

**ANALISIS TINGKAT AGENCY COST TERHADAP
PENINGKATAN PROFITABILITAS PADA
PT.FINANSIAL MULTI FINANCE
KOTA MAKASSAR**

Diajukan Oleh
Risaldi
4514012011



SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS
BOSOWA
MAKASSAR**

HALAMAN PENGESAHAN

- 1. Judul : Analisis Tingkat Agency Cost Terhadap Peningkatan Profitabilitas pada PT.Finansial Multi Finance.
- 2. NamaMahasiswa : Risaldi
- 3. NomorStambuk : 45 14 012 011
- 4. Fakultas : Ekonomi
- 5. Program Studi : Manajemen
- 6. Tempat Penelitian : PT Finansia Multi Finance

Menyetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Cahyono, SE., M.Si


Dr. Miah Said, SE., M.Si

Mengetahui dan Mengesahkan:

Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Universitas Bosowa Makassar

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Bosowa


Dr. H. A. Arudum Mane, SE., M.Si., SH., MH.

Ketua Program Studi

Manajemen


Indrayani Nul, S.Pd., SE., M.Si

Tanggal Pengesahan:.....

PERNYATAAN KEORISINILAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama :RISALDI

Nim :45 14 012 011

Jurusan :Manajemen

Fakultas :Ekonomi

Judul : Analisis Tingkat Agency Cost Terhadap Peningkatan profitabilitas pada PT.Finansia Multi Finance Di Kota Makassar

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pamparan asli dari saya adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naska skripsi ini tidak pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di tulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dikutip dalam naska ini dan disebutkan dalam sumber kutipan daftar pustaka.

Demikian pernyataan saya ini, saya buat dalam keadaan sadar dan tanpa paksaan sama sekali dari pihak lain.

Makaasar, Agustus 2018



RISALDI

**ANALISIS TINGKAT AGENCY COST TERHADAP
PENINGKATAN PROFITABILITAS PADA
PT FINANSIAL MULTI FINANCE**

Oleh :

RISALDI

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Bosowa

ABSTRAK

RISALDI.2018.Skripsi.Analisis tingkat *agency cost* terhadap peningkatan kinerja keuangan pada PT.Finansial Multi Finance oleh Dr.Chayono,SE,M.Si dan Dr.Miah Said,SE,M.Si.Tujuan penelitian Untuk mengetahui bagaimna analisis tingkat *agency cost* terhadap penigkatan kinerja pada PT finansial multi financeObjek penelitian adalah PT.Finansial Multi FinancePenelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis kuantitatif yang meliputi perhitungan hutang,beben operasi terhadap penjualan,*free cash flow* dan rasio profitabilitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *agency cost* hanya mempengaruhi beberapa rasio yang digunakan terlihat pada periode tahun 2014-2015 hanya rasio hutang dan beban operasi terhadap penjualan .

Kata Kunci : *agency cost*,kinerja keuangan,profitabilitas.

**ANALYSIS OF THE LEVEL OF AGENCY COST AGAINST THE
FINANCIAL PERFORMANCE ON A PT. MULTI FINANCE FINANCIAL**

By:

RISALDI

Prodi Management Faculty Of Economics

Bosowa University

ABSTRACT

RISALDI. 2018. Thesis. analysis of the level of agency cost to increased financial performance on a PT. Multi financial Finance by Dr. Chayono, SE, Si and Dr. Miah Said, SE, Si. The purpose of the study to find out how the analysis of the level of agency cost against performance penigkatan in PT multi finance financial research Object are PT. Multi Finance Financial Research uses descriptive analysis and quantitative analysis that includes the calculation of debt, operating against beben sales, free cash flow and profitability ratios.

Research results show that the agency cost only affects some of the ratio used looks at the period in 2014-2015 only the ratio of debt and beben operation against the sale.

Keywords: agency cost, financial performance, profitability.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu`alaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala Rahmat, Hidayah dan karunia-Nya, dan teriring salam dan shalawat hanya tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini, skripsi ini merupakan tugas akhir untuk mencapai gelar sarjana ekonomi (S.E) pada fakultas ekonomi jurusan akuntansi universitas bosowa makassar, dengan mengambil judul “ANALISIS TINGKAT AGENCY COST TERHADAP PENINGKATAN PROFITABILITAS PADA PT.FINANSIAL MUTI FINANCE”.

Dalam menyelesaikan skripsi ini tidak sedikit rintangan, hambatan yang dihadapi penulis, kadang perasaan optimis sering kali berganti dengan rasa pesimis dan putus asa, namun berkat do'a dorongan dan bantuan dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini meskipun dalam bentuk yang sederhana dan jauh dari kesempurnaan. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tuaku tercinta ayahanda Mursal dan ibu KuJumiati,,atas segala perhatian, pengorbanan, bimbingan, cinta dan kasih sayang yang tulus dan tak ternilai harganya, doa restu dan harapan yang mereka berikan kepada penulis senantiasa menjadi motivator dan penerang untuk tegas menjalani nikmat dan cobaan hidup, penulis menyadari bahwa penyelesaian tugas akhir ini tidak sebanding dengan cucuran keringat dan segala pengorbanan yang telah mereka berikan kepada penulis.

Penulis juga ingin mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar besarnya kepada Bapak Dr.Chayono.,SE.,M.Si Sebagai Pembimbing I dan Ibu Dr.Miah Said.,SE.,M.Si Pembimbing II yang senantiasa meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, motivasi, arahan, dan saran-saran yang sangat berharga kepada penulis selama menyusun skripsi.

Melalui kesempatan ini pula dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih tak terhingga kepada:

1. Kepada Bapak Prof. Dr. Ir. Muhammad Saleh Pallu, M.Eng. Sebagai Rektor Universitas Bosowa Makassar beserta seluruh jajarannya.
2. Bapak Dr.H.A. Arifuddin mane, SE.,M.Si., SH., MH selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bosowa Makassar.
3. Ibu Dr. Hj. Herminawati Abu Bakar, SE., MM Selaku wakil dekan 1 Fakultas Ekonomi Universitas Bosowa Makassar.
4. Ibu Indrayani Nur,S.Pd.,SE.,M.Si selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bosowa Makassar.
5. Terimah kasih banyak saya ucapkan kepada ibu Dr.Miah Said,SE,M.Si sekaligus sebagai pembimbing II atas kesabaran, waktu, ilmu, dan segala petunjuk dalam penyusunan skripsi ini penulis bersyukur mendapatkan bimbingan dari beliau.
6. Terimah kasih banyak pula saya ucapkan kepada bapak Dr.Chahyono,SE.,M.Si sebagai pembimbing I atas kesabaran, waktu, ilmu, dan segala petunjuk dalam penyusunan skripsi ini penulis bersyukur mendapatkan bimbingan dari beliau
7. Seluruh dosen universitas bosowa yang telah memberikan ilmu dan pendidikanya kepada penulis sehingga wawasan penulis bisa bertambah. Beserta seluruh staf Fakultas Ekonomi Universitas Bosowa, terima kasih atas bantuanya dalam pengurusan administrasi.
8. Bapak Drs.Akhyaruddin selaku manajer SDM yang telah memberikan izin penulis untuk melakukan penelitian.
9. Kepada teman teman seperjuangan Manajemen 2014 Ali Akbar,jusriadi, tri widi anggoro,Ivan setiawan yang sama-sama berjuang dan terima kasih juga selama dikampus banyak membantu penulis.
10. Kepada sahabat - sahabatku, kak Ulah, kak ancha,kak ari,laha terima kasih atas semangat yang selalu diberikan penulis.
11. Kepada yang terbanggakan Universitas Bosowa Makassar yang telah memberi penulis ruang untuk menimba ilmu.

Skripsi ini jauh dari sempurna. Apabila terdapat kesalahan – kesalahan dalam skripsi ini, sepenuhnya menjadi tanggungjawab peneliti dan bukan para pemberi bantuan. Kritik dan saran konstruktif yang membangun akan lebih menyempurnakan skripsi ini. Semoga kebaikan yang telah diberikan oleh semua pihak mendapatkan pahala di sisi Allah SWT, Amin ya rabbal alamin.

Billahitaufiqi Wal Hidayah

Wassalamu`alaikum Warahmatullahi Wabarakatu.

Makassar, 26 Juli 2018

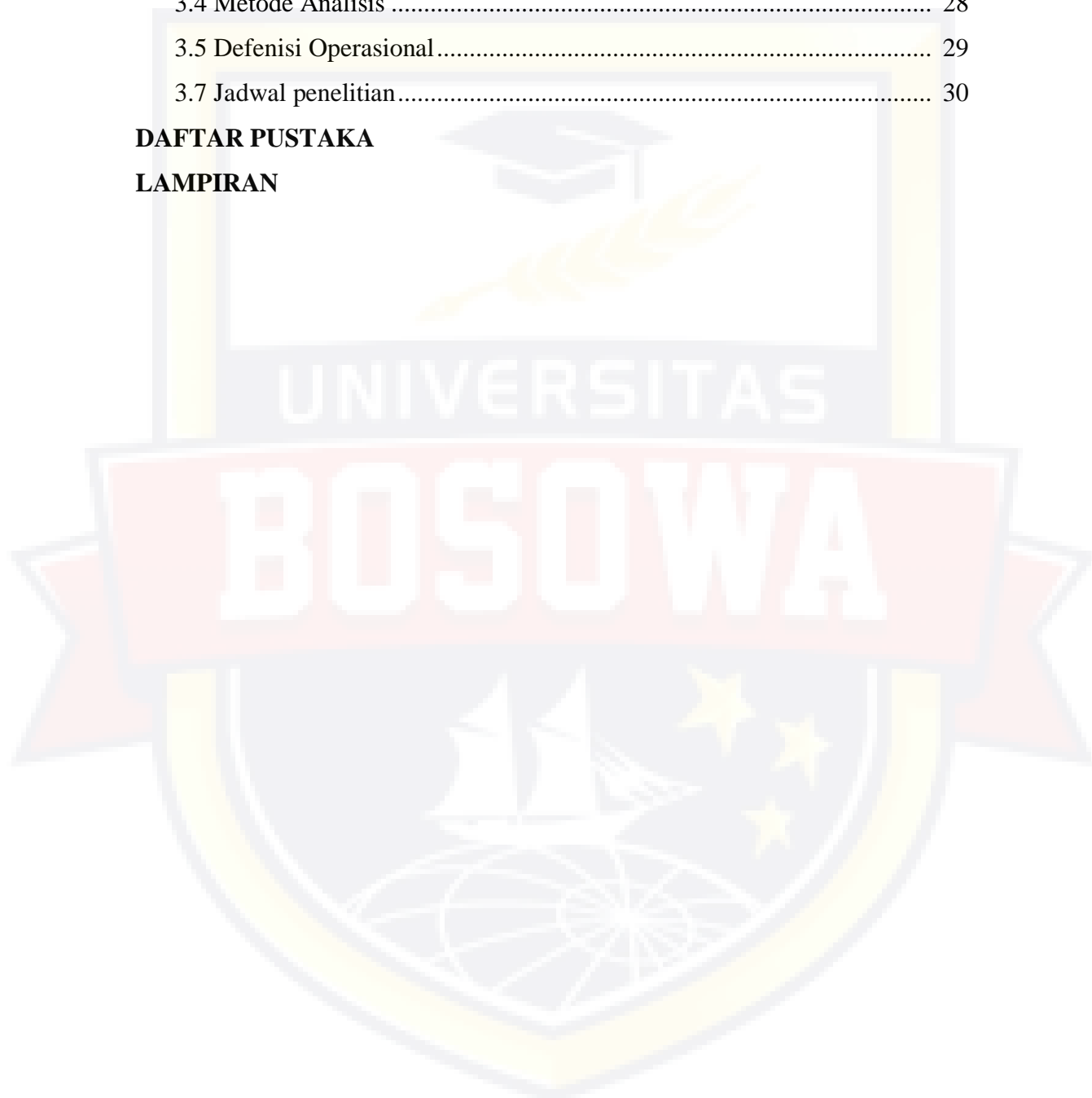
Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEORISINILAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masala	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan penelitian.....	7
1.4Manfaat Penelitian.....	7
II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Kerangka Teori.....	8
2.1.1 Teori Keagenan	9
2.1.2 Pengertian Agency Theory	11
2.1.3 Struktur Kepemilikan	11
2.1.4 Faktor Yang Mempengaruhi <i>Agency Problems</i>	16
2.1.5 Profitabilita	18
2.1.6 Kerangka Fikir	23
2.1.7 Hipotesis.....	24
III METODE PENELITIAN	25
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	25
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	25
3.2.1. Jenis data	27
3.2.2. Sumber Data.....	27

3.3 Metode Pengumpulan Data.....	28
3.4 Metode Analisis	28
3.5 Defenisi Operasional.....	29
3.7 Jadwal penelitian.....	30

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**

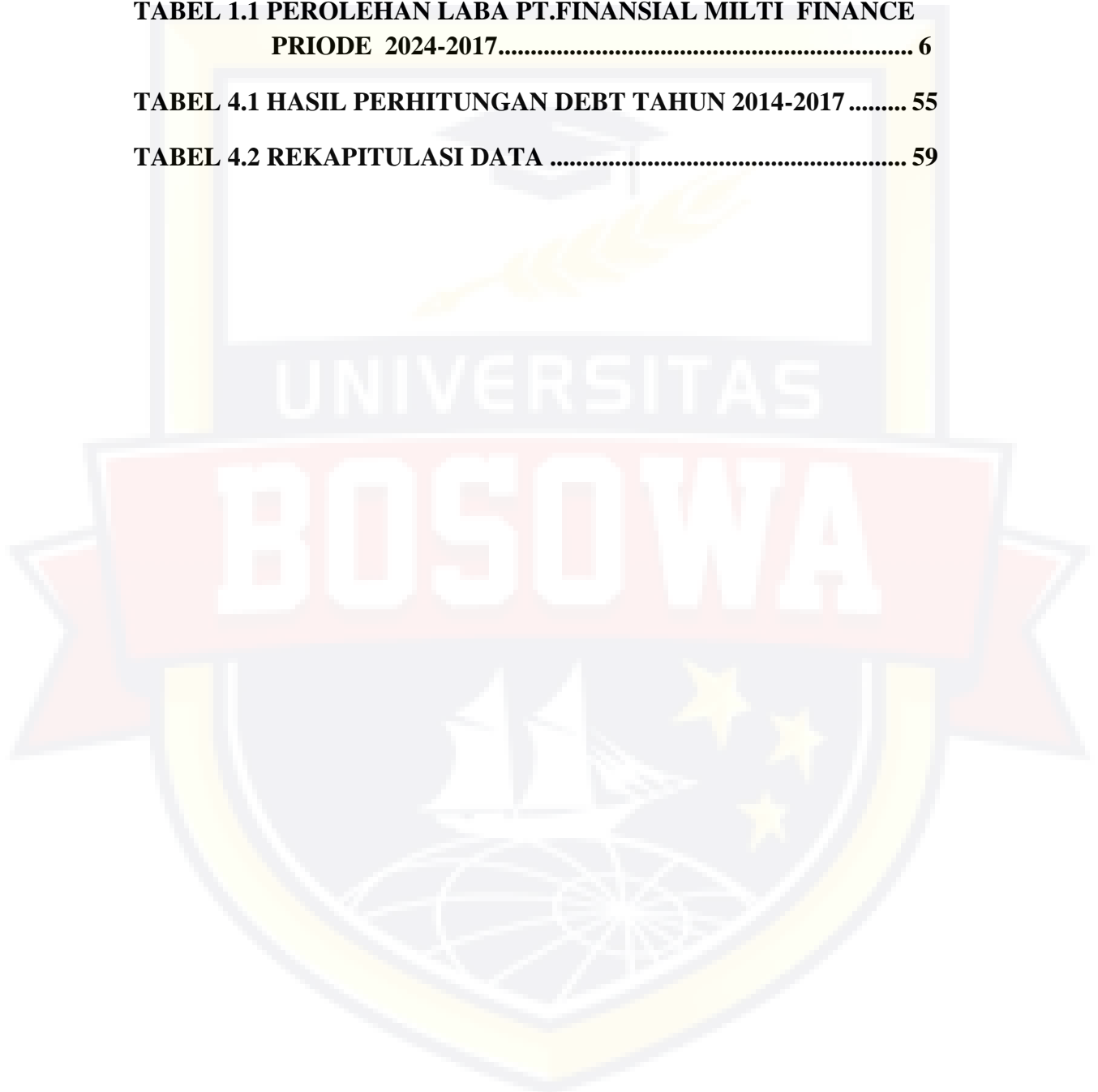
DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1 KERANGKA FIKIR 33
GAMBAR 4.1 STRUKTUR ORGANISASI..... 44



DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 PEROLEHAN LABA PT.FINANSIAL MILTI FINANCE PRIODE 2024-2017.....	6
TABEL 4.1 HASIL PERHITUNGAN DEBT TAHUN 2014-2017.....	55
TABEL 4.2 REKAPITULASI DATA	59



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam teori keagenan (*agency theory*), hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih (*principal*) mempekerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agent tersebut (*Jensen dan Meckling, 1976*). *Principal* menginginkan peningkatan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau pemegang saham. Sedangkan, manajer yang mengelola perusahaan mempunyai tujuan yang berbeda terutama peningkatan prestasi individu dan kompensasi yang akan di terima. Karena kepentingan yang berbeda ini, sering muncul konflik kepentingan antara pemegang saham dengan manajemen.

Konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham tersebut dapat diminimumkan dengan suatu mekanisme pengawasan yang dapat mensejajarkan kepentingan-kepentingan yang terkait tersebut. Untuk menjamin agar para manajer melakukan hal yang terbaik bagi pemegang saham secara maksimal, perusahaan harus menanggung biaya keagenan, yang bisa berupa : pengeluaran untuk memantau tindakan manajemen, pengeluaran untuk menata struktur organisasi sehingga kemungkinan timbulnya perilaku manajer yang tidak dikehendaki semakin kecil, dan biaya kesempatan karena hilangnya kesempatan memperoleh laba sebagai akibat dibatasinya kewenangan manajemen. Sehingga tidak bisa mengambil keputusan

secara tepat waktu. Padahal, seharusnya hal itu bisa dilakukan jika manajer tersebut juga menjadi pemilik perusahaan.

Menurut Michael Jensen dan 2 William Meckling (1976) dalam Weston dan Eugene (1989; 21) definisi dari biaya keagenan (Agency Cost) adalah biaya yang berkaitan dengan pemantauan tindakan manajemen guna menjamin agar tindakan tersebut konsisten dengan kesepakatan kontrak diantara manajer, pemegang saham, dan kreditor. *Corporate Governance* muncul karena terjadi pemisahan antara kepemilikan dengan pengendalian perusahaan atau sering kali dikenal dengan istilah masalah keagenan (*agency problem*). Posisi manajemen yang sangat dominan dalam suatu perusahaan membuat manajemen sering keluar dari batas yang ditentukan dan melupakan esensi keberadaan pihak manajemen, yaitu meningkatkan kesejahteraan pemilik perusahaan, *Corporate Governance* di perlukan untuk mengurangi konflik keagenan antara pemilik dan manajer (Tearney, 2003 dalam Sukamulja, 2004). Menurut Jensen dan Meckling (1976) dalam Faisal (2005) kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional adalah dua mekanisme *corporate governance* utama yang membantu mengendalikan masalah keagenan (*agency conflict*).

Demikian halnya pada PT. Finansia Multi Finance merupakan perusahaan yang memberikan pelayanan kredit kepada masyarakat dengan cara mendirikan beberapa agen sebagai mitra untuk bekerjasama dalam melayani berbagai kredit untuk memperoleh barang. Sehingga dalam mendukung kegiatan perusahaan, pihak manajemen juga Konflik kepentingan yang dikarenakan kemungkinan bahwa agen tidak selalu bertindak sesuai dengan kepentingan prinsipal memicu terjadinya

biaya keagenan. Biaya keagenan (*agency cost*) dikeluarkan untuk mengurangi kerugian yang timbul karena ketidakpatuhan. *Agency costs* 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 disebabkan karena menurunnya nilai kepemilikan pemegang saham sebagai bentuk '*bonding expenditures*' yang diberikan kepada manajemen dalam bentuk opsi dan berbagai manfaat untuk tujuan menyelaraskan kepentingan manajemen dengan pemegang saham.

Meskipun demikian, potensi untuk munculnya *agency problem* tetap ada karena adanya pemisahan antara kepengurusan dengan kepemilikan perusahaan, khususnya di perusahaan-perusahaan publik. *Agency problem* akan mempengaruhi kinerja perusahaan dalam kegiatan usahanya dan dapat merugikan kedua belah pihak. Oleh karena itu, salah satu cara untuk mencegah hal tersebut adalah dengan melakukan pengawasan. Sistem pengawasan ini bertujuan untuk mencegah terjadinya masalah keagenan antara pihak manajer yang menjalankan operasional perusahaan dengan pemegang saham yang merupakan pemilik perusahaan.

Sistem pengawasan ini merupakan sistem yang sangat penting untuk digunakan dalam perusahaan. Hal ini dikarenakan fungsinya yang telah terbukti untuk mencegah terjadinya *agency problem*. Sistem pengawasan ini dikenal dengan nama *corporate governance*. Konflik kepentingan yang dikarenakan kemungkinan bahwa agen tidak selalu bertindak sesuai dengan kepentingan prinsipal memicu terjadinya biaya keagenan. Biaya keagenan (*agency cost*) dikeluarkan untuk mengurangi

kerugian yang timbul karena ketidakpatuhan. *Agency costs* 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 disebabkan karena menurunnya nilai kepemilikan pemegang saham sebagai bentuk *'bonding expenditures'* yang diberikan kepada manajemen dalam bentuk opsi dan berbagai manfaat untuk tujuan menyelaraskan kepentingan manajemen dengan pemegang saham. Meskipun demikian, potensi untuk munculnya *agency problem* tetap ada karena adanya pemisahan antara kepengurusan dengan kepemilikan perusahaan, khususnya di perusahaan-perusahaan publik. *Agency problem* akan mempengaruhi kinerja perusahaan dalam kegiatan usahanya dan dapat merugikan kedua belah pihak. Oleh karena itu, salah satu cara untuk mencegah hal tersebut adalah dengan melakukan pengawasan. Sistem pengawasan ini bertujuan untuk mencegah terjadinya masalah keagenan antara pihak manajer yang menjalankan operasional perusahaan dengan pemegang saham yang merupakan pemilik perusahaan. Sistem pengawasan ini merupakan sistem yang sangat penting untuk digunakan dalam perusahaan. Hal ini dikarenakan fungsinya yang telah terbukti untuk mencegah terjadinya *agency problem*. Sistem pengawasan ini dikenal dengan nama *corporate governance*

Permasalahan yang dihadapi PT. Finansia Multi Finance terhadap biaya keagenan (*agency cost*) adalah adanya konflik kepentingan yang dikarenakan kemungkinan bahwa agen tidak selalu bertindak sesuai dengan kepentingan prinsipal memicu terjadinya biaya keagenan. Biaya keagenan (*agency*

cost) dikeluarkan untuk mengurangi kerugian yang timbul karena ketidakpatuhan. *Agency costs* 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 disebabkan karena menurunnya nilai kepemilikan pemegang saham sebagai bentuk '*bonding expenditures*' yang diberikan kepada manajemen dalam bentuk opsi dan berbagai manfaat untuk tujuan menyelaraskan kepentingan manajemen dengan pemegang saham. Meskipun demikian, potensi untuk munculnya *agency problem* tetap ada karena adanya pemisahan antara kepengurusan dengan kepemilikan perusahaan, khususnya di perusahaan-perusahaan publik. *Agency problem* akan mempengaruhi kinerja perusahaan dalam kegiatan usahanya dan dapat merugikan kedua belah pihak. Oleh karena itu, salah satu cara untuk mencegah hal tersebut adalah dengan melakukan pengawasan. Sistem pengawasan ini bertujuan untuk mencegah terjadinya masalah keagenan antara pihak manajer yang menjalankan operasional perusahaan dengan pemegang saham yang merupakan pemilik perusahaan. Sistem pengawasan ini merupakan sistem yang sangat penting untuk digunakan dalam perusahaan. Hal ini dikarenakan fungsinya yang telah terbukti untuk mencegah terjadinya *agency problem*. Sistem pengawasan ini dikenal dengan nama *corporate governance*.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis ingin membuktikan secara empiris bahwa Analisis tingkat *agency cost* terhadap tingkat pofitabilitas pada PT Finasia Multi Finance.

Tabel 1.1
Perolehan laba PT Finansial Multi Finance
Preode 2014-2017

NO	Tahun	Perolehan Laba (Rp)
1	2014	Rp.558.902.770.222
2	2015	Rp.376.444.433.478
3	2016	Rp.376.444.433.478
4	2017	Rp.552.287.128.3

Sumber data PT Finsial Multi Finance Tahun 2018

Jadi ditahun 2014 jumlah perolehan laba PT Finansial Multi Finance sebanyak Rp.558.902.770.222 mengalami kenaikan yang signifikan dan pada tahun 2015 jumlah peolehan labah mengalami penurunan yang sangat drastis sebanyak Rp. 376.444.433.478 dan pada tahun 2016 jumlah perolehan laba stakan dengan perolehan labah Rp.376.444.433.478 dan padatahun 2017 jumlah peningkatan labah PT Finansial Multi Finance mengalami kenaikan yang sangat drastis dengan jumlah perolehan Laba sebanyak Rp.552.287.128.3 jadi mulai tahun 2014 sampai dengan tahun 2017 PT Finansial Multi Finance hasil perolehan labah mengalami kenaikan yang sangat signifikan.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang masalah diatas, maka menjadi masalah pokok pada penulisan ini adalah :”bagaimana kinerja terhadap *agency cost* profitabilitas pada PT Finansial Multi Finance”.

1.3 Tujuan penelitian

Adapun tujuan yang akan dicapai dalam penulisan ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana analisis tingkat *agency cost* terhadap peningkatan kinerja pada PT finansial multi finance.

1.4 Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna dan bermanfaat bagi semua pihak. Adapun manfaat dari penelitian ini :

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi perusahaan, sebagai masukan untuk meningkatkan kinerja dan menentukan suatu strategi perusahaan khususnya dalam mengoptimalkan fungsi dan peranan informasi.
- b. Dapat menjadikan sarana untuk mengembangkan potensi diri atau wawasan khususnya yang berkaitan dengan materi yang disajikan.
- c. Peneliti berharap bahwa hasil penelitian ini berguna sebagai bacaan yang berguna untuk menambah pengetahuan dan sebagai panduan bagi penelitian lain yang akan datang.
- d. Untuk menjadi bahan pembelajaran guna menambah wawasan tentang manajemen keuangan secara umum dan teori *agency cost* secara khusus

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teori

Kerangka teori menguraikan mengenai teori-teori yang mendasari penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan menghindari teori-teori yang tidak mempunyai hubungan dengan penelitian ini. Kerangka teori ini juga menguraikan tentang teori-teori yang mendukung alat analisis yang akan dipergunakan dalam penelitian kerangka teori.

2.1.1 Teori Keagenan

Adam Smith (2013:17) berpendapat bahwa dengan memaksimalkan kepentingan diri sendiri maka setiap orang akan memberikan manfaat kepada masyarakat. Individu memaksimalkan laba dan kepentingan pribadinya secara otomatis akan membuat alokasi sumber daya sebaik mungkin. Dalam perjalanan perkembangan dan transformasi etika kapitalis ini memunculkan paradigma *Agency theory*, bagaimana individu atau kelompok yang terlibat dalam pengelolaan suatu organisasi berperilaku dalam mencapai sasaran (pemaksimalan nilai) bersinggungan dengan kepentingan yang memunculkan konflik organisasi.

Teori Keagenan adalah teori yang menjelaskan *Agency Relationship* dan masalah-masalah yang ditimbulkannya (Jensen dan Meckling,2013). *Agency Relationship* merupakan hubungan antara dua pihak, dimanapihak pertama bertindak sebagai *prinsipal*/pemberi amanat dan pihak kedua disebut *agen* yang

bertindak sebagai perantara yang mewakili prinsipal dalam melakukan transaksi dengan pihak ketiga. Pada *Agency theory* yang disebut prinsipal adalah pemegang saham dan yang disebutagen adalah manajemen yang mengelola perusahaan.

Pihak prinsipal memberi kewenangan kepada *agen* untuk melakukan transaksi atas nama prinsipal dan diharapkan akan membuat keputusan terbaik bagi *prinsipalnya*.

Jensen dan Meckling (2014) mengemukakan Teori Keagenan yang menjelaskan bahwa kepentingan manajemen dan pemegang saham seringkali bertentangan, sehingga dapat terjadi konflik antara keduanya. Hal itu disebabkan karena manajer mengutamakan kepentingan pribadi, sebaliknya pemegang saham tidak suka kepentingan pribadi manajer tersebut, karena pengeluaran tersebut akan menambah biaya perusahaan dan akan menyebabkan penurunan keuntungan perusahaan dan penurunan dividen yang diterima.

Pemegang saham menginginkan agar biaya tersebut dibiayai oleh utang, tetapi manajer tidak menyukai dengan alasan bahwa utang mengandung risiko yang tinggi. Konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham dapat diminimumkan dengan suatu mekanisme pengawasan (*monitoring*) yang dapat menyejajarkan kepentingan yang terkait tersebut. Namun dengan munculnya mekanisme pengawasan ini menyebabkan timbulnya suatu biaya yang disebut *Agency Cost*. Untuk mengatasi masalah keagenan ini dan untuk mengurangi *Agency Cost* yang muncul, diperlukan suatu mekanisme kontrol dan penyalarsan kepentingan antara manejer *stockholders*, dan *stakeholders*.

2.1.2 Pengertian *Agency theory*

Agency theory adalah teori yang menjelaskan *agency relationship* dan masalah-masalah yang ditimbulkannya (*Jensen & Meckling, 1976*). *Agency relationship* merupakan hubungan antara dua pihak, dimana pihak pertama bertindak sebagai *prinsipal*/pemberi amanat dan pihak kedua disebut *agen* yang bertindak sebagai perantara yang mewakili *prinsipal* dalam melakukan transaksi dengan pihak ketiga.

Pada *agency theory* yang disebut *prinsipal* adalah pemegang saham dan yang dimaksud agen adalah manajemen yang mengelola perusahaan. Pihak *prinsipal* memberi kewenangan kepada agen untuk melakukan transaksi atas nama *prinsipal* dan diharapkan dapat membuat keputusan terbaik bagi *prinsipalnya* (*Hartono & Atahau, 2007*).

Teori keagenan menjelaskan bahwa hubungan keagenan dapat menimbulkan masalah pada saat pihak-pihak yang bersangkutan mempunyai tujuan yang berbeda, pemilik modal menghendaki bertambahnya kekayaan dan kemakmuran para pemilik modal, sedangkan manejer juga menginginkan bertambahnya kesejahteraan bagi para manejer.

Dengan demikian muncullah konflik kepentingan antara pemilik (investor) dengan manejer (*agen*). Hal ini terjadi karena manejer berusaha untuk mengutamakan kepentingan pribadinya yang tidak sesuai dengan keinginan pemegang saham dimana kepentingan manejer dapat menambah biaya perusahaan yang mengurangi

keuntungan perusahaan. Menurunnya keuntungan perusahaan menyebabkan penerimaan pemegang saham juga menurun.

Para pemegang saham berharap *agen* akan bertindak atas kepentingan mereka sehingga mendelegasikan wewenang kepada *agen* harus diberikan insentif dan pengawasan yang memadai. Pengawasan dapat dilakukan melalui cara-cara seperti pengikatan *agen*, pemeriksaan laporan keuangan dan pembatasan terhadap keputusan yang dapat diambil manajemen. Kegiatan pengawasan tentu saja membutuhkan biaya yang disebut dengan biaya *agensi*. Biaya *agensi* adalah biaya-biaya yang berhubungan dengan pengawasan manajemen untuk meyakinkan bahwa manajemen bertindak konsisten sesuai dengan perjanjian kontraktual perusahaan dengan kreditor dan pemegang saham.

Teori keagenan menjelaskan bahwa didalam sebuah perusahaan ditemukan adanya hubungan kerja antara pemegang saham sebagai *prinsipal* dan manajemen selaku *agen*. Brealey et al. (2007:10) menyatakan, pemegang saham memiliki perseroan, tapi mereka biasanya tidak mengelolanya. Sebaliknya mereka memilih dewan direksi, yang kemudian menunjuk para manajer puncak dan memantau kinerja mereka. Hubungan keagenan merupakan sebuah kontrak antara satu orang atau lebih (*principal*) yang mempekerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada *agen* tersebut Jensen and Meckling dalam (Susanti dan Mildawati, 2014). Pihak *prinsipal* adalah pemegang saham dan yang sebagai *agennya* adalah pihak manajemen dari perusahaan.

Menurut Fahmi (2014:19-20), *agency theory* (teori keagenan) merupakan suatu kondisi yang terjadi pada suatu perusahaan dimana pihak manajemen sebagai pelaksana yang disebut lebih jauh sebagai agen dan pemilik modal (*owner*) sebagai *prinsipal* membangun sebuah kontrak kerjasama yang disebut dengan “*nexus of contract*”, kontrak kerjasama ini berisi kesepakatan-kesepakatan yang menjelaskan bahwa pihak manajemen perusahaan harus bekerja secara maksimal untuk memberi kepuasan yang maksimal seperti profit yang tinggi kepada pemilik modal (*owner*). Implikasinya memungkinkan terjadinya sikap oportunistik (*opportunistic behaviour*) dikalangan manajemen perusahaan dalam melakukan beberapa tindakan yang sifatnya disengaja seperti:

- a. Melaporkan piutang tak tertagih (*bad debt*) yang lebih besar dari kenyataan yang sesungguhnya.
- b. Melaporkan hasil penjualan dengan peningkatan yang tidak terlalu tinggi.
- c. Melaporkan kepada pihak *principal* bahwa dibutuhkan dana tambahan untuk menunjang pelaksanaan proyek yang sedang dikerjakan jika tidak dibantu maka proyek akan terhenti.
- d. Melakukan *income smooting*, berupa melaporkan pendapatan yang tidak sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya, namun sesuai dengan maksud dan keinginan agen (manajemen).

Pada umumnya manajer dan pemegang saham sering memiliki tujuan yang berbeda. Pengambilan keputusan oleh manajer sering tidak berpihak kepada kepentingan pemegang saham, melainkan berpihak kepada kepentingan manajer itu

sendiri. Perbedaan kepentingan tersebut akan menimbulkan konflik yang sering disebut konflik *agensi* (*agency conflict*).

Pada perusahaan besar konflik agensi sering terjadi dikarenakan kepemilikan saham oleh manajer memiliki persentase yang relatif kecil. Sehingga manajer sering membuat keputusan-keputusan yang tidak menguntungkan pemegang saham. Manajer tidak berani mengambil risiko yang besar yang tentu memiliki keuntungan yang besar pula dikarenakan takut kehilangan jabatan atau posisi yang strategis dalam perusahaan. Sehingga manajer cenderung mengambil risiko yang relatif kecil yang memiliki keuntungan yang kecil yang tidak dapat memuaskan keinginan daripada pemegang saham.

Selain itu, konflik juga mungkin disebabkan oleh banyaknya uang kas yang tersedia didalam perusahaan. Manajer sering menggunakan uang kas tersebut untuk membiayai proyek yang menguntungkan dirinya sendiri seperti perlengkapan kantor yang mewah, tiket untuk bepergian keluar negeri, dan lain sebagainya. Didalam hubungan keagenan, manajer merupakan pihak yang memiliki informasi penuh yang ada didalam perusahaan, dimulai dari lingkungan kerja, kapasitas diri, dan prospek perusahaan dimasa yang akan datang. Tetapi terkadang ada saja informasi mengenai perusahaan yang tidak diungkapkan oleh manajer kepada investor. Untuk mengurangi hal tersebut dibutuhkan pengawasan dan pengendalian untuk memastikan apa yang dilakukan oleh manajer telah sesuai dengan ketentuan yang berlaku didalam perusahaan.

Pengawasan dan pengendalian ini membutuhkan biaya yang biasa disebut sebagai *agency cost*. *Agency cost* digunakan untuk membiayai kegiatan pengawasan dan pengendalian terhadap perilaku manajer agar tidak menyimpang dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pemegang saham.

Selain itu menurut Dermawan (2014:273), *agency cost* adalah biaya yang timbul karena perusahaan menggunakan utang dan melibatkan hubungan antara pemilik perusahaan (pemegang saham) dan kreditor. Jika perusahaan menggunakan utang ada kemungkinan pemilik perusahaan melakukan tindakan yang merugikan kreditor. Misalnya, perusahaan melakukan investasi pada proyek-proyek yang berisiko tinggi hal ini dapat merugikan kreditor. Universitas Sumatera Utara 16 Wahidahwati dalam (Sugiarto, 2011) menyatakan terdapat beberapa pilihan alternatif untuk mengurangi biaya agensi. Pertama, dengan meningkatkan kepemilikan saham perusahaan oleh manajemen untuk mensejajarkan kepentingan manajer dan pemegang saham. Kedua, rasio pembayaran dividen (*dividend payout ratio*) dapat ditingkatkan karena berkurangnya aliran kas bebas yang ada di perusahaan, manajemen terpaksa mencari pendanaan dari luar untuk membiayai investasinya. Ketiga, meningkatkan pendanaan melalui hutang. Dengan meningkatkan hutang sebagai sumber pendanaan investasi, *excess cash flow* akan menurun dan dapat menekan pemborosan yang dilakukan oleh manajemen. Terakhir, penggunaan investor institusional seperti bank, perusahaan asuransi, perusahaan investasi, dan kepemilikan oleh institusi lain sebagai monitoring agent akan menyebabkan manajer merasa diawasi didalam menentukan kebijakan finansial

Menurut Scott (2000) dalam Rahmawati, Suparno, dan Qomariyah (2007), terdapat dua macam asimetris informasi, yaitu:

- a. *Adverse selection*, yaitu suatu kondisi dimana para manajer serta orang-orang dalam lainnya biasanya mengetahui lebih banyak informasi mengenai keadaan dan prospek perusahaan dibanding pihak luar (investor). Manajer hanya menyampaikan informasi secukupnya dan tidak menyampaikan informasi penting lainnya yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan para pemegang saham.
- b. *Moral hazard*, yaitu suatu kondisi dimana kegiatan yang dilakukan oleh seorang manajer tidak seluruhnya diketahui oleh pemegang saham maupun pemberi pinjaman, sehingga manajer dapat melakukan tindakan di luar pengetahuan pemegang saham yang melanggar kontrak dan etika.

Menurut Sartono (2011) dalam Pandansari (2011), terdapat beberapa mekanisme khusus yang dapat digunakan untuk memotivasi manajer agar kembali bertindak sesuai kepentingan pemegang saham

Ada beberapa jenis kompensasi yang biasanya diberikan kepada karyawan yakni berupa gaji yang diperoleh karyawan setiap bulannya, bonus yang diberikan pada akhir tahun dan jumlahnya tergantung pada profitabilitas perusahaan selama tahun berjalan, serta berupa opsi untuk membeli saham atau lembar saham sebagai imbalan atas kinerja jangka panjang.

Opsi saham dapat diberikan melalui *Employee Stock OptionPlans* (ESOPs). Menurut *Brenneretal*, (2000) ESOP merupakan langkah efektif untuk mempersempit masalah keagenan dan menurunkan *agency cost* melalui penyejajaran kepentingan para eksekutif dengan para pemegang saham. Pemberian opsi saham ini diharapkan dapat mengatasi konflik yang terjadi berkaitan dengan masalah keagenan serta dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan diikuti dengan peningkatan harga saham. Dengan demikian, kemakmuran pemegang saham juga dapat meningkat.

2.1.3 Pengertian Agency Cost

Biaya keagenan (*agency cost*) adalah konsep ekonomi mengenai biaya pemilik (*principal*) baik organisasi, perseorangan atau sekelompok orang, ketika pemilik (*principal*) memilih atau menyewa seorang "*agen*" untuk bertindak atas namanya. Kedua belah pihak memiliki kepentingan yang berbeda dan agen memiliki informasi lebih banyak, maka pemilik (*principal*) tidak bisa secara langsung memastikan bahwa agennya selalu bertindak dalam kepentingan yang terbaik bagi pemilik (*principal*).

Beberapa contoh biaya keagenan (*Agency cost*) yaitu:

1. Biaya yang ditanggung oleh pemegang saham pemilik (*principal*), ketika manajemen perusahaan (*agen*) membeli perusahaan lain untuk memperluas kekuasaannya, atau menghabiskan uang pada proyek-proyek yang lebih disukai bukannya memaksimalkan nilai perusahaan.

2. Masyarakat sebagai pemilih dimana berperan sebagai principal ketika seorang politisi/wakil rakyat sebagai (*agen*). Seringkali politisi tersebut yang lolos legislatif selalu dibantu oleh "kontributor" besar untuk kampanye mereka daripada para pemilihnya.

Biaya ini terdiri dari dua sumber utama:

1. Biaya inheren terkait dengan penggunaan *agen* (misalnya, risiko bahwa *agen* akan menggunakan sumber daya organisasi untuk keuntungan mereka sendiri) dan
2. Biaya teknik yang digunakan untuk mengurangi masalah yang terkait dengan *agen* menggunakan informasi -pertemuan lebih lanjut tentang apa yang dilakukan *agen* (misalnya, laporan keuangan biaya produksi) atau menggunakan mekanisme untuk menyelaraskan kepentingan *agen* dengan *principal* (misalnya kompensasi eksekutif dengan pembayaran ekuitas seperti opsi saham).

Asimetri informasi yang ada antara pemegang saham dan *Chief Executive Officer*_(CEO) umumnya dianggap sebagai contoh klasik dari masalah *principal-agent* . *Agen* (manajer) bekerja atas nama *principal* (pemegang saham), yang tidak mengamati tindakan, atau banyak tindakan, atau tidak menyadari dampak dari banyak tindakan *agen*. Yang paling penting, bahkan jika tidak ada informasi asimetris, desain kontrak manajer akan menjadi sangat penting untuk menjaga hubungan antara tindakan mereka dan kepentingan pemegang saham. Asimetri

informasi memberikan kontribusi untuk masalah *moral hazard* dan *adverse selection*.

Biaya *agensi* terutama timbul karena biaya kontrak dan perbedaan kontrol, pemisahan kepemilikan dan kontrol serta tujuan manajer yang berbeda (bukan maksimalisasi pemegang saham)

Kasus klasik *agency cost* perusahaan adalah profesional manajer-khususnya CEO-dengan hanya sebagian kecil kepemilikan, memiliki kepentingan yang berbeda dari pemilik perusahaan.

Setiap perusahaan membuat perusahaan lebih efisien dan menguntungkan, CEO mungkin tergoda untuk:

1. Membangun kerajaan (yaitu meningkatkan ukuran perusahaan, bukan ukuran dari keuntungan, "yang biasanya meningkatkan prestise eksekutif", tunjangan, kompensasi", dll, tetapi dengan mengorbankan efisiensi dan nilai perusahaan);
2. Tidak memecat bawahan yang biasa-biasa saja atau bahkan yang tidak memiliki kemampuan
3. mempertahankan uang dalam jumlah besar, boros, memberikan kemerdekaan dari pasar modal
4. Maksimum kompensasi dengan meminimalkan "persyaratan" -tekanan
5. Melakukan Penipuan, manajemen bahkan mungkin memanipulasi angka-angka keuangan untuk mengoptimalkan bonus dan harga saham yang berhubungan dengan pilihan.

Masalah keagenan muncul saat agen tidak selalu bertindak sesuai dengan kepentingan prinsipal. Masalah tersebut disebut *agency conflict*. Konflik tersebut dapat terjadi pada saat proporsi kepemilikan saham perusahaan oleh para manajer kurang dari 100% dari total saham yang beredar. Pada saat itu manajer cenderung mengutamakan kepentingan pribadi dan tidak berdasarkan pada tujuan perusahaan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan dalam memilih dan mengambil kebijakan akuntansi yang sesuai dengan kepentingan agen, meskipun seringkali kebijakan tersebut bukan yang terbaik bagi prinsipal.

Eisenhardt dalam Permanasari (2010) menerangkan ada tiga asumsi sifat dasar manusia yang dapat digunakan untuk menjelaskan *agency theory*, yaitu:

1. Pada umumnya manusia mementingkan dirinya sendiri,
2. Daya pikir manusia memiliki keterbatasan terkait dengan persepsi masa depan,
3. Manusia selalu berusaha untuk menghindari risiko. Berdasarkan ketiga asumsi tersebut, kita dapat diketahui bahwa manajer sebagai seorang manusia kemungkinan besar akan melakukan tindakan-tindakan yang sifatnya *opportunistic*, yaitu cenderung mengutamakan kepentingannya.

Sedangkan pemegang saham akan cenderung tertarik pada hasil keuangan yang terus mengalami pertumbuhan atau investasi mereka dalam perusahaan memberikan hasil yang baik. Hal yang dapat dilakukan untuk mengurangi kesempatan manajer melakukan tindakan yang merugikan investor luar, Jensen dan Meckling (1976) mengidentifikasi adanya dua cara, yaitu investor luar melakukan pengawasan (*monitoring*) dan manajer sendiri melakukan pembatasan atas tindakan-

tindakannya (*bonding*). Cara tersebut di satu sisi akan mengurangi penyimpangan yang terjadi, namun dapat memunculkan biaya keagenan yang dapat mengurangi nilai perusahaan. Jensen dan Meckling (1976) memecah biaya keagenan menjadi tiga komponen: pertama, biaya-biaya yang dikeluarkan *principal* (*monitoring cost*); kedua, *bonding expenditure* dari agen, dan ketiga *residual loss*. Pengeluaran pengawasan dibayar oleh prinsipal untuk mengatur dan mengawasi tingkah laku agen dalam melakukan pengelolaan perusahaan. *Bonding expenditures* diciptakan oleh agen untuk menjamin bahwa mereka (manajemen) tidak akan mengambil tindakan-tindakan yang pada akhirnya akan merugikan *principal*. *The residual loss* adalah nilai kerugian yang dialami *principal* akibat keputusan yang diambil oleh *agen*, yang menyimpang dari keputusan yang dibuat oleh *principal* jika ia memiliki informasi dan bakat sebagaimana *agen*. Antisipasi atas ketiga biaya yang didefinisikan sebagai biaya keagenan ini nampak pada harga saham yang terkoreksi saat perusahaan menjual sahamnya (Sugiarto, 2009). 14 Konflik antara manajer dan pemegang saham atau yang sering disebut dengan masalah keagenan dapat diminimumkan dengan suatu mekanisme pengawasan yang dapat mensejajarkan kepentingan-kepentingan tersebut sehingga timbul biaya keagenan (*agency cost*). Ada beberapa alternatif untuk mengurangi *agency cost*, diantaranya adanya kepemilikan saham oleh institusional dan kepemilikan saham oleh manajemen (Tendi Haruman dalam Permanasari, 2010)

2.1.4 Struktur Kepemilikan

Fama dan Jensen (1983) dalam Wilopo dan Mayangsari (2002) menyatakan bahwa pemisahan fungsi antara pemilik dan kontrol dapat menimbulkan keagenan, karena itu diperlukan pengaturan atau mekanisme yang maksimal. Struktur kepemilikan merupakan salah satu dimensi dari corporate governance yang memiliki tujuan untuk membatasi gerak langkah dari manajemen sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan bisa disebut sebagai salah satu bentuk pengaturan atau mekanisme yang maksimal.

Menurut *teory keagenan*, untuk mengurangi konflik kepentingan antara manajer dengan pemegang saham perlu struktur kepemilikan sebagai mekanismenya. Struktur kepemilikan suatu perusahaan dipercaya akan mampu mempengaruhi proses bisnis yang pada akhirnya mempengaruhi kinerja perusahaan dalam mencapai tujuannya. Lukviarman (2016) berpendapat bahwa struktur kepemilikan dapat menentukan karakteristik atau tingkatan dari konflik keagenan (*agency problem*) yang menyebabkan adanya pemetaan pembagian antara kekuasaan dan pengawasan pada suatu perusahaan.

Struktur kepemilikan dalam suatu perusahaan dapat dipahami sebagai persentase kepemilikan saham pada perusahaan oleh seseorang, manajemen, maupun institusi. Struktur kepemilikan merupakan salah satu langkah untuk menekan biaya agensi atau *agency cost* karena antara pemilik dan manajemen sama-sama memiliki proporsi sendiridalam perusahaan, dan akan meminimalisir terjadinya konflik keagenan (*agency problem*) karena adanya pembagian yang jelas.

a. Kepemilikan Manajerial

Menurut *Molle (2012) Insider Ownership* atau kepemilikan pihak dalam didefinisikan sebagai persentase suara yang berkaitan dengan saham dan opsi yang dimiliki oleh manajer dan direksi suatu perusahaan. Kepemilikan manajerial menurut *Wiryadi dan Sebrina (2013)*, merupakan saham dalam suatu perusahaan publik yang dimiliki oleh individu – individu ataupun kelompok elit yang berasal dari dalam perusahaan yang mempunyai kepentingan langsung seperti komisaris, direktur dan manajemen.

Kepemilikan manajerial dapat dilihat dari seberapa banyak kepemilikan atau saham atas perusahaan yang dimiliki oleh pihak manajemen seperti direksi dan komisaris. Tingkat kepemilikan manajerial yang lebih tinggi harus dihasilkan dalam meningkatkan kinerja perusahaan, karena tingkat kepemilikan manajerial yang lebih tinggi akan membantu mengurangi konflik kepentingan antara manajer dan pemiliknya atau pemegang saham perusahaan

Perusahaan akan merasakan dampak langsung apabila meningkatkan kepemilikan manajerial, hal ini karena manajemen akan langsung merasakan dampak dari setiap keputusan yang diambil sebagai pemilik perusahaan. Menurut *Tamba (2011)* peningkatan atas kepemilikan manajerial akan membuat kekayaan manajemen, secara pribadi, semakin terikat dengan kekayaan perusahaan sehingga manajemen akan berusaha mengurangi resiko kehilangan kekayaannya.

b. Kepemilikan Keluarga

Menurut *Ulupui, Utama, dan Karnen (2015)* Struktur kepemilikan yang sangat terkonsentrasi pada keluarga menyebabkan tidak dipisahkannya antara

kepemilikan keluarga dan pengelolaan perusahaan karena pemilik memiliki campur tangan yang sangat besar terhadap pengelolaan perusahaan. Kepemilikan keluarga dapat terjadi jika terutama terjadi jika pemegang saham pengendali banyak menempatkan anggota keluarga atau kerabat dekatnya pada posisi pimpinan puncak (komisaris dan direksi) di perusahaan.

c. Kepemilikan Institusional

Menurut Tamba (2011) Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham oleh pihak – pihak yang berbentuk institusi seperti yayasan, bank, perusahaan asuransi, perusahaan investasi, dana pensiun, perusahaan berbentuk perseroan (PT), dan institusi lainnya. Institusi biasanya dapat menguasai mayoritas saham karena mereka merupakan sumber daya yang lebih besar dibandingkan dengan pemegang saham lainnya.

Selanjutnya Ardianingsih dan Ardiyani (2010) berpendapat bahwa adanya pemegang saham seperti kepemilikan institusional memiliki arti penting dalam memonitor manajemen. Bukan hanya pihak intern perusahaan saja yang bisa melakukan pengawasan, pihak investor institusional bisa juga dikatakan sebagai pengawas dari pihak eksternal perusahaan.

Ardianingsih dan Ardiyani (2010) berpendapat bahwa adanya kepemilikan oleh institusional seperti perusahaan asuransi, bank, perusahaan - perusahaan investasi dan kepemilikan oleh institusi-institusi lain dapat mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal. Mekanisme monitoring tersebut

dapat menjamin peningkatan kemakmuran pemegang saham. Pengaruh kepemilikan institusional sebagai agen pengawas ditekankan melalui investasi mereka yang cukup besar dalam pasar modal. Apabila institusional merasa tidak puas atas kinerja manajerial, maka mereka dapat menjual sahamnya ke pasar.

d. Kepemilikan Pemerintah

Menurut La Porta et.al (2014) menyatakan pemerintah yang menanamkan uang negara dalam perusahaan pada umumnya sesuai dengan tujuan/kebijakan bidang politik, sosial, ekonomi, maupun lainnya. Hadiprajitno (2013) mengatakan definisi dari kepemilikan pemerintah yaitu perusahaan yang kepemilikan atau saham perusahaannya sebagian besar dimiliki oleh pemerintah pusat, pemerintah daerah, dan lembaga pemerintah. Persentase jumlah saham yang dimiliki pemerintah dalam suatu perusahaan menunjukkan kepemilikan pemerintah. Pemerintah memiliki hak dalam menetapkan jajaran direksi perusahaan, menetapkan serta mengarahkan kebijakan perusahaan demi kepentingan pemerintah.

e. Kepemilikan Asing

Wiranata dan Nugrahanti (2013) mengutip Simerly & Li menyatakan kepemilikan asing merupakan proporsi saham biasa perusahaan yang dimiliki oleh perorangan, badan hukum, pemerintah serta bagian-bagiannya yang berstatus luar negeri. Atau perorangan, badan hukum, pemerintah yang bukan berasal dari

Indonesia. Sedangkan menurut Hadiprajitno (2013) Investasi pihak asing dapat diartikan sebagai investor/pemegang saham yang berasal dari negara lain (domisili dan legal pendirian perusahaan di luar negeri), dalam jumlah yang cukup besar digunakan untuk mengendalikan perusahaan tersebut.

2.1.5 Faktor Yang Mempengaruhi *Agency Problems*

a. *Managerial Discretion Terhadap Agency Problems*

Perusahaan yang memiliki manajer yang potensial akan berusaha untuk mengurangi *agency cost* dan meningkatkan kekuatan manajerial. Hal ini disebabkan nilai *monitoring cost* yang berasal dari *agency cost* berkurang di mana para prinsipal mempercayai para manajer untuk mengambil suatu tindakan. Selain itu, ketika perusahaan memiliki kelebihan arus kas, maka hal ini juga akan meningkatkan *agency problem* sebab para prinsipal menginginkan mendapatkan arus kas tersebut dan mendorong manajemen perusahaan untuk melakukan hal tersebut (Jensen & Meckling, 1976).

Menurut *Nohel & Tarhan (1998)*, *agency problem* pun juga disebabkan oleh keadaan manajerial perusahaan di mana perusahaan memiliki kelebihan kas dan membuat para investor menginginkan untuk mendapatkan dana tersebut baik dalam bentuk *dividend* ataupun *stock repurchase*.

Menurut *Jensen (1986)*, adanya berlebihan *free cash flow* di perusahaan akan menyebabkan manajemen menghabiskan sumber daya perusahaan, sehingga manajemen perusahaan tidak akan memenuhi kepentingan *shareholder*.

Berdasarkan hal ini, para *shareholder* memiliki kecurigaan terhadap manajemen perusahaan. Pada akhirnya manajemen akan berusaha meyakinkan para *shareholder* bahwa manajemen perusahaan akan berperilaku sesuai kepentingan *shareholder* seperti dividen dan membuat laporan keuangan perusahaan.

Untuk meyakinkan *shareholder* pun, ada biaya yang harus dikeluarkan perusahaan. Salah satu biaya tersebut diyakini berasal dari *debtholder* yang hadir sebagai pihak ketiga dalam rangka menopang operasional perusahaan. Akan tetapi, kehadiran *debtholder* ini justru dapat meningkatkan *bankruptcy cost*. *Debtholder* dalam perusahaan memiliki kepentingan untuk mendapatkan *debt interest*.

Berdasarkan penelitian Teng & Hachiya (2013), *managerial discretion* diukur dengan menggunakan kas dan *free cash flow*. Dalam penelitian ini, perusahaan yang memiliki *cash balance* yang tinggi akan membagikan dividen lebih. Hal ini juga didukung oleh penelitian Jagannathan et al. (2000) bahwa perusahaan yang memiliki *sustainable cash flow* cenderung memberikan dividen daripada *stock repurchase*. Dengan demikian, *managerial discretion* memiliki hubungan yang positif dengan *agency problem* yang dihadapi perusahaan.

b. *Ownership Structure Terhadap Agency Problems*

Karena terhadap hubungan antara para pemegang saham dengan manajer korporasi, terdapat perbedaan kepentingan yang mengakibatkan *agency problem*. Hal ini bukanlah hal baru, tetapi akan selalu hadapi berbagai macam perusahaan.

Dengan adanya hal ini, para manajer akan senantiasa berusaha meningkatkan *ownership* perusahaan (Jensen & Meckling, 1976).

Struktur kepemilikan mempengaruhi konflik keagenan antara manajemen dengan *shareholder* karena aktivitas pengawasan dari pemilik luar yang membatasi aksi manajemen, sehingga perusahaan berusaha meminimalisir *agency cost* (Teng & Hachiya, 2013). Hal ini menunjukkan bahwa struktur kepemilikan merefleksikan konflik kepentingan dan *information asymmetry* antara manajer dan *shareholder*. Semakin besar *institutional holdings*, maka semakin besar *agency problem* yang dihadapi perusahaan.

2.1.6 Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba, semakin besar tingkat keuntungan/laba, semakin baik pula manajemen dalam mengelola perusahaan (Sutrisno, 2003:222).

Rasio *profitabilitas* ini akan memberikan gambaran tentang tingkat efektifitas pengelolaan perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas berarti semakin baik, karena kemakmuran pemilik perusahaan meningkat dengan semakin tingginya profitabilitas.

Ada bermacam cara untuk mengukur profitabilitas

a. Gross Profit Margin (GPM).

Rasio gross profit margin atau margin keuntungan kotor berguna untuk mengetahui keuntungan kotor perusahaan dari setiap barang yang dijual. Gross profit margin sangat dipengaruhi oleh harga pokok penjualan. Apabila harga pokok penjualan meningkat maka gross profit margin akan menurun, begitu pula

sebaliknya. Dengan kata lain, rasio ini mengukur efisiensi pengendalian harga pokok atau biaya produksinya, mengindikasikan kemampuan perusahaan untuk memproduksi secara efisien.

b. Net Profit Margin

(NPM), menggambarkan besarnya laba bersih yang diperoleh perusahaan pada setiap penjualan yang dilakukan. Dengan kata lain rasio ini mengukur laba bersih setelah pajak terhadap penjualan.

c. Return On Investment

(ROI) atau *return on assets* menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan. Dengan mengetahui rasio ini, akan dapat diketahui apakah perusahaan efisien dalam memanfaatkan aktiva dalam kegiatan operasional perusahaan. Rasio ini juga memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektifitas manajemen dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan.

Analisa *Return On Investment (ROI)* dalam analisa keuangan mempunyai arti yang sangat penting sebagai salah satu teknik analisa keuangan yang bersifat menyeluruh/komprehensif. Analisa *Return On Investment (ROI)* ini sudah merupakan teknik analisa yang lazim digunakan oleh pimpinan perusahaan untuk mengukur efektifitas dari keseluruhan operasi perusahaan. *Return On Investment (ROI)* itu sendiri adalah salah satu bentuk dari rasio *profitabilitas* yang dimaksudkan untuk dapat mengukur kemampuan perusahaan dengan keseluruhan dana yang ditanamkan

dalam aktiva yang digunakan untuk operasi perusahaan untuk menghasilkan keuntungan.

Dengan demikian *Return On Investment (ROI)* menghubungkan keuntungan yang diperoleh dari operasi perusahaan (*Net Operating Income*) dengan jumlah investasi atau aktiva yang digunakan untuk menghasilkan operasi tersebut (*Net Operating Assets*). Sebutan lain untuk ROI adalah "*Net Operating Profit Rate Of Return*" atau "*Operating Earning Power*" (Munawir, 2004:89).

d. *Return On Equity (ROE)* atau *return on net worth* mengukur kemampuan perusahaan

memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan atau untuk mengetahui besarnya kembalian yang diberikan oleh perusahaan untuk setiap rupiah modal dari pemilik. Rasio ini dipengaruhi oleh besar kecilnya utang perusahaan, apabila proporsi utang makin besar maka rasio ini juga akan makin besar. Faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi profitabilitas yaitu :

1. Profit Margin yaitu perbandingan antara "*net operating income*" dengan "*net sales*".
2. *Turnover of operating assets* (tingkat perputaran aktiva usaha), yaitu kecepatan berputarnya operating assets dalam suatu periode tertentu.

Analisis Profitabilitas merupakan analisis dalam laporan keuangan yang penting karena berhubungan dengan tingkat laba, besarnya penjualan, harga pokok penjualan, serta beban operasi dan beban non operasi, untuk menilai sumber, daya tahan (persistence), pengukuran, dan hubungan usaha utamanya. Penelitian ini

memungkinkan untuk membedakan kinerja yang terkait dengan keputusan operasi dan kinerja yang terkait dengan keputusan pendanaan dan investasi.

Analisis profitabilitas perusahaan termasuk bagian yang penting dari analisis laporan keuangan. Seluruh laporan keuangan dapat digunakan untuk analisis profitabilitas, namun yang

paling penting adalah laporan laba rugi. Laporan laba rugi melaporkan hasil operasi perusahaan selama satu periode.

Tujuan utama perusahaan adalah hasil operasi, yang memiliki peran penting dalam menentukan nilai, solvabilitas, dan likuiditas perusahaan. Salah satu hubungan antara modal kerja dengan profitabilitas adalah pertumbuhan penjualan, karena mempunyai hubungan yang erat dan langsung dengan investasi dalam bentuk aktiva lancar.

Pengelolaan modal kerja juga menyangkut administrasi aktiva lancar dan kewajiban lancar. Untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba, alat yang sering digunakan adalah profitabilitas. Menurut Bambang Riyanto (1992 : 27) profitabilitas yaitu : Profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan perbandingan laba dengan aktivitas atau modal yang menghasilkan aktivitas tersebut, dengan kata lain profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu.

Pengertian profitabilitas sebagai indikator terhadap hasil pelaksanaan operasi perusahaan menitikberatkan pada aspek ekonominya. Efektivitas ekonomi suatu perusahaan bergantung kepada kemampuan perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Penggunaan profitabilitas sebagai indikator penilaian hasil operasi perusahaan dapat dipakai sebagai berikut :

1. Suatu indikasi tentang efektivitas manajemen.
2. Suatu alat untuk membuat proyeksi laba perusahaan.
3. Suatu alat pengendalian manajemen.

Profitabilitas itu sendiri memiliki berbagai macam rasio-rasio dalam pengukurannya masing-masing yang akan dibahas lebih jelas pada bagian rasio-rasio keuangan.

Pada intinya profitabilitas suatu perusahaan merupakan gambaran yang mengukur seberapa mampu perusahaan menghasilkan laba dari proses operasional yang telah dilaksanakan untuk menjamin kelangsungan perusahaan di masa yang akan datang.

Lintner (1956) dalam *Suharli (2006)* mengatakan bahwa jumlah dividen bergantung pada keuntungan perusahaan sekarang dan dividen tahun sebelumnya. Penilaian kapasitas perusahaan juga dilihat dari profitabilitasnya. Perusahaan yang baik akan memperlihatkan tingkat profitabilitas yang stabil, hal ini juga memungkinkan perusahaan dapat membagikan laba dan sekaligus menyimpan kas dari laba ditahan.

Untuk mengukur tingkat profitabilitas suatu perusahaan dapat digunakan ROE. *Return On Equity* adalah rasio yang mengukur tingkat pengembalian atas ekuitas biasa. Investor berharap mendapat pengembalian atas investasi yang mereka lakukan, dan rasio ini menunjukkan besarnya pengembalian tersebut. ROE merupakan salah satu dasar dalam menentukan pertumbuhan tingkat pendapatan perusahaan

(May, 2013). Investor umumnya menyukai nilai ROE yang tinggi, dan ROE yang tinggi umumnya memiliki korelasi positif dengan harga saham yang tinggi.

2.1.7 Tujuan Rasio Profitabilitas

Menurut Kasmir (2011: 197), yang menyatakan bahwa: tujuan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

2.1.8 Manfaat Rasio Profitabilitas

Manfaat rasio profitabilitas adalah:

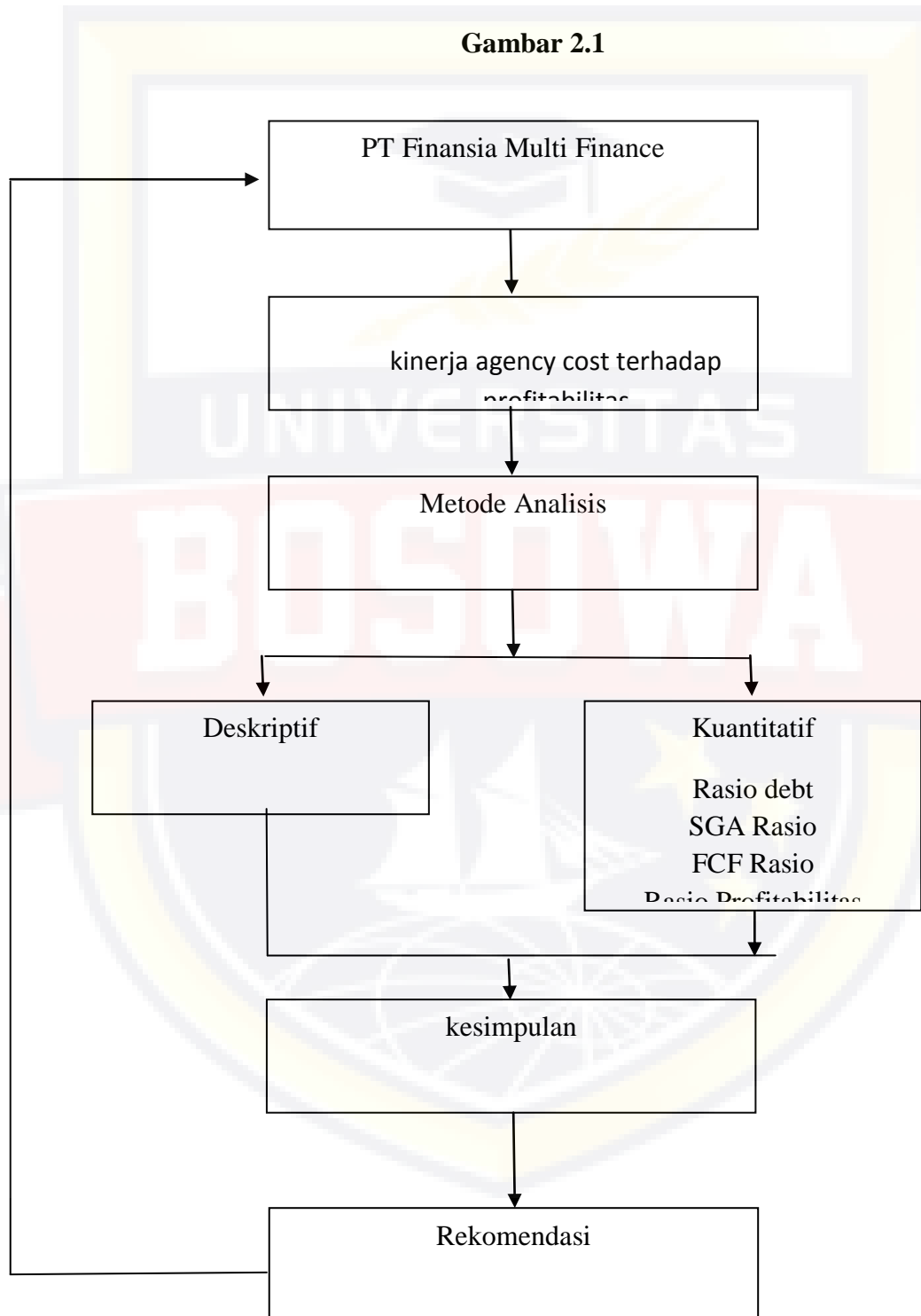
6. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
7. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
8. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
9. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
10. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

2.1.9. Pengaruh Likuiditas terhadap *Agency Cost*

Profit yang diperoleh perusahaan bisa merupakan dana yang tersedia untuk melakukan investasi ataupun dibagi kepada para pemegang saham. Berdasarkan *agency theory* seharusnya perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi memanfaatkan hutang untuk mengurangi penyalahgunaan pemakaian dana oleh manajer yang tidak memperhatikan kepentingan pemegang saham. Perusahaan yang bisa menghasilkan laba yang besar tentunya akan membuat para pemegang saham mengajukan usulan pembagian laba tersebut dalam bentuk dividen. Pembagian dividen tentunya akan mengurangi dana yang bisa dipakai untuk melakukan investasi, sehingga perusahaan memerlukan dana tambahan untuk bisa membiayai investasi dan kegiatan operasionalnya. Perusahaan yang mempunyai profit yang semakin besar akan merasa bahwa mereka mempunyai kesempatan yang cukup besar untuk bisa lebih mengembangkan usahanya. Untuk mencukupi kebutuhan investasi yang besar tersebut memerlukan dana tambahan yang bersumber dari hutang.

2.2 Kerangka Pikir

Gambar 2.1



2.3 Hipotesis

Diduga bahwa tingkat *agency cost* berpengaruh terhadap tingkat profitabilitas pada PT finansial multi finance”.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Berdasarkan judul yang diangkat oleh penulis yaitu “Analisis tingkat *Agency Cost* Terhadap Peningkatan Profitabilitas maka untuk memperoleh data, penelitian ini yang dilakukan di PT Finansia Multi Finance. Peningkatan Profitabilitas perusahaan menjadi objek dalam penelitian ini. Guna memperoleh data yang berkaitan dengan judul penelitian tersebut. oleh Karena itu menjadi objek PT Finansia Multi Finance dalam menemukan jawaban dari tujuan penelitian ini.

Adapun waktu pelaksanaan penelitian ini direncanakan selama tiga bulan yakni dari bulan juni sampai dengan Agustus 2018.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1. Jenis data

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi alamiah dan bersifat penemuan atau eksplorasi, Sugiyono (2012:7)” metode penelitian kualitatif dinamakan sebagai metode baru. Karena popularitasnya belum lama, dinamakan metode post positivistik karena berlandaskan pada filsafat postpositivisme”. Metode ini disebut juga sebagai metode artistik, karena proses penelitian lebih bersifat seni (kurang terpolola), dan

disebut sebagai metode interpretive karena data hasil penelitiannya lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan.

Penelitian kualitatif dapat bertitik tolak dari suatu teori yang telah diakui kebenarannya dan dapat disusun pada waktu penelitian berlangsung berdasarkan data yang dikumpulkan. Pada tipe pertama, dikemukakan teori-teori yang sesuai dengan masalah penelitian, kemudian di lapangan dilakukan verifikasi terhadap teori yang ada, mana yang sesuai dan mana yang perlu diperbaiki atau bahkan ditolak. Penelitian kualitatif mengenal adanya teori yang disusun dari data yang dibedakan atas dua macam teori, yaitu teori substantif dan teori formal (Lexy J. Moleong, 1989 dan Mubyarto, etal, 1984) Sebelum melakukan pilihan pendekatan (*approach*), metode (Method), teknik (technique) ataupun cara dan piranti (*ways and instrument*), peneliti menetapkan cara pandang yang digunakan terhadap bahan dan tujuan kajian. Cara pandang yang mendasar inilah merupakan paradigma kajian (*paradigma of inquiry*). Jadi, paradigma adalah cara pandang, cara memahami, cara menginterpretasikan, suatu kerangka pikir, dasar keyakinan yang memberikan arahan pada tindakan.

Pengelompokan teori-teori dan pendekatan untuk membentuk paradigma penghasilan pemetaan yang bervariasi berdasarkan penelitian. Salastu menurut Burrell dan Morgan (1979 dalam badu 2010) yang memetakan pengetahuan dalam

tiga paradig, yaitu fungsionalis interpretif (*functionalist-interpretive*) radikal-humanis (*radical humanist*), dan radikal strukturalis (*radical structuralist*). Untuk desain penelitian kualitatif merupakan bentuk metode yang cocok dengan paradigma ini. Paradigm ini memasukan aliran etnotomologi dan interksionis simbolis fenomenologi yang didasarkan pada aliran sosiologis, hermenetik dan fenomenologi. Burrell dan Morgan berpendapat bahwa paradig interpretif menggunakan cara pandang para nominalis yang melihat realitas social sebagai sesuatu yang hanya merupakan label, nama, atau konsep yang digunakan untuk membangun realitas dan bukanlah sesuatu yang nyata, melainkan hanyalah penamaan atas sesuatu yang nyata, melainkan hanyalah penamaan atas sesuatu yang diciptakan oleh manusia atau merupakan sesuatu yang berbeda pada dalam diri manusia sehingga bersifat subjektif dan objektif.

Pendekatan interpretif berangkat dari upaya untuk mencari penjelasan tentang peristiwa-peristiwa social atau budaya yang didasarkan pada perspektif dan pengalaman orang yang diteliti. Interpretif melihat fakta sebagai suatu yang unik dan memiliki konteks dan makna yang khusus sebagai esensi dalam memahami makna sosial serta melihat fakta sebagai hal yang cair (tidak kaku) yang melekat pada sistem makna dalam pendekatan kualitatif. Secara umum pendekatan kualitatif merupakan sebuah sistem social yang memaknai perilaku secara detail Karena secara langsung mengobservasi objek penelitian (Newman, 1997 dalam Erna, 2018).

Berkaitan dengan penelitian ini dengan pendekatan kualitatif mendeskripsikan serta menginterpretasikan hasil observasi berdasarkan fenomena yang ada yaitu kinerja keuangan perusahaan yang kemudian memberitakan penelitian terhadap realitas kinerja keuangan perusahaan.

3.2.2. Sumber Data

Bila dilihat dari keperluan penelitian, sumber data yang digunakan yaitu

- a. Data primer terdiri dari dokumen-dokumen maupun dapat berupa lisan dan juga ada yang tercatat jika langsung dari sumbernya (tentang diri sumber data).
- b. Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui studi keputusan dan mengkaji buku-buku, referensi-referensi yang berkaitan dengan judul yang merupakan data pendukung primer.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Teknik Pengamatan/Observasi

Wawancara dalam penelitian ini yaitu pengamatan langsung di lokasi penelitian

b. Study Dokumentasi

Teknik dokumentasi yaitu upaya peneliti dalam mengumpulkan data sekunder yang telah terdokumentasi. Data berupa dokumen seperti ini bisa dipakai untuk menggali informasi yang terjadi di masa silam. Peneliti perlu memiliki kepekaan teoritik untuk memakai semua dokumen tersebut sehingga tidak sekedar barang yang tidak bermakna.

3.4 Metode Analisis

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode

a) Hutang (Debt)

Peningkatan hutang akan menurunkan skala konflik antara pihak pemegang saham dan manajemen. Apabila perusahaan memerlukan kredit, maka harus siap untuk di evaluasi dan monitor oleh pihak eksternal dan akan mengurangi konflik antara pemegang saham dengan manajemen juga menurunkan

kemungkinan adanya praktik peningkatan profitabilitas. Rumus yang

digunakan untuk menghitung Hutang (Debt) adalah :

$$\text{Debt} = \frac{\text{Hutang}}{\text{Total Aktiva}}$$

b) SGA (Selling and General Administrative)

SGA merupakan proksi dan operating expense cost berdasarkan selling and general administrative yaitu rasio beban operasi terhadap total penjualan. Beban operasi mereflesikan diskresi manajerial dalam membelanjakan sumber daya perusahaan

semakin tinggi beban diskresi manajerial maka semakin tinggi agency cost yang terjadi. Rumus SGA adalah:

$$\text{SGA} = \frac{\text{Beban Operasi}}{\text{Total Penjualan}}$$

c) FCF (Free Cash Flow)

FCF adalah arus kas yang benar-benar tersedia untuk didistribusikan kepada seluruh investor setelah perusahaan menempatkan seluruh investasinya pada aktiva tetap, produk-produk baru dan modal kerja yang dibutuhkan untuk mempertahankan operasi yang sedang berjalan. Adapun rumus FCF adalah:

$$\text{Arus Kas Bebas} = \text{Arus Kas Operasi} - \text{Belanja Modal}$$

d.) Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu dan juga memberikan gambaran tentang tingkat efektifitas manajemen dalam melaksanakan kegiatan operasinya.

a. *Net Profit Margin* (Margin Laba Bersih)

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{penjualan}}$$

b. *Return on Assets Ratio* (Rasio Pengembalian Aset)

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Aset}}$$

3.5 Defenisi Operasional

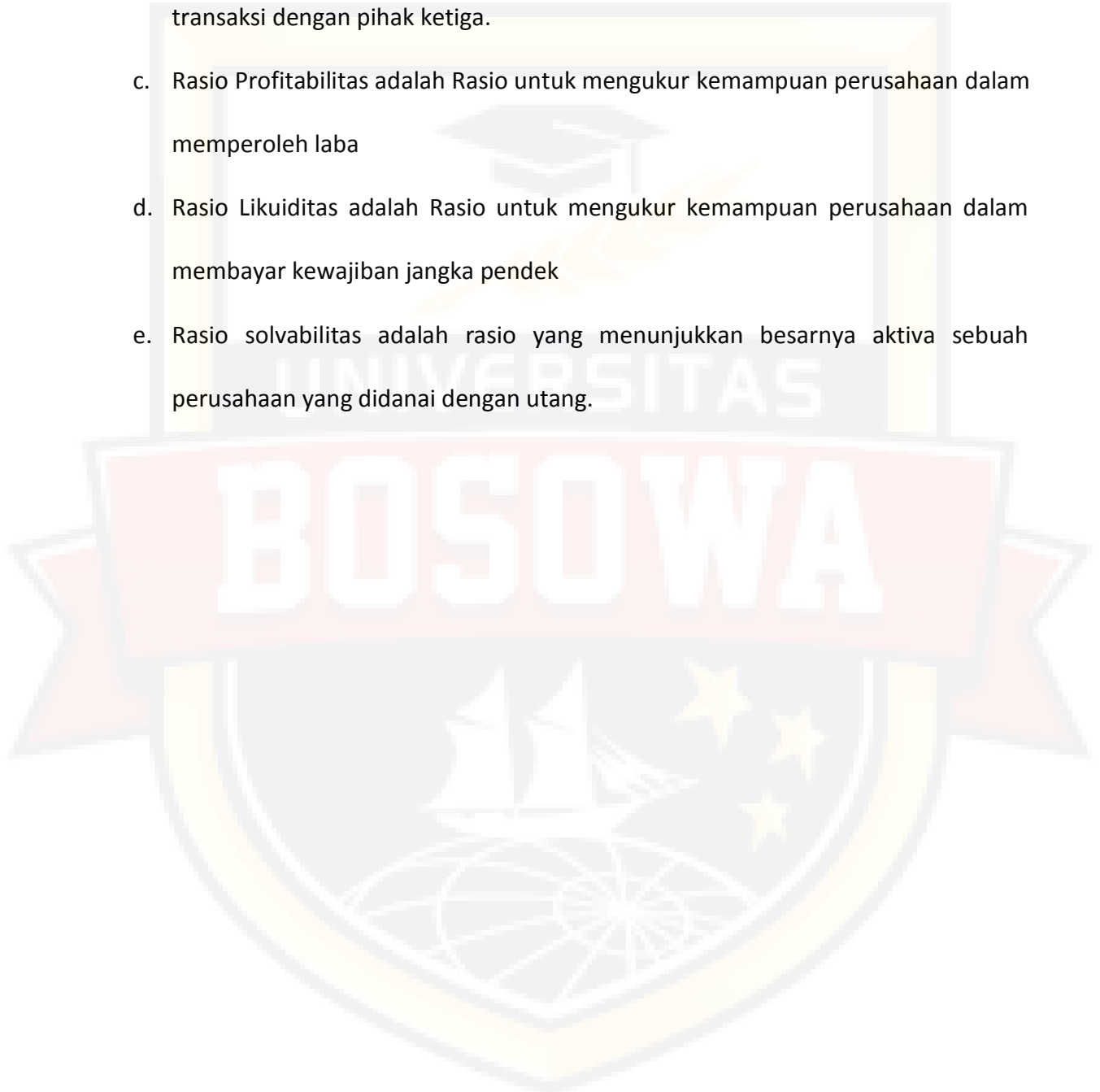
Dari pembahasan sebelumnya terdapat beberapa istilah yang perlu penjelasan lebih lanjut diantaranya adalah

- a. Analisis adalah aktivitas yang memuat sejumlah kegiatan seperti mengurai, membedakan memilah sesuatu untuk digolongkan dan dikelompokkan kembali menurut kriteria tertentu kemudian dicari kaitannya dan ditafsirkan maknanya.
- b. Agency cost adalah merupakan hubungan antara dua pihak, dimana pihak pertama bertindak sebagai prinsipal/pemberi amanat dan pihak kedua disebut

agen yang bertindak sebagai perantara yang mewakili prinsipal dalam melakukan

transaksi dengan pihak ketiga.

- c. Rasio Profitabilitas adalah Rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba
- d. Rasio Likuiditas adalah Rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek
- e. Rasio solvabilitas adalah rasio yang menunjukkan besarnya aktiva sebuah perusahaan yang didanai dengan utang.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum PT Finansial Multi Finance

PT Finansia Multi Finance dengan brand “kredit plus”, didirikan pada tanggal 09 Juni 1994 yang berlokasi di Jakarta setelah hampir 17 tahun melangsungkan kegiatannya, Memegang ijin usaha untuk menjalankan roda usaha pembiayaan dan kartu kredit. Merupakan suatu badan usaha bersama 2 perusahaan multi nasional (1 perusahaan gabungan profesional Indonesia dan Singapura dan 1 perusahaan Amerika).

Beranjak dari pembiayaan untuk motor, mobil dan alat-alat berat, Kreditplus membangun usaha dan menjangkau konsumen setianya, yang dipertahankan sejak Kreditplus berdiri sampai dengan tahun 1997. Saat krisis moneter melanda Indonesia pada tahun 1998, agar tetap bertahan Kreditplus melakukan berbagai diversifikasi usaha. Dan akhirnya bangkit kembali pada tahun 1999 dengan produk yang dibiayai terbatas pada motor dan mobil. Kemudian pada tahun 2001, Kreditplus kembali melakukan pengembangan produk yang dibiayai dengan menambah produk Elektronik.

Dengan hanya membiayai produk Motor dan Elektronik, Kreditplus kembali melaju dalam usaha 63 dan menarik konsumen untuk bergabung dengan Kreditplus

sampai dengan tahun 2007. Kecepatan pelayanan dalam pengajuan aplikasi, kemudahan syarat dan pembayaran dipertahankan sampai saat ini sehingga menjadi unggulan dari Kredit Plus untuk bersaing dengan perusahaan pembiayaan lainnya.

Visi

- *One of The Largest Provider of Consumer Financing Products and Services In Indonesia*
- Menjadi Salah Satu Perusahaan Pembiayaan Konsumen Terbesar di Indonesia

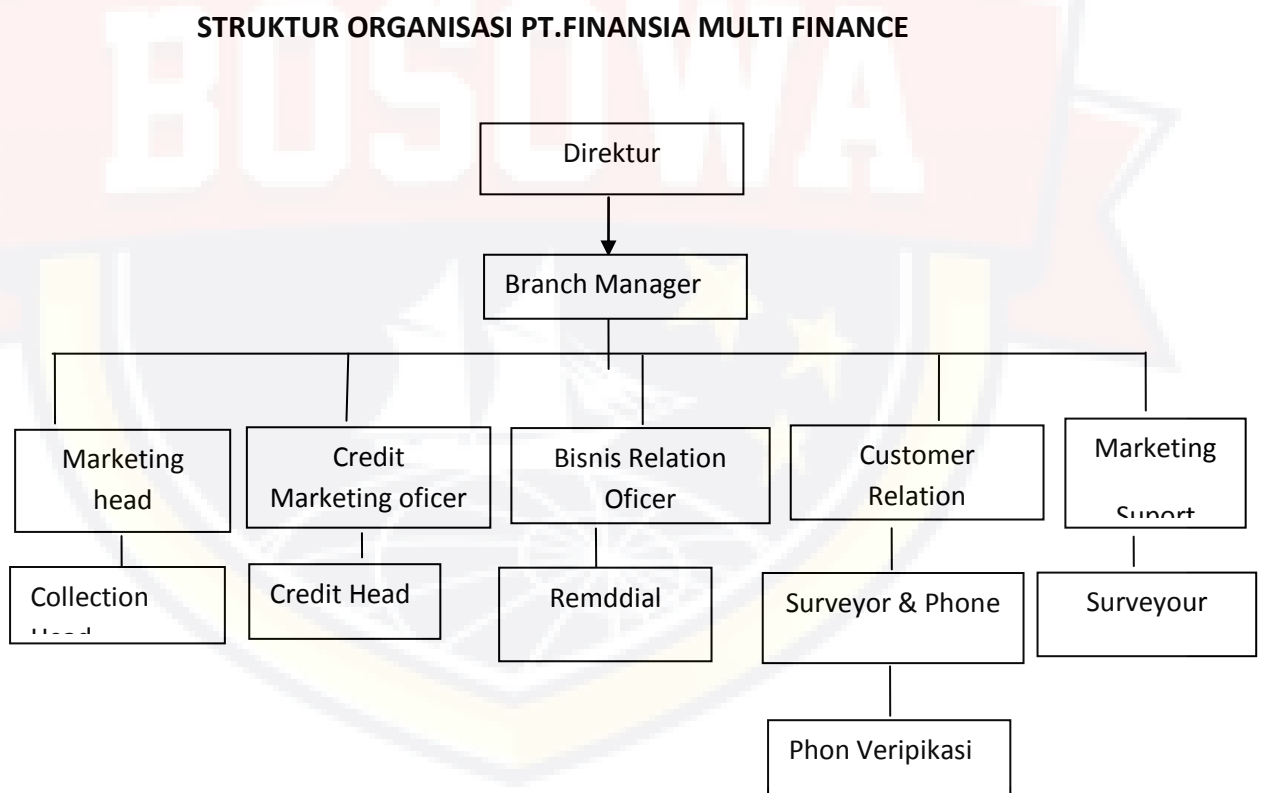
Misi

- *To provide the best consumer financing products and services to the community.*
- Menyediakan produk dan jasa pembiayaan konsumen yang terbaik untuk masyarakat.
- *To establish a framework for people to learn, to develop and to perform, creating value and opportunities.*
- Membangun kerangka bagi setiap individu untuk belajar, berkembang, mewujudkan dan menciptakan nilai serta kesempatan. Moto “Belanja nyaman tanpa tunai”

4.1.2 Struktur Organisasi PT.Finansial Multi Finance

Struktur organisasi yaitu ketentuan tertulis tentang pembagian tugas, kewajiban dan tanggung jawab serta pengaturan kerjasama dari masing-masing jabatan dalam suatu organisasi dengan maksud untuk melaksanakan tugas pokok.

GAMBAR 4.1



Sumber: Struktur Organisasi PT.Finansi Multi Finance 2018

a) Branch Manager

Fungsi branch manager adalah: Melakukan pengendalian terhadap seluruh aktifitas cabang terutama marketing & collection dalam rangka mengoptimal-kan branch profit

- a. Merumuskan strategi penjualan yang disesuaikan dengan target cabang
- b. Melakukan evaluasi & analisa atas pencapaian target pada setiap bulannya
- c. Melakukan evaluasi & perbaikan secara kontinu atas proses kredit sehingga aset yang dibukukan adalah aset yang berkualitas.
- d. Memantau & menganalisa situasi pasar & kompetisi yang terjadi di daerah tersebut.
- e. Melakukan kunjungan berkala & membina hubungan baik dengan para dealer.

Wewenang branch manager adalah:

- a. Memberikan kredit approval sesuai dengan kebijakan Perusahaan
- b. Mengeluarkan uang di cabang sesuai dengan peraturan yang ada.
- c. Memberikan discount denda kepada konsumen sesuai dengan peraturan yang ada
- d. Mengatur aktifitas marketing & collection cabang termasuk orang-orangnya yang disesuaikan dengan tujuan perusahaan.

- e. Menandatangani perjanjian kerjasama dengan dealer sesuai dengan peraturan yang ada.

2. Marketing Head

Fungsi marketing head adalah : Melakukan pengendalian terhadap aktivitas dan hasil kerja dari setiap Credit Marketing Officer, serta memastikan Policy dan Prosedur berjalan dengan benar, tuntas dan konsisten. Tugas Pokok marketing head adalah:

- a. Memastikan keberadaan dealer dan kelangsungan usaha dari dealer tersebut.
- b. Mencari dan mengumpulkan informasi pasar yang up to date.
- c. Memeriksa hasil survey (Aplikasi Kredit, Survey & Rekomendasi) yang dilakukan oleh Credit Marketing Officer untuk memastikan bahwa survey telah dilakukan sesuai dengan materi survey yang diinginkan dan bila perlu dilakukan pengecekan ke lapangan.
- d. Melakukan wawancara dengan Credit Marketing Officer untuk memastikan bahwa Credit Marketing Officer telah melakukan tugasnya dengan baik.
- e. Menerapkan peraturan perusahaan secara tegas dan konsisten.

Wewenang marketing head adalah :

- a. Memberikan kredit approval sesuai dengan kebijakan Perusahaan.

3. Credit marketing officer (cmo)

Fungsi credit marketing officer adalah : Mendapatkan dan memproses aplikasi pembiayaan.

Tugas Pokok credit marketing officer adalah :

- a. Membina hubungan baik dengan Dealer/Supplier melalui kunjungankunjungan rutin.
- b. Mendapatkan data calon konsumen dari Dealer/Non Dealer untuk kemudian diproses.
- c. Memeriksa data calon konsumen pada daftar black list konsumen.
- d. Mendatangi lokasi survey sesuai dengan alamat survey yang didapat.
- e. Melakukan validasi data pemohon dan mencari keterangan tambahan dari lingkungan sekitar tempat tinggal pemohon (cek lingkungan).

Wewenang credit marketing officer adalah :

- a. Memberikan rekomendasi atas permohonan kredit calon pelanggan sesuai kebijakan Perusahaan.

4. Bisnis Relation Officer (BRO)

Fungsi bisnis relation officer adalah: Melakukan pengendalian terhadap aktivitas dan hasil kerja dari setiap Customer Relation Officer yang menjadi bawahannya, mengembangkan potensi pasar dalam area tanggung jawabnya. Tugas Pokok Fungsi bisnis relation officer adalah:

- a. Melaksanakan kunjungan berkala ke Dealer/Supplier untuk membina hubungan baik dengan mereka
- b. Mencari dealer – dealer potensial yang menjual produk yang dibiayai perusahaan untuk diajak bekerjasama.
- c. Mencari dan mengumpulkan informasi pasar yang up to date
- d. Mengatur jadwal kerja dan tempat kerja dari CRO dibawahnya disesuaikan dengan jumlah dan lokasi dealer .
- e. Melakukan pendekatan ke pihak dealer/ owner untuk mendiskusikan dan merealisasikan program marketing yang sesuai dan saling menguntungkan.

Wewenang Fungsi bisnis relation officer adalah:

- a. Mengatur Jadwal kerja CRO di bawahnya
- b. Mengusulkan pelaksanaan program Marketing kepada BM 68

5. Customer Relation Officer (cro)

Fungsi customer relation officer adalah : Membantu customer dalam proses pengambilan kredit dan membina hubungan baik dengan customer maupun dealer.

Tugas Pokok customer relation officer adalah :

- a. Membantu memberi informasi customer dalam proses pengajuan kredit termasuk memberikan informasi tentang aplikasi yang harus diisi dan persyaratan yang harus dipenuhi.
- b. Memberi informasi tentang produk / barang yang diminati oleh customer.
- c. Mencatat seluruh aplikasi yang masuk pada form yang telah disediakan.
- d. Melakukan administrasi/ filing seluruh aplikasi yang masuk sesuai status kreditnya.
- e. Memproses permohonan kredit konsumen dan menghubungi cabangnya untuk dilakukan proses kredit selanjutnya.

6. Marketing Support

Fungsi marketing support adalah : Menangani masalah-masalah administrasi

di Credit Marketing Dept. Tugas Pokok marketing support adalah:

- a. Memeriksa kelengkapan data serta kelengkapan dokumen aplikasi.
- b. Mengembalikan aplikasi yang tidak lengkap ke Credit Marketing Head untuk segera dilengkapi dan melakukan follow up.
- c. Memisahkan aplikasi baik approve maupun reject untuk diberikan kepada credit admin.
- d. Meregistrasi surat keluar dan surat masuk yang berkaitan dengan aktivitas marketing.
- e. Membantu Marketing Head mempersiapkan price list angsuran.

7. Credit Head

Fungsi Credit head adalah : Melakukan pengendalian terhadap aktivitas dan hasil kerja dari Credit Analyst, Phone Verificator, Surveyor dan Credit Support serta memastikan Policy dan Prosedur berjalan dengan benar, tuntas dan konsisten. Tugas Pokok Credit head adalah:

- a. Memberikan persetujuan kelayakan kredit untuk customer dalam batas wewenangnya.
- b. Melakukan analisa terhadap booking aktual yang telah dihasilkan dan melakukan prediksi booking yang akan dicapai pada periode mendatang.
- c. Menganalisa piutang customer dari hasil realisasi persetujuan kredit setiap bulan.
- d. Memberikan masukan-masukan kepada Branch Manager yang dapat meningkatkan booking dan memperkecil over due
- e. Membuat laporan secara periodik tentang hasil performance kredit yang sudah disetujui.

Wewenang Credit head adalah :

- a. Meminta dilakukan survey ulang jika data yang ada meragukan
- b. Memberikan persetujuan kredit sesuai batas wewenangnya

8. Colection Head

Fungsi collection head adalah : Mengelola A/R Overdue dan mengurangi/memperkecil resiko kerugian.

Tugas Pokok collection head adalah :

- a. Membuat perencanaan dan target penanganan A/R Overdue yang harus dicapai dalam suatu periode.
- b. Memonitor pelaksanaan penagihan piutang, ketertiban pengiriman surat pemberitahuan dan proses penarikan.
- c. Melakukan review mingguan terhadap setiap collector atas kemajuan penanganan yang mereka lakukan.
- d. Memonitor pemakaian Kwitansi Collector setiap hari.
- e. Mengadakan pertemuan berkala dengan para bawahannya untuk mengevaluasi pencapaian target dan membahas masalah-masalah yang ditemui di lapangan.

9. Remedial Cordinator

Fungsi remedial cordinator adalah: Melakukan upaya penagihan atau penarikan barang atas customer Overdue > 60 hari dan bersifat kasus.

Tugas Pokok remedial cordinator adalah:

- a. Memeriksa serta mempelajari data-data customer yang menunggak > 60 hari dan kasus.
- b. Membantu menangani kasus-kasus tertentu bila diperlukan di semua bucket.

- c. Membuat tanda terima atas barang yang ditarik.
 - d. Mengusulkan digunakannya tenaga pihak ke tiga untuk melakukan penarikan bila dirasa mengalami kesulitan.
 - e. Bertanggung jawab terhadap penggunaan form standar collection dan kebenaran serta ketepatan penyampaian laporan ke Head Collection/BM/HO
- Wewenang ramedial cordinator adalah :

- a. Mengusulkan pengangkatan/ pemberhentian serta pemberian SP untuk staf remedial
- b. Menjalin kerjasama dengan pihak III (Prof. Coll, polisi, aparat, dan informan)
- c. Melakukan pembagian wilayah kerja dan account untuk staf remedial 10.

Credit Analis

Fungsi Credit analis adalah:

- a. Melakukan analisa kredit terhadap data – data calon konsumen serta memutuskan kelayakan kredit bagi konsumen dalam batas wewenangnya.
- b. Melakukan pengendalian dan evaluasi terhadap seluruh aktifitas

10. Surveyor & Phone Verificator

Tugas Pokok Credit analis adalah:

- a. Melakukan analisa laporan keuangan dan analisa 5 C terhadap laporan surveyor/ PV

- b. Meminta surveyor untuk melakukan survey ulang apabila dirasakan ada data yang kurang atau meragukan dalam laporan surveyor
- c. Memberikan persetujuan kelayakan kredit untuk customer dalam batas wewenangnya
- d. Mencapai target booking dengan batas toleransi yang telah ditetapkan oleh perusahaan
- e. Melakukan analisa terhadap booking aktual yang telah dihasilkan dan melakukan prediksi booking yang akan dicapai pada periode mendatang.

Wewenang Credit analis adalah :

- a. Meminta dilakukan survey ulang jika data yang ada meragukan
- b. Memberikan persetujuan kredit sesuai batas wewenangnya.

11. Phon Veripikator (PV)

Fungsi phon veripikator adalah : Melakukan survey melalui nomer telepon customer untuk baik rumah, kantor atau econ untuk mengumpulkan dan mengklarifikasi data yang akan digunakan untuk analisa kredit.

Tugas Pokok phon veripikator adalah:

- a. Melakukan pengecekan melalui telepon untuk memastikan keberadaan pemohon serta mendapatkan bukti bahwa informasi yang dikirim atau diberikan pemohon sehubungan dengan permohonan kreditnya kepada FMF adalah benar

- b. Menanyakan data-data calon customer yang kurang lengkap dan menambahkannya pada form yang ada.
- c. Melakukan survey melalui telepon dengan teknik dan cara yang benar sesuai dengan prosedur yang telah ditentukan.
- d. Membuat summary/ ringkasan dari data yang terkumpul sehingga bisa dipakai sebagai bahan analisa kredit oleh Credit Analyst.
- e. Memberikan masukan/ usulan yang bisa dijadikan bahan pertimbangan Credit Analyst apabila ada data – data yang menguatkan maupun meragukan.

12. Surveyor

Fungsi surveyor adalah: Melakukan survey melalui kunjungan ke alamat – alamat customer untuk mengumpulkan Dan mengklarifikasi data yang akan digunakan untuk analisa credit.

Tugas Pokok surveyor adalah:

- a. Melakukan survey atas alamat domisili dan memastikan alamat korespondensi serta kebenaran data-data yang diberikan oleh calon konsumen.
- b. Meminta kelengkapan data calon konsumen baik pengisian formulir aplikasi, tanda tangan, peta domisili, ataupun data-data lainnya.
- c. Mengumpulkan informasi karakter, kapasitas, kolateral, tujuan pemakaian dan kondisi dari calon konsumen serta hasil survey secara tertulis di dalam form

analisa kelayakan kredit 1 dan 2 dan lampiran data pekerjaan dan penghasilan untuk analisa wiraswasta.

- d. Membuat rencana kerja kunjungan dan rencana pencapaian target untuk setiap harinya serta membuat laporan hasil kunjungan dan pencapaian target kepada atasannya.
- e. Menampung dan menerima keluhan dari konsumen, melaporkan dan mengatasi dengan melaksanakan perbaikan.

4.2 Perhitungan Agency Cost

a). Hutang (DEBT)

Perusahaan yang sedang berkembang memerlukan modal yang dapat berasal dari hutang maupun ekuitas. Dengan hutang mempunyai dua keuntungan pertama bunga yang dibayarkan dapat dipotong untuk tujuan pajak, sehingga menurunkan biaya efektif dari utang. Kedua, pemegang utang (debtholders) mendapat pengembalian yang tetap sehingga pemegang saham (stockholders) tidak perlu mengambil bagian laba mereka ketika perusahaan dalam kondisi prima. Namun hutang dapat juga mempunyai beberapa kelemahan : pertama semakin tinggi rasio hutang (debt rasio) semakin tinggi risiko perusahaan. Kedua, apabila sebuah perusahaan mengalami kesulitan keuangan dan laba operasi tidak mencukupi untuk menutup beban bunga, maka pemegang sahamnya harus menutup kekurangan itu, dan perusahaan akan bangkrut jika mereka tidak sanggup.

Demikian halnya PT Finansia Multi Finance perlu juga mengetahui sejauhmana kemampuan perusahaan dalam membayar kewajibannya. Untuk itu diperlukan perhitungan DEBT menggunakan Laporan Neraca Tahun 2014-2017.

Tahun 2014

$$\begin{aligned} \text{Debt} &= \frac{\text{Hutang}}{\text{Total Aktiva}} \\ &= \frac{1.718.403.045.504}{2.277.305.815.816} \\ &= 0,75 \end{aligned}$$

Tahun 2015

$$\begin{aligned} &= \frac{1.728.271.536.060}{2.096.715.970.530} \\ &= 0,82 \end{aligned}$$

Tahun 2016

$$\begin{aligned} &= \frac{1.794.983.260.320}{2.218.856.984.959} \\ &= 0,81 \end{aligned}$$

Tahun 2017

$$\begin{aligned} &= \frac{2.087.840.540.274}{2.609.927.688.635} \\ &= 0,80 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan di atas, dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

TABEL 4.1

HASIL PERHITUNGAN DEBT
TAHUN 2014-2017

	2014	2015	2016	2017
Hutang	1.718.403.045.504	1.728.271.536.060	1.794.983.260.320	2.087.840.540.274
Total Aktiva	2.277.305.815.816	2.096.715.970.530	2.218.856.984.959	2.609.927.688.635
DEBT	0,75	0,82	0,81	0,80

Sumber data PT Finsial Multi Finance Tahun 2018

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah

b).SGA (Selling and General Administrative)

Tahun 2014

$$\text{Debt} = \frac{\text{Beban Operasi}}{\text{Total Penjualan}}$$

$$= \frac{802.235.377.000}{905.030.050.205} = 0,89$$

Tahun 2015

$$= \frac{902.877.507.526}{908.937.506.500} = 0,99$$

Tahun 2016

$$= \frac{876.305.043.361}{\dots}$$

931.916.535.369

= 0,94

Tahun 2017

1.069.062.756.876

= -----

1.214.928.081.174

= 0,88

c).FCF (Free Cost Flow)

Arus Kas Bebas = Arus Kas Operasi – Belanja Modal

Tahun 2014 = 54.935.000.000 – 17.208.000.000

= 37.727.000.000

Tahun 2015 = 183.429.020.000 – 18.289.000.000

= 166.140.000.000

Tahun 2016 = 177.643.000.000 – 30.260.000.000

= 142.383.000.000

Tahun 2017 = 167.217.000.000 – 123.569.000.000

= 43.648.000.000

d.) Rasio Profitabilitas

Tahun 2014

Labah bersih pajak

Net Profit Marjin = -----

Penjualan

	78.570.816.115
	= -----
	906.030.056.285
Tahun 2015	=0,09
	63.991.221.216
	= -----
	989.937.586.589
Tahun 2016	=0,06
	41.210.320.911
	= -----
	931.916.535.369
Tahun 2017	=0,04
	108.795.366.472
	= -----
	1.214.928.091.174
	=0,09

Dari hasil analisis mengenai net profit margin, menunjukkan bahwa untuk tahun 2014 sebesar 0,09%, tahun 2015 sebesar 0,06%, tahun 2016 sebesar 0,04%, tahun 2017 sebesar 0,09%.

$$\text{Return on Assets Ratio} = \frac{\text{Labah bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Tahun 2014

$$\frac{78.570.816.115}{2.277.385.815.816}$$

$$=0,03$$

Tahun 2015

$$\frac{63.991.221.256}{2.096.715.970.538}$$

$$=0,03$$

Tahun 2016

$$\frac{41.210.320.911}{2.218.856.989.959}$$

$$=0,01$$

Tahun 2017

$$\frac{108.795.366.472}{2.609.927.668.635}$$

$$=0,04$$

Dari hasil analisis mengenai return on asset ratio untuk 4 tahun terakhir (2014-2017) menunjukkan bahwa untuk tahun 2014 sebesar 0.03%, untuk tahun 2015 sebesar 0,03%, untuk tahun 2016 sebesar 0.01%, untuk tahun 2017 sebesar 0,04% .

TABEL 4.2

REKAPITULASI DATA						
TAHUN	Agency Cost	DEBT	SGA	FCF	NPM	ROA
2014	342.901.456.844	0,75	0,89	37.727.000.000	0,09	0,03
2015	359.550.547.681	0,82	0,99	166.140.000.000	0,06	0,03
2016	384.378.681.073	0,81	0,94	142.383.000.000	0,04	0,01
2017	407.157.085.815	0,80	0,88	43.648.000.000	0,09	0,04

Sumber data PT Finsial Multi Finance Tahun 2018

Pada periode tahun 2014-2015 terlihat agency cost meningkat dimana perubahan itu memperlihatkan perubahan yang signifikan terlihat dari data dimana ketika agency cost naik debt juga meningkat, selling and general administrative juga naik untuk free cash flow juga naik, untuk rasio profitabilitasnya dimana net profit margin mengalami penurunan dan return of asset mengalami stagnan.

Pada periode tahun 2015-2016 dan 2017 terlihat agency cost meningkat dimana perubahan ini memperlihatkan perubahan yang signifikan terhadap agency cost namun pada periode ini terlihat bahwa semua rasio yang digunakan untuk mengukur agency cost mengalami penurunan

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Hasil perhitungan agency cost perusahaan menggunakan analisis rasion hutang (DEBT), rasio selling and General Administrative dan Free Cash Flow (FCF) diperoleh hasil:

1. Hasil perhitungan rasio hutang (DEBT) menunjukkan bahwa PT Finansia Multi Finance jumlah rasio aktiva yang dimiliki PT Finansia Multi Finance cukup besar dalam menanggulangi besarnya pinjaman yang dimiliki perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari setiap tahunnya jumlah hutang mengalami peningkatan yang didukung pula peningkatan total aktiva perusahaan. Hasil perhitungan DEBT menunjukkan rasio hutang cukup mendukung perusahaan dalam meningkatkan keuntungan.
2. Hasil perhitungan Selling General Administrative menunjukkan bahwa total penjualan dapat mendukung beban operasi untuk membiayai kerjasama dalam sistem penjualan keagenan yang dilakukan perusahaan untuk mendukung peningkatan penjualan. Hasil perhitungan rasio SGA cukup tinggi yaitu nilai rata-rata rasio yang dicapai diatas 0,08 artinya beban operasi yang digunakan dapat meningkatkan penjualan perusahaan.
3. Hasil perhitungan Free Cash Flow beban usaha dikeluarkan dala rangka untuk menyalenggarakan kegiatan operasional perusahaan sehingga pada saat perusahaan memiliki free cash flow maka manajer tidak mengalokasikan anggaran tersebut pada beban usaha,hal ini dikarenakan pihak manajer merasa pengalokasian dana pada

beban usaha akan menguntungkan baik dari sisi manajer maupun dari sisi pemegang saham.

B.Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan dalam penelitian ini yang telah dipaparkan sebelumnya, maka beberapa saran yang diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi manajemen perusahaan, calon investor, dan pihak-pihak yang berkepentingan lebih baik mempertimbangkan faktor profitabilitas perusahaan sehingga dapat mendukung agency cost perusahaan.
2. Untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama disarankan untuk menambahkan variabel-variabel penelitian berupa rasio keuangan lain.

Daftar Pustaka

- Brigham, F Eugene dan Joel F Houston. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Buku 1 Edisi Kesebelas. Jakarta: Salemba Empat.
- Hartono & Athaua (2007). *Agency Problems in Corporate Finance*. Pennsylvania
- Jensen, Michael C., & Meckling, William H. (1976). *Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure*. *Journal of Financial Economics* 3 (1976) 305 – 360.
- Jensen & meckhing (1979). *Agency costs of free cash flow, corporate finance, and takeovers*. *The American Economic Review*, Vol. 76, pp. 323-329.
- Jensen & meckhing. (2014). *Agency Problem and Stock Repurchases: Evidence from Japan*. *Review of Pasific Basin Financial Markets and Policies*, Vol. 16, No.
- Putri, Imanda Firmantyas. (2006). Analisis Persamaan Simultan Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Risiko Dalam Perspektif Teori Keagenan. *Simposium Akuntansi Nasional 9 Padang, 23 – 26 Agustus 2006*.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan ke-15. Bandung: Alfabeta
- Riduwan. 2009. *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Cetakan Kedua. Bandung : Alfabeta
- Rizka Putri Indahningrum dan Ratih Handayani, “Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, *Free Cash Flow* dan Profitabilitas Terhadap Kebijakan Hutang Perusahaan”, *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 11 No. 3, (STIE Trisakti, 2009), h. 191

