

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perusahaan adalah badan komersial yang melakukan kegiatan ekonomi yang bertujuan untuk menghasilkan barang dan jasa, terletak pada bangunan fisik dilokasi tertentu, memiliki daftar administrasi sendiri dalam hal struktur produksi dan biaya serta ada satu atau lebih orang yang bertanggung jawab atas risiko bisnis perusahaan. Setiap perusahaan memiliki hubungan kerja antara pemegang saham dan manajemen. Pemilik perusahaan mempunyai kekuasaan (manajer) yang mempunyai tugas dan wewenang untuk mengurus perusahaan atas nama pemegang saham (Yuliandini, 2020). Herawati (2013) menyatakan bahwa tujuan utama perusahaan dalam memaksimalkan kekayaan pemegang saham dapat dicapai apabila pemilik modal menyerahkan pengelolaan perusahaan kepada para profesional yang disebut sebagai manajer atau agen. Manajemen perusahaan sebagai agen diberi wewenang untuk mengambil keputusan terkait dengan harapan keputusan yang diambil akan memaksimumkan nilai perusahaan. Manajer harus bertanggung jawab kepada pemegang saham atas semua pekerjaannya. Adanya individu-individu dalam perusahaan yang memiliki kepentingan yang berbeda menimbulkan konflik keagenan. Dalam situasi ini, manajer cenderung melakukan perilaku oportunistik karena mereka mendapatkan semua keuntungan dari bisnis tersebut, tetapi dibebani dengan risiko yang lebih rendah dari total biaya yang dikeluarkan oleh bisnis.

Teori agensi memiliki peranan penting dalam praktik bisnis perusahaan. Menurut Wulandari (2014) tujuan utama agensi teori adalah menjelaskan bagaimana pihak-pihak yang melakukan hubungan kontrak dapat mendesain kontrak yang tujuannya untuk meminimalisir biaya sebagai dampak dari adanya asimetri informasi. Dalam teori agensi ini terjadi ketidakseimbangan informasi atau asimetri informasi. Teori keagenan dilandasi oleh beberapa asumsi. Asumsi-asumsi tersebut dibedakan menjadi 3 jenis, yaitu: asumsi sifat manusia, asumsi keorganisasian, dan asumsi informasi. Asumsi sifat manusia menekankan bahwa manusia memiliki sifat mementingkan dirinya sendiri (*self interest*), memiliki keterbatasan rasionalitas (*bounded rationality*) dan tidak menyukai resiko (*risk aversion*). Asumsi keorganisasian adalah konflik antar anggota organisasi, efisiensi kriteria produktivitas, dan asimetri informasi antara pihak prinsipal dan agen. Asimetri informasi terjadi ketika manajer memiliki informasi internal perusahaan yang lebih banyak dan mengetahui informasi lebih cepat dari pihak eksternal. Kondisi ini memberikan manajer kesempatan untuk menggunakan informasi tersebut untuk memanipulasi laporan keuangan untuk memaksimalkan kemakmurannya. Asumsi informasi menekankan bahwa informasi sebagai barang komoditi yang bisa diperjualbelikan.

Manurung (2012) menyatakan bahwa teori agensi terdapat dua buah pihak dalam suatu perusahaan, yaitu agen dan prinsipal. Dimana agen adalah manajemen pengelola perusahaan sedangkan prinsipal adalah pemegang saham. Agen dan prinsipal terikat oleh kontrak yang menetapkan hak dan

kewajiban masing-masing. Prinsipal menyediakan fasilitas dan dana untuk menjalankan usaha. Kedua belah pihak tersebut masing-masing mempunyai peranan penting dalam kemajuan perusahaan. Agen tidak dapat mengambil keputusan strategis bagi kemajuan perusahaan tanpa adanya dukungan dana dari pihak prinsipal. Sedangkan prinsipal tidak akan mampu sendiri menjalankan perusahaan tanpa adanya kebijakan yang dikeluarkan oleh agen untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

Yasa (2016) menyatakan bahwa konflik keagenan merupakan konflik yang muncul karena adanya kepentingan yang berbeda diantara prinsipal dan agen. Adanya konflik keagenan dalam perusahaan akan menimbulkan biaya keagenan. Godfrey (2010) menyatakan bahwa masalah keagenan antara prinsipal dan agen dari suatu perusahaan perlu diatasi. Biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk mengurangi masalah keagenan disebut *agency cost* (biaya agensi), dimana biaya tersebut setara dengan dolar dari penurunan kesejahteraan yang dialami oleh pemilik. Untuk memastikan bahwa manajer bertindak demi kepentingan terbaik pemegang saham, manajer harus dipantau dan diberi penghargaan dengan insentif yang memadai. Insentif dapat mencakup opsi saham, bonus, dan penghasilan tambahan. Pemantauan dapat dilakukan dengan meninjau tambahan pendapatan operasional, laporan audit keuangan, dan membatasi keputusan manajemen.

Ghozali (2017) menyatakan bahwa biaya agensi adalah biaya yang diberikan oleh pemegang saham untuk manajemen agar dapat menjalankan perusahaan sesuai dengan keinginan prinsipal. Fachrudin (2011) menyatakan

bahwa *agency cost* adalah berupa pemberian intensif yang layak kepada manajer serta biaya pengawasan untuk mencegah *hazard* yang juga berarti penggunaan aliran kas untuk bonus atau pengeluaran-pengeluaran yang tidak perlu yang dilakukan oleh manajer atas *free cash flow*.

Menurut Pratiwi (2015) Biaya agensi ini mencakup biaya untuk pengawasan oleh pemegang saham, biaya yang dikeluarkan oleh manajemen untuk menghasilkan laporan yang transparan, termasuk biaya audit yang independen dan pengendalian internal, serta biaya yang ditimbulkan karena penurunan nilai kepemilikan pemegang saham yang diberikan kepada manajemen dalam bentuk opsi dan berbagai manfaat untuk tujuan menyelaraskan kepentingan manajemen dengan pemegang saham. Terdapat tiga jenis biaya keagenan yaitu, *monitoring cost* adalah biaya yang timbul untuk mengukur dan mengontrol tingkah laku manajer, *bonding cost* adalah biaya untuk menjamin bahwa agen tidak akan mengambil keputusan yang merugikan prinsipal, dan *residual loss* adalah biaya yang timbul akibat keputusan manajemen yang seharusnya dapat mengoptimalkan keuntungan pemegang saham. Wiko, dkk (2014) menyatakan salah satu pengukuran yang dapat digunakan untuk menghitung biaya agensi adalah tingkat perputaran atau *Asset Utilization Ratio* (AUR). Penggunaan *Asset Utilization Ratio* (AUR) dalam penelitian ini dimaksudkan agar dapat mengetahui apakah faktor-faktor yang dapat mempengaruhi biaya agensi. Pentingnya mengukur dan mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi biaya agensi yaitu untuk menguji pengaruh langsung dari faktor-faktor tersebut apakah dapat

berpengaruh terhadap biaya agensi atau tidak sehingga perusahaan dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang bisa mengatasi konflik keagenan dan dapat meminimalkan biaya agensi. Berikut disajikan grafik rata-rata biaya agensi yang terjadi pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi pada tahun 2012-2018.

Tabel 1.1 Rata-rata AUR (Biaya Agensi) Pada Sampel Perusahaan
Sektor Barang Konsumsi Periode 2012-2018

Biaya Agensi								
No	Perusahaan	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	SKLT	1.61	1.88	2.02	1.98	1.47	1.44	1.40
2	GGRM	1.18	1.09	1.12	1.11	1.21	1.25	1.39
3	INDF	0.85	0.72	0.74	0.70	0.81	0.79	0.76
4	ICBP	1.22	1.18	1.21	1.20	1.19	1.13	1.12
5	DVLA	1.01	0.93	0.89	0.95	0.95	0.96	1.01
6	KLBF	1.45	1.41	1.40	1.31	1.27	1.21	1.16
7	KAEF	1.80	1.76	1.52	1.42	1.26	1.03	0.81
8	PEHA	0.95	0.81	0.91	1.02	0.92	0.85	0.55
9	TSPC	1.43	1.27	1.34	1.30	1.39	1.29	1.28
10	TCID	1.47	1.38	1.25	1.11	1.16	1.15	1.08
11	UNVR	2.28	2.30	2.42	2.32	2.39	2.18	2.14
12	DLTA	2.31	2.31	2.12	1.52	0.65	0.58	0.59
13	MYOR	1.27	1.24	1.38	1.31	1.42	1.40	1.37
14	ROTI	0.99	0.83	0.88	0.80	0.86	0.55	0.63
Mean		1.41	1.36	1.37	1.29	1.21	1.13	1.09

Sumber data: Data Keuangan Perusahaan, Diolah Praktikan

Berdasarkan tabel 1.1, diketahui rata-rata biaya agensi dari tahun 2012-2018 kenaikan dan penurunan untuk setiap periodenya, dimana rata-rata biaya agensi tertinggi terjadi pada tahun 2012 sebesar 1.41% dan yang terendah pada tahun 2018 sebesar 1.09%. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan sektor barang konsumsi perlu melakukan upaya meminimalisir

biaya agensi, karena semakin rendahnya biaya agensi dalam suatu perusahaan maka semakin baik kinerja manajemennya dan tujuan perusahaan untuk memaksimalkan pemegang sahamnya dapat tercapai.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi dan digunakan untuk menekan biaya agensi diantaranya dengan meningkatkan kebijakan dividen, ukuran perusahaan dan kepemilikan institusional. Faktor pertama yang mempengaruhi biaya agensi yaitu kebijakan dividen. Ressany (2012) menyatakan bahwa kebijakan dividen diartikan secara umum sebagai keputusan tentang pembayaran laba perusahaan dalam bentuk dividen kepada pemegang saham. Prinsip kebijakan dividen menentukan proporsi laba bersih setelah pajak yang dibagikan kepada pemegang saham dalam bentuk dividen dan yang tidak dibagikan dalam bentuk laba ditahan. Moyosore (2014) menyatakan bahwa pembayaran dividen itu penting karena pembayaran dividen memberikan kepastian tentang posisi keuangan suatu perusahaan. Pembayaran dividen mengurangi jumlah dana yang dikelola oleh perusahaan. Penentuan besaran dividen merupakan salah satu alat yang digunakan pemegang saham untuk mengontrol jumlah dana yang dimiliki oleh manajemen. Dengan jumlah dana minimum yang dimiliki oleh manajemen, dapat memperkecil pengawasan pemegang saham.

Wirasedana (2018) menyatakan bahwa semakin besar laba yang mampu dihasilkan perusahaan maka akan memungkinkan bagi pemegang saham untuk dapat menikmati keuntungan dalam bentuk dividen yang besar pula. Kenaikan pembayaran dividen yang lebih tinggi tentu perusahaan

memiliki pertumbuhan dan prospek perusahaan yang baik. Dengan semakin kecil jumlah dana yang dipegang manajemen dapat memperkecil pengawasan oleh pihak pemegang saham. Namun masih banyak perusahaan yang masih dalam pertumbuhan sehingga diperlukan banyak dana untuk investasi. Kondisi ini dapat dilihat dari dividen yang rendah sehingga kebijakan dividen belum dapat menurunkan biaya keagenan (Yuliandini dkk, 2020). Apabila dividen tinggi tentu akan berdampak baik untuk menurunkan biaya agensi sehingga perusahaan akan lebih baik.

Hasil penelitian yang dilakukan Yuliandini, dkk (2020) menyatakan bahwa kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap biaya agensi. Burhanudin (2018) juga menyatakan bahwa kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap biaya agensi. Hal ini kemungkinan karena rata-rata perusahaan sampel masih dalam tahap pertumbuhan sehingga dana banyak digunakan untuk investasi. Kasmawati (2021) menyatakan bahwa kebijakan dividen terdapat pengaruh yang signifikan terhadap biaya agensi, dimana dividen juga memberikan *stockholders* kepastian laba dan mengurangi *agency cost* terhadap penghasilan tambahan.

Tabel 1.2 Rata-rata Kebijakan Dividen Pada Sampel Perusahaan

Sektor Barang Konsumsi Periode 2012-2018

Kebijakan Dividen								
No	Perusahaan	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	SKLT	0.17	0.18	0.16	0.17	0.20	0.14	0.11
2	GGRM	0.49	0.36	0.29	0.24	0.75	0.65	0.64
3	INDF	0.32	0.64	0.34	0.68	0.53	0.52	0.70
4	ICBP	0.43	0.50	0.45	0.45	0.43	0.55	0.58

5	DVLA	0.24	0.42	0.30	0.72	0.26	0.69	0.60
6	KLBF	0.56	0.04	0.38	0.44	0.38	0.43	0.48
7	KAEF	0.17	0.14	0.23	0.18	0.18	0.16	0.24
8	PEHA	0.47	0.66	0.46	0.36	0.36	0.35	0.66
9	TSPC	0.53	0.53	0.58	0.54	0.41	0.40	0.33
10	TCID	0.49	0.46	0.43	0.14	0.51	0.46	0.48
11	UNVR	0.94	0.95	0.94	0.99	0.95	0.95	0.77
12	DLTA	0.88	0.71	0.69	0.53	0.38	0.52	0.62
13	MYOR	0.13	0.17	0.50	0.12	0.20	0.29	0.34
14	ROTI	0.19	0.24	0.08	0.10	0.19	0.51	0.28
Mean		0.43	0.43	0.42	0.41	0.41	0.47	0.49

Sumber data: Data Keuangan Tahunan Perusahaan, Diolah Praktikan, 2022

Berdasarkan tabel 1.2, diketahui rata-rata kebijakan dividen pada sampel perusahaan sektor barang konsumsi mengalami kenaikan dan penurunan untuk setiap periodenya, dimana kenaikan tertinggi terjadi pada tahun 2018 yaitu sebesar 0,49% dan yang terendah pada tahun 2015-2016 sebesar 0,41%. Jika perusahaan memilih untuk membagikan laba sehingga dividen lebih besar, maka laba ditahan akan lebih kecil sehingga dapat mengurangi total sumber dana internal. Namun apabila perusahaan memilih untuk menahan lebih besar laba yang diperoleh, maka kemampuan dalam pembentukan dana internal akan semakin lebih besar.

Faktor kedua yang mempengaruhi biaya agensi yaitu ukuran perusahaan. Nurfitriana (2011) menyatakan bahwa ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang menentukan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Perusahaan yang ukuran perusahaannya besar biasanya memiliki kekuatan sendiri dalam menghadapi masalah bisnis dan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba lebih tinggi. Ukuran perusahaan dapat

didefinisikan sebagai penilaian seberapa besar atau kecil perusahaan yang diwakili oleh aset, total penjualan, rata-rata total penjualan, dan rata-rata total aset. Oleh karena itu, semakin besar total aset yang dimiliki perusahaan maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Apabila ukuran perusahaan semakin besar maka semakin kompleks masalah agensi yang akan dihadapi. Hal ini karena ukuran perusahaan semakin besar akan mempersulit monitoring, sehingga menyebabkan biaya agensi semakin meningkat.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Irwansyah, dkk (2020) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap biaya agensi. Hal ini dikarenakan perusahaan yang besar memiliki kontrol yang baik dan lebih efisien dalam menggunakan sumber daya perusahaan serta mengurus *discretionary expense* sehingga *agency cost* menurun. Pratiwi, dkk (2017) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *agency cost*. Immanuela (2014) juga menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *agency cost* disebabkan karena ukuran perusahaan pada sampel penelitian banyak yang memiliki ukuran perusahaan yang besar dengan total aset yang besar.

Tabel 1.3 Rata-rata Ukuran Perusahaan Pada Sampel Perusahaan

Sektor Barang Konsumsi Periode 2012-2018

Ukuran Perusahaan								
No	Perusahaan	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	SKLT	26.24	26.43	26.54	26.66	27.07	27.18	27.34
2	GGRM	31.36	31.56	31.70	31.78	31.77	31.83	31.87
3	INDF	31.72	31.98	32.08	32.15	32.05	32.11	32.20
4	ICBP	30.51	30.69	30.85	30.91	30.99	31.08	31.17

5	DVLA	27.70	27.81	27.84	27.95	28.06	28.13	28.15
6	KLBF	29.87	30.06	30.15	30.25	30.35	30.44	30.53
7	KAEF	28.36	28.54	28.72	28.87	29.16	29.44	29.88
8	PEHA	27.05	27.19	27.18	27.25	27.51	27.79	28.26
9	TSPC	29.16	29.32	29.35	29.47	29.52	29.64	29.69
10	TCID	27.86	28.01	28.25	28.36	28.41	28.49	28.53
11	UNVR	30.11	30.22	30.29	30.39	30.45	30.57	30.60
12	DLTA	27.34	27.49	27.63	27.67	27.81	27.92	28.05
13	MYOR	29.75	29.90	29.96	30.06	30.19	30.33	30.50
14	ROTI	27.82	28.23	28.39	28.63	28.70	29.15	29.11
	Mean	28.92	29.10	29.21	29.31	29.43	29.58	29.71

Sumber data: Data Keuangan Tahunan Perusahaan, Diolah Praktikan, 2022

Berdasarkan tabel 1.3, diketahui rata-rata ukuran perusahaan pada sampel perusahaan sektor barang konsumsi mengalami kenaikan untuk setiap periodenya, dimana kenaikan tertinggi terjadi pada tahun 2018 yaitu sebesar 1,09%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi biaya agensi. Namun semakin tinggi ukuran perusahaan, belum tentu dapat menurunkan biaya agensi karena dengan ukuran perusahaan yang besar dan tidak memiliki kesulitan keuangan, perusahaan memiliki kecenderungan tidak berhati-hati mengeluarkan *discretionary expense*.

Faktor ketiga yang mempengaruhi biaya agensi yaitu kepemilikan institusional. Dalam konteks *agency cost* salah satu upaya yang dapat digunakan untuk menurunkan *agency problem* dan *agency cost* adalah dengan meningkatkan kepemilikan, salah satunya kepemilikan institusional (HT dan Miftahurrohman, 2014). Kepemilikan institusional mempunyai peran penting dalam mengurangi biaya agensi karena mereka dapat memonitor

kinerja perusahaan dan perilaku manajer dan dapat mempengaruhi pengambilan keputusan manajer (Yegon dkk, 2014). Menurut Widarjo (2010), menyatakan bahwa kepemilikan institusional merupakan kondisi dimana institusi memiliki saham dalam suatu perusahaan. Adanya kepemilikan saham oleh investor institusional yang tinggi agar pemegang saham institusional dapat memperkuat fungsi monitoring dewan dalam perusahaan tersebut. Tujuannya agar pihak agen dalam perusahaan tersebut dapat berjalan dengan baik dan pihak agen diharapkan tidak mementingkan kepentingan pribadinya.

Krisnauli (2014) menyatakan bahwa perusahaan dengan kepemilikan institusional yang besar mengindikasikan kemampuannya untuk memonitor manajemen karena semakin besar kepemilikan institusional maka akan semakin efisien pemanfaatan aktiva perusahaan dan dapat mencegah pemborosan yang dilakukan manajemen. Semakin tinggi kepemilikan institusional maka akan mengurangi perilaku oportunitik manajer yang dapat mengurangi biaya agensi.

Hasil penelitian yang dilakukan Roshanawaty (2012) menunjukkan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap biaya agensi. Devi dan Faisal (2021) menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif dan signifikan terhadap biaya agensi. Perusahaan dengan kepemilikan institusional mengindikasikan kemampuannya untuk memonitor manajemen. Semakin tinggi kepemilikan institusional maka semakin kuat kontrol eksternal terhadap perusahaan dan mengurangi biaya agensi.

Tabel 1.4 Rata-rata Kepemilikan Institusional Pada Sampel Perusahaan
Sektor Barang Konsumsi Periode 2012-2018

Kepemilikan Institusional								
No	Perusahaan	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	SKLT	0.96	0.96	0.96	0.96	0.84	0.84	0.84
2	GGRM	0.76	0.76	0.76	0.76	0.76	0.76	0.76
3	INDF	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50
4	ICBP	0.81	0.81	0.81	0.81	0.81	0.81	0.81
5	DVLA	0.93	0.93	0.93	0.93	0.92	0.92	0.92
6	KLBF	0.52	0.57	0.57	0.57	0.57	0.57	0.57
7	KAEF	0.90	0.90	0.90	0.90	0.90	0.90	0.90
8	PEHA	0.57	0.57	0.57	0.57	0.57	0.57	0.57
9	TSPC	0.77	0.77	0.78	0.78	0.78	0.79	0.85
10	TCID	0.79	0.79	0.79	0.74	0.74	0.74	0.74
11	UNVR	0.85	0.85	0.85	0.85	0.85	0.85	0.85
12	DLTA	0.82	0.82	0.82	0.82	0.82	0.82	0.82
13	MYOR	0.33	0.33	0.33	0.33	0.59	0.59	0.59
14	ROTI	0.98	0.71	0.71	0.71	0.69	0.70	0.73
Mean		0.75	0.73	0.73	0.73	0.74	0.74	0.75

Sumber data: Data Keuangan Tahunan Perusahaan, Diolah Praktikan, 2022

Berdasarkan tabel 1.4, diketahui rata-rata kepemilikan institusional pada sampel perusahaan sektor barang konsumsi mengalami kenaikan dan penurunan untuk setiap periodenya, dimana kenaikan tertinggi terjadi pada tahun 2012 dan 2018 yaitu sebesar 0,75%, dan yang terendah pada tahun 2013-2015 sebesar 0,73%. Hal ini menunjukkan bahwa kepemilikan institusional yang tinggi dapat digunakan untuk mengurangi masalah keagenan, semakin besar kepemilikan institusional maka akan semakin tinggi kemampuannya untuk memonitor manajemen agar bertindak sesuai dengan harapan pemegang saham.

Penelitian ini mengambil sampel pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2012-2018. Perkembangan sektor industri diseluruh dunia saat ini sangat menuntut adanya bentuk standar dalam suatu hubungan. Sektor yang berbeda dari industri menjadikan standar ini penting untuk daya saing dalam setiap perusahaan, dan dapat memperoleh informasi yang sama untuk setiap pembaca dan investor. Sektor industri barang konsumsi merupakan faktor yang sangat penting untuk berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Penelitian ini menggunakan beberapa perusahaan manufaktur khususnya sektor barang konsumsi. Hal ini dikarenakan perusahaan sektor industri barang konsumsi merupakan salah satu industri yang menarik dan terdapat berbagai produk barang konsumsi yang selalu dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari.

Dengan adanya *research gap* dan penelitian terdahulu sebelumnya, bahwa peningkatan dan penurunan kebijakan dividen, ukuran perusahaan dan kepemilikan institusional dapat mempengaruhi biaya agensi. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kebijakan Dividen, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Institusional Terhadap Biaya Agensi Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2018”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti menyusun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

- 1.2.1. Apakah kebijakan dividen berpengaruh terhadap biaya agensi pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2018?
- 1.2.2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap biaya agensi pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2018?
- 1.2.3. Apakah kepemilikan institusional berpengaruh terhadap biaya agensi pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2018?
- 1.2.4. Apakah kebijakan dividen, ukuran perusahaan dan kepemilikan institusional berpengaruh terhadap biaya agensi pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2018 secara simultan?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian ini, maka tujuan penelitian dapat disusun sebagai berikut:

- 1.3.1. Untuk menganalisis pengaruh kebijakan dividen terhadap biaya agensi pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2018.
- 1.3.2. Untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap biaya agensi pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2018.

- 1.3.3. Untuk menganalisis pengaruh kepemilikan institusional terhadap biaya agensi pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2018.
- 1.3.4. Untuk menganalisis pengaruh kebijakan dividen, ukuran perusahaan dan kepemilikan institusional terhadap biaya agensi pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2018 secara simultan.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.4.1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan pengetahuan secara teoritis dengan memberikan informasi-informasi mengenai hubungan kebijakan dividen, ukuran perusahaan dan kepemilikan institusional terhadap biaya agensi pada perusahaan-perusahaan sub sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4.2. Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut:

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan manfaat kontribusi dalam pengembangan teori yang berkaitan

dengan variabel-variabel yang terdapat dalam laporan tahunan yang dapat mempengaruhi biaya agensi. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan pemilik perusahaan dalam menentukan kebijakan dan strategi dalam pengelolaan perusahaan agar dapat meminimalisir biaya agensi.

b. Bagi Investor dan Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tolak ukur bagi investor untuk menilai keberhasilan sebuah perusahaan, dan memberikan masukan kepada investor dalam mempertimbangkan keputusan investasi. Sehingga investor dan masyarakat dapat membuat keputusan investasi dengan tepat.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan atau pedoman dan sumber informasi menjadi bahan referensi, dan sistematika penulisan skripsi bagi penelitian selanjutnya agar dapat dikembangkan dalam materi yang lainnya untuk meningkatkan kualitas pembelajaran bagi peneliti selanjutnya.

1.5. Batasan Penelitian

Batasan masalah dalam penulisan ini bertujuan untuk memberikan batasan ruang lingkup mengenai sesuatu atau hal yang akan dibahas, sehingga tidak menyimpang dari pokok persoalannya. Peneliti membatasi masalah yang akan dibahas sebagai berikut:

- 1.5.1. Penelitian dilakukan pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2012-2018.
- 1.5.2. Penelitian menggunakan variabel independen: kebijakan dividen dengan proksi DPR, ukuran perusahaan dan kepemilikan institusional. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah biaya agensi dengan proksi AUR.