

AKTUALITAS *CARBON EMISSION DISCLOSURE*: SEBAGAI DASAR DAN ARAH PENGEMBANGAN TRIPLE BOTTOM LINE

Umi Hanifah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta

email: hanifahumi80@gmail.com

Abstract

Issue of global warming is now become a common issue which is discussed in various parts of the world. Where some of societies in the world begin to care for their environment and they do various ways to repair environmental damage. The theory of triple bottom line (TBL) is one of theory that gives view that if the company which wants to survive, it must pay attention to "3P" (profit, people, planet). The underlying theory of this triple bottom line is; legitimacy theory, stakeholder theory, and the agency theory. Revealing carbon emission disclosure is one of the actualization in TBL concept.

Keywords: CED, Triple Bottom Line

1. PENDAHULUAN

Isu lingkungan hidup menjadi agenda yang sangat penting pada masyarakat internasional di forum regional dan multilateral sejak tahun 1972 setelah pelaksanaan konferensi internasional tentang *Human Environment* di Stockholm, Swedia dan KTT Bumi di Rio de Janeiro, Brazil tahun 1992. Sejak saat itu, masyarakat internasional menilai bahwa melindungi lingkungan hidup merupakan tanggung jawab bersama dan melindungi lingkungan hidup tidak terlepas dari aspek pembangunan ekonomi dan sosial (Nuraini, 2010).

Planet, People, and Profit atau yang sering disebut dengan *Triple Bottom Line* merupakan pemikiran yang sudah berkembang cukup lama di Eropa. Pemikiran tentang bisnis yang berkelanjutan (*sustainable business*) yang mengedepankan kelestarian alam (*planet*) sebagai sumber dari semua sumber daya, kesejahteraan masyarakat atau manusia (*people*), dan perolehan laba (*profit*) untuk kelangsungan hidup perusahaan.

Tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan tanggung jawab dalam dunia bisnis untuk menjadi akuntabel terhadap seluruh *stakeholder*, bukan hanya kepada *stockholder* saja (Gray, 1995). Dengan pelaporan pelaksanaan tanggung jawab sosial, lingkungan dan kelestarian alam (*carbon emission disclosure*) dalam laporan tahunan perusahaan ini diharapkan perusahaan memperoleh legitimasi atas peran sosial, kepedulian lingkungan dan melestarikan alam yang telah dilakukan oleh perusahaan tersebut, sehingga perusahaan akan memperoleh dukungan dari masyarakat, dan kelangsungan hidup perusahaan dapat diperoleh.

Kesadaran masyarakat terhadap lingkungan dan alam mulai tumbuh dan berkembang di semua negara (Dwijayanti, 2011). Puncaknya, ditandatangani Protokol Kyoto oleh beberapa negara di dunia, yang merupakan sebuah amandemen terhadap Konvensi Rangka Kerja PBB tentang Perubahan Iklim (*United Nation Framework Convention on Climate Change/UNFCCC*), sebuah persetujuan internasional mengenai pemanasan global. Negara-negara yang meratifikasi protokol ini berkomitmen untuk mengurangi emisi/ pengeluaran karbon dioksida dan lima gas rumah kaca lainnya, atau bekerja sama dalam perdagangan emisi untuk mengatasi pemanasan global. Pertumbuhan perdagangan karbon sukarela telah disertai dengan munculnya pengungkapan karbon sukarela.

Indonesia telah meratifikasi Protokol Kyoto melalui UU No. 17 Tahun 2004 dalam rangka pelaksanaan pembangunan berkelanjutan serta ikut dalam upaya menurunkan emisi Gas Rumah Kaca (GRK) global. Indonesia berkomitmen mengurangi emisi karbon dapat dilihat pada pasal 4 Perpres No. 61 Tahun 2011, yang menyebutkan bahwa pelaku juga ikut andil dalam upaya penurunan emisi GRK. Upaya

pengungkapan emisi GRK (termasuk emisi karbon) yang dilakukan oleh perusahaan sebagai pelaku usaha dapat diketahui dari pengungkapan emisi karbon (Jannah, 2014).

Di Indonesia praktek pengungkapan tanggung jawab sosial diatur oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI). PSAK No.1 paragraf 9 secara implisit menyarankan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial mengenai masalah lingkungan dan sosial. Oleh karena itu, pengguna laporan keuangan tidak terbatas pada sebagian *shareholder*, namun telah meluas kepada keseluruhan *stakeholder* lain seperti karyawan, pemasok, pelanggan, masyarakat dan lainnya.

Pada dasarnya penulis mengacu pada Najah dan Muid (2014) serta Chika Saka (2014). Penulis mencoba untuk menguji karakter perusahaan dengan *emission carbon disclosure* serta dampaknya terhadap nilai perusahaan pada perusahaan di Indonesia karena masih sedikit penelitian terkait dengan karakter perusahaan dengan *emission carbon disclosure* dan nilai perusahaan. Topik terkait *emission carbon disclosure* merupakan hal yang menarik karena tanggungjawab yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungan tidak hanya pada sekitar perusahaan. Namun, perusahaan harus bertanggungjawab terkait pemanasan global yang terjadi karena aktivitas perusahaan menghasilkan karbon yang berlebih.

Penelitian yang dilakukan oleh Meiriska Febrianti dengan judul penelitian Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Industri Pertambangan di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitiannya adalah Struktur aktiva, Tingkat likuiditas, Tingkat pertumbuhan, Ukuran perusahaan, Kebijakan hutang, Leverage berpengaruh terhadap Nilai perusahaan. Sedangkan pada penelitian Yancik Safitri dan Trisnadi Wijaya dengan judul Analisis Pengaruh Leverage Ratio, DPR, EPS dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan. Hasil penelitiannya adalah Leverage Rasio, Dividen Payout Rasio dan Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Earning Per Share berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Perbedaan hasil dari beberapa peneliti terdahulu mengindikasikan bahwa pengungkapan emisi carbon belum menentukan penilaian tinggi terhadap perusahaan.

2. KAJIAN LITERATUR

Triple Bottom Line Theory

Teori *Triple bottom line* memberi pandangan bahwa, apabila sebuah perusahaan ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya, maka perusahaan tersebut harus memperhatikan “3P”. Selain mengejar keuntungan (*profit*), perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*) oleh Wibisono 2007. Pertama, *Profit* atau keuntungan menjadi tujuan utama dan terpenting dalam setiap kegiatan usaha. Tidak heran bila fokus utama dari seluruh kegiatan dalam perusahaan adalah untuk mengejar *profit* dan mendongkrak harga saham setinggi-tingginya. karena inilah bentuk tanggung jawab ekonomi yang paling esensial terhadap pemegang saham. Aktivitas yang dapat ditempuh untuk mendongkrak *profit* antara lain dengan meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya. Kedua, *People* atau masyarakat merupakan *stakeholders* yang sangat penting bagi perusahaan, karena dukungan masyarakat sangat diperlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan. Maka dari itu perusahaan perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat. Dan perlu juga menyadari bahwa operasi perusahaan berpotensi memberi dampak kepada masyarakat. Karenanya perusahaan perlu melakukan kegiatan yang dapat menyentuh kebutuhan masyarakat (Wibisono, 2007). Ketiga, *Planet* atau Lingkungan adalah sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang dalam kehidupan manusia. Karena semua kegiatan yang dilakukan oleh manusia sebagai makhluk hidup selalu berkaitan dengan lingkungan misal; air yang diminum, udara yang dihirup dan seluruh peralatan yang digunakan, semuanya berasal dari lingkungan. Namun sebageian besar dari manusia masih kurang peduli terhadap lingkungan sekitar. Hal ini disebabkan karena tidak ada keuntungan langsung yang bisa diambil didalamnya.

Legitimacy Theory

Teori legitimasi berasal dari konsep legitimasi organisasi yang diungkapkan oleh Dowling & Pfeffer (1975) dalam Ghazali & Chariri (2007) mengungkapkan bahwa legitimasi adalah sebuah kondisi atau status yang ada ketika sistem nilai entitas kongruen dengan sistem nilai masyarakat yang lebih luas di tempat entitas berada. Ketika terjadi perbedaan, baik yang nyata atau berpotensi muncul di antara kedua sistem nilai, maka akan muncul ancaman terhadap legitimasi entitas. Sesuai dengan yang dinyatakan

O'Donovan (2002) bahwa legitimasi merupakan gagasan agar sebuah organisasi dapat terus beroperasi dengan sukses, maka organisasi tersebut harus bertindak sesuai aturan yang diterima secara luas oleh masyarakat. Deegan (2004) menyatakan bahwa teori legitimasi adalah sebagai, "*Teori yang menyatakan bahwa organisasi secara berkelanjutan mencari sebuah cara untuk menjamin operasi mereka berada dalam batas dan norma yang berlaku di masyarakat. Perusahaan akan secara sukarela melaporkan aktivitasnya jika manajemen menganggap bahwa hal ini adalah yang diharapkan komunitas*".

Ghozali & Chariri (2007) menyatakan hal yang menjadi dasar teori legitimasi adalah kontrak sosial antar perusahaan dan masyarakat di tempat perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Jadi, setiap perusahaan pasti memiliki kontrak implisit dengan masyarakat untuk melakukan aktivitasnya berdasarkan nilai-nilai yang dijunjung di dalam masyarakat. Apabila perusahaan bertindak memenuhi kontrak implisitnya maka masyarakat akan mendukung keinginan perusahaan. Ahmad, dkk., (2004) menyatakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah sebuah mekanisme yang digunakan untuk mengomunikasikan perusahaan dengan masyarakat, dan merupakan salah satu cara untuk memperoleh keuntungan atau memperbaiki legitimasi perusahaan. Praktik dan pengungkapan tanggung jawab sosial akan dianggap sebagai cara bagi perusahaan untuk tetap menyelaraskan diri dengan norma-norma dalam masyarakat. Dengan demikian, perusahaan disarankan untuk mengungkapkan kinerja lingkungan sehingga mendapatkan reaksi positif dari lingkungan dan memperoleh legitimasi atas usahanya.

Perusahaan yang melakukan kinerja lingkungan dan pengungkapan tanggung jawab sosial diharapkan dapat meningkatkan keuntungan perusahaan di masa yang akan datang. Jadi, legitimasi adalah suatu tindakan atau perbuatan hukum yang berlaku, peraturan yang ada, baik peraturan hukum formal, etnis, adat-istiadat, maupun hukum kemasyarakatan yang sudah lama tercipta secara sah. Batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial serta reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memerhatikan lingkungan, begitu juga dengan bumi.

Organisasi atau perusahaan akan berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang seiring dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri Gray, dkk., (1995). Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Hal ini mendorong perusahaan melalui *top* manajemennya mencoba memperoleh kesesuaian antara tindakan organisasi dan nilai-nilai dalam masyarakat umum dan publik yang relevan dengan *stakeholder*.

Gray, dkk., (1995) juga menjelaskan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan bagian dari pengungkapan laporan keuangan. Ada banyak studi yang menguji lebih lanjut informasi sosial yang dihasilkan oleh perusahaan, dan menemukan bahwa informasi lingkungan merupakan salah satu bagian dari informasi tersebut. Begitu juga dengan pengungkapan emisi karbon yang mencerminkan akan kepedulian terhadap bumi. Walaupun tidak bersifat wajib, banyak perusahaan secara sukarela melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan (*voluntary social and environmental disclosures*). *Voluntary social and environmental disclosures* banyak dilakukan perusahaan dalam rangka menjaga reputasi perusahaannya, agar perusahaan bisa tetap *survive* dan terhindar dari berbagai bentuk penolakan dari masyarakat. Di dalam teori legitimasi (*legitimacy theory*) dipaparkan jawaban-jawaban yang mendukung mengapa perusahaan harus mengungkapkan tanggung jawab sosial, lingkungannya dan bumi.

Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah mulai dikenal pada awal 1970, yang secara umum dikenal dengan *stakeholder theory*, yaitu kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. *Stakeholder theory* diawali dengan asumsi bahwa nilai secara eksplisit dan tak dipungkiri merupakan bagian dari kegiatan usaha (Freeman dkk., 2004).

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah sebuah entitas yang hanya beroperasi demi kepentingannya sendiri, namun juga memberikan manfaat bagi *stakeholder* (pemegang saham, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain). Dengan demikian, keberadaan perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan *stakeholder* (Ghozali & Chariri, 2007). Deegan (2004) menyatakan *stakeholder theory* merupakan "Teori yang menyatakan bahwa semua *stakeholder* memiliki hak mendapatkan informasi berkaitan aktivitas perusahaan yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan mereka. Para *stakeholder* juga dapat memilih untuk tidak menggunakan informasi tersebut dan tidak dapat memainkan peran secara langsung dalam suatu perusahaan."

Stakeholder theory mengatakan bahwa perusahaan bukanlah sebuah entitas yang hanya beroperasi demi kepentingan sendiri, namun juga harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya* (pemegang saham, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Ghozali & Chariri, 2007).

Gray, dkk., (1995) dalam Ghozali & Chariri (2007) menyatakan "kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholders* dan dukungan tersebut harus dicari, sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan". Teori *Stakeholder* Freeman (1984) dalam Roberts (1992) mendefinisikan *stakeholder* seperti sebuah kelompok atau individual yang dapat memberikan dampak dari hasil tujuan perusahaan. *Stakeholders* merupakan para pemangku kepentingan, yaitu pihak atau kelompok berkepentingan, baik langsung atau tidak langsung, terhadap eksistensi atau aktivitas perusahaan, dan kelompok tersebut memengaruhi dan/atau dipengaruhi perusahaan. *Stakeholder* termasuk di dalamnya yaitu *stockholders*, *creditors*, *employees*, *customers*, *suppliers*, *public interest groups*, dan *governmental bodies* (Roberts, 1992).

Stakeholder pada dasarnya dapat mengendalikan atau memiliki kemampuan untuk memengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan. Oleh karena itu, *power stakeholder* ditentukan oleh besar kecilnya *power* yang dimiliki *stakeholder* atas sumber tersebut. *Power* tersebut dapat berupa kemampuan untuk membatasi pemakaian sumber ekonomi yang terbatas (modal dan tenaga kerja), akses terhadap media yang berpengaruh, kemampuan untuk mengatur perusahaan, atau kemampuan untuk memengaruhi konsumsi atas barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan (Ghozali & Chariri, 2007).

Roberts (1992) memaparkan bahwa perkembangan konsep *stakeholder* dibagi menjadi tiga yaitu model perencanaan perusahaan, kebijakan bisnis dan *corporate social responsibility*. Pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan bagian dari komunikasi antara perusahaan dengan *stakeholder*-nya. Oleh karena itu, ketika *stakeholder* mengendalikan sumber ekonomi yang penting bagi perusahaan, maka perusahaan akan bereaksi dengan cara yang memuaskan keinginan *stakeholder* (Ghozali & Chariri, 2007).

Teori *stakeholder* secara eksplisit mempertimbangkan akan dampak kebijakan pengungkapan perusahaan ketika ada perbedaan kelompok *stakeholder* dalam sebuah perusahaan. Pengungkapan informasi oleh perusahaan dijadikan alat manajemen untuk mengelola kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh berbagai kelompok (*stakeholders*). Oleh karena itu, manajemen mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial dan lingkungan ini dalam rangka mengelola *stakeholder* agar perusahaan mendapatkan dukungan dari mereka. Dukungan tersebut dapat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan (Gray, 1995).

Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori Keagenan (*Agency Theory*) adalah menjelaskan adanya konflik kepentingan antara agen dengan *principal*. *Principal* adalah pemegang saham atau investor, sedangkan agen adalah orang yang diberi kuasa oleh *principal* yaitu manajemen untuk mengelola perusahaan yang terdiri dari dewan komisaris dan dewan direksi. Adanya pemisahan tersebut cenderung menimbulkan konflik keagenan antara *principal* dan agen. Munculnya teori agensi ini untuk mengatasi konflik agensi yang dapat terjadi dalam hubungan keagenan. Pada teori keagenan dikatakan bahwa hubungan keagenan timbul ketika salah satu pihak (*principal*) memberi kuasa kepada pihak lain (agen) untuk melakukan beberapa jasa untuk kepentingannya

yang melibatkan pendelegasian beberapa otoritas pembuatan keputusan kepada agen. Dalam kontrak ini agen berkewajiban untuk melakukan hal-hal yang memberikan manfaat dan meningkatkan kesejahteraan *principal* (Jensen & Meckling, 1976).

Principal ingin mengetahui segala sesuatu informasi termasuk aktivitas manajemen, yang terkait dengan investasi atau dana yang telah diberikan pada perusahaan. Hal ini dilakukan dengan meminta laporan pertanggungjawaban pada agen (manajemen). Laporan tersebut digunakan oleh *principal* untuk menilai kinerja manajemen. Tetapi, yang terjadi adalah kecenderungan manajemen untuk melakukan tindakan yang membuat laporannya kelihatan baik, sehingga kinerjanya pun dianggap baik.

Carbon Emission Disclosure (CED)

Pengungkapan emisi karbon merupakan jenis pengungkapan lingkungan (Najah 2010). Pengungkapan lingkungan yang merupakan bagian dari laporan tambahan yang telah dinyatakan dalam PSAK No. 1 (Revisi 2009). Pengungkapan lingkungan mencakup intensitas emisi GHG atau gas rumah kaca dan penggunaan energi, *corporate governance* dan strategi dalam kaitannya dengan dampak perubahan iklim (Cotter *et al*, 2011). Perusahaan dituntut untuk lebih terbuka terhadap informasi mengenai segala aktivitas yang dilakukan perusahaan dan bentuk pertanggungjawabannya. Transparansi dan akuntabilitas ditunjukkan oleh perusahaan dengan mengungkapkan informasi dalam laporan tahunannya. Informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan tersebut dikelompokkan menjadi dua yaitu *mandatory disclosure* dan *voluntary disclosure* (Darrough, 1993).

Pengungkapan wajib merupakan pengungkapan minimum yang disyaratkan oleh standar akuntansi yang berlaku (peraturan mengenai pengungkapan laporan keuangan yang dikeluarkan oleh pemerintah melalui keputusan ketua BAPEPAM No.SE-02/PM/2002). Sedangkan pengungkapan sukarela merupakan pilihan bebas manajemen perusahaan untuk memberikan informasi akuntansi dan informasi lainnya yang dipandang relevan oleh para pemakai laporan keuangan. Umumnya, perusahaan akan mengungkapkan informasi jika informasi tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan.

Pengungkapan CED

Pengungkapan secara kontekstual adalah bagian integral dari pelaporan keuangan, sedangkan secara teknis pengungkapan adalah langkah akhir dalam proses akuntansi yaitu penyajian informasi dalam bentuk penuh laporan keuangan (Suwardjono, 2005). Hendriksen (1991) mendefinisikan pengungkapan sebagai penyajian sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal yang efisien. Pengungkapan mengandung arti bahwa sebuah laporan harus memberikan informasi dan penjelasan yang cukup mengenai hasil aktivitas suatu unit usaha (Ghozali & Chariri, 2007).

Tujuan pengungkapan secara umum adalah menyajikan informasi yang dipandang perlu untuk mencapai tujuan pelaporan keuangan dan melayani berbagai pihak yang memiliki kepentingan berbeda (Suwardjono, 2005). *Security Exchange Committee (SEC)* menuntut lebih banyak pengungkapan karena pelaporan keuangan memiliki aspek sosial dan publik. Oleh karena itu, pengungkapan dituntut lebih dari sekedar pelaporan keuangan, tetapi meliputi pula penyampaian informasi kualitatif dan kuantitatif, baik yang *mandatory* (wajib) maupun *voluntary* (sukarela) (Chrismawati, 2007).

Anggraini (2006) menyatakan bahwa tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan pengungkapan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*) memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengonsumsi produk dapat terpenuhi. Pengungkapan sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh

perusahaan umumnya bersifat *voluntary* (sukarela), *unaudited* (belum diaudit), dan *unregulated* (tidak dipengaruhi oleh peraturan tertentu) (Nurlela, 2008).

CED Sebagai Salah Satu Aktualisasi TBL

Baru-baru ini, Burger King, Unilever, Nestle dan Kraft Foods memberikan pernyataan bahwa memutuskan menghentikan pembelian minyak kelapa sawit yang diproduksi oleh Grup Sinar Mas dengan alasan bahwa dugaan adanya perusahaan hutan tropis yang membahayakan kehidupan satwa, mengurangi kemampuan penyerapan karbon dioksida yang merupakan salah satu penyebab utama perubahan iklim global yang lebih dikenal dengan *global warming*. Di luar negeri, Timberland, salah satu produsen pakaian dan sepatu *outdoor* juga mengalami hal yang sama (*Harvard Business Review*, September 2010). Pagi hari 1 Juni 2009, Jeff Swartz, menerima *e-mail* dari 65 ribu aktivis dan pelanggan yang marah. Mereka menuduh Timberland membeli materialnya dari hutan yang ditebang secara ilegal di Amazon. Awalnya Timberland tidak mengetahui apakah material yang mereka beli benar berasal dari Amazon atau tidak, yang mengimplikasikan mungkin saja tuduhan tersebut benar. Bukan hanya itu yang terjadi di bulan Mei 2010, seluruh dunia gempar dengan kasus bunuh diri di pabrik FoxConn, Cina. Delapan pegawainya bunuh diri dalam waktu lima bulan.

Fenomena nasional dan internasional ini mengimplikasikan bahwa perusahaan masa kini tidak bisa sekadar memperhatikan profit lagi. Konsep *Triple Bottom Line* (TBL atau 3BL) sekarang ini memang harus dijalankan. Singkat kata, ketiganya merupakan pilar yang mengukur nilai kesuksesan suatu perusahaan dengan tiga kriteria: ekonomi, lingkungan, dan sosial. Konsep TBL mengimplikasikan bahwa perusahaan harus lebih mengutamakan kepentingan *stakeholder* (semua pihak yang terlibat dan terkena dampak dari kegiatan yang dilakukan perusahaan) daripada kepentingan *shareholder* (pemegang saham).

Praktek di Indonesia dalam mengaplikasi konsep 3P ini dapat dilakukan secara riil. *People* menekankan pentingnya praktik bisnis sebuah perusahaan yang mendukung kepentingan tenaga kerja. Lebih spesifik konsep ini melindungi kepentingan tenaga kerja dengan menentang adanya eksplorasi yang mempekerjakan anak di bawah umur, pembayaran upah yang wajar, lingkungan kerja yang aman dan jam kerja yang dapat ditoleransi. Bukan hanya itu, konsep ini juga meminta perusahaan memperhatikan kesehatan dan pendidikan bagi tenaga kerja. *Planet* berarti mengelola dengan baik penggunaan energi terutama atas sumber daya alam yang tidak dapat diperbarui. Mengurangi hasil limbah produksi dan mengolah kembali untuk limbah yang aman bagi lingkungan, mengurangi emisi CO₂ ataupun pemakaian energi, merupakan praktik yang banyak dilakukan beberapa perusahaan yang telah menerapkan konsep ini. The Body Shop, dalam *Values Report 2005*, menunjukkan salah satu target inisiatif *Protect Our Planet* untuk tahun 2006 lalu dengan mengurangi hingga 5% emisi CO₂ dari listrik yang digunakan di gerainya. Starbucks memiliki program *Coffee and Farmer Equity* (CAFE) untuk mendapatkan dan mengolah kopi dengan memperhatikan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan. Starbucks mendefinisikan *sustainability* sebagai model yang layak secara ekonomis untuk menjawab kebutuhan sosial dan lingkungan dari semua partisipan dalam rantai pasokan dari petani sampai konsumen. *Profit* di sini lebih dari sekadar keuntungan. *Profit* di sini berarti menciptakan *fair trade* dan *ethical trade* dalam berbisnis. Starbucks dan The Body Shop selalu mengaplikasikan *fair trade* – bukan mencari harga termurah – dalam mencari bahan bakunya.

Beberapa perusahaan sampai saat inipun masih ada yang memandang bahwa program ini sebagai suatu program yang menghabiskan banyak biaya dan merugikan. Bahkan, beberapa perusahaan menerapkan program ini karena “terpaksa” untuk mengantisipasi penolakan dari masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan. Selain sisi internal perusahaan, hambatan lainnya dari sisi eksternal karena belum adanya dukungan regulator dan profesi akuntansi tentang penyajian pelaporan nonfinansial.

3. METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian dan Pengukuran

Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah Karakteristik Perusahaan dan *Carbon Emission Disclosure*. Variabel Karakteristik Perusahaan diproksikan dengan :

1. Ukuran Perusahaan
2. *Profitabilitas*
3. *Leverage*

Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan.

Tabel 3.1

RINGKASAN OPERATIF VARIABEL

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Ukuran Perusahaan	Log Total Aset	Rasio
Profitabilitas	$EBT = \frac{\text{Laba Bersih Sebelum Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$	Rasio
<i>Leverage</i>	$DER = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Aset}}$	Rasio
<i>Carbon Emission Disclosure</i>	<i>Carbon Disclosure Project (CDP)</i>	Interval
Nilai Perusahaan	$\text{Tobin's } Q = \frac{MVE - DEBT}{TA}$	Rasio

Tabel 3.2

CARBON EMISSION DISCLOSURE CHECKLIST

Kategori	Item
Perubahan iklim: Risiko dan peluang	<p>CC-1:Penilaian/deskripsi terhadap risiko (peraturan/regulasi baik khusus maupun umum) yang berkaitan dengan perubahan iklim dan tindakan yang diambil untuk mengelola resiko tersebut.</p> <p>CC-2:Penilaian/deskripsi saat ini (dan masa depan) dari implikasi keuangan, bisnis dan peluang dari perubahan iklim.</p>

Kategori	Item
Emisi Gas Rumah Kaca (GHG/ <i>Greenhouse Gas</i>)	GHG-1: Deskripsi metodologi yang digunakan untuk menghitung emisi gas rumah kaca (misal protocol GRK atau ISO).
	GHG-2: Keberadaan verifikasi eksternal kuantitas emisi GRK oleh siapa dan atas dasar apa.
	GHG-3: Total emisi gas rumah kaca (metric tin CO ₂ -e) yang dihasilkan.
	GHG-4: Pengungkapan lingkup 1 dan 1 atau 3 emisi GRK langsung.
	GHG-5: Pengungkapan emisi GRK berdasarkan asal atau sumbernya (misalnya: batu bara, listrik, dll).
	GHG-6: Pengungkapan emisi GRK berdasarkan fasilitas atau level segmen.
	GHG-7: Perbandingan emisi GRK dengan tahun-tahun sebelumnya.
Konsumsi energi (EC/ <i>Energy Consumption</i>)	EC-1: Jumlah energy yang dikonsumsi (misalnya: tera-joule PETA-joule).
	EC-2: Kuantifikasi energi yang digunakan dari sumber daya yang dapat diperbarui.
	EC-3: Pengungkapan menurut jenis, fasilitas atau segmen.
Pengurangan Gas Rumah Kaca dan Biaya (RD/ <i>Reduction and Cost</i>)	RC-1: Detail/rincian dari rencana atau strategi untuk mengurangi emisi GRK.
	RC-2: Spesifikasi dari target tingkat/level dan tahun pengurangan emisi GRK.
	RC-3: Pengurangan emisi dan biaya atau tabungan (<i>cost or savings</i>) yang dicapai saat ini sebagai akibat dari rencana pengurangan emisi karbon.
	RC-4: Biaya emisi masa depan yang diperhitungkan dalam perencanaan belanja modal (<i>capital expenditure planning</i>).
Akuntabilitas Emisi Karbon (AEC/ <i>Accountability of Emission Carbon</i>)	AEC-1: Indikasi dimana dewan komite (atau badan eksekutif lainnya) memiliki tanggung jawab atas tindakan yang berkaitan dengan perubahan iklim.
	AEC-2: Deskripsi mekanisme dimana dewan (atau badan eksekutif lainnya) meninjau

Kategori	Item
	kemajuan perusahaan mengenai perubahan iklim.

Sumber: Choi *et al* (2013)

Perusahaan yang diklasifikasikan berdasarkan emisi perusahaan tersebut menjadi tiga kategori yaitu lingkup (*scope*) 1-3. Lingkup 1-2 yang dilaporkan, sedangkan lingkup 3 merupakan pilihan (choi *et al*, 2013). Konsep “Ruang Lingkup/*scope*” yang digunakan untuk menggambarkan berbagai jenis sumber emisi karbon dan untuk membantu akuntansi dan pelaporan. Istilah lingkup 1, lingkup 2 dan lingkup 3 telah diterima secara luas dan telah digunakan pada sejumlah program dan standar (*The Institute of Chartered Accountants in Australia*, 2008). Table 3.3 berikut adalah deskripsi dari lingkup (*scope*) 1, 2 dan 3.

TABEL 3.3
DESKRIPSI RUANG LINGKUP 1, 2, DAN 3

Scope 1	Emisi GRK langsung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Emisi GRK terjadi dari sumber atau dikendalikan oleh perusahaan, misalnya: emisi dari pembakaran, boiler, tungku, kendaraan yang dimiliki perusahaan; emisi dari produksi kimia pada peralatan yang dimiliki dan dikendalikan oleh perusahaan. 2. Emisi CO₂ langsung dari pembakaran biomassa tidak dimasukkan dalam lingkup 1 tetapi dilaporkan secara terpisah. 3. Emisi GRK yang tidak terdapat pada protocol Kyoto, misalnya CFC, NOX, dll sebaiknya tidak dimasukkan dalam lingkup 1 tetapi dilaporkan terpisah.
Scope 2	Emisi GRK secara tidak langsung yang berasal dari listrik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencakup emisi GRK dari pembangkit listrik yang dibeli atau dikonsumsi oleh perusahaan. 2. Lingkup 2 secara fisik terjadi pada fasilitas dimana listrik dihasilkan.
Scope 3	Emisi GRK tidak langsung lainnya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lingkup 3 adalah kategori pelaporan operasional yang memungkinkan untuk perlakuan semua emisi tidak langsung lainnya. 2. Lingkup 3 adalah konsekuensi dari kegiatan perusahaan, tetapi terjadi dari sumber yang tidak dimiliki atau dikendalikan oleh perusahaan. 3. Contoh lingkup 3 adalah kegiatan ekstraksi dan produksi bahan baku yang dibeli, transportasi dari bahan bakar yang dibeli, dan penggunaan produk dan jasa yang tidak dijual.

Sumber: Choi,*et al* (2013)

- Kalkulasi indeks *Carbon Emission Disclosure* dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:
- a. Memberikan skor pada setiap item pengungkapan dengan skala dikotomi.
 - b. Skor maksimal adalah 18, sedangkan skor minimal adalah 0. Setiap item bernilai 1 sehingga jika perusahaan mengungkapkan semua item pada informasi di laporannya maka skor perusahaan 18.
 - c. Skor pada setiap perusahaan kemudian dijumlahkan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Teori *triple bottom line* muncul dari perkembangan konsep CSR (*corporate social responsibility*), dimana teori ini memberi pandangan bahwa sebuah perusahaan jika menginginkan mempertahankan kelangsungan hidupnya, maka perusahaan tersebut harus memperhatikan “3P”. Selain mengejar keuntungan (*profit*), perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*) (Wibisono, 2007).

Pengungkapan karbon merupakan jenis pengungkapan lingkungan (Najah 2010). Pengungkapan lingkungan mencakup intensitas emisi GHG atau gas rumah kaca dan penggunaan energi, *corporate governance* dan strategi dalam kaitannya dengan dampak perubahan iklim (Najah, 2011). Pengungkapan secara kontekstual adalah bagian integral dari pelaporan keuangan, sedangkan secara teknis pengungkapan adalah langkah akhir dalam proses akuntansi yaitu penyajian informasi dalam bentuk penuh laporan keuangan (Suwardjono, 2005). Pengungkapan carbon emissi disclosure merupakan salah satu aktualisasi dalam konsep TBL.

Berdasarkan hasil penelitian Al-tuwaijir *et al* (2004), menunjukkan bahwa Kinerja lingkungan secara signifikan berhubungan dengan kinerja ekonomi dan juga berhubungan pengungkapan lingkungan kuantitatif lebih luas dari pencemaran yang dilakukan.

Chika Saka & Tomoki Oshika, menunjukkan bahwa 1) emisi karbon perusahaan memiliki hubungan negatif dengan nilai pasar ekuitas, (2) pengungkapan manajemen karbon memiliki hubungan positif dengan nilai pasar ekuitas, dan (3) hubungan positif antara pengungkapan manajemen karbon dan nilai pasar ekuitas lebih kuat dengan volume yang lebih besar dari emisi karbon.

Jannah dan Muid (2014), menunjukkan hasil bahwa *Media Exposure*, tipe industri, *profitabilitas*, ukuran perusahaan dan *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan di Indonesia. Sedangkan kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan di Indonesia.

Bo Bae Choi, Doowon Lee dan Jim Psaros (2013), menunjukkan hasil Perusahaan yang beroperasi dalam industri intensif, tingkat emisi karbon, ukuran perusahaan, profitabilitas, kualitas *corporate governance* berpengaruh terhadap *carbon emission disclosure*.

Luo dan Tang (2013), menunjukkan hasil Terdapat hubungan positif dan signifikan antara pengungkapan karbon dan kinerja yang menunjukkan bahwa pengungkapan karbon sukarela perusahaan di CDP merupakan indikasi kinerja karbon yang sebenarnya mendasari mereka.

Adanya ketidak konsistenan hasil penelitian menjadi landasan untuk melakukan penelitian kembali mengenai *Carbon Emission Disclosure* sebagai dasar dan arah pengembangan TBL.

5. SIMPULAN

Adanya ketidak konsistenan hasil penelitian antara *Carbon Emission Disclosure* dengan nilai perusahaan menjadi landasan untuk melakukan penelitian kembali mengenai *Carbon Emission Disclosure* sebagai dasar dan arah pengembangan TBL.

REFERENSI

- [1] Al-Tuwaijri, Sulaeman A, Theodore E. Christensen, and K.E. Hughes II. 2004. “The Relations among Environmental Disclosure, Environmental Performance, and Economic Performance: A Simultaneous Equation Approach”. *Accounting, Organizations and Society Journal*, Vol. 29, pp. 447-471.
- [2] Choi, Bo Bae, Doowon, Lee and Jim Psaros. 2013. “An Analysis of Australian Company Carbon Emission Disclosures.” *Pacific Accounting Review Journal*, Vol. 25, pp 58-79.
- [3] Chrismawati, Dian Tanila. 2007. “Pengaruh Karakteristik Keuangan dan Non Keuangan Perusahaan terhadap Praktik Environmental Disclosure”. *Skripsi S1 Akuntansi tidak dipublikasikan*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- [4] Darrough, Masako N. 1993. “disclosure policy and competition:cournot vs bertrand”. *The Accounting Review*. Vol. 68, No. 3 (Jul., 1993), pp. 534-561
- [5] Deegan, C. 2004. *Financial Accounting Theory*. McGraw Hill-Book Company, Sidney.
- [6] Dwijayanti, S. Patricia Febrina, 2011. Manfaat Penerapan Carbon Accounting di indonesia. *Jurnal Akuntansi Kontemporer*. Vol. 3 No. I,
- [7] Hendriksen, Eldon S. 20. *Teori Akuntansi*. Yogyakarta

- [8] Ghozali, Imam dan Chariri, Anis. 2007. *Teori Akuntansi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- [9] Gray,R., Kouhy,R. and Lavers, S. 1995." Corporate Social and Environmental Reporting: A Review of the Literature and a Longitudinal Study of UK Disclosure". *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. 8 (2), pp. 47-77.
- [10] Jannah, R. dan Muid, D. 2014."Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Carbon Emission Disclosure Pada Perusahaan Di Indonesia". *Diponegoro Journal Of Accounting*. Vol. 3, No. 2, pp. 1.
- [11] Jensen, M. C and Meckling, W.H. 1976. Theory of the Firm : Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*. Oktober, 1976, V. 3, No. 4, pp. 305-360. Available from: <http://papers.ssrn.com>
- [12] Luo, Le, Qingliang Tang, Yi-chen Lan. 2013. Comparison of Propensity for Carbon Disclosure between Developing and Developed Countries. *Accounting Research Journal*. Vol. 26 No. 1, 2013 pp. 6-34.
- [13] Nuraini, Eiffeliena. 2010. "Pengaruh Environmental performance dan Environmental Disclosure terhadap Economic Performance (Studi pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)". *Jurnal Akuntansi*.
- [14] Nurlela, rika dan islahuddin, 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating .Universitas Syiah Kuala.
- [15] Rob Gray, Reza Kouhy, Simon Lavers, (1995) "Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure". *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 8 Iss: 2, pp.47 – 77
- [16] Saka, Chika and Tomoki Oshika. 2014. "Disclosure effects, carbon emissions and corporate value". *Management and policy journal*, Vol.5 No.1, 2014.
- [17] Suwardjono, 2005. *Teori Akuntansi : Perekayasa Pelaporan Keuangan*. Yogyakarta: Badan Penerbit Universitas Gadjah Mada.
- [18] O'Donovan, Gary. (2002) "Environmental disclosures in the annual report: Extending the applicability and predictive power of legitimacy theory". *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 15 Iss: 3, pp.344 – 371
- [19] Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR (Coorporate Social Responsibility)*. Gresik : Fascho Publishing.
- [20] Kardono. 2010. Memahami Perdagangan Karbon. www.pustanling.files.wordpress.com/2011/04/info-pustan-2010.pdf. Diakses tanggal 12 Mei 2015.