

Modal Intelektual Hijau terhadap Pengungkapan Emisi Karbon pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia

Maria Yanida, Pipin Fitriasari, Ni Putu Agustinawati
Universitas Palangka Raya, STIE Madani, STIE YBPK
myanida@feb.upr.ac.id

Accepted: 20-4-2025	Revised: 30-4-2025	Approved: 30-5-2025
------------------------	-----------------------	------------------------

Abstract: Climate change is one of the most significant environmental challenges of the 21st century, raising the global urgency of reducing greenhouse gas emissions. In response, new environmental regulations have emerged to encourage transparency and accountability in environmental impact management, particularly in the corporate sector. In this context, attention to carbon emissions disclosure is increasing, especially as an indicator of a company's commitment to sustainability. This study aims to investigate the influence of green intellectual capital (GIC)—which includes green human capital, green structural capital, and green relational capital—on carbon emissions disclosure in annual reports or company sustainability reports. A quantitative approach is used using secondary data from companies listed on the stock exchange, as well as regression analysis to test the relationship between the dimensions of the GIC and the level of carbon emission disclosure. The results of the study are expected to enrich the literature on the role of green intellectual assets in improving sustainable environmental reporting practices. In addition, these findings could provide practical implications for company management in designing knowledge management strategies and external relationships that support sustainability. Thus, this study not only makes a theoretical contribution, but also serves as a reference for stakeholders in driving GIC integration as part of corporate sustainability strategies.

Keywords: Green Intellectual Capital, Carbon Emissions

Abstrak: Isu Perubahan iklim merupakan salah satu tantangan lingkungan paling signifikan di abad ke-21, yang memunculkan urgensi global terhadap pengurangan emisi gas rumah kaca. Sebagai respons, berbagai regulasi lingkungan baru bermunculan untuk mendorong transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan dampak lingkungan, khususnya di sektor korporasi. Dalam konteks ini, perhatian terhadap pengungkapan emisi karbon semakin meningkat, terutama sebagai indikator komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh green intellectual capital (GIC)—yang mencakup green human capital, green structural capital, dan green relational capital—terhadap pengungkapan emisi karbon pada laporan tahunan atau laporan keberlanjutan perusahaan. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan menggunakan data sekunder dari perusahaan yang terdaftar di bursa efek, serta analisis regresi untuk menguji hubungan antara dimensi GIC dan tingkat pengungkapan emisi karbon. Hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai peran aset intelektual hijau dalam meningkatkan praktik pelaporan lingkungan yang berkelanjutan. Selain itu, temuan ini dapat memberikan implikasi praktis bagi manajemen perusahaan dalam merancang strategi pengelolaan pengetahuan dan hubungan eksternal yang mendukung keberlanjutan. Dengan demikian, studi ini tidak hanya memberikan kontribusi teoretis, tetapi juga berfungsi sebagai rujukan bagi pemangku kepentingan dalam mendorong integrasi GIC sebagai bagian dari strategi keberlanjutan korporasi.

Kata Kunci: Modal Intelektual Hijau, Emisi Karbon

PENDAHULUAN

Perubahan iklim menunjukkan bisnis pada strategi dan risiko operasional yang tak dapat diprediksi (Marsh and McLennan Companies, 2018). Perubahan iklim memicu adanya peningkatan

suhu bumi berasal dari peningkatan jumlah emisi karbon dan gas rumah kaca lainnya (<https://www.ipcc.ch> diakses tanggal 05 Agustus 2021). Oleh sebab itu, dibuatlah peraturan dalam rangka mengurangi jumlah gas rumah kaca di suatu negara. Indonesia merupakan salah satu negara penyumbang emisi per kapita terbesar keempat dunia setelah China, Amerika Serikat, dan Uni Eropa (<https://www.carbonbrief.org/profil-carbon-brief-indonesia> diakses tanggal 04 Agustus 2021). Pemerintah Indonesia saat ini telah berkomitmen untuk mengurangi emisi sebesar 29-41% pada tahun 2030 dan komitmen Indonesia dalam menurunkan emisi gas rumah kaca (GRK) dibuktikan dengan meratifikasi Protokol Kyoto dan menerbitkan UU Nomor 17 Tahun 2004 (Khoiriyah, 2017). Selain melalui UU Nomor 17 Tahun 2004, Indonesia semakin memperkuat komitmennya dalam mengurangi emisi karbon melalui Peraturan Presiden Nomor 61 Tahun 2011 mengenai Rencana Aksi Nasional Penurunan Emisi Gas Rumah Kaca (RAN-GRK), Peraturan Presiden Nomor 71 Tahun 2011 mengenai Penyelenggaraan Inventarisasi Gas Rumah Kaca Nasional, dan Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Nomor P.73 mengenai Pedoman Penyelenggaraan dan Pelaporan Inventarisasi Gas Rumah Kaca Nasional. Salah satu wujud nyata dari komitmen tersebut adalah dengan menyertakan pengungkapan emisi karbon atau perubahan iklim di dalam laporan tahunan perusahaan. Perusahaan yang melakukan pengungkapan emisi karbon akan mendapatkan keuntungan seperti: mendapatkan legitimasi dari para *stakeholder*, menghindari ancaman-ancaman terutama bagi perusahaan-perusahaan yang menghasilkan gas rumah kaca (*greenhouse gas*) seperti peningkatan *operating costs*, pengurangan permintaan (*reduced demand*), risiko reputasi (*reputational risk*), proses hukum (*legal proceedings*), serta denda dan pinalti.

Penelitian ini mereplikasi penelitian Oktris (2018) yang menyatakan pengungkapan karbon tidak hanya dapat dikaitkan dengan rasio keuangan seperti ROA, ROE, profitabilitas dan *leverage* namun dapat juga dipengaruhi oleh aspek internal perusahaan seperti modal intelektual yang akan membawa perusahaan untuk terus membuat perusahaan melakukan pengungkapan karbon di masa depan dan dalam jangka Panjang.

Aktivitas perusahaan akan mendapatkan dukungan dari undang-undang yang berlaku di negara sekaligus dukungan berupa partisipasi masyarakat untuk tidak menghambat perusahaan dalam beroperasi. Untuk mencapai hal tersebut perusahaan disarankan memenuhi apa yang diharapkan oleh lingkungan masyarakat. Hal mendasar dalam memenuhi harapan adalah bertindak sesuai dengan aturan dan nilai-nilai sosial di dalam lingkungan masyarakat (Nugraha dan Meiranto, 2015). Hal ini sesuai dengan pemikiran Dowling dan preffer (dalam Ghozali dan Chariri, 2014: 420) yang menyatakan bahwa organisasi berusaha menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang melekat pada kegiatannya dengan norma-norma berperilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat dimana organisasi adalah bagian dari sistem tersebut. Selama kedua sistem nilai tersebut selaras, kita dapat melihat hal tersebut sebagai legitimasi perusahaan. Ketika ketidakselarasan aktual atau potensial terjadi diantara kedua

sistem nilai tersebut, maka akan ada ancaman terhadap legitimasi perusahaan.

Di dalam lingkungan masyarakat, nilai-nilai sosial selalu berkembang seiring berjalannya waktu, oleh sebab itu perusahaan diharapkan untuk mampu menyesuaikan nilai-nilai yang dimilikinya dengan nilai-nilai lingkungan masyarakat agar tidak terjadi *legitimasi gap* antara keduanya. *Legitimasi gap* dapat terjadi karena tiga alasan. Pertama: ada perubahan dalam kinerja perusahaan tetapi harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan tidak berubah. Perusahaan yang sebelumnya melaksanakan tanggung jawab sosialnya secara rutin kemudian menghentikan pelaksanaan program tersebut dengan berbagai alasan menyebabkan masalah legitimasi kemudian muncul karena terjadi perubahan kinerja perusahaan namun di sisi lain masyarakat telah bergantung pada program rutin tersebut dan tidak ingin dihentikan

Kedua: kinerja perusahaan tidak berubah namun harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan telah berubah. Masyarakat mengharapkan perusahaan untuk memberikan kepedulian lebih dari sekedar sumbangan kemanusiaan seperti jaminan hidup dengan membuka kesempatan bagi masyarakat lokal untuk bekerja di perusahaan tersebut Sedangkan perusahaan menganggap bahwa dengan membuka peluang kerja bagi masyarakat sekitar tidak akan memberikan efek positif bagi perusahaan karena adanya keterbatasan pendidikan sehingga hal tersebut tidak dilakukan.

Ketiga: kinerja perusahaan dan harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan berubah kearah yang berbeda atau kearah sama dalam waktu berbeda. Perusahaan menggunakan masyarakat sekitar sebagai tenaga kerja di perusahaan tersebut karena dianggap lebih murah dan saat itu angka pengangguran di lingkungan tersebut berkurang Namun kemudian perusahaan melakukan pemutusan hubungan kerja dan yang terkena dampak adalah masyarakat lokal yang bekerja di perusahaan tersebut Perusahaan mengganti tenaga kerja manusia menggunakan mesin karena dianggap lebih menguntungkan bagi perusahaan dan dapat mengurangi beban perusahaan Masyarakat menerima keputusan tersebut dan berharap perusahaan tetap membantu kehidupan mereka yang selama ini ditopang dari upah yang diberikan perusahaan dengan memberikan bantuan pembiayaan usaha kecil menengah bagi masyarakat. Masalah legitimasi muncul ketika perusahaan tidak memenuhi harapan tersebut. (Ghozali dan Chariri, 2014: 439).

Perusahaan harus mengkomunikasikan aktivitas lingkungan dengan melakukan pengungkapan lingkungan sosial agar tetap mendapatkan legitimasi dari masyarakat. Pengungkapan lingkungan dinilai bermanfaat untuk memulihkan, meningkatkan dan mempertahankan legitimasi yang telah diterima.

Modal intelektual dipahami melalui tiga cara. Pertama, seluruh yang diketahui dalam perusahaan yang dapat memberi Anda kelebihan. Kedua, materi intelektual yaitu pengetahuan, informasi, kekayaan intelektual, pengalaman yang digunakan untuk menciptakan kekayaan. Dan yang ketiga adalah paket pengetahuan yang bermanfaat. Jadi modal intelektual didefinisikan sebagai total stok pengetahuan kolektif, informasi, teknologi, hak kekayaan

intelektual, pengalaman, pembelajaran dan kompetensi organisasi, sistem komunikasi tim, hubungan pelanggan, dan merek yang menciptakan nilai bagi perusahaan (Oktris, 2018). Karena popularitas environmentalisme, manajemen hijau telah menjadi salah satu agenda manajerial penting bagi perusahaan. Dengan demikian, manajemen hijau dapat menjadi elemen penting dari strategi suatu perusahaan, dan itu harus dianggap sebagai kemampuan unik dari perspektif RBV yang mengatakan keunggulan kompetitif perusahaan dihasilkan dari sumber daya dan kemampuan utama mereka dan tanggung jawab sosial lingkungan dapat menjadi kemampuan kunci yang dapat mengarah pada keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Hart, 1995; Orsato, 2006 dalam Oktris 2018).

1. Komponen Modal Intelektual

Pada umumnya, para peneliti mengidentifikasi komponen *intellectual capital* menjadi tiga bagian meliputi *human capital*, *structural*, (*organizational*) *capital* dan *costumer* (*relational*) *capital*.

Moeheriono (2012: 305) menyatakan bahwa “*intellectual capital* terdiri dari tiga elemen utama, yaitu *human capital* (modal manusia), *structural capital* atau *organizational capital* (modal organisasi), dan *relational capital* atau *costumer capital* (modal pelanggan)”.

Selanjutnya Komnenic *et al.* (2012) dalam jurnalnya menyatakan bahwa: “*Intellectual capital of a firm is not just knowledge. It consists of human, organizational and relational capital*”. Berikut ini definisi dari masing-masing komponen modal intelektual, di antaranya:

1) *Human Capital*

Moeheriono (2012: 305) mendefinisikan *human capital* (modal manusia) sebagai berikut:

“*Human capital* merupakan pengetahuan, keterampilan, dan kompetensi yang mencerminkan kemampuan kolektif perusahaan untuk menghasilkan solusi terbaik berdasarkan pengetahuan yang dimiliki orang-orang yang ada dalam perusahaan tersebut”.

Sedangkan menurut Komnenic *et al.*,(2012) dalam jurnalnya menyatakan bahwa:

“*Human capital involves not only tacit and explicit knowledge of employees. It also includes employees’ competencies and capabilities in terms of structuring and applying knowledge and skills to perform certain activities*”. Selanjutnya Sudibya dan Restuti (2014) dalam jurnalnya berpendapat bahwa: “*Human Capital* atau modal manusia adalah keahlian dan kompetensi yang dimiliki karyawan dalam memproduksi barang dan jasa serta kemampuannya untuk dapat berhubungan baik dengan pelanggan”.

Berdasarkan definisi tersebut maka dapat diketahui bahwa *human capital* (modal manusia) bersumber dari pengetahuan, pengalaman, keahlian, dan keterampilan yang dimiliki oleh orang-orang yang tergabung dalam suatu perusahaan. *Human Capital* merupakan *life blood* dari modal intelektual yang di dalamnya terdapat unsur inovasi dan pengembangan.

2) *Structural Capital (Organizational Capital)*

Structural capital atau *Organizational capital* (modal organisasi) didefinisikan oleh Moehariono (2012: 306) sebagai berikut: “*Structural capital* atau *organizational capital* merupakan kemampuan organisasi atau perusahaan dalam memenuhi proses rutinitas dan strukturnya yang mendukung usaha karyawan untuk menghasilkan kinerja intelektual yang optimal serta kinerja bisnis secara keseluruhan”.

Sedangkan menurut Komnenic *et al.*, (2012) dalam jurnalnya menyatakan bahwa: “*Organizational capital is the extension and manifestation of human capital in the form of codified knowledge, innovation, organizational structure, corporate culture, intellectual property, business processes and physical and financial structure of a firm*”.

Yuskar dan Novita (2014) dalam jurnalnya berpendapat bahwa: “*Structural capital* merupakan kemampuan organisasi atau perusahaan dalam memenuhi proses rutinitas perusahaan dan strukturnya yang mendukung usaha karyawan untuk menghasilkan kinerja intelektual yang optimal serta kinerja bisnis secara keseluruhan, misalnya: sistem operasional perusahaan, proses manufaktur, budaya organisasi, filosofi manajemen dan semua bentuk *intellectual property* yang dimiliki perusahaan”.

Berdasarkan definisi tersebut maka dapat diketahui bahwa *structural capital* atau *organizational capital* menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi aktifitas operasionalnya sehari-hari dan merupakan infrastruktur yang mendukung modal manusia untuk menjalankan aktifitas penciptaan nilai secara optimal.

Structural capital juga digunakan sebagai sarana penunjang dari *human capital* yang menyediakan fasilitas pendukung untuk menghasilkan kinerja karyawan yang optimal (Sudibya dan Restuti, 2014). Sumber daya ini akan melekat pada perusahaan seiring dengan aktifitas operasional yang dilakukannya. Seorang karyawan atau individu dapat memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, tetapi jika tidak didukung dengan sistem perusahaan yang memadai maka akan sangat sulit untuk mengoptimalkan sumber daya intelektual yang dimiliki perusahaan.

3) *Customer Capital (Relational Capital)*

Moeheriono (2012: 306) mendefinisikan *Relational capital* atau *Customer capital* (modal pelanggan) sebagai berikut: “*Relational capital* atau *Customer capital* (modal pelanggan) merupakan hubungan yang harmonis yang dimiliki oleh perusahaan dengan para mitranya, baik yang berasal dari pemasok yang andal dan berkualitas, berasal dari pelanggan yang loyal dan merasa puas akan pelayanan perusahaan yang bersangkutan, berasal dari hubungan perusahaan dengan pemerintah maupun dengan masyarakat sekitar”.

Selanjutnya definisi *relational capital* menurut Komnenic *et al.*, (2012) dalam jurnalnya adalah sebagai berikut: “*Relational capital is the ability to build quality relationships with external stakeholders: customers, suppliers, investors, state and society in general*”.

Berdasarkan definisi tersebut maka dapat diketahui bahwa *relational capital* atau *customer capital* (modal pelanggan) merupakan suatu kemampuan untuk membangun suatu hubungan yang terjalin dengan baik antara perusahaan dengan investor, pelanggan, pemasok, pemerintah, ataupun masyarakat. Modal pelanggan merupakan *association network* yang dimiliki oleh perusahaan dengan para mitranya. Hal ini berarti, perusahaan harus mampu menjaga hubungan dengan pihak-pihak eksternal agar pengelolaan sumber daya intelektual, khususnya *customer capital* dapat dimanfaatkan secara optimal.

Emisi karbon adalah pelepasan gas-gas yang mengandung karbon ke lapisan atmosfer bumi. Emisi karbon atau pun gas rumah kaca (*greenhouse gas*) berdasarkan sumbernya dibedakan menjadi dua yaitu gas rumah kaca alami dan gas rumah kaca industri (Suhardi, 2015). Gas rumah kaca alami merupakan bagian dari siklus alam yang dapat dengan mudah dinetralisir oleh tumbuhan dan lautan. Sedangkan gas rumah kaca industri berasal dari kegiatan industrial yang dilakukan oleh manusia. aktivitas manusia membuat kadar karbon dioksida menjadi lebih padat sehingga alam tidak dapat menyerap seluruh karbondioksida yang tersedia dan terjadi kelebihan karbon (Kementerian Negara Lingkungan Hidup, 2012). Setelah era revolusi industri, manusia adalah penyumbang terbesar karbondioksida di atmosfer.

Salah satu cara yang dapat ditempuh perusahaan untuk melegitimasi aktivitasnya adalah dengan melakukan pengungkapan ke publik (Uyar, *et al* 2013). Pengungkapan emisi karbon dalam penelitian ini menggunakan indeks pengungkapan yang dikembangkan oleh Choi, *et al* (2013) dimana pengungkapan ini di desain berdasarkan konstruksi dari faktor-faktor yang teridentifikasi dalam *information request sheet* yang dikembangkan oleh CDP (*Carbon Disclosure Project*). CDP merupakan lembaga independen non-

profit yang menyediakan informasi luas mengenai perubahan iklim di dunia dan memiliki 3000 organisasi di 60 negara (Choi, *et al* 2013). Pengungkapan dalam CDP dibagi dalam 5 kategori besar yaitu: perubahan iklim, emisi gas rumah kaca (*greenhouse gas*), konsumsi energi, pengurangan gas rumah kaca, dan emisi karbon.

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 144 manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Periode pengamatan dalam penelitian ini adalah tahun 2021-2023. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sebanyak 16 perusahaan yang memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian. Penelitian ini diuji dengan analisis regresi sederhana menggunakan aplikasi SPSS *for windows*. Namun sebelumnya dilakukan uji kualitas data dengan statistik deskriptif dan uji asumsi klasik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1

Hasil Uji Hipotesis

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.029	.055		.526	.600
	GIC	.016	.002	.533	7.311	.000

Berdasarkan hasil pada tabel di atas diketahui bahwa variabel modal intelektual hijau memiliki hasil t hitung sebesar 7,311, nilai ini lebih besar dari 1,66488 dan taraf signifikansi lebih kecil dari signifikansi 0,05 ($0,000 > 0,05$). Oleh karena itu disimpulkan bahwa hipotesis diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktris (2018) yang menunjukkan hasil bahwa modal intelektual hijau memiliki pengaruh terhadap pengungkapan sukarela emisi karbon.

Hasil penelitian Luo (2013) juga menyatakan bahwa salah satu komponen modal intelektual hijau yaitu modal sumberdaya manusia hijau yang mencakup tingkat akademik, usia dan jenis kelamin dapat meningkatkan tingkat kepedulian individu dan perusahaan terhadap lingkungan sehingga mendorong perhatian dan inovasi dalam perlindungan lingkungan. Semakin tinggi pengetahuan seseorang tentang lingkungan, semakin tinggi tindakan pro-lingkungan. Hal ini terlihat dalam laporan lingkungan dan sosial perusahaan di Italia yang mencakup item modal intelektual seperti pelatihan karyawan, pemasok dan karakteristik kepuasan pelanggan (Luo, 2013).

Jika dilihat dari sudut pandang teori legitimasi, pengungkapan memiliki peran penting dalam menjembatani hubungan antara organisasi perusahaan, perusahaan dengan kelompok masyarakat.

Sehingga dapat dikatakan bahwa apa yang diinginkan masyarakat kepada perusahaan terpenuhi dan akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diketahui bahwa modal intelektual hijau berpengaruh terhadap pengungkapan sukarela emisi karbon. 3 (tiga) elemen komponen intelektual dapat mendorong perhatian dan inovasi dalam perlindungan lingkungan. Salah satu elemen komponen intelektual adalah modal akademik dan modal manusia akan mempengaruhi tingkat perhatian individu terhadap lingkungan dan sikapnya terhadap kegiatan lingkungan. Beberapa saran yang dapat diberikan terkait hasil penelitian ini adalah (1) Perusahaan kiranya dapat lebih memperhatikan pengungkapan emisi karbon agar menjadi perhatian mengingat pengungkapan ini dapat menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi legitimasi masyarakat terhadap perusahaan; (2) Penelitian selanjutnya dapat memperluas ruang lingkup sampel seperti ASEAN dan dapat menggunakan faktor makro seperti pertumbuhan ekonomi, kategori negara maju/berkembang, atau investasi asing terhadap pengungkapan sukarela emisi karbon dan (3) Investor kiranya dapat memperhatikan hasil penelitian ini untuk menjadi salah satu pertimbangan dalam memutuskan berinvestasi pada perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Choi, Bo Bae, Doowon Lee, & Jim Psaros. 2013. *An analysis of Australian company carbon emission disclosures*. Pacific Accounting Review, 25(1), 58–79.
- <https://www.ipcc.ch>. IPCC Fourth Assessment Report: Climate Change 2007, *Climate Change 2007: Synthesis Report*, 2007. Diakses tanggal 05 Agustus 2021.
- <https://www.carbonbrief.org/profil-carbon-brief-indonesia>. Profil Carbon Brief: Indonesia. Diakses tanggal 04 Agustus 2021.
- Khoiriyah, Ika. 2017. *Pengaruh Media Exposure, Tipe Industri, Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Carbon Emission Disclosure*. Universitas Muhammadiyah Malang. Skripsi tidak dipublikasi.
- Luo, Le, Qingliang Tang, Yi-chen Lan. 2013. *Comparison of Propensity for Carbon Disclosure between Developing and Developed Countries*. Accounting Research Journal Vol. 26 No. 1, 2013 pp. 6-34.
- Oktris, Lin. 2018. *Dampak Modal Intelektual Hijau terhadap Pengungkapan Sukarela Emisi Karbon*. Indonesian Journal of Accounting and Governance (IJAG) Volume 2, Nomor 1, June 2018.
- Uyar, Ali, Merve Kilic & Nizamettin Bayurt. 2013. *Association Between Firm: Evidence from Turkish Listed Companies*. Intangible Capital, Vol. 9 (4), 1080-1112.
- Nugraha, Novia Bani dan Meiranto, W. 2015. *Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak* (Studi pada Perusahaan Non Keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2012-2013). Jurnal Akuntansi Universitas Diponegoro. Vol 4, No 4.
- Ghozali, Imam. dan Anis Chariri. 2014. *Teori Akuntansi International Financial Reporting System (IFRS)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.