

Relevansi Human Resource Accounting (HRA) Terhadap Citra Perusahaan

Tri Nurindahyanti

Program Studi Akuntansi

STIE Muhammadiyah Cilacap

2017

ABSTRAK

Gagasan mengenai akuntansi sumber daya manusia atau *human resource Accounting* (HRA) berawal dari pandangan mengenai peran sumber daya manusia yang mendukung kelangsungan hidup perusahaan dan pentingnya modal manusia terhadap perekonomian. Beberapa penelitian telah dilakukan mengenai pengungkapan sumber daya manusia ini dan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan, hasilnya masih belum konsisten. Dengan adanya inkonsisten hasil penelitian terdahulu menjadikan tujuan penelitian ini adalah menganalisa pengaruh luas pengungkapan sumber daya manusia terhadap citra perusahaan. Penelitian ini mencoba menguji dengan menggunakan sebuah variable independen (citra perusahaan) dan dua variable dependen (rasio likuiditas dan rasio arus kas). Obyek dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar BEI yang memperoleh predikat *excellent* dalam *Indonesia corporate award*. Menghasilkan 64 perusahaan sample dengan data yang diperoleh dari laporan tahunan 2010-2015. Hasil penelitian menunjukkan bahwa luas pengungkapan sumber daya manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan.

Kata kunci : citra perusahaan, pengungkapan sumber daya manusia (HRA), pengungkapan sukarela, tanggung jawab sosial.

PENDAHULUAN

Arti penting keberadaan sumber manusia sebagai aset dalam perusahaan telah mendorong munculnya penelitian-penelitian tentang *human resource accounting* (HRA) atau akuntansi sumber daya manusia di banyak negara, termasuk di Indonesia sendiri (Istikharoh 2017). Perusahaan merupakan kumpulan berbagai sumber daya. Sumber daya manusia (SDM) merupakan aset kritis dalam menentukan keberhasilan perusahaan. Widodo (2014) menyatakan bukanlah manusia secara utuh yang disebut sebagai aset, namun kemampuan jasa yang dimiliki oleh manusia yang tersedia dan sesuai dengan kebutuhan perusahaanlah yang dibandingkan dengan aset dengan istilah *intangible asset*.

Penanda ekonomi global adalah perubahan radikal yang dialami oleh dunia bisnis yaitu dari ekonomi berbasis produksi menjadi ekonomi berbasis pengetahuan. Seperti disampaikan oleh Huang dan Wu (2010). Perusahaan berbasis pengetahuan lebih

mengedepankan keunggulan kompetitifnya, Tingkat keunggulan kompetitif perusahaan tidak lagi diukur menggunakan faktor produksi konvensional seperti jumlah mesin produksi dan tenaga kerja, tetapi berdasarkan pengetahuan, teknologi, dan inovasi. Secara umum bisa disebut dengan *intangible asset*.

Meskipun informasi keunggulan internal, respon kesempatan dari lingkungan bisnis, serta menetralkan ancaman dari luar dengan tetap mempertimbangkan kelemahan diri sendiri merupakan informasi vital dalam mencapai tingkat keunggulan kompetitif perusahaan, namun hal tersebut tidak diimbangi dengan kemampuan akuntansi mengungkap *intangible asset* dalam penyajian laporan keuangan. Untuk saat ini, Asimetri informasi yang muncul karena ketidakmampuan akuntansi menyajikan *intangible asset* bisa diminimalkan dengan mengungkapkan modal intelektual sebagai *disclosure* dari laporan keuangan itu sendiri. Modal intelektual diidentifikasi sebagai kesatuan dari beberapa jenis dari *intangible asset* yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan menciptakan nilai dalam perusahaan serta citra perusahaan.

(Bontis, 1990 ; Marr dan Ross, 2005). Bismuth, A, and Tojo, Y., (1998) menyampaikan bahwa banyak investasi dalam *intangible asset* tidak dapat ditemukan dalam neraca karena adanya keterbatasan kriteria akuntansi. Akibatnya, laporan keuangan sering dianggap kurang informatif karena tidak menyajikan informasi perusahaan secara menyeluruh. Penelitian ini dilakukan didasarkan pada fenomena peningkatan kebutuhan penggunaan informasi sumber daya manusia yang tidak diikuti dengan peningkatan pengungkapan sumber daya manusia dalam laporan tahunan perusahaan (Putri, 2013).

Pengungkapan informasi sumber daya manusia oleh perusahaan sejalan dengan teori legitimasi. Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan menerbitkan laporan tahunan untuk menggambarkan kesan tanggung jawab lingkungan, sehingga mereka diterima oleh masyarakat. Disamping itu, teori signaling menyatakan bahwa perusahaan yang berkualitas baik dengan sengaja akan memberikan sinyal pada pasar (publik), dengan demikian pasar diharapkan dapat membedakan perusahaan yang berkualitas baik dan buruk (Indriani, 2014).

Dengan mengungkapkan informasi mengenai sumber daya manusia secara sukarela, diharapkan akan memberikan kesan baik bagi perusahaan sehingga citra perusahaan akan naik, Akumulasi dari citra perusahaan akan membentuk reputasi dan kredibilitas perusahaan yang sangat bermakna bagi perusahaan, dan kemampuan superior yang dimiliki dalam menghasilkan laba. Penilaian terhadap citra perusahaan perusahaan merupakan aktivitas penting bagi masyarakat yang berkepentingan terhadap kinerja manajerial perusahaan.

Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan

Menurut Fontaine (2013), *corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah bentuk *self regulation* perusahaan yang diintegrasikan ke dalam model bisnis. Fungsi kebijakan CSR adalah sebagai mekanisme mengatur diri yang terintegrasi, dimana memantau bisnis dan memastikan kepatuhan aktif dengan semangat hukum, standar etika, dan norma-norma internasional. CSR adalah inklusi sengaja kepentingan publik dalam pengambilan keputusan perusahaan, dan menghormati triple bottom line: people, planet, profit.

etika, dan norma-norma internasional. CSR adalah inklusi sengaja kepentingan publik dalam pengambilan keputusan perusahaan, dan menghormati triple bottom line: people, planet, profit.

Definisi *Stakeholder* dan Teori *Stakeholder*

Menurut Lawrence dan Weber (2008), *stakeholder* merujuk kepada orang atau sekumpulan orang yang mempengaruhi, atau dipengaruhi oleh keputusan, kebijakan, dan operasional dari suatu organisasi. Terdapat dua kategori *stakeholder*, yaitu *Market Stakeholder* yang merupakan orang-orang yang terlibat dalam transaksi ekonomi dengan perusahaan karena melakukan tujuan utamanya menyediakan masyarakat dengan barang dan jasa. Contoh yang termasuk *market stakeholder* yaitu karyawan, pemegang saham, kreditor, pemasok, pembeli, distributor.

Kemudian, juga terdapat *Non Market Stakeholder* yaitu orang dan kelompok yang meskipun mereka tidak terlibat dalam pertukaran ekonomi langsung dengan perusahaan- namun tetap terpengaruh oleh atau dapat mempengaruhi tindakan perusahaan itu. Contohnya yang termasuk *non market stakeholder* yaitu masyarakat umum, media, grup aktivis, pemerintah, *business support groups*, dan komunitas (Lawrence dan Weber, 2008). *Stakeholder Theory* atau Teori Pemangku Kepentingan yang dikemukakan oleh Lawrence dan Weber (2008) adalah suatu pandangan yang mengungkapkan bahwa korporasi menyajikan tujuan publik yang lebih luas: untuk menciptakan value bagi masyarakat.

Citra Perusahaan

Kurniawati (2010) mengungkapkan *corporate image* pada hakikatnya adalah persepsi publik terhadap perusahaan, dalam persepsi publik citra perusahaan terbentuk dari asosiasi antar perusahaan sebagai subjek dan atribut -atribut seperti baik, buruk, berkualitas, peduli lingkungan, dan tanggungjawab dan lain -lain. Akumulasi dari citra perusahaan akan terbentuk reputasi perusahaan yang sangat bermakna bagi perusahaan.

Citra perusahaan merupakan akumulasi dari dari *Market Value* Perusahaan Secara teoritis *market value* merupakan nilai yang dipersepsikan oleh masyarakat terhadap besaran manfaat yang bisa diperoleh dari perusahaan. Berapa besar kemampuan perusahaan membiayai kebutuhan jangka pendeknya, berapa besar tingkat perputaran piutangnya, berapa besar jumlah labanya, berapa besar tingkat resiko dan sebagainya dapat dijadikan pedoman untuk menentukan nilai perusahaan. Namun, Dwyer, PD., et.al., (2000) mengatakan bahwa *market value* bisa dibangun melalui peningkatan kredibilitas perusahaan dan meningkatkan keunggulan kompetitifnya di masyarakat.

Seberapa besar tingkat keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan terbukti berpengaruh terhadap persepsi masyarakat tentang nilai suatu perusahaan. Chen et al (2005) menjelaskan bahwa teori yang membahas tentang strategi membentuk tingkat keunggulan kompetitif melalui pengembangan sumber daya adalah Resource Based Theory (RBT). RBT berfokus pada sumber daya dan pengelolaannya dalam organisasi yang akhirnya mengarah pada penciptaan nilai disiplin manajemen (nilai perusahaan/market value yang diakumulasi merupakan citra perusahaan). Dalam teori RBT dijelaskan tentang nilai perusahaan yang dipastikan akan semakin baik jika perusahaan mampu mengembangkan keunggulan

kompetitif dan memiliki sumber daya maupun kemampuan yang superior melebihi para kompetitornya. Sumber daya perusahaan yang sukar untuk dimiliki atau yang membutuhkan proses yang rumit untuk mendapatkannya dapat menjadi keunikan bagi perusahaan tersebut.

Sumber daya manusia

Sumber Daya Manusia yang Bernilai Tambah Sumber daya manusia ini merupakan inti dari suatu perusahaan, sedangkan suatu perusahaan sendiri terdiri dari individu-individu yang bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu (Dumay. J, 2009). Sumber daya manusia ini dapat dilakukan sebagai human capital, yang dapat diartikan sebagai kapabilitas tiap individu dalam perusahaan dengan semua pengetahuan dan kemampuannya yang bekerja untuk perusahaan. Human capital penting karena merupakan sumber inovasi dan pembaharuan strategi yang dapat diperoleh dari brainstorming melalui riset laboratorium, process reengineering dan pengembangan keterampilan pekerja. Ross, et. al., (2005) menyatakan bahwa human capital dapat menciptakan nilai tambah bagi perusahaan berupa pengembangan kompetensi karyawan, pemindahan pengetahuan dari pekerja ke perusahaan serta perubahan budaya manajemen. Dengan demikian, dari segi sumber daya, strategi bisnis yang ideal saat ini adalah bagaimana perusahaan mendapatkan nilai tambah yang maksimum dari human capital yang dimiliki. Untuk mengukur sumber daya manusia yang bernilai tambah ini digunakan produktivitas per karyawan, pendapatan operasi rata-rata per karyawan dan nilai tambah per karyawan.

METODOLOGI

Jenis data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014-2016. Adapun data tersebut diperoleh di www.idx.co.id. data mengenai luas pengungkapan sumber daya manusia diperoleh pada bagian naratif dalam laporan tahunan dengan metode *content analysis*. Sedangkan rasio likuiditas dan cash flow diambil dari bagian kuantitatif laporan tahunan. Pengambilan sample dilakukan dengan kriteria perusahaan manufaktur terdaftar di BEI tahun 2014-2016 yang memperoleh predikat *excellent* dalam *Indonesia Corporate Image Award (IMAC)* pada tahun berikutnya.

Terdapat tiga jenis variable yang digunakan dalam penelitian ini yakni :

1. Variable dependant, berupa citra baik perusahaan (IMAGE) yang diproaksi dengan *Corporate Image index (CII)*.
2. Variable independen, berupa luas pengungkapan sumber daya manusia (HRA) (RINDEX) yang menggunakan kriteria 37 item pengungkapan Ernst dan Ernst(1998) yang sebelumnya digunakan dalam penelitian kurniawan
3. Variable kontrol, berupa profitabilitas perusahaan (PROFIT) yang diproaksikan dengan ROA dan ukuran perusahaan (SIZE) yang diproaksikan dengan jumlah karyawan.

Analisa data diawali dengan analisis statistik deskriptif untuk memberikan gambaran mengenai variable yang digunakan dalam penelitian ini, kemudian uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas (*one sample kolmogorof-smirnov test* dengan tingkat

signifikansi 5%), uji multikolinieritas (memperhatikan nilai *tolerance* dan VIF), uji heterokedastisitas (dengan *scatterplots*), dan uji autokorelasi (*Durbin-watson test* dan *run test*). Pengujian hipotesis dengan uji koefisien determinasi, uji statistik f, dan uji statistik T.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan kriteria pemilihan sample diperoleh sample sebanyak 4 perusahaan dengan hasil analisis statistik deskriptif.

Tabel 1. Hasil pengolahan statistik deskriptif

| | N | Min | Max | Mean | Std.dev |
|--------|----|-------|-------|---------|---------|
| IMAGE | 64 | 1.01 | 2.86 | 1,67 | 0.53 |
| RINDEX | 64 | 0.32 | 0.76 | 0.52 | 0.11 |
| PROFIT | 64 | -0.07 | 0.4 | 0.1 | 0.11 |
| SIZE | 64 | 706 | 84871 | 14613.4 | 19185 |

Sumber : hasil pengolahan SPSS

Berdasarkan output uji *one- sample kolmogorof-smirnov* tampak bahwa nilai signifikan sebesar 0,200. Nilai signifikan yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa data telah terdistribusi normal. output uji multikolinieritas menunjukkan bahwa semua variable memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10. Sedangkan nilai *dari variance inflantion factor* (VIF) untuk semua variable menunjukkan nilai yang kecil dari 10.00 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

Berdasarkan *output scartterplot* uji heterokedastisitas diatas, tampak bahwa titik menyebar dibawah dan diatas sumbu Y, dan tidak mempunyai pola yang teratur, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas yang variable independen yang digunakan.

Nilai DW dalam *Durbin-Watson test* berada diantara DL dan DU ($1,49990 < 1,597 < 1,6946$) yang berarti tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti (berada pada daerah keragu-raguan). Sehingga perlu dilakukan uji lain yaitu uji *Run* untuk memastikan tidak terjadi masalah autokorelasi. Hasil pengujian menunjukkan nilai *asymp.sig.* 0,313 (. 0,05) yang berarti tidak terdapat masalah autokorelasi pada data yang diuji.

Berdasarkan pengujian menggunakan SPSS 23 diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$(1) \text{IMAGE}_{it} + 1 = 0,722 + 1,827\text{RINDEX}_{it} + e_i$$

Sedangkan persamaan regresi linier berganda, dengan memasukan variable kontrol adalah sebagai berikut :

$$(2) \text{IMAGE}_{it} + 1 = 0,533 + 1,489 \text{RINDEX}_{it} = 2,028 \text{PROFIT}_{it} + 0,00001093 + \text{SIZE}_{it} + e_i$$

Nilai koefisien korelasi (R) berdasarkan model (1) sebesar 0,370 dan berdasarkan model (2) sebesar 0,725. Nilai ini memiliki arti masing-masing bahwa 37% citra perusahaan dapat dijelaskan oleh luas pengungkapan sumber daya manusia (HRA) dan 72,5 % citra perusahaan dapat dijelaskan oleh luas pengungkapan sumber daya manusia, profitabilitas perusahaan, dan ukuran perusahaan. Sedangkan nilai koefisien determinan yang disimbolkan dengan R^2 untuk model (1) dan model (2) sebesar 0,123 dan 0,502 yang dapat diartikan bahwa 12,3% variasi dari citra perusahaan dapat dijelaskan oleh variasi dari luas pengungkapan sumber daya manusia, dan 50,2% variasi dari citra perusahaan dapat dijelaskan oleh variasi dari ketiga variable luas pengungkapan sumber daya manusia (HRA), profitabilitas perusahaan dan ukuran perusahaan, sedangkan sisanya sebesar 49,8% dapat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Nilai F yang diperoleh pada model (1) sebesar 9,841 dengan nilai sig 0,003 sedangkan pada model (2) sebesar 22,175 dengan nilai sig 0,000. Nilai sig yang kurang dari 0,05 menunjukkan baik model regresi yang tidak memasukan variabel kontrol maupun yang memasukan variabel kontrol merupakan yang baik dan dapat menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen citra perusahaan.

Dari pengujian menggunakan dua model regresi, diperoleh tingkat signifikan pengaruh luas pengungkapan sumber daya manusia (HRA) terhadap citra perusahaan meningkat pada model (2), yaitu dari 0.003 menjadi 0.002. hal ini mengindikasikan bahwa dua variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian ini merupakan faktor yang secara signifikan juga mempengaruhi variabel independen, sehingga dengan mengontrol nilainya dapat semakin memperkuat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Atau dengan kata lain, ketidakpastian pengaruh dari variabel-variabel yang tidak diteliti dapat dikurangi dengan memasukan variabel kontrol dalam model regresi.

Nilai sig dari luas pengungkapan sumber daya manusia (RINDEX) untuk kedua model sebesar 0,003 dan 0,02 ($<0,05$), sedangkan nilai t hitung lebih dari t tabel (1,669) yaitu sebesar 3,317 dan 3,309 yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari pengungkapan sumber daya manusia (HRA) terhadap citra perusahaan. Berdasarkan hasil ini, maka H_1 pengungkapan sumber daya manusia dalam penelitian ini, yaitu pengungkapan sumber daya manusia akan **berpengaruh** terhadap citra perusahaan **diterima**.

Berdasarkan hasil analisa regresi linier sederhana pada tabel 4.1 dan hasil analisis regresi linier sederhana pada tabel 4.2 diperoleh nilai sebesar 1,827 dan 1,489. Nilai β yang positif memiliki arti bahwa terdapat hubungan yang positif (searah) antara luas pengungkapan sumber daya manusia dengan citra perusahaan. Nilai sig. $> 0,05$ untuk kedua model menunjukkan bahwa hubungan positif antara luas pengungkapan sumber daya manusia (HRA) dengan citra perusahaan tersebut signifikan dan semakin signifikan manakala memasukan variabel kontrol kedalam model regresinya.

PEMBAHASAN

Sesuai dengan teori legitimasi yang menganggap bahwa perusahaan akan berusaha mengesankan citranya sebelum masyarakat menggunakan informasi, agar citra

perusahaan yang diinginkan terwujud terhadap persepsi masyarakat, maka perusahaan kan memberikan sinyal-sinyal melalui berbagai media. Pengungkapan informasi sumber daya manusia dalam laporan keuangan dan laporan tahunan merupakan cara yang efektif untuk membangun citra perusahaan yang peduli akan sumber daya manusianya. Hal ini sejalan dengan teori signaling yang menyatakan bahwa perusahaan yang berkualitas baik dengan sengaja akan memberikan sinyal pada pasar (publik), dimana pengungkapan sumber daya manusia juga merupakan sinyal untuk membangun citra baik perusahaan. Dimata masyarakat. Sedangkan teori *stake holder* menekankan akuntabilitas organisasi jauh melebihi kinerja keuangan atau ekonomi sederhana. Rahajeng (2010) menyatakan bahwa tanggungjawab sosial perusahaan (*social responsibility*) memiliki kemanfaatan untuk meningkatkan reputasi perusahaan, menjaga image dan strategi perusahaan.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Putri (2013), dan Kurniati (2014) sama-sama menunjukkan bahwa pengungkapan sumber daya manusia (HRA) berpengaruh secara signifikan terhadap reputasi perusahaan. Hasil penelitian inipun sejalan dengan penelitian sebelumnya, dimana hasil uji yang dilakukan menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara luas pengungkapan sumber daya manusia dengan citra perusahaan. Penelitian yang dilakukan Widodo (2014) terhadap perusahaan perbankan menunjukkan bahwa pengungkapan sumber daya manusia telah dilakukan dengan cukup baik yaitu sekitar 57%. Penelitian ini pun menunjukkan bahwa pada sektor manufaktur pengungkapan sumber daya manusia juga telah dilakukan dengan cukup baik yaitu sekitar 52%. Informasi yang diberikan perusahaan tidak hanya terbatas pada indikator ekonomi (*economic focused*), namun telah bergeser ke ranah yang lebih luas yaitu sampai pada ranah sosial kemasyarakatan. Pergeseran ini dibuktikan oleh penelitian ini, yang berdasarkan hasil analisis, terbukti bahwa pengungkapan informasi terkait sumber daya manusia berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan. Sehingga semakin luas perusahaan menyampaikan informasi sumber daya manusianya, akan berarti besar dalam upaya perusahaan membangun citra baiknya di mata masyarakat.

KESIMPULAN

Hasil pengujian ini mendukung H1 bahwa luas pengungkapan sumber daya manusia berpengaruh terhadap citra baik perusahaan. Hal ini berarti bahwa semakin besar luas pengungkapan sumber daya manusia yang dilakukan perusahaan akan semakin meningkatkan citra baiknya di mata masyarakat. Hal ini juga menunjukkan bahwa saat ini perusahaan semakin menyadari arti dari membangun citra perusahaan yang baik sebagai komponen yang tidak terpisahkan dalam tujuan perusahaan.

Peneliti menyadari adanya beberapa keterbatasan dalam penelitian ini diantaranya penggunaan sampel yang terbatas pada perusahaan manufaktur yang memperoleh predikat excellent pada IMAC Award, hanya menggunakan rentang waktu yang relatif singkat (3 tahun), dan variabel kontrol terbatas pada ukuran perusahaan dan profitabilitas perusahaan. Berdasarkan beberapa keterbatasan yang ditemukan peneliti, maka diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperluas sampel tidak hanya pada sektor manufaktur, serta dengan rentang waktu yang lebih besar. Diharapkan pula penelitian selanjutnya dapat memasukkan faktor-faktor lain sebagai variabel kontrol, dan tidak

menutup kemungkinan untuk dilakukannya uji beda antara perusahaan yang memperoleh dan tidak memperoleh predikat excellent.

DAFTAR PUSTAKA

- Almilia, Luciana Spica. 2008. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Sukarela Internet Financial And Sustainability Reporting. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, Vol. 12 No. 2.
- Cendika, F.B., dan Tjiptohadi S. 2014. Metode Valuasi Human Capital dalam Konsep Human Resource Accounting (HRA) dan Pengungkapannya. *Simposium Nasional Akuntansi XVII Lombok*.
- Gray, R. 2005. Taking a long view on what we now know about social and environmental accountability and reporting. *Electronic Journal of Radical Organisation Theory* 9.
- Hadi, Nor. 2010. Studi Eksplorasi Praktik Corporate Social Responsibility serta Motif yang Terkandung didalamnya (Kasus Perusahaan Go Public di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal. Jurusan Ekonomi Islam STAIN Kudus*.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2009. *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta : Salemba Empat.
- Indriani, Erna Wati, dkk. 2014. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan Sukarela dan Implikasinya terhadap Asimetri Informasi. *Simposium Nasional Akuntansi XVII Lombok*.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: BPF.
- Kurniawati, Lidwina D. 2015. *Dampak Pengungkapan Sumber Daya Manusia Terhadap Reputasi Perusahaan*. Skripsi. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Purwanto, Agus. 2011. Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi & Auditing Universitas Diponegoro* Vol. 8 No. 1.
- Putri, Rachmatika P. M. 2013. *Dampak Pengungkapan Sumber Daya Manusia Terhadap Reputasi Perusahaan*. *Diponegoro Journal of Accounting* Vol. 2 No. 3.
- Rahajeng, Rahmi Galuh. 2010. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) Dalam Laporan Tahunan Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia). *Diponegoro Journal of Accounting*. Universitas Diponegoro Semarang.

- Riswari, Ardana Dyah. 2012. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Governance sebagai Variabel Moderating. *Diponegoro Journal of Accounting* Vol. 1 No. 1.
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi VIII Solo*.
- Sudarno, 2010. Akuntansi Sumber Daya Manusia : Perlakuan dan Pengukuran. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, Vol 8 No 1.
- Wakid, Nadiah Lutfi, Iwan Triyuwono, dan Prihat Assih. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal. Universitas Brawijaya*.
- Widodo, N.M. 2014. Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Akuntansi Sumber Daya Manusia. *Simposium Nasional Akuntansi XVII Lombok*.
- Cendika, F.B., dan Tjiptohadi S. 2014. Metode Valuasi Human Capital dalam Konsep Human Resource Accounting (HRA) dan Pengungkapannya. *Simposium Nasional Akuntansi XVII Lombok*.
- Gray, R. 2005. Taking a long view on what we now know about social and environmental accountability and reporting. *Electronic Journal of Radical Organisation Theory* 9.
- Hadi, Nor. 2010. Studi Eksplorasi Praktik Corporate Social Responsibility serta Motif yang Terkandung didalamnya (Kasus Perusahaan Go Public di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal. Jurusan Ekonomi Islam STAIN Kudus*.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2009. *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta : Salemba Empat.
- Indriani, Erna Wati, dkk. 2014. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan Sukarela dan Implikasinya terhadap Asimetri Informasi. *Simposium Nasional Akuntansi XVII Lombok*.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Kurniawati, Lidwina D. 2015. Dampak Pengungkapan Sumber Daya Manusia Terhadap Reputasi Perusahaan. *Skripsi. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*.

- Purwanto, Agus. 2011. Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi & Auditing Universitas Diponegoro* Vol. 8 No. 1.
- Putri, Rachmatika P. M. 2013. Dampak Pengungkapan Sumber Daya Manusia Terhadap Reputasi Perusahaan. *Diponegoro Journal of Accounting* Vol. 2 No. 3.
- Rahajeng, Rahmi Galuh. 2010. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) Dalam Laporan Tahunan Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Diponegoro Journal of Accounting*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Riswari, Ardana Dyah. 2012. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Governance sebagai Variabel Moderating. *Diponegoro Journal of Accounting* Vol. 1 No. 1.
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi VIII Solo*.
- Sudarno, 2010. Akuntansi Sumber Daya Manusia : Perlakuan dan Pengukuran. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, Vol 8 No 1.
- Wakid, Nadiah Lutfi, Iwan Triyuwono, dan Prihat Assih. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal. Universitas Brawijaya*.
- Widodo, N.M. 2014. Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Akuntansi Sumber Daya Manusia. *Simposium Nasional Akuntansi XVII Lombok*.