

AKUNTANSI: Jurnal Akuntansi Integratif

Vol.5 No.2 Tahun 2019

p-ISSN 2502-5376

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *EARNINGS MANAGEMENT* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

PRININTHA NANDA SOEMARSONO¹, BANI ALKAUSAR²

Universitas Airlangga^{1,2}

Email: prininta.nanda@yokasi.unair.ac.id bani.alkausar@yokasi.unair.ac.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kemampuan earnings management untuk menjadi variabel mediasi dalam hubungan antara corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dari sisi investor/calon investor. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 108 perusahaan yang masuk dalam kompetisi Indonesia Most Trusted Company periode 2009 hingga 2014. Path analysis digunakan oleh peneliti untuk mengetahui pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung antara variabel eksogen dan variabel endogen dalam penelitian ini. Pengujian hipotesis dilakukan dengan bantuan SPSS ver. 20. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah corporate social responsibility memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan dari sisi investor/calon investor, dan earnings management memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Earnings management tidak mampu menjadi variabel mediasi dalam hubungan antara corporate social responsibility dengan nilai perusahaan dari sisi investor/calon investor.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility, Earnings Management, Nilai Perusahaan, Path Analysis*

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the ability of earnings management to be a mediating variable in the relationship between and corporate social responsibility to corporate value of the investor / prospective investors. The sample used in this study was 108 companies that entered the competition Indonesia Most Trusted Company between 2009 and 2014. Path analysis is used by researcher to determine direct and indirect effect between exogenous and endogenous variables in this study. Hypothesis testing is done using SPSS ver. 20. The results obtained in this study corporate social responsibility has a positive influence on the enterprise value, and earnings management has a negative effect on the enterprise value. Earnings management can not be a mediating variable in the relationship between corporate social responsibility with the enterprise value.

Keywords : Corporate Social Responsibility, Earnings Management, Corporate Value, Path Analysis

Pendahuluan

Corporate Social Responsibility telah menjadi topik penelitian yang penting sejak tahun 1960 (Jo dan Harjoto, 2012). Kewajiban penerapan *corporate social responsibility* di Indonesia telah diatur dalam UU No.40 Tahun 2007 pasal 74, sedangkan untuk skala internasional telah diatur dalam ISO 14001. Kewajiban yang diberikan kepada perusahaan untuk menerapkan peraturan mengenai *corporate social responsibility* dapat menimbulkan biaya yang tidak sedikit (Riduwan, 2011). Dalam menganggarkan dan mengidentifikasi biaya-biaya tersebut, akuntan internal perusahaan memiliki peran penting sebagai pembuat laporan yang berisi informasi biaya dan menjadi dasar dalam pengambilan keputusan manajerial. Identifikasi biaya menjadi tanggung jawab akuntan karena standar akuntansi di Indonesia memperbolehkan para akuntan untuk memilih metode akuntansi yang akan digunakan dalam membuat laporan keuangan dan menyajikan informasi mengenai kinerja perusahaan kepada para *stakeholder* (Setyorini dan Ishak, 2012). Meskipun penyerahan pemilihan metode akuntansi kepada para akuntan bertujuan agar dapat memilih yang terbaik bagi perusahaan, hal tersebut berpotensi menimbulkan kesalahan atau kecurangan dari pihak akuntan.

Kecenderungan para akuntan untuk memanipulasi laba dapat meningkat karena *corporate social responsibility* menuntut perusahaan untuk memberikan laporan yang berisi informasi mengenai kinerja perusahaan kepada para *stakeholder*. Banyaknya *stakeholder* perusahaan dan tujuan yang ingin dicapai terhadap masing-masing *stakeholder* sering membuat manajemen untuk memberikan laporan yang sesuai dengan tujuan dari masing-masing *stakeholder*. Untuk memenuhi banyaknya tujuan tersebut, manajemen, khususnya akuntan, memanfaatkan berbagai macam pilihan metode akuntansi untuk membuat laba yang dilaporkan atau laporan keuangan tampak sesuai dengan yang diinginkan.

Penelitian ini ingin mengetahui pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan terhadap praktek *earnings management* dalam perusahaan. Penelitian ini kemudian akan mengaitkan pengungkapan *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dipilih dalam penelitian ini karena salah satu tujuan perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan membuat perusahaan terlihat semakin menarik bagi investor/calon investor.

Kajian Pustaka

a. *Legitimacy Theory*

Legitimacy theory berpendapat bahwa manajemen perusahaan memiliki strategi khusus untuk menunjukkan kepada masyarakat bahwa perusahaan dapat memenuhi harapan masyarakat (Chan dkk., 2014). Apabila perusahaan mampu memenuhi seluruh harapan masyarakat kepada perusahaan, maka posisi perusahaan akan kuat (*legitimate*) di masyarakat.

Inti dari harapan masyarakat adalah ingin perusahaan tidak hanya memperhatikan perolehan keuntungan yang tinggi saja, tetapi juga kebutuhan masyarakat disekitar perusahaan yang terkena dampak dari proses operasional perusahaan. Oleh karena itu perusahaan melakukan *corporate social responsibility*, yang merupakan salah satu strategi perusahaan untuk menguatkan posisi perusahaan di masyarakat.

Untuk menunjukkan bahwa perusahaan adalah *good corporate citizen* dan telah melakukan seluruh tanggung jawabnya, perusahaan mengungkapkan seluruh aktivitas *corporate social responsibility* yang telah dilakukan. Pengungkapan tersebut berupa laporan *corporate social responsibility* yang berfungsi sebagai media pertanggungjawaban kepada masyarakat serta alat penunjang bagi investor untuk menilai perusahaan.

b. *Signaling Theory*

Signaling theory mengisyaratkan bahwa perusahaan cenderung untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal perusahaan untuk menunjukkan sisi positif dari perusahaan (Retno dan Priantina, 2012). Salah satu cara perusahaan untuk memberikan informasi adalah dengan menerbitkan laporan yang bersifat wajib maupun sukarela, seperti laporan keuangan dan laporan *corporate social responsibility*.

Masalah mulai timbul ketika perusahaan sedang berada pada kondisi yang buruk. Manajemen yang selalu ingin menunjukkan kondisi keuangan perusahaan dalam keadaan baik membuat manajemen mulai berperilaku *opportunistic* (Sun dkk., 2010). Manajemen melakukan *earnings management* untuk menutupi kondisi keuangan perusahaan yang sedang buruk.

Perilaku manajemen yang *opportunistic* tersebut dapat diminimalkan melalui penerapan *corporate social responsibility*, karena dapat meningkatkan transparansi di perusahaan (Toukabri dkk., 2014). Selain itu, pengungkapan *corporate social responsibility* bertujuan untuk menunjukkan kepada masyarakat bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab. Masyarakat akan melihat sisi positif dari perusahaan dan menganggap bahwa perusahaan merupakan *good corporate citizen*.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif digunakan untuk menguji adanya hubungan atau pengaruh yang terdapat antara variabel-variabel dalam penelitian ini. Variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini diukur agar dapat dianalisis menggunakan *path analysis*. *Path analysis* merupakan salah satu model persamaan struktural, yang digunakan untuk menjelaskan pola hubungan serta akibat langsung dan tidak langsung dari variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini. *Path analysis* merupakan variasi dari analisis regresi berganda yang dapat digunakan untuk mengetahui variabel eksogen yang dominan mempengaruhi variabel endogen. Hasil dari metode statistik tersebut kemudian diinterpretasikan menjadi suatu kesimpulan. Metode penelitian kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian komparatif. Metode komparatif menganalisa faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya hubungan antar variabel penelitian.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang masuk dalam peringkat *The Indonesia Most Trusted Company* yang diterbitkan oleh majalah SWA mulai tahun 2011 hingga tahun 2014. Peringkat *The Indonesia Most Trusted Company* ditetapkan berdasarkan penilaian *Corporate Governance Perception Index* yang dilakukan kepada perusahaan-perusahaan yang mendaftarkan. Standar penilaian *Corporate Governance Perception Index* dikeluarkan oleh *Indonesian Institute of Corporate Governance*. Pengambilan sampel untuk penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 108 perusahaan.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini melakukan *path analysis* dengan menggunakan bantuan SPSS versi 20. Model persamaan struktural yang akan dianalisis adalah:

1. $EM = \beta_1 CSR + e$
2. $NP = \beta_2 CSR + \beta_3 EM + e$

Tabel 1
Hubungan Antar Variabel Penelitian

No.	Jalur	Sig.	Pengaruh		
			Langsung	Tidak Langsung	Total
1	CSR → NP	0,004 Signifikan	0,286	-	-
2	CSR → EM	0,933 Tidak Signifikan	0,009	-	-
3	EM → NP	0,025 Signifikan	-0,214	-	-
4	CSR → EM → NP	Tidak Signifikan	0,286	0,009x-0,214 = -0,00193	0,284

- a. Pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dari sisi investor/calon investor

Hasil analisis menggunakan SPSS menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dari sisi investor/calon investor. Nilai koefisien pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dari sisi investor/calon investor sebesar 0,286. Tingkat signifikansi yang diperoleh adalah sebesar 0,004, lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,1. Hasil analisis tersebut mendukung hipotesis 5 (H5), Hasil dari penelitian ini mendukung hasil penelitian milik (Servaes dan Tamayo, 2013), (Utami dan Gunawan, 2008), dan (Ding, 2014).

Adanya pengaruh yang diberikan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa investor/calon investor di Indonesia tidak hanya berpatokan pada indikator keuangan dalam menilai perusahaan. Para investor/calon investor saat ini sudah mulai memperhatikan lingkungan dan mulai menuntut perusahaan untuk menerapkan *corporate social responsibility*. Penerapan *corporate social responsibility* menunjukkan bahwa perusahaan tersebut berusaha untuk meminimalkan dampak negatif yang dapat ditimbulkan aktivitas operasional perusahaan terhadap lingkungan. Hal tersebut juga akan meminimalkan resiko perusahaan akan menghadapi tuntutan hukum terkait pencemaran atau merusak lingkungan.

- b. Pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap praktek *earnings management*

Hasil analisis menggunakan SPSS menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap praktek *earnings management*. Tingkat signifikansi yang diperoleh adalah sebesar 0,933, lebih besar dari tingkat signifikansi 0,1. Hasil analisis tersebut tidak mendukung hipotesis 6 (H6). Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian milik Toukabri dkk. (2014) dan Anderson dkk. (2014).

Ada kemungkinan perusahaan-perusahaan di Indonesia menerapkan *corporate social responsibility* hanya untuk melaksanakan peraturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah, sehingga perusahaan-perusahaan tersebut belum tentu memiliki etika yang cukup baik. Oleh karena itu perusahaan masih melakukan *earnings management*, meskipun telah menerapkan *corporate social responsibility*.

- c. Pengaruh praktek *earnings management* terhadap nilai perusahaan dari sisi investor/calon investor

Hasil analisis menggunakan SPSS menunjukkan bahwa praktek *earnings management* berpengaruh negatif terhadap penilaian perusahaan dari sisi investor/calon investor. Nilai koefisien pengaruh *earnings management* terhadap nilai perusahaan adalah -0,214. Tingkat signifikansi yang diperoleh adalah sebesar 0,025, lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,1. Hasil analisis tersebut mendukung hipotesis 3 (H_3). Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian milik Herawaty (2009), Achyani dkk. (2015), dan (Kamil, 2014) yang menyatakan bahwa *earnings management* berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan.

Para investor mencari informasi mengenai perusahaan dari berbagai sumber terpercaya mereka, seperti pihak dalam perusahaan dan berbagai media pemberitaan yang lain. Oleh karena itu investor mampu mengetahui laporan keuangan suatu perusahaan yang telah dimanipulasi untuk suatu tujuan tertentu. Jika perusahaan mampu menutupi fakta atau kenyataan dalam laporan keuangannya dari para investor/calon investor ataupun *stakeholders* perusahaan yang lain, besar kemungkinan perusahaan tersebut akan mampu untuk menutupi lebih banyak lagi mengenai kondisi atau kinerja perusahaan. Oleh karena itu para investor cenderung menghindari perusahaan yang melakukan *earnings management* dalam laporan keuangannya. Hal tersebut membuat perusahaan tidak menarik bagi para investor, sehingga mengakibatkan turunnya nilai perusahaan bagi investor.

- d. *Earnings management* sebagai mediasi antara hubungan pengungkapan *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan dari sisi investor/calon investor

Hasil analisis menggunakan SPSS menunjukkan bahwa pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan dimediasi *earnings management* tidak signifikan. Hal tersebut karena terdapat hubungan yang tidak signifikan antara pengungkapan laporan *corporate social responsibility* dengan praktek *earnings management*, sedangkan hubungan antara praktek *earnings management* dengan nilai perusahaan dari sisi investor/calon investor tidak signifikan. Oleh karena itu praktek *earnings management* tidak dapat menjadi variabel mediasi dalam hubungan antara pengungkapan laporan *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan.

Koefisien jalur *corporate social responsibility* menuju nilai perusahaan melalui *earnings management* adalah -0,00193, diperoleh dari perkalian koefisien jalur *corporate social responsibility* menuju *earnings management* dengan koefisien jalur *earnings management* menuju nilai perusahaan. Koefisien jalur *corporate social responsibility* langsung menuju nilai perusahaan adalah 2,101. Koefisien pengaruh langsung lebih kuat daripada koefisien pengaruh tidak langsung melalui variabel mediasi.

Kesimpulan

Penelitian ini menganalisis *earnings management* sebagai mediasi dalam hubungan antara pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dari sisi investor/calon investor. Dari 192 perusahaan yang masuk dalam *Indonesia Most Trusted*

Company periode 2009 hingga 2014, peneliti menggunakan 108 perusahaan sebagai sampel dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan *path analysis* untuk melakukan pengolahan data, dengan dibantu program SPSS ver. 20.

Hasil analisis yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat dua dari empat jalur pengaruh langsung yang terbukti memiliki pengaruh signifikan. Jalur pertama adalah pengungkapan *corporate social responsibility* terbukti memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan dari sisi investor/calon investor. Koefisien yang diperoleh sebesar 0,286 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,004. Jalur kedua adalah *earnings management* terbukti memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan dari sisi investor/calon investor. Koefisien yang diperoleh sebesar -0,214 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,025. Hubungan antara *corporate social responsibility* terhadap *earnings management* terbukti tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

Hasil analisis *earnings management* sebagai variabel mediasi menunjukkan bahwa *earnings management* tidak mampu menjadi mediasi dalam hubungan antara *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dari sisi investor/calon investor. Koefisien jalur pengaruh tidak langsung dengan *earnings management* sebagai mediasi diperoleh sebesar -0,00193, lebih kecil dari koefisien jalur pengaruh langsung dalam hubungan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan sebesar 0,286.

Peneliti menghadapi beberapa keterbatasan selama melakukan penelitian, antara lain :

1. Akses majalah SWA

Akses majalah SWA menjadi kendala peneliti dalam memperoleh sampel penelitian. Peneliti hanya mampu mengakses majalah SWA mulai tahun 2009 hingga 2014, sehingga sampel penelitian yang diperoleh cukup sedikit.

2. Kurangnya jurnal pendukung

Selama melakukan penelitian, peneliti merasa bahwa jurnal pendukung yang membahas pengaruh *earnings management* dengan nilai perusahaan masih sedikit.

3. Buruknya laporan *corporate social responsibility* yang dikeluarkan perusahaan

Masih banyak perusahaan yang membuat laporan *corporate social responsibility* dengan kurang baik. Informasi yang diberikan dalam laporan tersebut sangat sedikit bahkan program *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan cukup sedikit.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, saran yang dapat diberikan penulis untuk penelitian selanjutnya antara lain :

1. Memperbanyak sampel yang digunakan. Semakin banyak data yang digunakan diharapkan hasil yang diperoleh dalam penelitian akan semakin valid. Jika penelitian selanjutnya memiliki akses majalah SWA dengan jangka waktu lebih panjang, diharapkan dapat menjadi evaluasi dari penelitian ini. Penelitian selanjutnya juga dapat mengganti kriteria perusahaan yang digunakan sebagai sampel penelitian, agar dapat memperoleh jumlah sampel yang cukup banyak.
2. Penelitian yang selanjutnya diharapkan dapat meneliti penyebab atau faktor-faktor internal maupun eksternal perusahaan yang membuat kompetisi *Indonesia Most Trusted Company* tidak mampu memberikan nilai tambah bagi perusahaan.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan mampu menggali lebih dalam mengenai pengaruh *earnings management* terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut untuk memperkaya *literature* terkait *earnings management* dan nilai perusahaan.

Daftar Pustaka

- Agustina, S. 2013. Pengaruh profitabilitas dan pengungkapan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 1(1).
- Amanti, L. (2012). Pengaruh good corporate governance terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan corporate sosial responsibility sebagai variabel pemoderasi (Studi kasus pada perusahaan rokok yang terdaftar di BEI). *Jurnal Akuntansi Unesa*, 1(1).
- Anderson, M. C., Hyun, S., dan Warsame, H. A. 2014. Corporate Social Responsibility, Earnings Management, and Firm Performance: Evidence from Panel VAR Estimation. *Earnings Management, and Firm Performance: Evidence from Panel VAR Estimation (November 8, 2013)*.
- Chan, M. C., Watson, J., dan Woodliff, D. 2014. Corporate Governance Quality and CSR Disclosures. *Journal of business ethics*, 125(1), 59-73. doi: <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-013-1887-8>
- Dechow, P. M., Sloan, R. G., dan Sweeney, A. P. 1995. Detecting earnings management. *Accounting review*, 193-225.
- Dianita, P. S. 2011. Analysis of the effect of corporate social responsibility on financial performance with earnings management as a moderating variable. *Journal of Modern Accounting and Auditing*, 7(10), 1034-1045.
- Ding, L. 2014. A Study on Relation of Corporate Social Responsibility and Corporate Financial Performance or Corporate Value: Empirical Evidence from Listed Real Estate Companies. *International Journal of Business and Social Science*, 5(8).
- Elinda, E., dan Nazli Anum Mohd, G. 2012. Corporate social responsibility and corporate governance in Malaysian government-linked companies. *Corporate Governance*, 12(3), 292-305. doi: <http://dx.doi.org/10.1108/14720701211234564>
- Felmania, M. 2014. Good Corporate Governance Mechanism, Corporate Social Responsibility Disclosure on Firm Value: Empirical Study on Listed Company in Indonesia Stock Exchange. *International Journal of Finance and Accounting Studies*, 2(1), 1-10.
- Huang, C.-J. 2010. Corporate governance, corporate social responsibility and corporate performance. *Journal of Management and Organization*, 16(5), 641-655.
- Jamali, D., dan Mirshak, R. 2007. Corporate social responsibility (CSR): Theory and practice in a developing country context. *Journal of business ethics*, 72(3), 243-262.
- Jensen, M. C., dan Meckling, W. H. 1979. *Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs, and ownership structure*: Springer.
- Jizi, M. I., Salama, A., Dixon, R., dan Stratling, R. 2014. Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Disclosure: Evidence from the US Banking Sector. *Journal of business ethics*, 125(4), 601-615. doi: <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-013-1929-2>

- Jo, H., dan Harjoto, M. A. 2012. The Causal Effect of Corporate Governance on Corporate Social Responsibility. *Journal of business ethics*, 106(1), 53-72. doi: <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-011-1052-1>
- Nurlela, I. 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating. *Simposium Nasional Akuntansi XI*.
- Prasetyo, B., dan Jannah, L. M. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Prior, D., Surroca, J., dan Tribó, J. A. 2007. Earnings management and corporate social responsibility.
- Retno, R. D., dan Priantinah, D. 2012. Pengaruh good corporate governance Dan pengungkapan corporate social responsibility Terhadap nilai perusahaan (studi empiris pada perusahaan yang terdaftar Di bursa efek indonesia periode 2007-2010). *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 1(2).
- Riduwan, dan Kuncoro, E. A. 2008. *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan, A. 2011. Tanggung Jawab Lingkungan dan Peran Informasi Biaya Lingkungan dalam Pengambilan Keputusan Manajemen: Studi Kualitatif. *Simposium Nasional Akuntansi XIV*.
- Said, R., Yuserrie Hj, Z., dan Haron, H. 2009. The relationship between corporate social responsibility disclosure and corporate governance characteristics in Malaysian public listed companies. *Social Responsibility Journal*, 5(2), 212-226. doi: <http://dx.doi.org/10.1108/17471110910964496>
- Sembiring, E. R. 2006. Karakteristik perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial: study empiris pada perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta. *MAKSI*, 6.
- Servaes, H., dan Tamayo, A. 2013. The impact of corporate social responsibility on firm value: The role of customer awareness. *Management Science*, 59(5), 1045-1061.
- Setyorini, C. T., dan Ishak, Z. 2012. Corporate Social and Environmental Disclosure: A Positive Accounting Theory View Point. *International Journal of Business and Social Science*, 3(9).
- Suaryana, A. 2012. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 7(1).
- Sun, N., Salama, A., Hussainey, K., dan Murya, H. 2010. Corporate environmental disclosure, corporate governance and earnings management. *Managerial Auditing Journal*, 25(7), 679-700. doi: <http://dx.doi.org/10.1108/02686901011061351>
- Toukabri, M., Jilani, P. F., dan Jemâa, O. B. 2014. The Interaction between Environmental Accounting Practices and Earnings Management. *Journal of Business Studies Quarterly*, 5(3), 99-112.

Gunawan, B., & Utami, S. S. (2008). Peranan corporate social responsibility dalam nilai perusahaan.