

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perusahaan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan perusahaan *go public* yang menjual sahamnya kepada masyarakat luas. Sektor industri mempunyai peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Sektor industri diyakini sebagai sektor yang dapat memimpin sektor-sektor lain dalam sebuah perekonomian yang maju. Tujuan utama suatu perusahaan adalah untuk memaksimalkan kesejahteraan para pemegang saham yang diartikan dengan memaksimalkan harga saham perusahaan tersebut. Dalam memaksimalkan harga saham diperlukan kinerja perusahaan yang baik. Kinerja perusahaan dapat berjalan dengan baik apabila manajemen perusahaan dapat menjalin hubungan kerjasama yang baik dengan berbagai pihak, terutama pemegang saham dalam membuat keputusan-keputusan keuangan perusahaan. Ketidakeimbangan penguasaan informasi, akan memicu munculnya konflik antara manajer dengan pemegang saham. Konflik tersebut adalah konflik keagenan dimana pihak manajer berfungsi sebagai agen dan pemegang saham sebagai *principal*.

Agency cost merupakan biaya yang timbul agar manajer bertindak selaras tujuan pemilik (Handayani, 2020). Menurut Negara (2019) *agency cost* adalah biaya yang berkaitan dengan kesepakatan kontrak antara manajer, pemegang saham, dan kreditur. *Agency cost* mencakup biaya untuk membuat sistem

informasi keuangan yang baik, biaya akuntan publik untuk mengedit laporan keuangan agar tidak terjadi penyelewengan, pemberian insentif kepada manajemen dan karyawan, pengangkatan anggota komisaris dari luar perusahaan agar netral, biaya pengawasan manajemen, pengeluaran untuk organisasi agar tidak terjadi penyimpangan dan *opportunities cost* yang harus ditanggung karena adanya batasan dari pemegang saham maupun kreditur (Sintyawati dan Dewi, 2016).

Menurut Jensen dan Meckling (1976) dalam Irwansyah *et.al*, (2020) *agency cost* adalah pemberian insentif yang layak kepada manajer serta biaya pengawasan untuk mencegah *moral hazard*, yang kemudian diidentifikasi menjadi dua jenis *agency cost*, yaitu yang terjadi karena konflik antara investor dan manajer, serta yang terjadi karena konflik antara investor dan *debtholder*. *Agency cost* dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan rasio *selling and general administrative (SGA) to expense ratio* yang mengukur *agency cost* berdasarkan rasio beban operasi (*operating expense*) yaitu beban penjualan dan beban administrasi dan umum terhadap total penjualan (*net sales*) (Irwansyah, *et.al*, 2020). Adapun faktor- faktor yang mempengaruhi *agency cost* adalah *leverage*, ukuran perusahaan, dan kebijakan dividen (Handayani, 2020).

Adapun faktor yang mempengaruhi *agency cost* adalah *leverage*. *Leverage* adalah penggunaan aktiva atau sumber dana dimana untuk penggunaan tersebut perusahaan harus menanggung biaya tetap atau beban tetap (Sutrisno, 2013). *Leverage* merupakan salah satu sumber pembiayaan yang eksternal yang digunakan oleh perusahaan untuk memenuhi pembiayaan dananya (Gupta, 2010). Pada penelitian ini *leverage* diukur dengan *leverage ratio*. *Leverage ratio* adalah rasio yang mengukur proporsi penggunaan utang untuk membiayai investasinya, *leverage ratio* dapat diukur dengan menggunakan *debt to equity ratio* (DER) (Handayani, 2020). *Debt equity ratio* berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditur) dengan pemilik perusahaan dan DER digunakan

untuk mengukur seberapa besar modal pemilik dapat menutupi utang-utang kepada kreditur (Rudianto, 2013).

Salah satu cara untuk mengatasi konflik keagenan dapat dilakukan melalui meningkatkan pendanaan utang (*leverage*). Menurut Jurkus, *et.al*, (2011) melalui peningkatan utang atau *leverage* akan dapat meningkatkan monitoring eksternal oleh *debtholder*. Perusahaan dengan tingkat *leverage* rendah akan menanggung *agency cost* yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi, sehingga antara *leverage* dan *agency cost* memiliki hubungan terbalik (Byrd, 2010). Penggunaan *leverage* dalam struktur modal dapat mencegah pengeluaran perusahaan yang tidak perlu dan memberikan dorongan pada manajer untuk mengoperasikan perusahaan dengan lebih efisien (Fachrudin, 2011). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Negara (2019) menemukan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *agency cost* dan Irwansyah, *et.al*, (2020) menemukan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *agency cost*. Sedangkan penelitian yang dilakukan Destriana (2015) *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap *agency cost*.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi *agency cost* adalah ukuran perusahaan. Menurut Nurfitriana (2011) ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang menentukan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan besar, biasanya memiliki kekuatan sendiri dalam menghadapi masalah bisnis dan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba yang lebih tinggi.

Menurut Sugiono dan Christiawan (2013) perusahaan dengan ukuran besar memiliki akses lebih besar untuk mendapat sumber pendanaan dari luar, sehingga untuk memperoleh pinjaman akan menjadi lebih mudah karena dikatakan bahwa perusahaan dengan ukuran besar memiliki kesempatan lebih besar untuk memenangkan persaingan atau bertahan

dalam industri. Ukuran perusahaan merupakan salah satu ukuran dalam menentukan besar kecilnya *agency cost* yang dikeluarkan oleh perusahaan. Besaran total aset yang dimiliki perusahaan maka permasalahan *agency cost* yang diterima juga semakin besar.

Menurut Brigham dan Houston (2010) ukuran perusahaan adalah ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total aset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak, dan lain-lain. Salah satu tolak ukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan adalah total aset dari perusahaan. Semakin besar total aset yang dimiliki perusahaan, maka semakin besar pula ukuran suatu perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin kompleks masalah agensi yang dihadapi, karena perusahaan dengan jumlah besar akan sulit memonitoring, sehingga menyebabkan *agency cost* semakin meningkat (Dewi, *et.al*, 2018). Pada penelitian ini pengukuran ukuran perusahaan menggunakan tolak ukur total aset yang disederhanakan kedalam logarita natural (Ln) (Irwansyah, *et.al*, 2020). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Maryam (2018) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *agency cost* dan Irwansyah (2020) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *agency cost*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Harahap (2017) menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *agency cost*.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi *agency cost* adalah kebijakan dividen. Kebijakan dividen adalah persentase laba yang dibayarkan kepada pemegang saham dalam bentuk deviden tunai, penjaminan stabilitas deviden saham, dan pembelian kembali saham (Harmono, 2011). Pada dasarnya kebijakan dividen merupakan proposi seberapa besar laba bersih setelah pajak yang akan dibagikan kepada pemegang saham dalam bentuk dividen dan yang tidak akan dibagikan dalam bentuk laba ditahan (Yuliandini, *et.al*, 2020). Kebijakan dividen adalah kebijakan yang mengatur berapa bagian laba bersih yang akan

dibagi sebagai deviden kepada para pemegang saham dan beberapa bagian laba bersih yang digunakan untuk membiayai investasi perusahaan.

Menurut (Yuliandini, *et.al*, 2020) Pembayaran deviden menyebabkan jumlah dana yang dikelola oleh perusahaan menjadi semakin kecil. Penentuan besarnya deviden merupakan salah satu alat yang digunakan oleh pemegang saham untuk mengendalikan jumlah dana yang berada di tangan manajemen, semakin kecil dana yang dipegang oleh manajemen dapat memperkecil pengawasan oleh pihak pemegang saham. Semakin tinggi pembagian deviden yang dilakukan perusahaan dapat mengurangi *agency cost*, karena pembagian deviden yang besar dapat mengurangi laba ditahan sehingga dapat membuat perusahaan menggunakan dana eksternal. Penambahan dana eksternal menyebabkan kinerja manajer dapat diawasi oleh pihak pemberi dana, sehingga manajer akan melakukan tindakan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan perusahaan (Negara, 2019).

Pada penelitian ini kebijakan deviden diukur dengan menggunakan *dividen payout ratio* (DPR). Menurut Suryandari, *et.al*, (2019) persentase besarnya deviden kas per lembar saham (*dividend per share*) dibandingkan dengan laba per lembar saham (*earning per share*) disebut sebagai *dividend payout ratio*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Negara (2019) menemukan bahwa kebijakan deviden berpengaruh positif dan signifikan terhadap *agency cost* dan Handayani (2020) menemukan bahwa kebijakan deviden berpengaruh positif dan signifikan terhadap *agency cost*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Yuliandini, *et.al*, (2020) kebijakan deviden tidak berpengaruh signifikan terhadap *agency cost*.

Pada penelitian ini obyek penelitian dilakukan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2017 – 2020. Data yang diperoleh merupakan data perusahaan terbaru, sehingga nantinya kesimpulan

yang diambil menjadi representatif, tepat, dan akurat. Alasan memilih perusahaan yang bergerak di perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi, karena perusahaan yang bergerak di bidang ini cukup diminati oleh para investor sebab telah dibuktikan melalui daya tahan sektor manufaktur terutama ditopang oleh sektor *consumer* yang tumbuh 28%. Kenaikan ini merupakan kenaikan tertinggi dari dua sektor lainnya yakni sektor aneka industri dan industri kimia dasar yang juga menjadi bagian indeks manufaktur untuk menginvestasikan dana milik mereka (<http://www.kemenprin.go.id>). Selain itu, secara langsung, sektor industry barang konsumsi dapat mempresentasikan seberapa besar tingkat konsumtif masyarakat.

Berdasarkan perbedaan hasil penelitian terdahulu maka, penelitian mengenai pengaruh *Leverage*, Ukuran Perusahaan, dan Kebijakan Dividen terhadap *Agency Cost*, telah dilakukan oleh penelitian sebelumnya, beberapa contoh peneliti yang telah melakukan penelitian terkait pengaruh *leverage*, ukuran perusahaan, dan kebijakan dividen terhadap *agency cost*. Berdasarkan penelitian sebelumnya terdapat perbedaan hasil penelitian (*research gap*), karena hasil penelitian, maka peneliti tertarik untuk mengkaji ulang menggunakan *leverage*, ukuran perusahaan, dan kebijakan dividen. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul: **“Pengaruh *Leverage*, Ukuran Perusahaan, dan Kebijakan Dividen Terhadap *Agency Cost* pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2020”**.

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Dan Kebijakan Dividen Terhadap *Agency Cost* pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2020. Berdasarkan uraian tersebut, permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *Leverage* berpengaruh Terhadap *Agency Cost* pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2020?
2. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh Terhadap *Agency Cost* pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2020?
3. Apakah Kebijakan Dividen berpengaruh Terhadap *Agency Cost* pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2020?
4. Apakah *Leverage*, Ukuran Perusahaan, dan Kebijakan Dividen secara simultan berpengaruh Terhadap *Agency Cost* pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2020?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hal-hal sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh *leverage* terhadap *agency cost* pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2020.
2. Untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap *agency cost* pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2020.
3. Untuk menganalisis pengaruh kebijakan dividen terhadap *agency cost* pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2020.
4. Untuk menganalisis pengaruh *leverage*, ukuran perusahaan, dan kebijakan dividen terhadap *agency cost* pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2020.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membuktikan secara empiris pengaruh *leverage*, ukuran perusahaan, dan kebijakan dividen terhadap *agency cost*. Dengan demikian dapat memberikan wawasan ilmu pengetahuan terkait teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini. Disamping itu penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dalam kepustakaan bagi pembaca serta dapat dijadikan sebagai pedoman dan referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai pengaruh *leverage*, ukuran perusahaan, dan kebijakan dividen terhadap *agency cost*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi pihak perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi dalam mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi *agency cost* agar dapat dijadikan sebagai salah satu bahan referensi untuk meminimalkan atau mengurangi *agency cost* yang terjadi dalam perusahaan dan menjadi bahan referensi bagi investor dalam mengambil keputusan sebelum berinvestasi terkait dengan adanya biaya-biaya agensi (*agency cost*) dan faktor-faktor yang mempengaruhi.

1.5 Batasan Masalah

Pembatasan dalam penelitian digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan. Adapun beberapa batasan dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel dependen pada penelitian ini adalah *agency cost* yang diukur dengan *selling and general administrative (SGA)*.
2. Variabel independen pada penelitian ini adalah *leverage* yang diukur dengan *debt to equity ratio (DER)*, ukuran perusahaan yang diukur dengan Ln (*total asset*), dan kebijakan dividen yang diukur dengan *dividend payout ratio (DPR)*.
3. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 – 2020 yang telah ditentukan kriteria pengambilan sampel oleh peneliti.