

PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP PRAKTEK PENGUNGKAPAN LINGKUNGAN

(Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing di BEI)

Maya Indriastuti

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Email: maya.beeyantoro@yahoo.com

maya_smilegirl@yahoo.com

Abstract

In the era of globalization, environmental awareness has brought about changes in attitudes towards profit orientation of the social orientation of the company. Management as the agent can not avoid the reality of the impact of corporate activity that not only generate profits / raise stock prices, but also have environmental impacts such as damage to ecosystems, pollution, and so forth. The purpose of this study was to analyze the influence of firm characteristics on environmental disclosure in corporate annual reports in Indonesia. The population in this study is the entire company manufatur a listing on the Stock Exchange in 2010 with a sample of 60 manufacturing companies listing on the Stock Exchange. Analysis of the data used is multiple linear regression. The results of this study indicate that company size (net sales) has no effect on environmental disclosure. While the type of industry a significant positive effect, and profitability (ROA) significant negative effect on environmental disclosure.

Key words: environmental disclosure, firm size, industry type, profitability

PENDAHULUAN

Pertumbuhan kesadaran tanggung jawab sosial perusahaan mengakibatkan adanya kritik terhadap penggunaan laba sebagai satu-satunya alat ukur kinerja perusahaan. Pengungkapan sosial perusahaan didefinisikan sebagai ketentuan dari informasi keuangan dan non keuangan yang berhubungan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan sosial dan fisiknya sebagaimana yang dinyatakan dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial yang terpisah (Guthrie dan Mathews, 1985). Pengungkapan sosial mencakup detail tentang lingkungan fisik, energi, sumber daya manusia, produk dan masalah keterlibatan masyarakat.

Laporan tahunan perusahaan terdiri dari pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*). Pengungkapan sukarela muncul ka-

rena adanya kesadaran masyarakat akan lingkungan sekitar, keberhasilan perusahaan tidak pada laba semata tetapi juga ditentukan dengan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat di sekitar perusahaan. Penelitian mengenai pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan lingkungan perusahaan telah dilakukan oleh beberapa peneliti dan sebagian besar dilakukan di negara-negara maju daripada di negara berkembang. Hasil penelitian di negara maju tidak bisa disamakan dengan di Negara berkembang. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba meneliti mengenai pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan lingkungan di Indonesia.

KAJIAN TEORITIS

Teori Agensi (Agency Theory)

Teori keagenan (Agency theory) merupakan basis teori yang mendasari praktik bisnis

perusahaan yang dipakai selama ini. Teori tersebut berakar dari sinergi teori ekonomi, teori keputusan, sosiologi, dan teori organisasi. Prinsip utama teori ini menyatakan adanya hubungan kerja antara pihak yang memberi wewenang (prinsipal) yaitu investor dengan pihak yang menerima wewenang (agensi) yaitu manajer, dalam bentuk kontrak kerja sama yang disebut "*nexus of contract*" (Jensen Meckling, 1976).

Teori agensi menganalogikan manajemen sebagai agen dari suatu *principal*, dan pada umumnya *principal* diartikan sebagai pemegang saham atau *traditional users* lain. Teori ini menjelaskan agen (manajemen) bekerja untuk *stakeholder*, dan salah satu pekerjaan mereka adalah memberikan informasi yang terkait dengan usaha yang dijalankan (Jensen Meckling, 1976).

Hubungan keagenan merupakan suatu kontrak antara prinsipal dengan agen (Setyapurnama, 2007). Masalah agensi timbul karena adanya konflik kepentingan antara *shareholders* dan manajer, karena tidak bertemunya utilitas yang maksimal antara mereka. Sebagai agen, manajer secara moral bertanggung jawab untuk mengoptimalkan keuntungan para pemilik (*principal*), namun disisi yang lain manajer juga mempunyai kepentingan memaksimalkan kesejahteraan mereka. Berkenaan dengan hal tersebut, ada kemungkinan besar agen tidak selalu bertindak demi kepentingan terbaik *principal* (Jensen dan Meckling, 1976).

Teori agensi menggunakan tiga asumsi sifat manusia yaitu: (1) manusia pada umumnya mementingkan diri sendiri (*self interest*), (2) manusia memiliki daya pikir terbatas mengenai persepsi masa mendatang (*bounded rationality*), dan (3) manusia selalu menghindari risiko/*risk averse* (Eisenhardt dalam Ujiyantho, 2007). Berdasarkan asumsi sifat dasar manusia tersebut manajer sebagai manusia akan bertindak *opportunistic*, yaitu mengutamakan kepentingan pribadinya (Haris, 2004).

Teori Stakeholder (Stakeholders Theory)

Teori *Stakeholder* mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh

para *stakeholders*. Perusahaan berusaha mencari pembenaran dari para *stakeholders* dalam menjalankan operasi perusahaannya. Semakin kuat posisi *stakeholders*, semakin besar pula kecenderungan perusahaan mengadaptasi diri terhadap keinginan para *stakeholders*nya.

Trekers (1983) menyatakan bahwa teori *stakeholder* merupakan suatu sistem yang secara eksplisit berbasis pada pandangan tentang suatu organisasi dan lingkungannya, mengakui sifat saling mempengaruhi antara keduanya yang kompleks dan dinamis. Robert (1992) menyatakan bahwa pengungkapan sosial perusahaan merupakan sarana yang sukses bagi perusahaan untuk menegosiasikan hubungan dengan *stakeholdernya*.

Teori Legimitasi

Teori legitimitasi menyatakan bahwa suatu organisasi hanya bisa bertahan jika masyarakat dimana dia berada merasa bahwa organisasi beroperasi berdasarkan sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai yang dimiliki oleh masyarakat. Dalam perspektif ini, perusahaan akan menghindarkan adanya peregulasian suatu aspek yang dirasakan akan lebih berat dari sisi *cost* karena mereka melakukan secara sukarela.

Lindblom (1994) menyatakan bahwa suatu organisasi mungkin menerapkan empat strategi legitimitasi ketika menghadapi berbagai ancaman legitimitasi. Ashforth dan Gibbs 1990; Dowling dan Pfeffer 1975; O'Donovan 2002 menyatakan bahwa legitimitasi dapat dikatakan sebagai manfaat atau sumber potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup.

Pengungkapan Lingkungan

Pengungkapan (*disclosure*) didefinisikan sebagai penyediaan sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal efisien (Hendriksen, 1996 dalam Zuhroh dan Pande, 2003). Wolk dan Tearney (1980) dalam Marwata (2000: 7) menyatakan ungkapan mencakup penyediaan informasi yang diwajibkan oleh badan berwenang maupun yang secara sukarela dilakukan peru-

sahaan, yang berupa laporan keuangan, informasi tentang kejadian setelah tanggal laporan, analisis manajemen atas operasi perusahaan yang akan datang, perkiraan keuangan dan operasi pada tahun yang akan datang, dan laporan keuangan tambahan yang mencakup ungkapan menurut segmen dan informasi lainnya di luar harga perolehan.

Tujuan Pengungkapan

Tujuan pengungkapan menurut Belkaoui (2000: 219) adalah:

1. Untuk menjelaskan *item-item* yang diakui dan untuk menyediakan ukuran yang relevan bagi *item-item* tersebut, selain ukuran dalam laporan keuangan.
2. Untuk menjelaskan *item-item* yang belum diakui dan untuk menyediakan ukuran yang bermanfaat bagi *item-item* tersebut.
3. Untuk menyediakan informasi untuk membantu investor dan kreditor dalam menentukan resiko dan *item-item* yang potensial untuk diakui dan yang belum diakui.
4. Untuk menyediakan informasi penting yang dapat digunakan oleh pengguna laporan keuangan untuk membandingkan antarperusahaan dan antar tahun.
5. Untuk menyediakan informasi mengenai aliran kas masuk dan keluar di masa mendatang.
6. Untuk membantu investor dalam menetapkan *return* dan investasinya.

Luas Pengungkapan

Keluasan pengungkapan adalah salah satu bentuk kualitas pengungkapan. Hendriksen (1997: 204) menyatakan bahwa tingginya kualitas informasi akuntansi

sangat berkaitan dengan tingkat kelengkapan pengungkapan. Ada tiga konsep mengenai luas pengungkapan yaitu *adequate*, *fair* dan *full disclosure*. Konsep yang paling sering dipraktekkan adalah pengungkapan yang cukup (*adequate disclosure*), yaitu pengungkapan minimum yang disyaratkan oleh peraturan yang berlaku, di mana pada tingkat pengungkapan ini investor dapat menginterpretasikan angka-angka dalam laporan keuangan dengan benar.

Pengungkapan yang fair (*fair disclosure*) mengandung sasaran etis dengan menyediakan informasi yang layak terhadap pembaca (investor) potensial. Pengungkapan penuh (*full disclosure*) merupakan pengungkapan atas semua informasi yang relevan. Menurut Meek, Roberts dan Gray (1950) dalam Suripto (1998) ada dua jenis pengungkapan dalam hubungannya dengan persyaratan yang ditetapkan oleh standar, yakni: (1) pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*), yaitu pengungkapan informasi yang diharuskan oleh peraturan yang berlaku. Jika perusahaan tidak bersedia untuk mengungkap informasi secara sukarela, pengungkapan wajib akan memaksa perusahaan untuk mengungkapkannya; (2) pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*), merupakan pilihan bebas manajemen perusahaan untuk memberikan informasi akuntansi dan informasi lainnya yang dipandang relevan untuk pembuatan keputusan oleh pemakai laporan tahunannya.

Kategori Pengungkapan

Kategori pengungkapan yang dikembangkan dalam wacana akuntansi pertanggungjawaban adalah kategori yang terkait dengan *stakeholders*. Menurut Hackston dan Milne (1996) dalam Sembiring (2003) kategori pengungkapan pertanggungjawaban sosial dibagi menjadi tujuh kategori yang meliputi lingkungan, energi, produk/konsumen, masyarakat, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja dan umum.

Ukuran Perusahaan

Perusahaan besar melakukan aktivitas lebih banyak, sehingga memiliki pengaruh yang besar terhadap masyarakat, memiliki banyak pemegang saham yang punya perhatian terhadap program lingkungan yang dilakukan perusahaan dan laporan tahunan merupakan alat yang efisien untuk mengkomunikasikan informasi ini (Cowen *et. al.*, 1987). Meskipun demikian, tidak semua penelitian mendukung hubungan ukuran-pengungkapan. Robert (1992); Davey (1982); dan Ng (1985) meny-

takan bahwa tidak ada hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan sosial perusahaan. Sebaliknya Hackston dan Milne (1996) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh pengungkapan lingkungan perusahaan. Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H1 : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap praktek pengungkapan lingkungan perusahaan.

Tipe Industri

Dierkes dan Preston (1977) dalam Hackston dan Milne (1996) berpendapat bahwa kegiatan ekonomi mempengaruhi lingkungan, seperti industri *extractive* akan lebih suka mengungkapkan informasi tentang pengaruh terhadap lingkungan mereka dibandingkan dengan perusahaan di industri lain. Perusahaan yang berorientasi pada konsumen diduga akan memberikan perhatian yang lebih besar dengan menunjukkan tanggungjawab sosial mereka, karena hal ini akan menambah *image* perusahaan dan mempengaruhi penjualan (Cowen *et al.*, 1987).

Hasil ini didukung penelitian Patten (1991) dan Cowen *et al.*, (1987), menyatakan bahwa tipe industri mempengaruhi pengungkapan lingkungan. Kelly (1981) menemukan bahwa perusahaan industri utama dan sekunder mengungkapkan lebih banyak informasi yang berhubungan dengan lingkungan dan energi dibandingkan dengan perusahaan di bidang industri tersier, sedangkan hubungan yang berkebalikan ditemukan untuk informasi yang berhubungan dengan interaksi masyarakat. Patten (1991) dan Robert (1992) juga menemukan hubungan positif antara industri *high profile* dan jumlah pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan. Hackston dan Milne (1996) membuktikan bahwa terdapat hubungan antara tipe industri dan pengungkapan lingkungan perusahaan. Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H2 : Tipe industri berpengaruh terhadap praktek pengungkapan lingkungan perusahaan.

Profitabilitas Perusahaan

Bowman & Haire, (1976) dalam Hackston dan Milne (1996) menyatakan bahwa profitabilitas adalah faktor yang memungkinkan manajemen bebas dan fleksibel untuk melakukan program-program pertanggungjawaban sosial yang ekstensif pada pemegang saham. Robert (1992); Bowman dan Haire (1976); dan Preston (1978) menemukan pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan lingkungan perusahaan. Sebaliknya Patten (1991); Davey (1982); Ng (1985); Cowen *et al.*, (1987); Belkaoui dan Karpiks (1989); dan Hackston dan Milne (1996) menemukan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan lingkungan perusahaan. Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H3 : Profitabilitas berpengaruh terhadap praktek pengungkapan lingkungan perusahaan.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010 dengan sampel sebanyak 60 perusahaan manufaktur. Sampel diambil dengan *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Perusahaan manufaktur yang *listing* di BEI tahun 2010
- b. Perusahaan tersebut minimal selama tiga tahun tetap *listing* di BEI untuk menunjukkan *going concern*nya.
- c. Perusahaan melakukan praktik pengungkapan lingkungan yakni ditunjukkan dengan minimal melakukan pengungkapan salah satu tema *voluntary disclosure* (lingkungan, kemasyarakatan, tenaga kerja, produk, konsumen atau energi).

Definisi Operasional Variabel

Pengungkapan Lingkungan Perusahaan

Pengukuran untuk pengungkapan lingkungan perusahaan didalam penelitian ini menggunakan analisis isi (*content analysis*). Analisis isi merupakan suatu metode kodifikasi teks (atau konteks) dari suatu tulisan menjadi

beberapa kelompok (atau kategori) tergantung dari yang dibuat (Weber, 1988). Krippendorff (1980) dalam Hackston dan Milne (1996) menyatakan bahwa “analisis isi merupakan suatu teknik untuk membuat inferensi yang *replicable* dan *valid* dari data tergantung dari konteksnya”.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dimana perusahaan besar melakukan aktivitas lebih banyak, sehingga memiliki pengaruh yang besar terhadap masyarakat, memiliki banyak pemegang saham yang punya perhatian terhadap program lingkungan yang dilakukan perusahaan (Cowen *et. al.*, 1987). Pengukuran ukuran perusahaan dalam penelitian ini menggunakan penjualan bersih (Belkoui dan Karpiks, 1989).

Tipe industri

Industri *high profile* didefinisikan sebagai industri yang memiliki visibilitas konsumen, resiko politik yang tinggi, atau kompetisi yang tinggi Robert (1992). Variabel ini diukur dengan suatu klasifikasi dikotomi industri menjadi *high profile* dan *low profile*. Dalam penelitian ini

Profitabilitas Perusahaan

Profitabilitas diartikan sebagai kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba yang diukur dengan menggunakan *Return on Asset* (ROA) (Hackston dan Milne, 1996; Cowen *et. al.*, 1987). ROA dapat dihitung dengan rumus:

$$ROA = \frac{\text{Laba sebelum pajak}}{\text{Total asset}}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis regresi berganda dengan variabel terikat pengungkapan lingkungan dan variabel bebas yang terdiri dari ukuran perusahaan, tipe industry, dan profitabilitas, serta koefisien regresi sebagaimana tercantum pada tabel 1 berikut ini :

$$Y = 6,814 + 0.503X1 + 1.016X2 - 0.325X3$$

Pengujian Hipotesis Pertama

Hasil perhitungan variabel ukuran perusahaan terhadap pengungkapan lingkungan diperoleh nilai *p-value* sebesar 0.625, dimana nilai *p-value* tersebut lebih besar dari nilai *level*

Tabel 1
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstd Coef		Std Coef	T	Sig.	F
	B	Std. Error	Beta			
Constant	6,814	8,426		1.303	0,342	
Ukuran Perusahaan	0.503	0,452	0,515	0,383	0.625	0,001
Tipe Industri	1,016	2,706	0,467	5,742	0.005	
Profita bilitas	-0.325	0,210	-0,215	-1,551	0.015	

Sumber: Output SPSS

klasifikasi tipe industri mengacu pada penelitian Hackston dan Milne (1996) yaitu memasukkan industri minyak, kimia, hutan, kertas, automobil, pertanian, minuman keras dan rokok sebagai *high profile*, sedangkan makanan, kesehatan, produk personal dan produk alat sebagai *low profile*.

of significance 0,05. Hal ini membuktikan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan lingkungan. Berdasarkan hasil analisis tersebut diperoleh nilai hubungan yang positif yaitu ditunjukkan dari nilai koefisien regresi dan nilai t-hitung yang positif sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan semakin tinggi ukuran perusahaan maka

kecenderungan pengungkapan lingkungan yang terjadi pada perusahaan akan mengalami peningkatan secara tidak signifikan.

Kondisi ini mengindikasikan bahwa untuk mendapat legitimasi, perusahaan besar tidak akan selalu melakukan aktivitas lingkungan lebih banyak agar mempunyai pengaruh pada pihak-pihak internal maupun eksternal yang mempunyai kepentingan terhadap perusahaan. Selain itu aspek hukum juga belum menghasilkan suatu hasil yang jelas tentang kewajiban perusahaan untuk melaporkan pengungkapan lingkungan atas kegiatan perusahaan. Dengan demikian hasil penelitian ini tidak mendukung teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan dapat bertahan apabila masyarakat di sekitarnya merasa bahwa perusahaan melakukan aktivitas bisnisnya sesuai dengan nilai yang dimiliki oleh masyarakat (Gray *et al.*, 1996).

Hasil penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan Kelly (1981), Patten (1991) dan Hacston dan Milne (1996) serta (Rahma Yulianti (2003) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan lingkungan perusahaan.

Pengujian Hipotesis Kedua

Hasil pengujian menunjukkan nilai *p-value* sebesar 0.005, dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai *level of significance* 0,05. Hal ini membuktikan bahwa profil industri berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan lingkungan dengan nilai koefisien regresi yang positif, sehingga dapat disimpulkan bahwa perusahaan dengan tipe *high profile* maka pengungkapan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut akan lebih besar bila dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki tipe *low profile*.

Hasil ini sejalan dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa industri *high profile* lebih banyak melakukan pengungkapan lingkungan karena aktivitas yang lebih banyak dan dibatasi oleh hukum. Selain itu luasnya pengungkapan lingkungan juga sesuai dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa

stakeholder merupakan pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan yang dapat mempengaruhi atau dapat dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan.

Kelly (1981); Patten (1991); Hacston dan Milne (1996); dan Muslim Utomo (1999) menyatakan bahwa perusahaan industri utama dan sekunder cenderung untuk mengungkapkan lebih banyak informasi yang berhubungan dengan lingkungan dan energi dibandingkan perusahaan di bidang industri tersier.

Pengujian Hipotesis Ketiga

Return On Asset merupakan tingkat pengembalian atas penggunaan asset perusahaan. Semakin tinggi *Return On Asset* berarti tingkat keuntungan yang dihasilkan perusahaan semakin tinggi pula, artinya tuntutan untuk melakukan pengungkapan lingkungan dari masyarakat luar juga akan semakin tinggi. Hasil pengujian atas variabel ini menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan lingkungan dengan *p-value* sebesar 0.015 atau dibawah nilai *level of significance* ($\alpha=0.05$) dengan nilai koefisien regresi yang negatif, artinya semakin rendah nilai *Return On Asset* maka pengungkapan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan akan semakin meningkat secara signifikan dan sebaliknya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan cenderung lebih berorientasi pada keuntungan, sejalan dengan hasil penelitian Donovan (2000) yang menyatakan bahwa pada saat perusahaan memperoleh keuntungan yang tinggi yaitu dengan tingkat *Return On Asset* yang tinggi maka perusahaan merasa tidak perlu untuk mengungkapkan pengungkapan lingkungan karena perusahaan sudah memperoleh kesuksesan *financial*. Sedangkan pada saat perusahaan memperoleh keuntungan yang rendah yaitu dengan *Return On Asset* yang rendah terdapat persepsi bahwa pengguna laporan senang untuk membaca berita baik (*good news*) tentang kinerja perusahaan dalam bidang lingkungan seperti kinerja lingkungan. Namun sebaliknya bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ng (1985),

Patten (1991) dan Hackston dan Milne (1996) yang menyatakan bahwa *Return On Asset* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan lingkungan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Beberapa simpulan yang dapat ditarik dari hasil analisis pengungkapan lingkungan pada perusahaan manufaktur tahun 2010 adalah sebagai berikut:

1. Ukuran perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pengungkapan lingkungan atau semakin besar ukuran perusahaan, pengungkapan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan tidak selalu luas.
2. Tipe industri berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan lingkungan atau industri *high profile* lebih banyak melakukan pengungkapan lingkungan karena aktivitasnya dan dibatasi hukum.
3. Profitabilitas yang dilihat dari nilai ROAnya mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan lingkungan atau semakin rendah nilai ROA maka pengungkapan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan akan semakin meningkat secara signifikan.
4. Ketiga variabel karakteristik perusahaan meliputi ukuran perusahaan, tipe industri, dan profitabilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengungkapan lingkungan dengan nilai signifikansi sebesar 0.001.

Saran

Saran-saran yang dapat diberikan berkaitan dengan hasil analisis dan pembahasan pada penelitian ini adalah: penelitian yang akan datang sebaiknya menambahkan variabel lain, memperpanjang periode pengamatan, dan jenis sampel perusahaan yang berbeda dalam penelitian karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anto Dayan. (1996). *Pengantar Metode Statistik Jilid I dan II*, LP3ES Jakarta.
- Belkaoui, .A dan Karpik, P.G. (1989), " Determinant of the corporate decision to disclose social information", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, vol. 2 No. 1. pp. 36-51
- Gujarati, Damodar N., 1995. *Basic Econometrics*. Third Edition. Me. Graw-Hill.
- Guthrie, J. dan Mathews, M.R. (1985), "Corporate social accounting in Australia" in Preston, LE. (Ed.), *Research in Corporate Social Performance and Policy*, Vol. 7. Pp.251-77
- Guthrie, J. dan Parker, L.D. (1990), "Corporate social disclosure practice: a comparative international analysis", *Advances in Public Interest Accounting*, Vol. 3. Pp. 159-75.
- Hackston, David. dan Markus, J Milne, (1996), "Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand Companies", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 9 No. 1, pp. 77-108.
- Haris Wibisono. (2004), "Pengaruh Earnings Management Terhadap Kinerja di Seputar SEO". *Tesis*. Program Studi Magister Sains Akuntansi. Universitas Diponegoro. Semarang. Tidak Dipublikasikan.
- Kelly, G.J (1981) "Australian social responsibility disclosure: some insights into contemporary measurement", *Accounting and Finance*, Vol. 21 No. 2, pp. 97-104.

- Krippendorff, K. (1980), *Content Analysis: An Introduction to its Methodology*, Sage, London.
- Muslim Utomo, M (1999), *Praktek Pengungkapan Sosial pada Laporan Tahunan Perusahaan Di Indonesia*, Makalah SNA III.
- Ng, L. W. (1985), "Social responsibility disclosures of selected New Zealand companies for 1981, 1982, 1983", Occasional paper No. 54, Massey University, Palmerston North.
- Patten, D. M. (1991), "Exposure, legitimacy, and social disclosure", *Journal of Accounting and Public Policy*, Vol. 10, pp. 297-308.
- Roberts, R.W. (1992), "Determinants of corporate social responsibility disclosure: an application of stakeholder theory", *Accounting, Organizations and Society* Vol. 17 No. 6, pp. 595-612
- Ujiyantho, Muh. Arief dan Pramuka, Bamabng Agus, 2007, *Mekanisme Corporate Governance*, Manajemen Laba dan Kinerja Keuangan (studi pada perusahaan go publik sektor manufaktur), Simposium Nasional Akuntansi, Makassar, 26-28 Juli 2007