

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan adalah organisasi yang didirikan oleh seseorang atau sekelompok orang atau badan lain yang kegiatannya melakukan produksi dan distribusi guna memenuhi kebutuhan ekonomis para konsumennya. Seiring perkembangan waktu, maka terjadi persaingan usaha yang meningkat sehingga diperlukan strategi-strategi yang tidak hanya mampu membuat perusahaan bertahan, namun dapat membuat perusahaan memenangkan persaingan bisnis yang semakin ketat (Sintyawati dan Dewi, 2018)

Strategi-strategi perusahaan dapat dilakukan seperti dengan pengendalian dan pengawasan pemilik perusahaan terhadap aset, kegiatan operasional, dan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Pemilik utama perusahaan (pemegang saham) mungkin tidak bisa mengendalikan dan mengawasi secara penuh perusahaan, maka dari itu adanya pihak lain di luar perusahaan yang bergerak di bidang pengelolaan manajemen perusahaan. Pihak lain yang dimaksud disini dapat disebut dengan agen (pengelola).

Menurut Sawir (2004), seiring dengan terus berkembangnya ukuran dan jangkauan bisnis, timbulah kesenjangan yang terus meningkat antara pemilik perusahaan (pemegang saham) dan manajer (pengelola) perusahaan, sehingga keduanya terpisah menjadi kelompok yang berbeda, bahkan saling bertentangan. Konflik antara para manajer dan pemegang saham menyebabkan timbulnya

masalah keagenan (*agency problem*). Masalah keagenan ini menimbulkan biaya keagenan (*agency cost*) yang cenderung timbul di setiap organisasi bisnis.

Beberapa penelitian mengenai pengaruh kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan *leverage* terhadap *agency cost* telah dilakukan. Namun penelitian terdahulu memiliki hasil yang berbeda-beda.

Shael, Murhadi, dan Utami (2016) melakukan penelitian pengaruh *ownership structure, free cash flow, dan corporate governance* terhadap biaya keagenan pada perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia selama periode 2009-2014 mendapatkan hasil bahwa kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan *non-manager ownership* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap *agency cost*. Hubungan negatif ini menunjukkan pada saat kepemilikan manajerial mengalami peningkatan maka *agency cost* akan mengalami penurunan. Kepemilikan manajerial dalam struktur kepemilikan perusahaan dapat mengurangi *agency cost*. Hal ini terjadi ketika seorang pengelola juga menjadi pemegang saham maka jarang terjadi benturan kepentingan antara pemegang saham dengan pengelola, dan dapat mengurangi *agency cost*. Pengaruh negatif tidak signifikan ini dikarenakan kepemilikan manajerial berada pada level rendah (di bawah 5%). Kepemilikan institusional negatif tidak signifikan dikarenakan pihak institusi tidak dapat memonitor perusahaan dengan efektif karena keterbatasan waktu dan keahlian maka pihak institusi dapat dikatakan pasif dalam memonitoring kinerja perusahaan.

Penelitian Sari, Yuhelmi, dan Dharma (2015) pada perusahaan sektor *Agriculture, Animal Feed And Husbandry, Chemical and Allied Products, Mining*

and Mining Service, dan *Real Estate And Property* menemukan kepemilikan manajerial dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap *agency cost*. Hasil yang diperoleh disebabkan karena kegiatan pengawasan atau kontrol terhadap kegiatan manajemen yang dilakukan oleh investor manajerial sangat jarang dilakukan, serta dilakukan secara tidak konsisten, akibatnya ketimpangan informasi yang terjadi antara manager dengan *stakeholders* masih terjadi dan tetap memberi peluang bagi manajer untuk melakukan kegiatan *agency cost*.

Namun pada penelitian Sintyawati dan Dewi (2018) pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode 2012 – 2015 menemukan kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan *leverage* berpengaruh negatif signifikan. Adanya penggunaan hutang dalam struktur modal perusahaan mampu mengurangi timbulnya pengeluaran perusahaan yang tidak penting serta akan mendorong pihak manajer untuk menjalankan perusahaan agar lebih baik dan efisien. Hal tersebut akan berdampak pada pengurangan biaya keagenan yang selanjutnya akan menyebabkan terjadi peningkatan kinerja perusahaan. Peningkatan *leverage* dapat menambah pengawasan terhadap manajemen sehingga manajer akan susah untuk berperilaku menyimpang dari tujuan perusahaan. Apabila suatu perusahaan memiliki rasio *leverage* yang tinggi, maka kreditur akan lebih mengawasi perusahaan dalam hal penggunaan dana perusahaan sehingga akan berkurangnya peluang bagi pihak manajer untuk melakukan tindakan yang mampu merugikan perusahaan yang selanjutnya akan berdampak pada minimalnya biaya keagenan.

Penelitian Veau dan Ersu (2017) pada perusahaan sektor Industri Pertanian dan sektor Industri Dasar yang terdaftar di BEI 2011 – 2015 menemukan

kepemilikan institusional berpengaruh positif signifikan terhadap *agency cost*. Semakin meningkatnya pemegang saham institusional maka biaya keagenan akan semakin tinggi karena investor institusional akan fokus pada keputusan yang menguntungkan pihaknya dan mengabaikan pemegang saham minoritas karena jumlah kepemilikan institusional yang terlalu besar mengarah kepada kepemilikan terkonsentrasi yang akhirnya bertindak sebagai pemegang saham pengendali.

Berdasarkan adanya perbedaan hasil yang dilakukan oleh peneliti terdahulu penulis tertarik untuk menganalisa pengaruh kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan *leverage* terhadap *agency cost* dengan pengambilan sampel pada perusahaan sektor *consumer goods industry* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018.

Penulis memilih sektor *consumer goods industry* dikarenakan Kepala Riset Koneksi Capital, Alfred Nainggolan dalam artikel Bursa dan Saham melalui *website* <https://market.bisnis.com/> mengatakan bahwa kinerja keuangan sektor *consumer goods* sepanjang 2018 positif. Konsumsi rumah tangga 2018 juga tumbuh 5,05%, lebih tinggi dibandingkan dengan 2017 yang sebesar 4,95%. Pertumbuhan penjualan ritel juga naik dari 2,9% pada 2017 menjadi 3,7% pada 2018. Tahun ini, pemerintah menargetkan pertumbuhan ekonomi 5,2%, sehingga indikator belanja konsumsi dan penjualan ritel juga berpeluang meningkat ditahun 2019. Kenaikan-kenaikan di sektor *consumer goods industry* bisa menarik perhatian para investor untuk berinvestasi dan dengan adanya peningkatan di sektor *consumer goods industry* berarti dapat mempresentasikan seberapa besar tingkat konsumtif masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas terdapat rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap *agency cost*?
- b. Apakah kepemilikan institusional berpengaruh negatif terhadap *agency cost*?
- c. Apakah *leverage* berpengaruh negatif terhadap *agency cost*?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dari penelitian ini yaitu:

- a. Penelitian ini dibatasi pada perusahaan sektor *consumer goods industry* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018.
- b. Penelitian ini dibatasi pada laporan keuangan pada perusahaan sektor *consumer goods industry* periode 2016-2018.
- c. Penelitian ini dibatasi pada variabel kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, *leverage*, dan *agency cost*.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

- a. Mengetahui pengaruh kepemilikan manajerial terhadap *agency cost*.
- b. Mengetahui pengaruh kepemilikan institusional terhadap *agency cost*.
- c. Mengetahui pengaruh *leverage* terhadap *agency cost*.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak yaitu:

a. Bagi Peneliti

Menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan *leverage* terhadap *agency cost* pada perusahaan sektor *consumer goods industry* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

b. Bagi akademisi

Mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang keuangan.

c. Bagi Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dengan menilai kualitas informasi laporan keuangan perusahaan.

d. Bagi Manajemen Perusahaan

Sebagai salah satu pertimbangan dalam pengambilan keputusan dalam bidang keuangan terutama dalam meminimumkan biaya dengan memperhatikan *agency cost*.

e. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai referensi dalam mendapatkan informasi teoritis dan empiris sebagai dasar melakukan penelitian berikutnya.