi risiko potensial yang lebih tinggi dari adanya peningkatan emisi (Berthelot & Robert, 2011). Perusahaan non keuangan yang dimaksud diantaranya ialah perusahaan pada sektor pertanian, pertambangan, industri dasar dan kimia, industri barang konsumsi, aneka industri, infrastruktur, utilitas dan transportasi, properti, real estat dan konstruksi serta perdagangan, jasa dan investasi. Penandatanganan Persetujuan Paris dan strategi dalam mengimplementasikan NDC, yang telah melahirkan target pencapaian penurunan emisi gas rumah kaca kedalam RPJMN merupakan *point* dari meningkatnya kesadaran akan emisi gas rumah kaca. Selain itu, keberhasilan Indonesia untuk mencapai penurunan emisi selama 2016 hingga 2018, mendasari pengambilan periode penelitian dilakukan selama tahun 2016 hingga 2018. Untuk melanjutkan penelitian sebelumnya, maka penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali eksposur media, kinerja PROPER, dan karakteristik perusahaan yang dilihat dari umur perusahaan, pertumbuhan, dan *leverage* serta menempatkan profitabilitas sebagai variabel kendali dari hubungan variabel tersebut terhadap pengungkapan emisi karbon yang dilakukan perusahaan. Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, peneliti melakukan penelitian

berjudul “Pengaruh Eksposur Media, Kinerja PROPER, dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon”.

## **B. Rumusan Masalah**

Terdapat perbedaan yang beragam serta kontradiktif dari penelitian terdahulu mengenai pengaruh eksposur media, kinerja PROPER, dan karakteristik perusahaan yang terdiri dari umur perusahaan, pertumbuhan, dan *leverage* serta profitabilitas sebagai kendali terhadap pengungkapan emisi karbon sehingga dapat dilakukan penelitian kembali untuk menemukan faktor yang mendorong perusahaan melakukan pengungkapan tersebut. Beberapa variabel menjadi faktor yang dianggap mempengaruhi keputusan dalam melakukan pengungkapan. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka adapun pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah eksposur media berpengaruh positif terhadap pengungkapan emisi karbon?
2. Apakah kinerja PROPER berpengaruh positif terhadap pengungkapan emisi karbon?
3. Apakah umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan emisi karbon?
4. Apakah pertumbuhan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan emisi karbon?
5. Apakah *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan emisi karbon?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang dipaparkan, adapun tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui dan memverifikasi ulang pengujian penelitian sebelumnya mengenai eksposur media, kinerja PROPER dan karakteristik perusahaan yang terdiri dari umur perusahaan, pertumbuhan, dan *leverage* serta profitabilitas sebagai variabel kendali mempengaruhi pengungkapan emisi karbon pada perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) serta berpartisipasi pada program PROPER selama tahun 2016-2018
2. Mengetahui pengaruh antara eksposur media terhadap pengungkapan emisi karbon pada perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) serta berpartisipasi pada program PROPER selama tahun 2016-2018
3. Mengetahui pengaruh antara kinerja PROPER terhadap pengungkapan emisi karbon pada perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) serta berpartisipasi pada program PROPER selama tahun 2016-2018
4. Mengetahui pengaruh antara umur perusahaan terhadap pengungkapan emisi karbon pada perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) serta berpartisipasi pada program PROPER selama tahun 2016-2018
5. Mengetahui pengaruh antara pertumbuhan terhadap pengungkapan emisi karbon pada perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) serta berpartisipasi pada program PROPER selama tahun 2016-2018

6. Mengetahui pengaruh antara *leverage* terhadap pengungkapan emisi karbon pada perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) serta berpartisipasi pada program PROPER selama tahun 2016-2018

#### **D. Kebaruan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) serta berpartisipasi pada program PROPER, diantaranya terdiri dari perusahaan sektor pertanian, pertambangan, industri dasar dan kimia, industri barang konsumsi, aneka industri, infrastruktur, utilitas dan transportasi, properti, real estat dan konstruksi serta perdagangan, jasa dan investasi selama periode tahun 2016-2018 sebagai populasi penelitian. Populasi dipilih menurut intensitas peluang dan kemungkinan operasional perusahaan bersinggungan dengan lingkungan dan menghasilkan emisi gas rumah kaca yang lebih besar dibandingkan perusahaan keuangan sehingga perusahaan memiliki tanggung jawab untuk melakukan pengungkapan serta meningkatkan kinerja lingkungannya yang dapat dilakukan melalui partisipasi pada program PROPER. Selain itu banyak penelitian telah membuktikan adanya hubungan antara profitabilitas terhadap pengungkapan emisi karbon, yang menyatakan bahwa tingkat profitabilitas perusahaan yang tinggi akan mempengaruhi keputusan perusahaan melakukan pengungkapan emisi karbon. Hal tersebut mendasari alasan profitabilitas sebagai variabel kendali. Dengan menjadi variabel kendali, profitabilitas menjadi konstan dan sebagai kendali antara variabel independen dan dependen sehingga hubungan variabel independen terhadap variabel dependen

tidak dipengaruhi oleh faktor diluar yang diteliti. Maka terdapat kemungkinan pengaruh dari variabel yang diajukan lebih tinggi terhadap variabel dependen bila perusahaan berada dalam kondisi profitabilitas yang tinggi sebab profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan untuk membiayai pengungkapan sehingga dapat disimpulkan profitabilitas dapat dijadikan faktor kendali bagi pengaruh variabel tersebut.

