

Pengaruh ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap *agency cost* pada perusahaan otomotif yang terdaftar di bursa efek indonesia

Irwansyah^{1*}, Yoremia Lestari², Nurul Fauziah Adam³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, Samarinda.

¹Email: irwansyah@feb.unmul.ac.id

²Email: yoremia.lestari.br.ginting@feb.unmul.ac.id

³Email: nurulfauziahadam@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap *agency cost* pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Populasi penelitian berjumlah 13 perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, kemudian 12 perusahaan selama lima tahun pengamatan dipilih sebagai sampel menggunakan metode *purposive sampling* sehingga diperoleh 60 data pengamatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis statistik meliputi analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji kelayakan model (uji F), koefisien determinasi serta pengujian hipotesis menggunakan uji-t. Pengolahan data menggunakan perangkat lunak SPSS versi 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap *agency cost* dan *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap *agency cost* pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2013-2017. Dengan merujuk pada hasil penelitian ini, perusahaan hendaknya meningkatkan total aset perusahaan dan mengurangi pendanaan melalui hutang agar *agency cost* dapat berkurang karena *agency cost* yang rendah merupakan suatu hal yang sangat penting bagi perusahaan untuk menarik minat investor dan dianggap akan memberikan *feedback* yang memuaskan bagi investor.

Kata Kunci: Ukuran perusahaan, *leverage*, dan *agency cost*.

The effect of company size and leverage on agency cost in automotive companies listed on the Indonesian stock exchange

Abstract

This research aimed to find out the effect of firm size and leverage to agency cost on automotive companies listed in the Indonesia Stock Exchange. The population is 13 automotive companies listed in Indonesia Stock Exchange, then 12 companies for five years selected as samples using a purposive sampling method and obtained 60 data observation. This research used a quantitative approach with descriptive statistic analysis, classic assumption test, multiple regression analysis, the goodness of fit test (F-test), determination of coefficient, and hypothesis testing using t-test. Data processed using SPSS software version 23 for windows. The result showed that firm size has a significant negative effect on agency cost and leverage has a significant positive effect to agency cost on automotive companies in Indonesia Stock Exchange during the 2013-2017 period. Referring to the results of this research, companies should increase total assets and reduce funding through debt so that agency costs can be minimized because a low agency cost is very important for companies to attract investors and considered providing satisfactory feedback to investors.

Keywords: Firm size, leverage, and agency cost.

PENDAHULUAN

Beberapa tahun terakhir, tingkat persaingan bisnis yang terjadi terus menerus menunjukkan peningkatan. Hal tersebut menuntut perusahaan untuk mengelola usahanya dengan baik sehingga perusahaan mampu bersaing dalam meningkatkan kinerja dan nilai perusahaan. Salah satunya dapat dilakukan melalui peningkatan kemakmuran pemegang saham.

Dalam menjalankan usahanya, perusahaan-perusahaan *go public* dikelola dengan memisahkan antara fungsi kepemilikan dan fungsi pengelolaan perusahaan. Pemisahan fungsi tersebut membentuk suatu hubungan keagenan yaitu suatu hubungan antara pemilik perusahaan atau pemegang saham (prinsipal) dengan manajer perusahaan (agen). Jensen dan Meckling (1976) menggambarkan teori keagenan sebagai suatu hubungan perjanjian yang disebut *nexus of contract*, antara pihak pemberi wewenang (pemegang saham) dengan penerima wewenang (manajer) untuk melakukan beberapa jasa demi kepentingan pemegang saham. Berdasarkan perjanjian, pemegang saham yang disebut sebagai prinsipal akan mendelegasikan beberapa otoritas pengambilan keputusan kepada manajer sebagai agen.

Teori keagenan berasumsi bahwa setiap individu, baik pemegang saham maupun manajer perusahaan, bertindak atas kepentingan mereka sendiri. Keduanya merupakan pihak yang ingin memaksimalkan keperluannya dan tidak ada alasan untuk percaya bahwa manajer sebagai agen akan selalu bertindak sesuai dengan kepentingan pemegang saham. Manajer terkadang memiliki tujuan lain yang menyimpang dari tujuan perusahaan untuk meningkatkan kekayaan pemilik dan investor, yaitu tujuan untuk mensejahterakan diri sendiri. Perilaku para manajemen inilah yang memicu terjadinya *agency conflict* dan menimbulkan *agency cost*. Menurut Jensen dan Meckling (1976) biaya agensi (*agency cost*) adalah biaya yang dikeluarkan oleh pemilik perusahaan untuk mengatur dan mengawasi tindakan para manajer sehingga mereka bertindak berdasarkan kepentingan perusahaan.

Industri otomotif Indonesia telah menjadi pilar penting dalam sektor manufaktur Indonesia. Namun pada tahun 2017, rata-rata beban operasi (SGA) pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mengalami kenaikan dari tahun-tahun sebelumnya. Karena beban SGA dianggap dapat mencerminkan diskresi manajemen dalam membelanjakan sumber daya perusahaan, maka konflik keagenan bisa tercermin dari tingginya rasio beban SGA. Semakin tinggi rasio beban SGA maka semakin tinggi pula *monitoring cost* yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mengontrol tindakan manajer. Hal ini berdampak pada meningkatnya biaya perusahaan yang akan menurunkan pendanaan untuk kegiatan investasi serta akan menurunkan minat investor. Oleh sebab itu, perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang dapat mengatasi konflik keagenan dan meminimalkan *agency cost*, seperti meningkatkan ukuran perusahaan dan mengoptimalkan *leverage*.

Annisata dan Fitriany (2014) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *agency cost*. Hal ini dikarenakan pada perusahaan besar, manajer akan lebih berhati-hati dalam melakukan tindakan dan membuat keputusan karena perusahaan besar pasti menjadi sorotan publik. Berbeda dengan penelitian Imanuella (2014) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *agency cost* karena dengan ukuran yang besar dan tidak memiliki kesulitan keuangan, perusahaan memiliki kecenderungan tidak berhati-hati mengeluarkan *discretionary expense*.

Jensen dan Meckling (1976) menyatakan bahwa struktur modal yang berasal dari utang (*leverage*) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *agency cost* karena penggunaan utang dalam struktur modal (*leverage*) dapat mencegah pengeluaran perusahaan yang tidak penting dan memberi dorongan kepada manajer untuk mengoperasikan perusahaan dengan lebih efisien sehingga dapat menurunkan *agency cost*. Namun tidak sejalan dengan penelitian Fachrudin (2011) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *agency cost*.

Mengacu pada hal-hal diatas yang melatarbelakangi penelitian ini, maka rumusan masalah yang dibuat adalah sebagai berikut: 1) Apakah ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *agency cost* pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia? 2) Apakah *leverage* berpengaruh signifikan *agency cost* pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap *agency cost* pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. 2) Untuk menganalisis pengaruh *leverage* terhadap *agency cost* pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Kajian pustaka

Teori agensi

Menurut Jensen dan Meckling (1976) ada dua macam bentuk hubungan keagenan, yaitu antara manajer dan pemegang saham (*shareholders*), dan antara manajer dan pemberi pinjaman (*bondholders*). Teori keagenan dapat dipandang sebagai model kontraktual antara dua pihak atau lebih, dimana salah satu pihak disebut *principal* dan pihak lain disebut *agent*. *Principal* mendelegasikan pertanggungjawaban atas *decision making* kepada *agent*, hal ini dapat pula dikatakan bahwa *principal* memberikan suatu amanah kepada *agent* untuk melaksanakan tugas tertentu sesuai dengan kontrak kerja yang telah disepakati. Wewenang dan tanggungjawab *agent* dan *principal* diatur dalam kontrak kerja atas persetujuan bersama.

Agency cost

Agency cost adalah biaya yang dikeluarkan pemilik perusahaan untuk mengatur dan mengawasi tindakan para manajer sehingga tidak bertindak sesuai kemauan sendiri. Menurut teori keagenan dari Jensen dan Meckling (1976) *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 *selling and general administration (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*) dengan rumus sebagai berikut:

$$SGA \text{ to Expense Ratio} = \frac{\text{Operating Expenses}}{\text{Net Sales}}$$

Ukuran perusahaan

Menurut Riyanto (2008:313) ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai ekuitas, nilai penjualan atau nilai aktiva sehingga dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan dalam memperoleh dana. 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 (Sugiono dan Christiawan, 2013). Pengukuran ukuran perusahaan dalam penelitian ini menggunakan tolak ukur aset yang disederhanakan ke dalam logaritma natural (*natural log*) sehingga ukuran perusahaan dapat dihitung dengan:

$$Size = Ln (\text{Total Assets})$$

Leverage

Perusahaan dalam beroperasi selain menggunakan modal kerja, juga menggunakan aktiva tetap seperti tanah, bangunan, pabrik, mesin, kendaraan, dan peralatan lainnya yang mempunyai masa manfaat jangka panjang atau lebih dari satu tahun. Atas penggunaan aktiva tetap tersebut perusahaan harus menanggung biaya yang bersifat tetap yaitu biaya tetap atau *fixed cost*. Disamping itu untuk memenuhi kebutuhan dananya perusahaan bisa menggunakan modal sendiri atau modal yang berasal dari pemilik, dan bisa juga berasal dari pinjaman atau hutang. Bila perusahaan menggunakan dana dari pinjaman, maka perusahaan secara rutin akan membayar biaya bunga yang merupakan beban tetap bagi perusahaan. Dengan demikian *leverage* adalah penggunaan aktiva atau sumber dana yang dimana untuk penggunaan tersebut perusahaan harus menanggung biaya tetap atau beban tetap (Sutrisno, 2013:224).

Rasio *leverage* yang digunakan adalah *debt to equity ratio (DER)* yang berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam atau (kreditur) dengan pemilik perusahaan. Menurut Rudianto (2013:193) DER adalah rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar modal pemilik dapat menutupi utang-utang kepada kreditur.

DER merupakan salah satu bentuk rasio pengelolaan modal yang mencerminkan kemampuan perusahaan untuk membiayai usaha dengan pinjaman yang disediakan oleh pemegang saham. Fahmi (2013:128) menjelaskan rumus DER sebagai berikut:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Stockholders Equity}}$$

METODE

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2017. Dari populasi tersebut ditentukan sampel berdasarkan *purposive sampling* dengan tujuan agar diperoleh sampel representatif sesuai dengan kriteria tertentu. Adapun kriteria yang ditentukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Perusahaan otomotif dan komponennya yang telah dan masih terdaftar di BEI selama periode 2013-2017. Terdapat 13 perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Akan tetapi terdapat 1 perusahaan yang tidak terdaftar di Bursa Efek dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2017.

Tabel .1 Seleksi Sampel Penelitian

Keterangan	Jumlah
Jumlah populasi awal	13
Kriteria I	
Perusahaan otomotif dan komponennya yang telah terdaftar di BEI selama periode 2013-2017	12

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif yaitu penelitian tentang data yang dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk angka-angka, kemudian data yang berupa angka dianalisis dengan menggunakan metode statistik (Sugiyono, 2014:144). Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data sekunder. Sumber data diperoleh dari situs Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id, data yang diambil berupa laporan keuangan perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI tahun 2013-2017.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya adalah metode dokumentasi yang dilakukan dengan cara mendokumentasikan atau mencatat data yang berhubungan dengan penelitian, dan studi pustaka yaitu dengan mengumpulkan data yang berkaitan dengan penelitian dengan mengkaji berbagai macam bacaan.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi SPSS yaitu analisis regresi linear berganda untuk dapat melihat pengaruh antara ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap *agency cost* pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini pengujian normalitas dilakukan dengan uji statistik kolmogorov-smirnov.

Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2. Uji normalitas kolmogorov-smirnov

		Unstandardized residual
N		60
Normal parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. deviations	.09557937
Most extreme differences	Absolute	.109
	Positive	.109
	Negative	-.077
Test statistic		.109

	Unstandardized residual
Asymp. sig (2-tailed)	.076 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors significance correction

Berdasarkan tabel di atas, hasil pengujian terhadap 60 data menunjukkan bahwa seluruh variabel telah berdistribusi normal yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi pengujian Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,076 yang lebih besar dari 0,05.

Uji multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan dengan cara melihat nilai VIF, jika nilai VIF < 10 maka tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi tersebut. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. Uji multikolinieritas
Coefficients^a

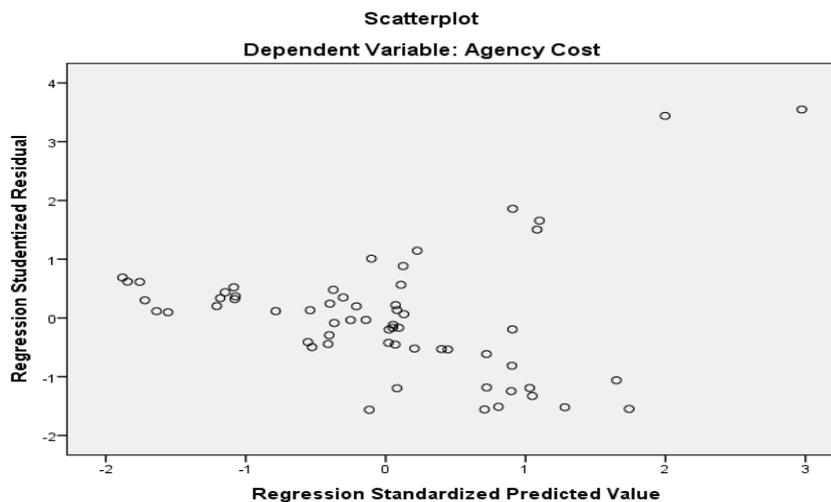
Model	Colenarity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 Ukuran Perusahaan	.987	1.013
Leverage	.987	1.013

a. Dependent variable: agency cost

Dari tabel tersebut diperoleh nilai *tolerance* sebesar 0,987 dan nilai VIF sebesar 1,013. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10. Berdasarkan hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2018:137). Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan grafik plot. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Hasil uji heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas pada gambar di atas menunjukkan bahwa data tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu periode t-1 (Ghozali, 2018:111). Untuk mendeteksi ada tidaknya korelasi pada data maka dapat dilakukan *Run Test*. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Hasil uji autokorelasi
Runs test

	Unstandardized residual
Test Value ^a	,16960
Cases < Test Value	30
Cases >= Test Value	30
Total Cases	60
Number of Runs	24
Z	-1,823
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,068

a. Median

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar $1 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala autokorelasi.

Analisis regresi linear berganda

Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil dari pengujian regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Hasil uji regresi linear berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t	Sig
	B	Std. error	Beta		
1 (Constant)	1.458	.428		3.407	.001
Ukuran Perusahaan	-.232	.080	-.323	-2.920	.005
Leverage	.135	.030	.496	4.491	.000

a. Dependent Variable: Agency Cost

Dari tabel di atas maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 1,458 - 0,232X_1 + 0,135X_2 + e$$

Keterangan:

Y = *Agency Cost*

X₁ = Ukuran Perusahaan

X₂ = *Leverage*

e = *error term*

Berdasarkan persamaan regresi dapat dijelaskan bahwa Konstanta (α) menunjukkan hasil sebesar 1,458 dengan tanda positif. Sehingga besaran konstanta menunjukkan bahwa jika variabel-variabel independen yaitu ukuran perusahaan dan *leverage* diasumsikan konstan, maka variabel dependen yaitu *agency cost* akan meningkat sebesar 145,8%. Koefisien variabel ukuran perusahaan = -0,232; Koefisien bernilai negatif berarti ukuran perusahaan (X₁) dan *agency cost* memiliki hubungan yang negatif. Sehingga setiap kenaikan ukuran perusahaan sebesar 1% akan menurunkan *agency cost* sebesar 23,2% (dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya adalah tetap). Koefisien variabel *leverage* = 0,135; Koefisien bernilai positif berarti *leverage* (X₂) dan *agency cost* (Y) memiliki hubungan yang positif. Sehingga setiap kenaikan *leverage* sebesar 1% akan menyebabkan kenaikan pada *agency cost* sebesar 13,5% (dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya adalah tetap).

Uji kelayakan model (Uji F)

Untuk mengetahui apakah analisis regresi linear berganda mampu memprediksi pengujian maka dilakukan uji kelayakan model atau uji F. Hasil pengujiannya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of square	df	Mean square	F	Sig.
1	Regression	.246	2	.123	13.007	.000 ^b
	Residual	.539	57	.009		
	Total	.785	59			

a. Dependent Variable: Agency Cost

b. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Leverage

Berdasarkan tabel di atas, hasil pengujian menunjukkan nilai uji F untuk data sampe diperoleh sebesar 13,007 dengan signifikansi kurang dari 5% (0,05) yaitu 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa model layak untuk dianalisis dengan analisis linear berganda.

Koefisien determinasi (Uji R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Nilai determinasi ditentukan dengan nilai *Adjusted R Square* yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Hasil koefisien determinasi

Model summary ^b				
Model	R	R square	Adjusted r square	Std. error of the estimate
1	.560 ^a	.313	.289	.09724

a. Predictors: (constant), ukuran perusahaan, leverage

b. Dependent variable: agency cost

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted R Square*-nya sebesar 0,289 atau 28,9%. Hal ini berarti seluruh variabel bebas secara bersamaan mempengaruhi harga saham sebesar 28,9%, sedangkan sisanya sebesar 71,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji t pada dasarnya digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil pengujian uji statistik t disajikan pada tabel berikut:

Tabel 8. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.458	.428		3.407	.001
	Ukuran Perusahaan	-.232	.080	-.323	-2.920	.005
	Leverage	.135	.030	.496	4.491	.000

a. Dependent variable: agency cost

Diperoleh hasil estimasi variabel ukuran perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar 0,005. Nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan ($0,005 < 0,05$) menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *agency cost* pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017.

Diperoleh hasil estimasi variabel *leverage* dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditentukan ($0,000 < 0,05$) menunjukkan bahwa variabel *leverage* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *agency cost* pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017.

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap *agency cost*

Berdasarkan hasil penelitian di atas, variabel ukuran perusahaan menunjukkan nilai negatif sebesar -2,920 dengan nilai signifikansi $0,005 < 0,05$ yang berarti bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *agency cost* sehingga hipotesis pertama (H_1) diterima.

Artinya, semakin besar ukuran perusahaan maka semakin kecil *agency cost* yang dikeluarkan oleh perusahaan tersebut. Hal ini sejalan dengan *positive theory of agency* yang menyatakan bahwa mekanisme pengawasan pemerintah terhadap perusahaan dengan ukuran besar akan membatasi *self saving* dalam diri agen sehingga agen akan bertindak sesuai dengan tujuan utama perusahaan. Hasil ini menjelaskan bahwa perusahaan besar memiliki kontrol yang baik dan lebih efisien dalam menggunakan sumber daya perusahaan serta mengurus *discretionary expenses*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Fachrudin (2011) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan yang besar dapat menurunkan *agency cost* karena kemungkinan terjadinya *economies of scale* akan semakin besar sehingga manajer akan lebih berhati-hati dalam menggunakan uang kas yang tersedia. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan Firth *et al* (2008) yang menyatakan bahwa perusahaan yang besar cenderung menarik perhatian dan kemungkinan berada dalam observasi publik yang lebih besar, sehingga akan mendapatkan pengawasan yang lebih besar pula.

Pengaruh leverage terhadap agency cost

Berdasarkan hasil penelitian di atas, variabel *leverage* menunjukkan nilai positif sebesar 4,491 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *agency cost* sehingga H_2 diterima. Artinya, semakin tinggi *leverage* keuangan suatu perusahaan maka semakin besar pula *agency cost* yang dikeluarkan oleh perusahaan tersebut. Perusahaan dengan *leverage* yang tinggi tidak terlepas dari besarnya risiko yang harus ditanggung oleh pihak ketiga. Risiko tersebut berupa kemungkinan perusahaan tidak dapat melunasi biaya tetap baik bunga maupun pokok pinjamannya. Namun sisi positifnya, *leverage* yang tinggi menambah kesempatan bagi perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan pada sampel penelitian ini seiring dengan peningkatan biaya bonus atau kompensasi manajemen. Biaya ini dikeluarkan karena manajemen mampu menggunakan sumber dana melalui utang secara efektif dan efisien. Hal inilah yang menyebabkan *agency cost* meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Fachrudin (2011) yang menyatakan bahwa peningkatan hutang akan meningkatkan *agency cost* yang disebabkan oleh beban bunga hutang yang meningkat seiring dengan meningkatnya jumlah hutang.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana dan uji regresi linear berganda serta pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

Variabel ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *agency cost* pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini dikarenakan perusahaan yang besar memiliki kontrol yang baik dan lebih efisien dalam menggunakan sumber daya perusahaan serta mengurus *discretionary expense* sehingga *agency cost* menurun; dan

Variabel *leverage* berpengaruh signifikan terhadap *agency cost* pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini dikarenakan semakin tinggi *leverage* dalam suatu perusahaan menyebabkan perusahaan memberikan kompensasi lebih kepada manajemen karena manajemen telah bekerja secara efektif dan efisien dalam menggunakan utang sehingga *agency cost* meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Annisata, Awwalia dan Fitriany. (2014). Analisis Pengaruh Struktur Modal, Kepemilikan Manajerial, dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Perusahaan melalui Agency Cost sebagai Variabel Intervening: Perbandingan Perusahaan yang mengalami Financial Distress dan Tidak. *Prosiding dan Buku Pedoman Simposium Nasional Akuntansi XVII Universitas Mataram*, halaman 43.
- Bursa Efek Indonesia. Laporan Keuangan. www.idx.co.id diakses pada tanggal 12 Oktober 2018.
- Fachrudin, Khaira Amalia. (2011). Analisis Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, dan Agency Cost terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Keuangan Indonesia*, 13(1), 37-46.
- Fahmi, Irham. (2012). *Analisis Kinerja Keuangan*. Alfabeta. Bandung.

-
-
- Firth, M., Fung, P. M. Y., dan Rui, O. M., (2008). Ownership, Governance Mechanism, and Agency Cost in China's Listed Firms. *Journal of Asset Management*, 9(2), 90-101.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, Edisi 9. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Imanuella, Intan. (2014). Pengaruh Kepemilikan Manajerial Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, dan Agency Cost sebagai Variabel Intervening terhadap Kinerja Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Widya Warta No.1*, halaman 57-70.
- Jensen, Michael C dan Meckling. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3(1), 305-360.
- Jensen, Michael C. (1986). Agency Cost of Free Cash Flow, Corporate Finance, And Takeovers. *Paper and Proceedings of the Ninety-Eight Annual Meeting of the American Economics Assiciation*, May, 1986, 776-786.
- Riyanto, Bambang. (2008). *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Rudianto. (2013). *Akuntansi Manajemen Informasi untuk Pengambilan Keputusan Strategis*. Jakarta: Erlangga.
- Sartono, Agus. (2010). *Manajemen Keuangan dan Teori Aplikasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Sugiono, Lisa Puspitasari dan Christiawan, Y. Jogi. (2013). Analisa Faktor yang Mempengaruhi Likuiditas pada Industri Ritel yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2007-2012. *Journal Business Accounting Review*, 1(2), 298-305.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno. (2013). *Manajemen Keuangan "Teori, Konsep, dan Aplikasi"*. Yogyakarta: Penerbit Ekonisia Fakultas Ekonomi UII.