

**PEMAHAMAN PERUSAHAAN TENTANG
CARBON ACCOUNTINGDALAM PERSPEKTIF
SEMIOTIK:**

**STUDI KASUS PADAANNUAL REPORTPT. ANEKA
TAMBANG, Tbk DAN PT. PERUSAHAAN GAS NEGARA, Tbk**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

**ATIKAH RAMADHANI
NIM. 12030111130146**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2015**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Atikah Ramadhani
Nomor Induk Mahasiswa : 12030111130146
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul Skripsi : **PEMAHAMAN PERUSAHAAN TENTANG
CARBON ACCOUNTING DALAM
PERSPEKTIF SEMIOTIK: STUDI KASUS
PADA *ANNUAL REPORT* PT. ANEKA
TAMBANG, Tbk. DAN PT. PERUSAHAAN
GAS NEGARA, Tbk.**

Dosen Pembimbing : Anis Chariri, S.E. , M.Com. , Ph.D. , Akt.

Semarang, 4 Maret 2015

Dosen pembimbing,

(Anis Chariri, SE, MCom, Ph.D. Akt.)

NIP. 19670809 199203 1001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Atikah Ramadhani
Nomor Induk Mahasiswa : 12030111130146
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul Skripsi : **PEMAHAMAN PERUSAHAAN TENTANG
CARBON ACCOUNTING DALAM
PERSPEKTIF SEMIOTIK: STUDI KASUS
PADA *ANNUAL REPORT* PT. ANEKA
TAMBANG, Tbk. DAN PT. PERUSAHAAN
GAS NEGARA, Tbk.**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 19Maret 2015

Tim penguji

1. Anis Chariri, SE, MCom, Ph.D. Akt (.....)
2. Dul Muid, S.E. , M.Si. , Akt. (.....)
3. Nur Cahyonowati S.E. , M.Si. , Akt. (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Atikah Ramadhani, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **Pemahaman Perusahaan tentang *Carbon Accounting* dalam Perspektif Semiotik: Studi Kasus pada *Annual Report* PT. Aneka Tambang, Tbk. dan PT. Perusahaan Gas Negara, Tbk.**, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 4 Maret 2015

Yang membuat pernyataan,

(Atikah Ramadhani)

NIM : 12030111130146

ABSTRACT

This study aims to understand and analyze companies' cognitions regarding to the carbon accounting, by answering research questions: how the companies presents carbon emission disclosure in the annual reports, how the level of disclosure and why the companies do that disclosure. Ontologically, this study convinces that the carbon emission disclosure on companies' annual reports is the company way to communicate with the stakeholders.

This research was carried out within interpretive paradigm using semiotic analysis method. The analyzed data are narrative text on annual reports of two energy sector companies over the last three years.

Results of this study claims that the two companies (Antam and PGN) presents carbon emission disclosure voluntarily and it is designed such a way through narrative text in the annual reports of companies. This study also indicates that the level of carbon emission disclosure by Antam is higher than PGN. In this case, the study also describes the reasons underlying companies presenting carbon emission disclosure through stakeholder theory. Therefore, the companies presents proactively the carbon emission reduction disclosure to gain legitimacy from the stakeholders.

Keywords : carbon accounting, carbon emission, level of disclosure, semiotic.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menganalisis kognisi perusahaan tentang *carbon accounting*, dengan menjawab pertanyaan penelitian: bagaimana perusahaan menyajikan pengungkapan emisi karbon dalam *annual report*, bagaimana tingkat pengungkapannya, dan mengapa perusahaan melakukan pengungkapan tersebut. Secara ontologi, penelitian ini berkeyakinan bahwa pengungkapan emisi karbon pada laporan perusahaan merupakan cara perusahaan berkomunikasi dengan *stakeholders*.

Penelitian ini dilakukan dalam paradigma interpretive dengan menggunakan metode analisis semiotik. Data yang dianalisis adalah *narrative text* dalam *annual report* dua perusahaan sektor energi selama tiga tahun terakhir.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua perusahaan (Antam dan PGN) menyajikan pengungkapan emisi karbon secara sukarela dan didesain sedemikian rupa melalui *narrative text* pada *annual report* perusahaan. Penelitian ini juga mengindikasikan bahwa tingkat pengungkapan emisi karbon Antam lebih tinggi daripada PGN. Penelitian ini juga menjelaskan alasan yang mendasari perusahaan melakukan pengungkapan emisi karbon melalui teori *stakeholder*. Dengan demikian, perusahaan proaktif mengungkapkan penurunan emisi karbon guna memperoleh legitimasi dari *stakeholders*.

Kata kunci : akuntansi karbon, emisi karbon, tingkat pengungkapan, semiotik.

PERSEMBAHAN

اَقْرَأْ يَا سَمِيرَ بْنَكَ الَّذِي خَلَقَ ۝ خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ ۝
اَقْرَأْ أَوْ رَبُّكَ الْأَكْرَمُ ۝ الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ ۝ عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ ۝

“Bacalah dengan menyebut nama Tuhanmu yang menciptakan. Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah. Bacalah, dan Tuhanmulah Yang Maha Pemurah. Yang mengajar dengan qalam (pena). Dialah yang mengajarkan manusia apa yang belum diketahuinya”. (Q.S Al-‘Alaq 1-5).

Ku persembahkan skripsi ini untuk orangtuaku tercinta, yang telah banyak mengajarkan nilai-nilai kehidupan yang berharga. Doa, perhatian, nasehat, dan kesabaran yang selalu mereka berikan adalah motivator terbaik yang pernah ada.

Teruntuk malaikat yang dikirim Allah dalam hidupku dan selalu menjadi cahaya di setiap langkahku. Seorang wanita luar biasa yang tak pernah berhenti menengadahkan kepala menyebutku dalam doa, dan menunduk sembari menyebutku dalam sujud. Love you mom..

(My beloved Mother, M)

Untuk seorang pahlawan yang menjadi pria pertama yang aku cintai. Yang diam-diam sangat menyayangiku dan diam-diam selalu berusaha membahagiakanku. Terima kasih yah, love you..

(My beloved Father, A)

Untuk kakak-kakakku, terima kasih atas segala cinta dan sayang yang selalu kalian berikan. Hal termanis dalam hidup ini adalah menjadi adik dari kalian. Tanpa kalian, adikmu ini hanyalah butiran debu. Love you all..

(My beloved Brother and Sister)

Untuk teman-temanku tersayang, Seto, Ica, Andug, Jumig dan Aming yang selalu ada dan selalu membangkitkan tawa di saat-saat terpuruk.

Untuk Diana, Karina, Hamzah dan Labibah yang selalu bersedia meminjamkan pundak dikala duka dan berbagi tawa dikala suka.

Untuk Annisa Iu selaku rekan bimbingan, rekan teater, rekan kuliah dan rekan konseling. Terima kasih telah bersedia untuk direpotkan. Jasamu takkan terlupakan.

Untuk sahabat-sahabat terkini, Devi, Fika, Pepi, Alif, Habib, Majid, dan Bahrul terima kasih telah menjadi teman yang inspiratif, kreatif, dan inovatif.

Serta seluruh keluarga besar Akuntansi 2011 yang selalu memberikan keceriaan dan warna selama masa perkuliahan ini.

(My beloved Friends)

“I am thankful for all of those who said NO to me. It’s because of them I’m doing it myself”

-Albert Einstein-

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut asma Allah, yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puji bagi Allah, Tuhan Semesta Alam. Yang dengan segala rahmat-nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pemahaman Perusahaan tentang *Carbon Accounting* dalam Perspektif Semiotik: Studi Kasus pada *Annual Report* PT. Perusahaan Gas Negara, Tbk. dan PT. Aneka Tambang, Tbk.” untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Strata 1 (S1) pada Program Sarjan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Besar terima kasih penulis ucapkan kepada dosen akuntansi terbaik versi penulis, Bapak Anis Chariri, SE, MCom, Ph.D. Akt., selaku dosen pembimbing penulis. Terima kasih atas kesediaannya dalam membimbing, meluangkan waktu, serta memberi perhatian dan saran yang berharga bagi penulis. Sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Tanpa bapak, skripsi saya hanyalah remahan peyek.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Bapak Suharnomo, Dr., S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Bapak Prof. Dr. Muchamad Syafruddin, M.Si., Akt. selaku Ketua Jurusan Akuntansi, Bapak Prof. H. Imam Ghozali, Mcom., Akt., Ph.D. selaku Dosen Wali, serta seluruh dosen dan staff atas segala dorongan dan dukungannya baik secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan kontribusi dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari benar bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu segala kritik maupun saran yang bersifat membangun sangat diharapkan demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Best regards and thanks for everything

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	9
1.4 Sistematika Penulisan	10
BAB II.....	12
TELAAH PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.2 Penelitian Terdahulu.....	22
2.3 Kerangka Pemikiran	26
BAB III	29
METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Desain Penelitian	29
3.2 Jenis dan Sumber Data	30
3.3 Metode Pengumpulan Data	31

3.4 Metode Analisis	31
BAB IV	33
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Kognisi <i>Carbon Accounting</i> : Realisasi Pengungkapan Penurunan Emisi Karbon.....	33
4.2 <i>Level of Carbon Emission Disclosure</i> Antam dan PGN.....	54
4.3 Alasan Penyajian <i>Carbon Emission Disclosure</i>	65
BAB V.....	72
PENUTUP.....	72
5.1 Simpulan.....	72
5.2 Implikasi Penelitian	73
5.3 Keterbatasan	74
5.4 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	76

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1	
Perbandingan kriteria aspek <i>carbon accounting annual report</i> Antam dan PGN	57
Tabel 4.2	
Perbandingan <i>Level of Carbon Emission Disclosure</i> Antam dan PGN per Item yang Diungkapkan	61
Tabel 4.3	
Perbandingan <i>Level of Carbon Emission Disclosure</i> Antam dan PGN	64

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penalaran Logis.....	26

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perubahan iklim sebagai fenomena global merupakan salah satu isu lingkungan terbesar beberapa tahun terakhir ini. Paradigma *Carbon accounting* dikembangkan sebagai perlakuan akuntansi atas isu tersebut, dengan menyajikan pendekatan perusahaan tentang perdagangan dan transaksi karbon dalam *annual report*. Pengungkapan *carbon accounting* ini telah menjadi bagian yang sangat penting dari laporan *Corporate Social Responsibility-CSR* (KPMG, 2008). Beberapa tokoh mengatakan bahwa lebih dari 70% perusahaan Fortune 500 sekarang secara sukarela dan terbuka mengungkapkan laporan emisi karbon mereka untuk membantu dan mendorong perusahaan-perusahaan dalam kegiatan *carbon accounting* (Prairie, 2011).

Perserikatan Bangsa Bangsa (PBB) mendukung kegiatan *carbon accounting* dengan menerbitkan Protokol Kyoto (1997) yang merupakan sebuah perjanjian internasional yang mengikat negara-negara maju yang meratifikasinya untuk mengurangi emisi mereka dari enam gas rumah kaca yang paling berbahaya. Pemerintah Inggris juga mendukung kegiatan ini dengan mengeluarkan RUU yang bertujuan untuk mengelola dan mengurangi perubahan iklim serta meningkatkan kemampuan Inggris dalam beradaptasi pada dampak perubahan iklim (Jackson, et al 2009). Sedangkan Uni Eropa mengajak sekitar 5.000 organisasi, termasuk rumah sakit, sekolah, universitas dan perusahaan,

untuk berpartisipasi dalam mengurangi emisi mereka melalui pelaporan *carbon accounting* sesuai dengan Skema Perdagangan Emisi Uni Eropa (McAllister, et al 2008). Negara-negara maju yang meratifikasi Protokol Kyoto dikategorikan sebagai Negara Annex I yang terdiri dari 43 negara (UNFCCC).

RUU di Inggris mengharuskan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek London untuk mengungkapkan emisi GRK dalam *annual report*, hal ini tercantum di National Archives pada tahun 2013, dan menjadikan Inggris sebagai negara pertama yang mewajibkan pelaporan *carbon accounting*. Menurut Angiolillo (2014), salah satu dampak dari RUU ini adalah perusahaan tidak akan lagi bisa menyembunyikan biaya sebenarnya untuk menghasilkan laba. Karena, menghitung biaya bisnis dengan menyembunyikan biaya emisi gas rumah kaca merupakan ekonomi palsu (Clegg, 2012).

Krishnan (2011) dalam Heimbuch (2011) mengemukakan bahwa terdapat dua alasan mengapa *carbon accounting* sangat menarik di dunia bisnis. Pertama, *carbon accounting* secara langsung terkait dengan *cost cutting* sehingga memberi dampak efisien bagi perusahaan. Dan kedua, dapat meningkatkan loyalitas *stakeholder*. Sependapat dengan itu, Raymond dan Lipton (2014), menegaskan bahwa *carbon accounting* bertujuan untuk memberdayakan masyarakat dan organisasi di seluruh dunia dalam mempertanggungjawabkan dan meningkatkan kinerja lingkungan perusahaan.

Di Indonesia, tujuan *carbon accounting* pada pelaporan CSRD perusahaan, selain sebagai pijakan transparansi dan akuntabilitas, menurut

Purwanti (2012) *carbon accounting* juga menjadi dasar bagi pengambilan keputusan dalam hal biaya produksi berbasis efisiensi emisi karbon. Sependapat dengan itu, Patricia (2011) menjelaskan biaya – biaya tersebut juga merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungannya, sehingga pada pelaporannya, para *stakeholder* dapat melihat dan menilai sejauh mana peran serta perusahaan dalam menyelamatkan lingkungan.

Jannah (2014) mengungkapkan bahwa tuntutan berbagai peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah RI (Perpres No. 61 Tahun 2011 mengenai Rencana Aksi Nasional Penurunan Emisi Gas Rumah Kaca, Perpres No. 71 Tahun 2011 mengenai Penyelenggaraan Inventarisasi Gas Rumah Kaca Nasional) serta tuntutan dari *stakeholders*, semakin memaksa perusahaan - perusahaan di Indonesia untuk lebih terbuka terhadap informasi mengenai aktivitas sosialnya dalam hal pengurangan emisi karbon, terutama perusahaan pada sektor energi. Sektor energi merupakan sektor penyumbang emisi karbon terbesar: 25.9% (energi yang menggunakan bahan bakar fosil seperti gas alam, batu bara, minyak bumi, dll), kemudian disusul sektor industri : 19.4%, sektor kehutanan : 17.4%, sektor pertanian : 13.5%, sektor transportasi : 13.1%, kegiatan pemukiman : 7.9% dan terakhir dari limbah sebesar 2.8%. (Natural Resource Development Centre, 2014).

Menurut Dhewantara (2012), dalam laporan *Carbon Dioxide Information Analysis Center (CDIAC)* pada tahun 2005, Indonesia dinyatakan sebagai salah satu penyumbang emisi karbon dioksida berasal dari bahan bakar fosil (sektor energi) terbesar di dunia dan menduduki peringkat ke-13. Faktor penyebabnya,

menurut Dhewantara (2012) adalah kecenderungan tingkat konsumsi energi berupa bahan bakar fosil yang meningkat dari tahun ke tahun, padahal ketersediaan bahan bakar fosil semakin hari semakin terbatas karena sifatnya yang tak dapat diperbaharui.

Konsisten dengan Perpres No. 61 Tahun 2011, Indonesia berkomitmen untuk mengurangi emisi karbon. Selain itu, pada pasal 4 Perpres No. 61 Tahun 2011, dijelaskan bahwa perusahaan juga ikut andil dalam upaya penurunan emisi GRK (termasuk emisi karbon) sebagai pelaku usaha yang dapat diketahui dari pengungkapan emisi karbon (*Carbon Emission Disclosure*).

Patricia (2011) menyatakan bahwa biaya produksi efisiensi emisi karbon yang dikeluarkan perusahaan, dihitung dan dicatat sebagai bagian dari *carbon accounting*. Oleh karena itu, pemahaman *carbon accounting* sangat diperlukan. Selain itu, Patricia (2011) juga menjelaskan bahwa pelaporan *carbon accounting* perusahaan dapat diintegrasikan dalam pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan.

Menurut David (2002) dalam Nugroho (2009), praktik pelaporan keuangan perusahaan tidak hanya menyajikan informasi kuantitatif, namun juga menyajikan informasi lain seperti *narrative text*, grafik, tabel, dan foto, salah satunya adalah pelaporan CSR atau *sustainability reporting*. Kemudian, Nugroho (2009) menambahkan bahwa praktik *sustainability reporting* tersebut merupakan strategi komunikasi perusahaan yang dilakukan untuk membangun kepercayaan publik. Pelaporan ini didesain oleh manajemen sebagai cerita retorik guna

menciptakan citra perusahaan melalui *narrative text* pada *annual report* perusahaan.

Nugroho (2009), mencoba untuk meneliti retorika pelaporan CSR pada perusahaan tambang Indonesia dengan menggunakan teori *self-presentation*. Hal ini karena, pengungkapan dan penjelasan CSR dilakukan untuk mempertahankan *image* positif pada perusahaan tambang tersebut. Peneliti juga menggunakan teori *stakeholder*, dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa gambar dan pernyataan yang ada dalam pelaporan CSR merupakan upaya perusahaan dalam mengidentifikasi *stakeholder* sebagai fokus pelaporan *sustainability*.

Adapun penelitian sebelumnya tentang *carbon accounting* di sektor energi terbatas pada pelaporan pengungkapan *carbon emission* pada suatu negara tertentu dan hasil penelitian tidak diperluas pada sektor lain atau negara lain. Saka dan Oshika (2011) melakukan sebuah penelitian untuk menguji dampak dari pengungkapan emisi karbon terhadap nilai suatu perusahaan di Jepang dengan menggunakan data pengajuan wajib pemerintah di Jepang.

Berthelot dan Robert (2011) mencoba untuk meneliti faktor-faktor yang menjadi pertimbangan bagi perusahaan sektor energi di Kanada dalam melakukan pengungkapan emisi karbon. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang melakukan pengungkapan emisi karbon memiliki beberapa pertimbangan diantaranya untuk mendapatkan legitimasi dari para stakeholder, menghindari ancaman-ancaman terutama bagi perusahaan-perusahaan yang menghasilkan

emisi karbon seperti peningkatan biaya operasional, pengurangan permintaan, risiko reputasi, proses hukum, serta denda dan pinalti.

Kolk *et al* (2008) mencoba untuk meneliti kinerja pengungkapan emisi karbon pada perusahaan terbesar di dunia (FT 500) berdasarkan kebijakan *European Union Emission Trading Scheme* dengan fokus pada *Carbon Disclosure Project* (CDP). Untuk memahami peran pengungkapan karbon terhadap rezim perubahan iklim, peneliti menggunakan *commensuration theory*. Levin and Espeland (2002) dalam Kolk *et al* (2008), menyatakan bahwa *commensuration theory* memiliki tiga dimensi: aspek teknik, nilai, dan kognitif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan karbon pada perusahaan terbesar di dunia (FT 500) telah mencapai beberapa kemajuan dalam aspek teknik tetapi hanya sedikit yang berkaitan dengan aspek nilai dan kognitif.

Isu terkait *carbon accounting* cenderung diteliti dalam konteks faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan *carbon emission* (Jannah 2014; Chu *et al* 2013; Pradini 2013; Purwanti 2012; Rankin *et al*; Lorenzo *et al* 2009; Rajafi dan Irianto 2007; Freedman dan Jaggi 2005;). Penelitian-penelitian tersebut menggunakan analisis statistik yang berfokus pada data-data yang bersifat angka saja (kuantitatif). Hal ini menunjukkan bahwa masih sangat sedikit yang melakukan penelitian ini dengan menggunakan metode kualitatif. Pasalnya, menurut David (2002) dalam perkembangannya, pelaporan keuangan perusahaan diwujudkan dalam bentuk *annual report* yang menyajikan informasi perusahaan dalam bentuk *narrative text* atau kualitatif. Oleh karena itu, konteks kualitatif juga merupakan unsur penting yang tidak dapat diabaikan dalam suatu penelitian.

Carbon accounting adalah suatu mekanisme pengukuran, pengaturan strategi, pencatatan biaya yang dikeluarkan, dan pelaporan kepada *stakeholders* terkait aktivitas penurunan emisi karbon (Patricia, 2011). Penelitian ini didasarkan pada ontologi bahwa pelaporan *carbon accounting* pada emisi karbon *disclosure* dalam *annual report* perusahaan diyakini sebagai media komunikasi antara perusahaan dengan *stakeholder* (Branco dan Rodrigues, 2006). Dengan adanya komunikasi tersebut maka pesan yang terkandung dalam *annual report* tidak lepas dari aspek semiotik, dimana aspek semiotik merupakan aspek yang membentuk bahasa yang digunakan dalam komunikasi. Atas dasar ontologi tersebut, penelitian ini dilakukan dalam paradigma *interpretive* terhadap praktek emisi karbon *disclosure* perusahaan menggunakan analisis semiotik pada perusahaan sektor energi di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang terkait penelitian terdahulu yang telah dikemukakan, dapat terlihat bahwa kebanyakan penelitian tentang pelaporan *carbon accounting* didasarkan pada paradigma positivisme dan analisis statistik. Sehingga masih sedikit penelitian yang mengkaji *carbon accounting* dalam konteks kualitatif. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Undang - Undang No. 17 Tahun 2004, menyatakan bahwa negara Indonesia sebagai negara berkembang, turut serta meratifikasi Protokol Kyoto pada bulan Desember tahun 2004. Indonesia memiliki potensi penurunan emisi

sampai sebesar 300 juta ton dan di estimasi bernilai US\$ 1,26 milyar (Widosari, 2005). Oleh karena itu, industri di Indonesia memiliki peran penting dalam mengurangi emisi karbon.

Selain itu, konsisten dengan undang-undang di atas, UU 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, memberikan definisi pada tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai suatu komitmen perusahaan untuk terus berperan aktif dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi perusahaan sendiri, komunitas setempat maupun masyarakat pada umumnya. Salah satu pertanggungjawaban perusahaan sebagai bentuk kepatuhan terhadap undang-undang tersebut adalah dengan menyajikan emisi karbon *disclosure* pada *annual report* perusahaan. Namun, fakta menyatakan bahwa tidak banyak perusahaan Indonesia yang menyajikan emisi karbon *disclosure* tersebut karena pelaporan *carbon accounting* merupakan jenis *voluntary disclosure*.

Atas dasar masalah diatas, penelitian ini bermaksud menemukan jawaban dalam pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana perusahaan sektor energi di Indonesia menyajikan pengungkapan emisi karbon dalam *annual report*?
2. Bagaimana tingkat pengungkapan emisi karbon perusahaan sektor energi di Indonesia dalam *annual report*?
3. Mengapa perusahaan sektor energi di Indonesia melakukan pengungkapan emisi karbon dalam *annual report*?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Menurut permasalahan yang telah dirumuskan, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk memahami dan menganalisis penyajian serta penjelasan terkait emisi karbon *disclosure* pada *annual report* perusahaan sektor energi.
2. Untuk memahami dan menganalisis *level disclosure* emisi karbon pada *annual report* perusahaan sektor energi.
3. Untuk memahami dan menganalisis alasan perusahaan sektor energi melakukan pengungkapan emisi karbon pada *annual report* perusahaan.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini merupakan upaya lanjutan dalam mencoba melakukan penelitian dengan paradigma interpretive yang belum banyak dilakukan oleh mahasiswa khususnya mahasiswa akuntansi Universitas Diponegoro. Oleh karena itu, berdasarkan pada latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut :

1. Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pelaporan *carbon accounting* yang dapat bermanfaat pada perkembangan ilmu akuntansi lingkungan di Indonesia, terutama pada pengungkapan emisi karbon.

2. Aspek Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam perkembangan praktik pelaporan *carbon accounting* bagi 4P (*public, private, people, and partnership*).

1.4 Sistematika Penulisan

Skripsi ini disusun secara deskriptif dan terdiri dari lima bab:

BAB 1 merupakan bagian pendahuluan yang berisi uraian tentang latar belakang masalah yang mendasari pentingnya diadakan penelitian, rumusan masalah penelitian disertai dengan pertanyaan-pertanyaan penelitian mendasar, tujuan dan kegunaan penelitian yang diharapkan, serta sistematika penulisan penelitian.

BAB 2 merupakan telaah pustaka yang terdiri dari konsep-konsep yang relevan dengan penelitian, teori yang mendasari penelitian ini yaitu teori segitiga makna dan teori legitimasi. Selain itu, juga penjelasan telaah penelitian terdahulu, serta model penalaran dari penelitian ini.

BAB 3 adalah metode penelitian yang menjelaskan tentang desain penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis data. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan menggunakan metode analisis semiotik.

BAB 4 adalah penyajian hasil penelitian dan pembahasan analisis yang telah dilakukan. Pada bagian ini disajikan hasil analisis pengungkapan emisi karbon yang dilakukan oleh Perusahaan Aneka Tambang, Tbk. dan Perusahaan Gas Negara, Tbk. yang mengindikasikan tingkat pemahaman perusahaan tentang *carbon accounting* pada *annual report* kedua perusahaan tersebut.

BAB 5 merupakan bagian terakhir dan bagian penutup dari penelitian ini, yang terdiri dari tiga subbab yaitu simpulan hasil penelitian, keterbatasan dalam penelitian serta saran bagi penelitian selanjutnya.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Konsep *Carbon*

2.1.1.1 *Carbon Emission*

Siregar (2012) mengungkapkan bahwa (*carbon emission*) emisi karbon adalah penyebab perubahan iklim global yang ditakutkan. Sektor energi khususnya kegiatan pembakaran bahan bakar fosil (batubara, minyak bumi, gas bumi), merupakan penyumbang terbesar emisi karbon. Untuk mencapai target pengurangan emisi karbon, maka PBB mengeluarkan Protokol Kyoto (1997). Protokol ini merupakan komitmen dari 39 negara industri untuk memotong emisi GRK (Gas Rumah Kaca) mereka antara tahun 2008 sampai 2012 (Widosari, 2005).

Menurut laporan *World Resource Institute*, Indonesia menduduki peringkat keenam dari negara penghasil emisi karbon (CO₂) tertinggi di dunia (*Daily Mail*, Oktober 2014). Oleh sebab itu, pemerintah mengeluarkan berbagai peraturan seperti Pepres No. 61 Tahun 2011 mengenai Rencana Aksi Nasional Penurunan Emisi Gas Rumah Kaca, Permenhut No. 50 Tahun 2014 tentang Perdagangan Sertifikat Penurunan Emisi Karbon Hutan Indonesia.

Hasil UNFCCC ke-20 di Pentagonito menyatakan bahwa Indonesia berjanji menurunkan emisi karbon sebesar 30% pada tahun 2020

(Perwitasari,2014).Dengan adanya tuntutan pemerintah dan *stakeholder* tersebut, perusahaan-perusahaan di Indonesia diharapkan untuk proaktif dalam mengungkapkan aktivitas penurunan level emisi karbon mereka melalui *carbon emission disclosure*.

2.1.1.2 Carbon Emission Disclosure

Pengungkapan emisi karbon (*Carbon Emission Disclosure*) oleh perusahaan meningkat beberapa tahun terakhir dan umumnya masih disajikan secara sukarela (*voluntary disclosure*) dengan tujuan untuk pengambilan keputusan internal dan eksternal perusahaan (Andrew dan Cortese, 2012). PSAK 1 paragraf 9 menyatakan, “*perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah, khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting...*”.Salah satu yang dapat diungkapkan adalah pengungkapan penurunan emisi karbon oleh perusahaan.

Hendriksen (1992) mengidentifikasikan tiga tingkat pengungkapan (*level disclosure*) yaitu:

1. Pengungkapan yang cukup atau memadai (*adequate disclosure*) adalah informasi yang diungkapkan sesuai dengan standar minimum yang diwajibkan agar laporan keuangan secara keseluruhan tidak menyesatkan guna kepentingan pengambilan keputusan yang terarah.

2. Pengungkapan yang wajar (*fair disclosure*) adalah pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan dengan menyajikan sejumlah informasi minimum yang diwajibkan ditambah dengan informasi lain guna menghasilkan penyajian laporan keuangan yang wajar dan bertujuan untuk mendapatkan perlakuan atau pelayanan informasional yang sama bagi semua pihak.

3. Pengungkapan yang lengkap (*full disclosure*) adalah pengungkapan yang menyajikan seluruh informasi yang relevan. Informasi yang disajikan adalah informasi minimum yang diwajibkan dan informasi tambahan lainnya yang diungkapkan secara *voluntary* atau sukarela. *Full disclosure* juga dapat mengurangi terjadinya informasi asimetris, akan tetapi seringkali dinilai berlebihan.

Secara umum, tujuan pengungkapan menurut Suwardjono (2005) adalah penyajian informasi yang dipandang perlu dilakukan untuk mencapai tujuan pelaporan keuangan dalam melayani kepentingan *stakeholders* yang berbeda-beda. Oleh sebab itu, dengan semakin transparannya informasi yang disajikan oleh suatu perusahaan melalui suatu pengungkapan, diharapkan dapat meningkatkan keberhasilan perusahaan dalam dunia bisnis secara berkesinambungan (Valetta, 2005).

2.1.1.3 Carbon Accounting (CA)

Terdapat banyak pengertian mengenai *carbon accounting* atau disebut juga akuntansi karbon. Menurut *Renewable Energy Certificate System (RECS) International (2014)* CA adalah “...*an extremely important part of corporate social responsibility report (CSR). Also known as personal disclosure information or carbon footprinting*”.

Vesco (2013) mendefinisikan CA sebagai suatu proses dimana organisasi melakukan penghitungan serta pelaporan mengenai emisi karbon mereka. Namun, akuntansi karbon bukan hanya menghitung dan melaporkan saja, tetapi juga *monitoring* dan *benchmarking* pada emisi karbon perusahaan dalam periode yang telah ditetapkan (carbonaccounting.net.au).

Warren (2008) mengartikan CA adalah “*assessing your organisation’s carbon emissions and setting targets for reduction*”. Sedangkan pengertian CA menurut Louis et al (2010) adalah

“The process of calculating the amount of carbon emitted by industrial processes, setting target for reduction, the establishment of systems and program to reduce carbon emissions, and reporting progress the programs”.

Dari beberapa pengertian tentang CA di atas, dapat ditarik kesimpulan. CA adalah proses atau cara untuk mengukur emisi karbon, mengatur strategi dalam mengurangi emisi karbon, melakukan pencatatan atas biaya yang terjadi dari kegiatan tersebut serta melaporkannya pada *stakeholders*.

2.1.2 Teori Legitimasi

Teori Legitimasi merupakan teori yang paling sering digunakan dalam menjelaskan pengungkapan lingkungan. Lindblom (1994) mendefinisikan teori legitimasi sebagai suatu kondisi atau status dimana suatu sistem nilai perusahaan sejalan dengan sistem nilai dari sistem sosial yang lebih besar dan perusahaan merupakan bagian dari sistem sosial tersebut. Ketika terdapat perbedaan yang nyata antara kedua sistem tersebut, maka akan muncul ancaman terhadap legitimasi perusahaan.

Upaya untuk mendapatkan legitimasi adalah dengan melakukan pengungkapan sosial dan lingkungan yang diharapkan oleh *stakeholders*. Deegan dan Rankin (1997) mengungkapkan:

“According to legitimacy theory, companies will voluntarily report information in an attempt to legitimize their operations and ensure their continued existence”.

Asumsi dari teori legitimasi menjelaskan bahwa dalam usaha untuk mendapatkan legitimasi, perusahaan secara berkala akan beroperasi sesuai dengan nilai – nilai dan batasan yang diterima oleh masyarakat di sekitar perusahaan (Campbell *et al*, 2002). Menurut Vurro dan Perrini (2011) pengungkapan dan pelaporan dapat membuat para *stakeholder* sadar akan keadilan prosedur perusahaan.

2.1.3 Teori Stakeholder

Individu atau kelompok yang bisa mempengaruhi atau dipengaruhi oleh suatu organisasi sebagai dampak dari aktivitas-aktivitasnya dapat dikatakan sebagai *stakeholder* (Freeman, 2010). *Stakeholder* memiliki atribut seperti yang diungkapkan oleh (Rudito, 2004) yaitu mempunyai kekuasaan, legitimasi dan kepentingan. Sedangkan Ghazali dan Chariri (2007) menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi guna kepentingannya sendiri, namun juga harus memberikan manfaat bagi *stakeholders*-nya (*shareholder*, kreditur, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat dan pihak lain).

Atas dasar argumen di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan *stakeholders*, karena kelangsungan hidup perusahaan bergantung pada dukungan tersebut. Semakin *powerful stakeholder*, maka semakin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. (Gray, Kouhy, dan Adams, 1994 dalam Ghazali dan Chariri 2007).

2.1.4 Akuntansi Sebagai Bahasa Bisnis : Teori Komunikasi

Akuntansi merupakan bahasa perusahaan yang dapat berbicara (berkomunikasi) sendiri tentang suatu entitas/organisasi yang dilaporkannya (Belkaoui, 1986). Sependapat dengan itu, Horngren (1994) mengatakan “*Accounting is also called the language of business. Perhaps a better term is the language of financial decision*”.

Yusup (2009), menyatakan bahwa akuntansi layak disebut bahasa bisnis karena dengan akuntansi sebagian besar informasi bisnis dikomunikasikan. Menurut Suwito (2010), dengan argumen mengenai akuntansi sebagai bahasa bisnis, maka diharapkan perusahaan akan dapat berkomunikasi dengan baik dengan para *stakeholders*, walaupun komunikasi yang baik belum menjamin sebuah hubungan (bisnis) akan bebas masalah tetapi tanpa komunikasi yang baik tidak ada jaminan akan adanya hubungan.

Tofani (2010) menyatakan bahwa bahasa adalah bagian penting dalam komunikasi. Selain itu, Tofani (2010) juga mengungkapkan bahwa tanda atau simbol bahasa (gambar-gambar dan kata-kata) serta tata bahasa membentuk ungkapan bahasa yang menjadi media komunikasi antara pengirim kepada penerima.

Dalam perspektif akuntansi, berbagai simbol (tanda, warna, gambar, huruf, dan lain-lain) digunakan perusahaan dengan maksud untuk menyampaikan suatu pesan kepada pihak-pihak yang berkepentingan (Chariri, 2010). Pesan tersebut merupakan pesan tersirat yang didesain sedemikian rupa dan disajikan dalam bentuk laporan tahunan perusahaan atau *annual report*. Pesan tersebut dikatakan tersirat karena memiliki makna tertentu yang ingin disampaikan kepada audiensnya atau *stakeholder*.

2.1.5 Laporan Tahunan atau *Annual Report*

Laporan tahunan atau *annual report* merupakan media utama komunikasi informasi perusahaan antara manajemen perusahaan dengan para *stakeholder*. Menurut Choiriyah (2010), sejauh mana informasi yang dapat diperoleh akan sangat bergantung pada sejauh mana tingkat pengungkapan (*disclosure*) dari laporan tahunan perusahaan yang bersangkutan. Laporan ini menjadi alat utama manajemen dalam menunjukkan efektivitas kinerja dan pelaksanaan fungsi pertanggungjawaban perusahaan. Sedangkan menurut Branco dan Rodrigues (2006), *annual report* merupakan fokus obyek dari sebagian besar studi empiris yang menganalisis pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan, dimana *annual report* diyakini sebagai media yang paling penting bagi perusahaan dalam mengkomunikasikan aktivitas - aktivitasnya kepada para *stakeholders*.

Laporan tahunan memiliki keunggulan dibandingkan dengan sumber informasi lain. Zeghal dan Ahmed (1999), *annual report* mempunyai kredibilitas tinggi sehingga banyak digunakan oleh para *stakeholder* dalam pembuatan keputusan. Menurut *Statement of Financial Accounting (SFAC) No. 2* karakteristik kualitatif dari informasi akuntansi yang terdapat dalam laporan tahunan adalah *relevan, reliable, comparability, dan consistency*.

Menurut Afifi (2013), penulisan *annual report* haruslah dilakukan dengan pendekatan *Public Relation Writing* yang baik, judul singkat mengundang rasa ingin tahu, kalimat dengan struktur yang memikat, penjelasan lugas yang mengenai serta *key message* yang menggugah. Afifi (2013) menegaskan bahwa sisi visual

annual report juga harus komunikatif, dari segi pola dan bentuk desain yang mengikuti zaman serta foto-foto yang berkarakter. Oleh karena itu, pemahaman terhadap penulisan dan visualisasi dalam *annual report* tidak lepas dari aspek semiotik, karena aspek semiotik inilah yang membentuk konstruksi simbol (penulisan dan visualisasi) yang digunakan dalam penyusunan *annual report*.

2.1.6 Semiotik : *Triangle of Meaning Theory*

Ahli sastra Teew (1984) mengartikan semiotik sebagai tindakan komunikasi yang disempurnakan menjadi model sastra yang mempertanggungjawabkan semua aspek dan faktor hakiki, guna pemahaman gejala susastra sebagai media komunikasi yang khas dalam masyarakat. Sedangkan menurut Pierce (1839-1913), semiotika bersinonim dengan logika, karena manusia hanya berpikir dalam tanda. Pierce mengemukakan *triangle of meaning theory* yang menjelaskan tiga aspek utama analisis semiotik. tiga aspek tersebut adalah :

1. Tanda (*sign*)

Dalam kajian semiotik, tanda merupakan sesuatu yang berbentuk fisik yang dapat ditangkap panca indera manusia dan merupakan sesuatu yang merepresentasikan (merujuk) pada hal lain di luar tanda itu sendiri. Tanda menurut Pierce terdiri dari simbol, indeks dan ikon. Simbol adalah tanda yang timbul dari kesepakatan atau konvensi-konvensi bahasa. Indeks adalah tanda yang timbul dari hubungan sebab akibat. Sementara ikon adalah tanda-tanda yang timbul dari perwakilan fisik.

2. Obyek atau acuan tanda

Obyek merupakan acuan dari tanda itu sendiri atau merupakan konteks sosial yang dalam implementasinya dijadikan sebagai aspek pemaknaan atau yang dirujuk oleh tanda tersebut.

3. Interpretant (pengguna tanda)

Konsep pemikiran dari pihak yang menggunakan tanda dan menafsirkannya ke suatu makna tertentu yang ada dalam benak pihak terkait mengenai obyek yang direpresentasikan oleh tanda tersebut. (Kriyantono, 2007).

Fokus dari semiotik bukan pada akurasi atau efisiensi dari proses transmisi, tetapi cenderung pada bentuk komunikasi itu sendiri yaitu pesan atau teks (Budiani, 2011). Menurut Hoed (2007), teks merupakan satuan kebahasaan yang memiliki wujud (ekspresi) dan isi. Suatu teks harus memenuhi kriteria tekstualitas, yaitu :

1. Terdapat kaitan semantik diantara unsur-unsurnya yang ditandai secara formal (*koherensi*);
2. Segi isinya dapat diterima karena memenuhi logika tekstual (*koherensi*);
3. Teks diproduksi dengan maksud tertentu (*intensionalitas*);
4. Dapat diterima oleh pembaca/masyarakat (*keberterimaan*);
5. Memiliki kaitan secara semantik dengan teks yang lain (*intertekstualitas*);
6. Mengandung informasi dan pesan tertentu (*informativitas*).

Untuk dapat memahami teks naratif pada *annual report*, dalam konteks penelitian ini diperlukan analisis semiotik untuk memahami makna dari tiap kata, simbol, dan kalimat yang terkandung dalam teks naratif tersebut. Chandler (2007) dalam Otubanjo dan Melewar (2007) mendefinisikan analisis semiotik sebagai analisis yang menyajikan langkah-langkah bagaimana tanda-tanda seperti identitas perusahaan, laporan sosial perusahaan dan lain-lain diinterpretasikan sehingga memiliki makna. Menurut Otubanjo dan Melewar (2007), langkah-langkah analisis semiotik adalah:

1. Mengidentifikasi dan menjabarkan teks;
2. Menguji sifat media yang digunakan untuk publikasi;
3. Mendiskusikan hubungan antara media pembawa dan *type-token*;
4. Mendiskusikan alasan pemilihan teks;
5. Mengidentifikasi penanda dan yang ditandai dalam publikasi.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai CSR lebih banyak daripada penelitian mengenai *carbon accounting*. Alasannya, *carbon accounting* tergolong format akuntansi yang masih baru. Hingga saat ini sudah banyak pihak yang mencoba melakukan penelitian mengenai pengungkapan emisi karbon. Penelitian-penelitian tersebut berkembang seiring dengan meningkatnya perhatian dunia terkait perubahan iklim. Berikut adalah beberapa penelitian terkait *carbon accounting*.

Kolk *et al* (2008) menginvestigasikan respon perusahaan atas perubahan iklim dalam kaitannya dengan pengembangan mekanisme pelaporan gas rumah kaca, khususnya pengungkapan karbon pada perusahaan-perusahaan terbesar di dunia (FT 500). Pertama, peneliti menyajikan beberapa latar belakang dan konteks pada evolusi perdagangan dan pengungkapan karbon. Kemudian peneliti mengembangkan suatu kerangka kerja konseptual menggunakan teori pemerintahan global, teori institusional, dan *commensuration theory* untuk memahami peran pengungkapan karbon terhadap munculnya rezim iklim. Selanjutnya menganalisis lebih dalam mekanisme pengungkapan dan pelaporan karbon yang mengacu pada *Carbon Disclosure Project* (CDP). Hasil penelitian menunjukkan, respon CDP telah berhasil menggunakan investor institusi untuk mendesak perusahaan dalam mengungkapkan informasi yang luas tentang kegiatan perubahan iklim mereka. Kolk *et al* (2008) menegaskan pengungkapan karbon telah mencapai beberapa kemajuan dalam hal teknis, namun tidak dengan dimensi kognitif dan nilai.

Nugroho (2009) melakukan penelitian tentang CSR, penelitian ini dilakukan dalam paradigma interpretative dengan menggunakan pendekatan semiotik. Nugroho (2009) berusaha untuk memaparkan bahwa pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan dirancang oleh perusahaan sebagai cerita retorik guna membangun citra positif bahwa perusahaan berkaitan dengan isu-isu sosial dan lingkungan. Oleh karena itu, perusahaan secara proaktif berupaya melaporkan strategi untuk mendapatkan legitimasi dari *stakeholders*.

Patricia (2011) meneliti tentang manfaat penerapan *carbon accounting* di Indonesia dengan menggunakan analisis deskriptif. Secara eksplanatif Patricia (2011) memaparkan bahwa bagi perusahaan, penerapan akuntansi karbon dapat menjadi bagian dari CSR dan membawa dampak positif bagi perusahaan. Sedangkan bagi pemerintah Indonesia, dapat mendorong jalur kerjasama internasional terkait dengan REDD (*Reducing Emissions from Deforestation and forest Degradation*) untuk mengurangi emisi karbon sehingga polusi udara akan berkurang dan kesehatan masyarakat di daerah industri juga akan meningkat. Penerapan akuntansi karbon juga bisa mengurangi bencana alam potensial, pembangunan infrastruktur baru melalui dana dari kemitraan REDD sehingga muncul lapangan kerja baru.

Berthelot dan Robert (2011) meneliti tentang sejauh mana kepatuhan perusahaan-perusahaan minyak dan gas di Kanada terhadap pedoman *Canadian Institute of Chartered Accountant* dalam pengungkapan perubahan iklim pada laporan tahunan perusahaan mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan sangat rendah. Penelitian ini menunjukkan bahwa *media-politic exposure*, kinerja komite lingkungan, dan struktur kepemilikan sangat mempengaruhi tingkat pengungkapan perusahaan.

Jannah (2014) mencoba untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh *media exposure*, tipe industri, profitabilitas, ukuran perusahaan, kinerja lingkungan, dan *leverage* terhadap pengungkapan emisi karbon pada perusahaan sektor energi di Indonesia. Metode yang digunakan adalah uji asumsi klasik pada analisis data dan analisis regresi untuk menguji hipotesis pada laporan tahunan

semua perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010 – 2012. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa semua faktor berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon, kecuali kinerja lingkungan.

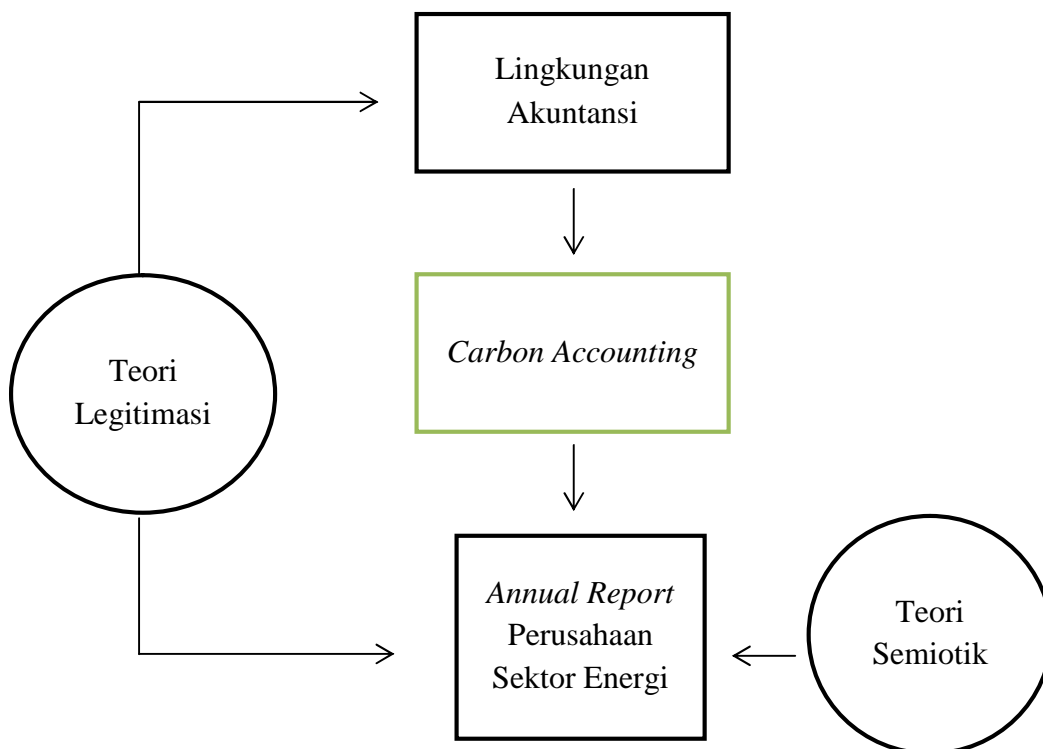
Dari penelitian-penelitian di atas ditemukan bahwa secara teknis implementasi penurunan emisi karbon sudah banyak dilakukan perusahaan sektor energi di berbagai negara sebagai bentuk respon perusahaan terhadap perubahan iklim. Tuntutan regulasi dan tuntutan *stakeholders* diyakini telah berhasil dalam mendesak perusahaan sektor energi untuk mengungkapkan informasi terkait kegiatan penurunan emisi karbon mereka. Namun, beberapa penelitian menyebutkan bahwa secara kognitif tingkat pemahaman pengungkapan emisi karbon masih tergolong rendah.

Di Indonesia, tingkat pemahaman pengungkapan emisi karbon juga masih tergolong rendah. Hal ini ditunjukkan dengan masih sedikitnya perusahaan yang melakukan pengungkapan emisi karbon pada laporan perusahaannya. Pengungkapan semacam ini cenderung dilakukan oleh perusahaan multinasional saja. Sementara itu, penelitian yang telah dilakukan sebelumnya terkait hal ini cenderung diteliti dalam konteks faktor - faktor yang mempengaruhi pengungkapan emisi karbon dari segi kuantitatif dan didasarkan pada analisis statistik. Oleh sebab itu, penelitian ini mencoba untuk melakukan analisis studi empiris terhadap praktik *carbon accounting* dalam konteks kualitatif terhadap pengungkapan emisi karbon yang telah dilakukan pada beberapa perusahaan sektor energi di Indonesia. Pasalnya, perusahaan sektor energi merupakan perusahaan yang berkontribusi besar atas emisi karbon di atmosfer.

2.3 Kerangka Pemikiran

Untuk mempermudah pemahaman penalaran logika penelitian ini, maka dibuat kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.1 Model Penalaran Logis



Catatan : Tanda panah tidak menunjukkan suatu korelasi, tetapi model penalaran logis untuk memahami pengungkapan emisi karbon suatu perusahaan.

Nurkhasanah (2009) menyatakan bahwa lingkungan akuntansi adalah segala sesuatu yang mempengaruhi aktivitas akuntansi dalam suatu lembaga atau organisasi. Lingkungan akuntansi meliputi : 1) dunia bisnis, 2) sistem hukum

(*legal system*), 3) adat istiadat masyarakat yang berlaku, 4) kode etik profesi untuk pengaturan diri sendiri, 5) sikap lembaga-lembaga luar seperti pemerintah, perbankan, dan lain-lain (Colditz dan Gibbins, 1972).

Dalam konteks penelitian ini, tuntutan regulasi, *stakeholders*, dan faktor perubahan iklim yang kian menjadi sorotan dunia bisnis semakin memaksa suatu perusahaan untuk mengungkapkan aktivitas pertanggungjawaban sosial mereka. *Carbon Accounting* (CA) merupakan salah satu aktivitas pertanggungjawaban sosial perusahaan. Patricia (2011) mendefinisikan CA sebagai suatu mekanisme pengukuran, pengaturan strategi, pencatatan biaya yang dikeluarkan, dan pelaporan kepada *stakeholders* terkait aktivitas penurunan emisi karbon.

Pengungkapan aktivitas CA tertuang dalam *annual report* perusahaan. Menurut Branco (2006), *annual report* diyakini sebagai alat yang paling penting yang digunakan perusahaan untuk berkomunikasi dengan *stakeholders*. Untuk memahami *annual report*, penelitian ini menggunakan teori semiotik, yaitu teori yang mempelajari tanda yang ada di dalam kehidupan manusia (Hoed, 2007). Dengan kata lain, semua yang hadir dalam kehidupan kita dilihat sebagai tanda dan sesuatu yang harus kita berimakna.

Lebih lanjut, penelitian ini juga memperhatikan teori legitimasi yang erat kaitannya dengan lingkungan akuntansi. Hal ini senada dengan apa yang diungkapkan Pradini (2013) bahwa teori legitimasi merupakan teori utama yang

dijadikan landasan dalam menjelaskan aktivitas pengungkapan lingkungan oleh perusahaan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan teori semiotik dalam metode penelitiannya. Dalam pandangan semiotik menurut Saussure (1857-1913), bahasa merupakan suatu sistem tanda dan mewakili sesuatu yang lain yang disebut makna. Fokus dari penelitian ini adalah makna-makna yang terkandung dalam tanda dan struktur bahasa dalam *annual report* perusahaan, sehingga penelitian ini tidak menggunakan angka-angka sebagai indikator variabel dalam menjawab permasalahan penelitian. Oleh karena itu, metode kuantitatif diyakini kurang tepat untuk penelitian ini. Dengan demikian, penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode semiotik. Pendekatan kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata lisan atau tertulis dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Bogdan dan Tylor, 1993).

3.1.1 Obyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah PT. Aneka Tambang, Tbk. (Antam) dan PT. Gas Negara, Tbk. (PGN). Antam merupakan perusahaan di bidang pertambangan yang didirikan pada tahun 1968, sedangkan PGN merupakan perusahaan di bidang transmisi dan distribusi gas bumi yang didirikan pada tahun

1859. Oleh karena itu, Antam dan PGN layak dijadikan obyek penelitian, mengingat pengalamannya yang begitu lama dalam industri sektor energi.

Pada tahun 2013 Antam meraih peringkat kedua kategori BUMN Non Keuangan *Listed* dalam ajang *Annual Report Award* 2013. Pada tahun 2012 di ajang yang sama, Antam meraih penghargaan sebagai juara umum. Sementara PGN berhasil meraih peringkat pertama dunia dalam *Vision Award League of American Communications Professionals Annual Report Competition* pada tahun 2013 dengan laporan tahunan yang bertajuk "*Energy for Life*" serta sejumlah penghargaan bergengsi lainnya.

Atas dasar prestasi di atas, *annual report* Antam dan PGN digunakan sebagai obyek penelitian. *Annual report* yang dimaksud adalah *annual report* Antam tahun 2011-2013 dan *annual report* PGN tahun 2011-2013. Pemilihan tahun pelaporan ini disesuaikan dengan pemberlakuan realisasi aktivitas *carbon accounting* oleh kedua perusahaan. Baik Antam maupun PGN sama-sama memulai realisasi aktivitas *carbon accounting* pada tahun 2011.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan jenis data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari berbagai sumber yang sudah ada. Sugiyono (2005) mengungkapkan bahwa data sekunder adalah data yang secara tidak langsung memberikan data kepada peneliti. Data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah *annual report* PGN dan Antam. *Annual report* tersebut diperoleh melalui situs resmi masing-masing perusahaan. Dengan kata lain, sumber data penelitian ini adalah sumber data

internal yaitu dari dalam institusi itu sendiri yang mendeskripsikan keadaan di dalamnya. Dalam konteks penelitian ini, data yang dianalisis adalah teks naratif pada *annual report* tersebut.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam proses pengumpulan data, penelitian ini menggunakan metode studi dokumentasi. Studi dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang tidak secara langsung ditujukan kepada subjek penelitian atau melalui buku, surat kabar, literatur, dan sumber bacaan lain (*internet*) yang terkait dengan penelitian (Kriswanto, 2008).

3.4 Metode Analisis

Dalam menganalisis pengungkapan emisi karbon pada *annual report* PGN dan Antam, penelitian ini menggunakan metode semiotik. Metode ini secara prinsip dibagi menjadi dua sifat yaitu kualitatif-interpretatif dan kualitatif-empiris. Metode kualitatif-interpretatif lebih berfokus pada kode dan teks yang nampak secara visual sedang kualitatif-empiris membahas pada subyek pengguna teks (Kusumarini, 2006). Penelitian ini menggunakan metode semiotik yang bersifat kualitatif-interpretatif karena fokus kepada *narrative text* pada *annual report* PGN dan Antam.

Menurut Otubanjo dan Melewer (2007) alur metode analisis semiotik adalah sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi dan menjabarkan teks

Langkah pertama dari pendekatan semiotik adalah melampirkan salinan dari teks, mengidentifikasi kekurangan teks, mendeskripsikan teks secara jelas, serta mendeskripsikan media penyampaian teks.

2. Menguji sifat dari media yang digunakan untuk publikasi

Langkah ini menjelaskan sifat dari media yang digunakan untuk publikasi berdasar pada tujuan, target pengguna media, jumlah yang diterbitkan, frekuensi publikasi, sejarah, reputasi, dan kepemilikan media.

3. Mendiskusikan hubungan antara pembawa media dan *type-token*

Pertama, mendiskusikan bagaimana media dianalisis sehubungan dengan perbedaan *type-token*, misalnya, teks yang terletak dibanyak teks, contoh: poster, atau termasuk unik, contoh: lukisan aktual. Kedua, mendiskusikan bagaimana sebuah teks mempengaruhi interpretasinya.

4. Mendiskusikan alasan mengapa teks tersebut dipilih

Dalam langkah ini ditentukan manakah yang menjadi penanda dalam teks, apakah yang ditandai, dan sistem apakah yang membuat tanda menjadi punya arti.

5. Mengidentifikasi penanda dan yang ditandai di dalam publikasi tersebut.

Hall (1999), mengungkapkan bahwa penanda adalah media dari materi atau bagian fisik dari tanda, misalnya, logo perusahaan, kata-kata yang tertulis pada iklan, slogan, gambar. Sedangkan yang ditandai adalah konsep mental yang dimaksudkan oleh para penanda. Dalam langkah ini, tanda akan dianalisis secara penuh.