

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hubungan antara pemegang saham (*principle*) dengan manajemen (*agent*) memiliki tujuan yang berbeda sehingga menimbulkan konflik keagenan (Jensen & Meckling, 1976). Meningkatnya konflik keagenan disebabkan karena *principle* tidak dapat memonitor aktivitas manajemen sehari-hari secara terus menerus untuk memastikan apakah *agent* bertindak sesuai keinginan *principle* (Eisenhardt, 1989). Hal tersebut terjadi karena manajer berada didalam perusahaan sehingga manajer mempunyai banyak informasi mengenai perusahaan, sedangkan *principle* atau pemegang saham sangat jarang atau bahkan tidak pernah datang ke perusahaan sehingga informasi yang diperoleh sangat sedikit. Hal ini menyebabkan adanya asimetri informasi antara pihak *principle* dan *agent*. *Agent* sebagai pengendali perusahaan pasti memiliki informasi yang lebih baik dan lebih banyak dibandingkan dengan *principle* (Sholekah & Venusita, 2014).

Dengan adanya konflik keagenan dan asimetri informasi maka akan membuka peluang dan mendorong *agent* untuk memaksimalkan kepentingannya sendiri dengan melakukan tindakan yang tidak semestinya yang dikenal sebagai *moral hazard* dimana tindakan ini dapat merugikan *principle*, baik memanfaatkan aset perusahaan untuk kepentingan pribadi maupun perekrutannya kinerja perusahaan sehingga menyebabkan *agent* menyajikan informasi yang tidak sebenarnya atau dapat dikatakan tidak transparan (Septiawan & Wirawati, 2016).

Berdasarkan hasil ASEAN Corporate Governance Scorecard (ACGS) dalam menilai praktek transparansi perusahaan terbuka menyatakan bahwa 10 emiten

Indonesia berhasil masuk dalam peringkat ACGS. Mengacu dari hasil tersebut, IICD (*Indonesia Institute of Corporate Directorship*) menyatakan 10 Emiten tersebut masuk dalam kategori Top Emiten di Indonesia. Namun jika dibandingkan dari tahun 2013 yang mana perusahaan terbuka di Indonesia yang masuk dalam peringkat ACGS pada tahun 2013 sebanyak 30 Emiten. Hal tersebut membuktikan bahwa emiten di Indonesia dalam hal transparansi mengalami penurunan. *Managing Partner Consulting* RSM Indonesia juga menyatakan bahwa emiten di Indonesia perlu berbenah terkait transparansi agar lebih banyak emiten di Indonesia masuk dalam peringkat *ASEAN Corporate Governance Scorecard* (ACGS) sehingga Indonesia mampu mengalahkan negara-negara yang memiliki tingkat transparansi lebih tinggi seperti Thailand, Malaysia dan Singapura.

Berdasarkan fenomena yang terjadi diatas, menurunnya transparansi maka akan meningkatkan tingkat pengawasan *principle* terhadap aktivitas *agent* sehingga akan meningkatkan besarnya *agency cost*, sebaliknya apabila transparansi meningkat maka akan menurunkan besarnya *agency cost*. Munculnya biaya keagenan ini bertujuan agar *principle* memiliki jumlah dan kualitas informasi yang sama dengan *agent*, sehingga tidak terdapat informasi tersembunyi (transparan) yang dilakukan oleh pihak *agent* (Septiawan & Wirawati, 2016).

Penelitian mengenai *agency cost* telah dilakukan oleh beberapa peneliti antara lain penelitian yang dilakukan oleh Sintyawati & S (2018) menemukan bahwa kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan *leverage* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *agency cost*. Maryam (2018) menyatakan bahwa struktur modal tidak berpengaruh terhadap *agency cost*,

sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *agency cost*. Sedangkan menurut Rohmaniyah, Maslichah, & Afifudin (2018) menyatakan bahwa struktur modal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *agency cost* dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *agency cost*. Hamidah, Wicaksono, & Ahmad (2017) menyatakan bahwa *leverage*, *firm growth* dan *firm performance* tidak berpengaruh terhadap *agency cost*. Sedangkan Florackis & Ozkan (2008) menyatakan bahwa *firm growth* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *agency cost* sedangkan *firm performance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *agency cost*.

Dari penelitian diatas terdapat banyak faktor yang dapat menurunkan besarnya *agency cost* sehingga peneliti mengajukan faktor salah satunya yaitu *leverage*. *Leverage* dianggap sebagai mekanisme pengendalian biaya keagenan. Rasio *leverage* merupakan perbandingan antara total hutang dengan total ekuitas (Kasmir, 2012). Meningkatnya *leverage* juga dapat mengendalikan penggunaan aliran kas bebas (*free cash flow*) yang berlebihan oleh manajemen perusahaan. Sintyawati & S (2018), Nozari (2016), dan Nazir, Saita, Ahmed, & Nawaz (2012) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap biaya keagenan. Penggunaan hutang menimbulkan pengawasan dari pihak luar atau bank yang dapat memotivasi manajemen untuk mengoperasikan perusahaan lebih efisien. Hal ini menunjukkan bahwa *leverage* dapat digunakan untuk mengurangi biaya keagenan

Faktor yang mempengaruhi *agency cost* selanjutnya adalah *managerial ownership*. *Managerial ownership* merupakan jumlah saham yang dimiliki oleh manajemen dari seluruh modal saham dalam perusahaan (Sartono, 2010). *Managerial ownership* diasumsikan sebagai mekanisme pengendalian internal

dan berfungsi sebagai monitoring positif untuk mengurangi konflik keagenan. Tingkat konsentrasi *managerial ownership* memiliki implikasi penting bagi manajer untuk bertindak pada kepentingan terbaik demi maksimalisasi nilai mereka sendiri (Ahmed, 2009).

Faktor lain yang dianggap mempengaruhi *agency cost* adalah *institutional ownership*. Menurut Tarjo (2008) mengemukakan bahwa *institutional ownership* adalah kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki oleh institusi atau lembaga seperti perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi dan kepemilikan institusi lain. Adanya kepemilikan saham oleh investor institusional akan mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal terhadap kinerja manajemen. Sintyawati & S (2018) menyatakan bahwa *institutional ownership* berpengaruh negatif signifikan terhadap *agency cost* karena pihak institusional mampu mengawasi kinerja perusahaan dan perilaku manajer serta akan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan manajer. Hasil yang berbeda dikemukakan oleh Wijayati (2015) yang menyatakan bahwa *institutional ownership* berpengaruh positif signifikan terhadap *agency cost* karena pemegang saham institusional tidak selalu bisa memonitor secara efektif.

Faktor selanjutnya yang digunakan oleh peneliti yang dianggap berpengaruh dalam menurunkan *agency cost* adalah *capital structure*. Menurut M. C. Jensen (1986) dalam mengatasi perilaku manajer, *capital structure* perusahaan dianggap berpengaruh dapat mempengaruhi *agency cost*. Struktur modal merupakan salah satu keputusan keuangan yang dihadapi manajer keuangan berkaitan dengan komposisi hutang, saham preferen, dan saham biasa yang harus digunakan oleh perusahaan. Ketika perusahaan menggunakan hutang, biaya modal akan sebesar biaya bunga yang dibebankan oleh kreditur, sedangkan pada kreditur

akan timbul *opportunity cost* dari dana yang digunakan. Struktur modal juga memiliki kaitan yang erat dalam meminimalisir *agency cost* dari masalah agensi perusahaan yang disebabkan karena adanya *free cash flow* untuk kepentingan pribadi. Dengan adanya hutang perusahaan maka manajer dituntut untuk melakukan pembayaran bunga pinjaman dan utang pokok kepada *debtholders* sehingga hal ini dapat meminimalisir penggunaan *free cash flow* untuk kepentingan pribadi manajer dan meminimalisir *agency cost* (Florackis & Ozkan, 2008).

Faktor lainnya yang digunakan oleh peneliti yang dianggap berpengaruh terhadap *agency cost* adalah *firm size*. Fachrudin (2011) menyatakan bahwa *firm size* dianggap mampu mempengaruhi kinerja perusahaan karena perusahaan yang besar dapat menurunkan *agency cost*. Perusahaan yang memiliki ukuran besar cenderung menarik perhatian dan kemungkinan berada dalam observasi publik yang lebih besar. Selain itu, semakin banyak karyawan yang dipekerjakan pada perusahaan besar, akan menyebabkan memberikan pengawasan yang lebih. Dalam kaitannya dengan *agency cost*, *firm size* diindikasikan dapat mempengaruhi *agency cost* suatu perusahaan. Semakin besar *firm size*, maka kemungkinan terjadinya *economies of scale* akan semakin besar, sehingga nilai *SGA expense to sales ratio* semakin kecil. Selain itu utilitas aset dapat meningkat bila perusahaan semakin terdiversifikasi. Oleh karena itu, *agency cost* dapat berkurang (Singh & Davidson, 2003).

Faktor lainnya adalah *firm growth*. Menurut Hamidah et al. (2017) pertumbuhan perusahaan dapat berpengaruh positif terhadap biaya keagenan. Hal ini mungkin saja terjadi dikarenakan perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan yang relatif besar dapat menjadi ketertarikan sendiri bagi pihak

agent maupun *principle* untuk mengambil tindakan sesuai dengan kepentingan mereka masing-masing. Sehingga, biaya keagenan yang timbul akibat terjadinya konflik kepentingan tersebut menjadi meningkat seiring dengan tingginya tingkat pertumbuhan perusahaan itu sendiri. Namun menurut Florackis & Ozkan (2008) menyatakan bahwa *firm growth* berpengaruh negatif terhadap *agency cost*. Hal tersebut dimungkinkan terjadi dikarenakan semakin pesatnya pertumbuhan yang terjadi pada sebuah perusahaan, dapat mengindikasikan kematangan dan kesadaran pada stakeholder pada perusahaan tersebut, dalam hal ini termasuk pihak *agent* dan pihak *principle*, untuk bersama-sama membuat jalan bagi perusahaan untuk semakin berkembang. Sehingga biaya keagenan yang ditimbulkan pun akan semakin berkurang seiring dengan pesatnya pertumbuhan suatu perusahaan.

Faktor yang terakhir adalah *firm performance* yang mana *firm performance* yang besar adalah sesuatu yang diharapkan oleh semua *stakeholder* perusahaan. Namun, belum banyak yang tahu apakah besarnya *firm performance* dapat mempengaruhi oleh tingkat biaya keagenan secara signifikan. Menurut Hamidah et al. (2017) menjelaskan bahwa pada perusahaan dengan kinerja yang relatif tinggi, peran hutang jangka pendek dalam meminimalisasi biaya keagenan dapat dikatakan lemah. Hal tersebut menandakan bahwa tingginya kinerja perusahaan yang dihasilkan bisa saja dipengaruhi oleh minimnya biaya keagenan yang terjadi dalam suatu perusahaan. Karena tingginya kinerja perusahaan biasanya dibarengi dengan tingginya kualitas *good corporate governance* yang diterapkan oleh perusahaan tersebut. Beberapa penelitian mengenai *firm performance* sudah pernah dilakukan oleh Florackis & Ozkan (2008) yang menghasilkan bahwa *firm*

permormance berpengaruh positif terhadap *agency cost*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Hamidah et al. (2017) mendapatkan hasil bahwa *firm performance* yang diteliti di Indonesia tidak berpengaruh terhadap *agency cost* sedangkan di Malaysia berpengaruh negatif terhadap *agency cost* dan di Thailand berpengaruh positif terhadap *agency cost*.

Dari latar belakang diatas, peneliti tertarik meneliti *agency cost* sebagai variabel dependen dan rasio keuangan seperti *leverage*, *managerial ownership*, *institutional ownership*, *capital structure*, *firm size*, *firm growth* dan *firm performance* sebagai variabel independen. Hal ini dilakukan karena dari hasil penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang tidak konsisten, yang mungkin disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam teori. Adanya hasil yang berbeda dalam penelitian sebelumnya (*research gap*) maka diperlukan penelitian lebih lanjut dari variabel-variabel tersebut. Jadi penelitian ini bermaksud untuk meneliti pengaruh *leverage*, *managerial ownership*, *institutional ownership*, *capital structure*, *firm size*, *firm growth*, dan *firm performance* terhadap *agency cost* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013-2017.

Penelitian ini mereplika dari penelitian Rohmaniyah et al. (2018), Sintyawati & S (2018), dan Hamidah et al. (2017) yang mana peneliti mengambil variabel *leverage*, *managerial ownership* dan *institutional ownership* diambil dari penelitian yang dilakukan oleh Sintyawati & S (2018) dan variabel *capital structure* dari penelitian yang dilakukan oleh Rohmaniyah et al. (2018) serta variabel *firm size*, *firm growth* dan *firm performance* diambil dari penelitian yang dilakukan oleh Hamidah et al. (2017).

Dari penelitian diatas terdapat perbedaan yaitu pertama pada tahun penelitian. Pada penelitian yang dilakukan oleh Hamidah et al. (2017) mengambil sampel tahun 2009 – 2013 dan penelitian yang dilakukan oleh Sintyawati & S (2018) mengambil sampel tahun 2012-2015 serta Rohmaniyah et al. (2018) mengambil sampel 2012-2016. Sedangkan dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel tahun 2013 – 2017. Perbedaan selanjutnya adalah jumlah variabel yang diteliti. Pada penelitian yang dilakukan oleh Sintyawati & S (2018) variabel yang diteliti sebanyak 3 variabel, Rohmaniyah et al. (2018) mengambil variabel sebanyak 2 variabel dan Hamidah et al. (2017) mengambil variabel sebanyak 4 variabel. Sedangkan dalam penelitian ini, peneliti mengambil variabel sebanyak 7 variabel seperti yang telah dijelaskan sebelumnya.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu di atas yang mana masih belum diketahui secara pasti apakah variabel independen secara konsisten mempengaruhi variabel dependen. Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Pengaruh *Leverage, Managerial Ownership, Institutional Ownership, Capital Structure, Firm Size, Firm Growth* dan *Firm Performance* Terhadap *Agency cost* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2013 – 2017)”**.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Apakah *leverage* berpengaruh negatif terhadap *agency cost* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013 - 2017?

2. Apakah *managerial ownership* berpengaruh negatif terhadap *agency cost* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013 - 2017 ?
3. Apakah *institutional ownership* berpengaruh negatif terhadap *agency cost* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013 - 2017 ?
4. Apakah *capital structure* berpengaruh positif terhadap *agency cost* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013 - 2017?
5. Apakah *firm size* berpengaruh positif terhadap *agency cost* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013 - 2017 ?
6. Apakah *firm growth* berpengaruh negatif terhadap *agency cost* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013 - 2017 ?
7. Apakah *firm performance* berpengaruh positif terhadap *agency cost* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013 - 2017 ?

1.3 Tujuan penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk menganalisis secara empiris faktor-faktor yang mempengaruhi *agency cost* sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh *leverage* terhadap *agency cost* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013 – 2017.
2. Untuk menganalisis pengaruh *managerial ownership* terhadap *agency cost* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013 – 2017.
3. Untuk menganalisis pengaruh *institutional ownership* terhadap *agency cost* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013 – 2017.
4. Untuk menganalisis pengaruh *capital structure* terhadap *agency cost* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013 – 2017.
5. Untuk menganalisis pengaruh *firm size* terhadap *agency cost* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013 – 2017.

6. Untuk menganalisis pengaruh *firm growth* terhadap *agency cost* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013 – 2017.
7. Untuk menganalisis pengaruh *firm performance* terhadap *agency cost* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013 – 2017.

1.4 Manfaat penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat ganda, yakni manfaat teoritis maupun praktis.

a. Kontribusi Teoritis

1. Bagi peneliti, diharapkan dapat mengembangkan dan melatih diri dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat memberikan pemahaman ataupun bahan acuan dalam bidang akuntansi, terutama bagi yang ingin mengadakan penelitian mengenai *agency cost* dengan mengganti atau menambahkan faktor-faktor yang masih relevan pada masa yang akan datang.
3. Bagi civitas akademika dapat menambah informasi sumbangan pemikiran dan bahan kajian penelitian.

b. Kontribusi Praktis

1. Untuk membantu perusahaan agar dapat mengurangi biaya agensi yang terjadi di perusahaan sehingga dapat meningkatkan nilai pada perusahaan.
2. Bagi pihak manajemen perusahaan, diharapkan untuk dapat digunakan sebagai bahan masukan dalam mempertimbangkan pengambilan kebijakan finansial khususnya yang terkait dengan *agency cost*.