

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sejarah perkembangan akuntansi yang berkembang pesat setelah terjadi revolusi industri, menyebabkan pelaporan akuntansi lebih banyak digunakan sebagai alat pertanggungjawaban kepada pemilik modal (kaum kapitalis) sehingga mengakibatkan orientasi perusahaan lebih berpihak kepada pemilik modal. Dengan keberpihakan perusahaan kepada pemilik modal mengakibatkan perusahaan melakukan eksploitasi sumber-sumber alam dan masyarakat (sosial) secara tidak terkendali sehingga mengakibatkan kerusakan lingkungan alam dan pada akhirnya mengganggu kehidupan manusia. Kapitalisme, yang hanya berorientasi pada laba material telah merusak keseimbangan kehidupan dengan cara menstimulasi pengembangan potensi ekonomi yang dimiliki manusia secara berlebihan yang tidak memberi kontribusi bagi peningkatan kemakmuran mereka tetapi justru menjadikan mereka mengalami penurunan kondisi sosial [Chwastiak (1999) dalam Anggraini (2006)].

Ja'far dan Amalia (2006) menyatakan bahwa sadar atau tidak, dampak paham ekonomi kapitalis telah banyak menjalar pada dunia industri modern dewasa ini. Banyak perusahaan yang menerapkan konsep maksimasi laba (salah satu dari konsep yang dianut oleh kaum kapitalis) namun, bersamaan dengan itu mereka telah melanggar konsensus dan prinsip-prinsip maksimasi

laba itu sendiri. Prinsip-prinsip yang dilanggar tersebut antara lain adalah kaidah biaya ekonomi (*economic cost*), biaya akuntansi (*accounting cost*) dan biaya kesempatan (*opportunity cost*). Implikasi dari pelanggaran terhadap prinsip-prinsip tersebut diantaranya adalah terbengkalainya pengelolaan (manajemen) lingkungan dan rendahnya tingkat kinerja lingkungan serta rendahnya minat perusahaan terhadap konservasi lingkungan. Pelanggaran terhadap *opportunity cost* misalnya, telah memberi dampak yang signifikan bagi keberlanjutan (*sustainability*) lingkungan global.

Bagi Indonesia, permasalahan lingkungan merupakan faktor penting yang harus segera dipikirkan mengingat dampak dari buruknya pengelolaan lingkungan semakin nyata dewasa ini. Gejala ini dapat dilihat dari berbagai bencana yang terjadi akhir-akhir ini, seperti banjir bandang dan tanah longsor di beberapa daerah di Pulau Jawa dan Sumatera, serta kebakaran hutan di beberapa hutan lindung Kalimantan. Bahkan munculnya banjir lumpur bercampur gas sulfur akhir-akhir ini di daerah Sidoarjo Jawa Timur merupakan bukti rendahnya perhatian perusahaan terhadap dampak lingkungan dari aktifitas industrinya. Fakta ini merupakan implikasi, baik langsung maupun tidak langsung, dari rendahnya dorongan dan tindakan proaktif manajemen lingkungan dari berbagai sektor industri di Indonesia.

Permasalahan lingkungan juga semakin menjadi perhatian yang serius, baik oleh konsumen, investor maupun pemerintah. Investor asing memiliki kecenderungan mempersoalkan masalah pengadaan bahan baku dan proses produksi yang terhindar dari munculnya permasalahan lingkungan,

seperti: kerusakan tanah, rusaknya ekosistem, polusi air, polusi udara dan polusi suara. Senada dengan para investor, pemerintah mulai memikirkan kebijakan ekonomi makro-nya terkait dengan pengelolaan lingkungan dan konservasi alam (Anggraini, 2006).

Saat ini perusahaan tidak hanya dituntut mencari keuntungan atau laba semata tetapi juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial di masyarakat. Dari segi ekonomi, memang perusahaan diharapkan mendapatkan keuntungan yang setinggi-tingginya. Tetapi pada aspek sosial, perusahaan harus memberikan kontribusi secara langsung kepada masyarakat yaitu meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungannya.

Tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang semakin bagus (*good corporate governance*) semakin memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengkonsumsi makanan dapat terpenuhi. Oleh karena itu, dalam perkembangan sekarang ini akuntansi konvensional telah banyak dikritik karena tidak dapat mengakomodir kepentingan masyarakat secara luas, sehingga kemudian muncul konsep akuntansi baru yang disebut sebagai *Social Responsibility Accounting (SRA)* atau Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial.

Anggraini (2006) mendefinisikan akuntansi pertanggungjawaban sosial sebagai proses seleksi variabel-variabel kinerja sosial tingkat perusahaan, ukuran dan prosedur pengukuran, yang secara sistematis mengembangkan informasi yang bermanfaat untuk mengevaluasi kinerja sosial perusahaan dan mengkomunikasikan informasi tersebut kepada kelompok sosial yang tertarik, baik didalam maupun diluar perusahaan.

Penyediaan informasi yang luas dalam laporan keuangan merupakan keharusan yang disebabkan adanya permintaan berbagai pihak yang berkepentingan dengan informasi tersebut. Suatu informasi dianggap informatif jika informasi tersebut mampu mengubah kepercayaan para investor dalam mengambil keputusan investasi. Informasi merupakan kebutuhan yang mendasar bagi para investor dan calon investor untuk pengambilan keputusan. Adanya informasi yang lengkap, akurat serta tepat waktu memungkinkan investor untuk melakukan pengambilan keputusan secara rasional sehingga hasil yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan. Menurut Undang-undang Pasar Modal No. 8 tahun 1995 pasal 1: *“Informasi atau fakta material adalah informasi atau fakta penting dan relevan mengenai peristiwa, kejadian atau fakta yang dapat mempengaruhi harga efek pada Bursa Efek, dan atau keputusan pemodal, calon pemodal atau pihak lain yang berkepentingan atas informasi atau fakta tersebut”*.

Salah satu informasi yang sering diminta untuk diungkapkan perusahaan saat ini adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social*

responsibility (CSR) dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya. Bentuk tanggung jawab diantaranya adalah dengan melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungan, pemberian beasiswa untuk anak tidak mampu, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk desa atau fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah basis teori tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan harmonis dengan masyarakat dan lingkungan tempat beroperasi. Secara teoretik, *CSR* dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para *stakeholders* terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja dan operasinya. Sebuah perusahaan harus menjunjung tinggi moralitas. Parameter keberhasilan suatu perusahaan dalam sudut pandang *CSR* adalah mengedepankan prinsip moral dan etis, yakni menggapai suatu hasil terbaik tanpa merugikan kelompok masyarakat lainnya.

Peraturan yang mengatur tentang *Corporate Social Responsibility* diatur dalam UU RI No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) pasal 74 Ayat 1 mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, yaitu: *“Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab*

sosial dan lingkungan”. Pernyataan tersebut secara jelas menyebutkan bahwa perusahaan bertanggungjawab terhadap lingkungan sekitarnya terutama perusahaan industri yang meninggalkan limbah, apabila limbah tidak diolah terlebih dahulu akan mencemari lingkungan sekitarnya.

Ambadar (2008) mengemukakan beberapa motivasi dan manfaat yang diharapkan perusahaan dengan melakukan tanggung jawab sosial perusahaan meliputi: 1) perusahaan terhindar dari reputasi negatif perusak lingkungan yang hanya mengejar keuntungan jangka pendek tanpa memperdulikan akibat dari perilaku buruk perusahaan, 2) kerangka kerja etis yang kokoh dapat membantu para manajer dan karyawan menghadapi masalah seperti permintaan lapangan kerja di lingkungan dimana perusahaan bekerja, 3) perusahaan mendapat rasa hormat dari kelompok inti masyarakat yang membutuhkan keberadaan perusahaan khususnya dalam hal penyediaan lapangan pekerjaan, 4) perilaku etis perusahaan aman dari gangguan lingkungan sekitar sehingga dapat beroperasi secara lancar.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa apabila perusahaan menerapkan CSR dengan baik maka akan berakibat pada meningkatnya *value* perusahaan. Namun, *value* perusahaan ini tidak dapat terbentuk apabila perusahaan tidak mengkomunikasikan program CSR-nya kepada para *stakeholders*. Komunikasi dua arah seputar permasalahan CSR sangatlah penting untuk membangun rasa hormat dan penghargaan dari para *stakeholders* (Rahmawani dan Hartanti, 2010).

CSR sebagai sebuah gagasan, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*. Di sini *bottom lines* lainnya selain finansial juga ada sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila, perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar, di berbagai tempat dan waktu muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidupnya.

Berbagai penelitian yang terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan telah banyak dilakukan, salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005). Sembiring (2005) menemukan bahwa variabel ukuran perusahaan (*size*), profile, dan ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, sedangkan profitabilitas, dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Ukuran perusahaan (*size*) merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Bukti bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dipengaruhi oleh ukuran perusahaan telah ditemukan dalam penelitian sebelumnya. Hal

ini umumnya dikaitkan dengan teori agensi yang menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar. Untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, perusahaan akan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas. Selain itu, perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan.

Cowen *et al* (1987) dalam Untari (2010) mengungkapkan bahwa perusahaan yang lebih besar melakukan aktivitas yang lebih banyak, menyebabkan dampak yang lebih besar terhadap lingkungan, memiliki lebih banyak pemegang saham yang mungkin berkepentingan dengan program sosial perusahaan, dan laporan keuangannya menyediakan alat yang efisien dalam mengkomunikasikan informasi sosial perusahaan. Sembiring (2005) dan Febrina dan Suaryana (2011) menemukan bahwa *size* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan Anggraini (2006), Sitepu dan Siregar (2009), Untari (2010), Yulita (2010) menemukan hasil bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Secara teoritis, menurut Heinze (1976) dalam Untari (2010), menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Sehingga semakin

tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial.

Donovan dan Gibson (2000) dalam Sembiring (2005) menyatakan dari sisi teori legitimasi, profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini didukung dengan argumentasi bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca “*good news*” kinerja perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005), Anggraini (2006), Yulita (2010), dan Febrina dan Suaryana (2011) menemukan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sitepu dan Siregar (2009), dan Untari (2010) menemukan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai kegiatan operasinya tercermin dalam tingkat *leverage*. Menurut Belkaoui dan Karpik dalam Sembiring (2005) keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Struktur modal dari sebuah perusahaan yang dapat mempengaruhi pengeluaran atas biaya CSR. Mengacu pada Jensen (1986), menyatakan bahwa saat perusahaan mempunyai utang bunga yang tinggi,

kemampuan manajemen untuk berinvestasi lebih pada program CSR adalah terbatas. Diamond (1991) dan Gilson (1990) dalam Rawi dan Muchlish (2010) menyatakan bahwa tingginya tingkat suku bunga utang juga mendorong kreditur untuk berperan aktif untuk mengawasi perusahaan. Beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh Untari (2010), Febrina dan Suaryana (2011), Rawi dan Muchlish (2010), Yulita (2010), Sitepu dan Siregar (2009) dan Sembiring (2005) menemukan hasil yang sama bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab perusahaan.

Berdasarkan teori agensi, dewan komisaris dianggap sebagai mekanisme pengendalian intern tertinggi, yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Semakin banyak jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan akan menyebabkan tekanan terhadap manajemen semakin besar maka pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat perusahaan akan semakin luas. Dikaitkan dengan pengungkapan informasi oleh perusahaan, kebanyakan penelitian menunjukkan adanya hubungan positif antara berbagai karakteristik dewan komisaris dengan tingkat pengungkapan informasi oleh perusahaan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Yulita (2010), Sitepu dan Siregar (2009) dan Sembiring (2005) yang menemukan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan sukarela yang dibuat perusahaan di Indonesia. Sedangkan Febrina dan Suaryana (2011)

menemukan bahwa ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Kepemilikan manajemen memperoleh keuntungan khusus atas biaya CSR dari pemegang saham lainnya, Struktur kepemilikan modal harus memegang peranan dalam penetapan jumlah pengeluaran CSR. Fama dan Jensen (1983) menyatakan tingkat kepemilikan manajemen yang tinggi cenderung untuk tetap bertahan, dimana manajemen untuk melakukan program CSR dengan mudah. Perusahaan yang mempunyai kepemilikan saham manajemen yang tinggi, maka lebih banyak melakukan aktivitas sosial dan lingkungan karena mereka menganggap masyarakat eksternal memperhatikan lingkungan akibat kegiatan operasi perusahaan (Rawi dan Muchlish, 2010). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006), dan Rawi dan Muchlish (2010) yang menemukan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Namun, hasil ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Febrina dan Suaryana (2011) yang menemukan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Sembiring (2005). Sembiring (2005) meneliti mengenai pengaruh *size*, profitabilitas, profile, ukuran dewan komisaris, dan *leverage* terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan di BEI dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dan periode pengamatan tahun 2002. Persamaan

penelitian ini dengan penelitian Sembiring (2005) adalah sama- sama meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial dalam laporan tahunan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Sembiring (2005), antara lain: 1) Sampel yang digunakan oleh Sembiring (2005) adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, 2) Periode penelitian yang digunakan oleh Sembiring (2005) hanya pada periode 2002 saja, sedangkan dalam penelitian ini periode penelitian yang digunakan adalah selama dua tahun yaitu mulai dari tahun 2009 hingga 2010, 3) Pengungkapan tanggung jawab sosial dalam penelitian Sembiring (2005) diukur dengan menggunakan indikator pengungkapan tanggung jawab sosial yang diadopsi dari penelitian Hackston dan Milne (1999) yang terdiri dari 78 item pengungkapan. Dalam penelitian ini, pengungkapan tanggung jawab sosial diukur dengan menggunakan indikator GRI (2011) yang terdiri dari 121 pengungkapan, 4) Pada penelitian ini *profile* tidak dijadikan variabel independen karena penguji hanya menguji perusahaan manufaktur karena penilaian *profile* menurut sembiring (2005) menggunakan *high profile* dan *low profile*. *High profile* meliputi: perusahaan bergerak dibidang perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, agrobisnis, tembakau dan rokok, makanan dan minuman, media dan komunikasi, kesehatan, transportasi, dan pariwisata. sedangkan *low profile* meliputi: bidang bangunan, keuangan dan perbankan, supplier peralatan medis,

retailer, tekstil dan produk tekstile, produk personal, dan produk rumah tangga. diantara katagori tersebut ada yang tidak masuk dalam katagori perusahaan manufaktur. oleh karena itu peneliti tidak memasukkan *profile* kedalam variabel independen. Dalam penelitian ini ditambahkan satu variabel independen yaitu kepemilikan manajerial karena kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Rawi dan Muchlish, 2010).

Berdasarkan keanekaragaman hasil penelitian-penelitian tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengembangkan penelitian sejenis dengan mengambil judul **“Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasar latar belakang masalah tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu untuk mengetahui:

1. Apakah *size* perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
2. Apakah profitabilitas perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
3. Apakah *leverage* perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
4. Apakah ukuran dewan komisaris perusahaan berpengaruh positif terhadap

pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

5. Apakah kepemilikan manajemen perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan memberikan bukti empiris mengenai:

1. Pengaruh *size* perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Pengaruh profitabilitas perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
3. Pengaruh *leverage* perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
4. Pengaruh ukuran dewan komisaris perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
5. Pengaruh kepemilikan manajemen perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi :

1. Manfaat Teori

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan

wacana keilmuwan dalam perkembangan teori agensi, teori legitimasi, dan teori stakeholder. Hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2. Manfaat Kebijakan

- Bagi lembaga-lembaga pembuat peraturan atau standar, misalnya Bapepam, IAI dan sebagainya :

Hasil penelitian ini akan sangat bermanfaat sebagai masukan dalam meningkatkan kualitas standar dan peraturan yang sudah ada.

3. Manfaat Praktis

a. Bagi Pihak Perusahaan (Manajemen)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah bukti empiris tentang pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

b. Bagi Investor

Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang berguna bagi para pembaca khususnya investor maupun calon investor dalam melaksanakan analisa laporan keuangan sebagai bahan pertimbangan terkait dengan pengambilan keputusan investasi.

c. Bagi Masyarakat Umum

Sebagai pengetahuan akan peran serta perusahaan dalam mensejahterakan masyarakat dan menjaga kesehatan lingkungan sekitar.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran penelitian yang lebih jelas dan sistematis sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat uraian mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan teori-teori yang menjadi dasar analisis penelitian yang meliputi ; pengungkapan tanggungjawab social perusahaan (CSR), karakteristik perusahaan yang di proksi dalam ukuran perusahaan (*size*), profitabilitas, leverage, ukuran dewan komisaris dan kepemilikan manajerial, tinjauan penelitian terdahulu dan pengembangan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang ruang lingkup penelitian, objek penelitian, jenis dan sumber data dan metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang pengujian data, pengujian hipotesis dan pembahasan data.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang simpulan dari hasil dari penelitian yang telah dibahas pada bab-bab sebelumnya, keterbatasan dan saran-saran.