

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan farmasi adalah satu dari sekian perusahaan manufaktur yang tengah menghadapi rivalitas industri yang rumit. Perusahaan farmasi harus meningkatkan kinerjanya agar tujuan perusahaan sesuai dengan hasil yang diinginkan.

Pasar Farmasi Indonesia tahun 2015 tumbuh 11,8% menjadi US\$ 4,6 miliar atau setara Rp. 56 triliun dibanding tahun lalu, menurut *International Pharmaceutical Manufacture Group* (IPMG, 2015). Perkiraan nilai pasar mencerminkan belanja Farmasi sebesar (US\$ 19 per kapita per tahun, dengan perusahaan nasional menguasai 70% pasar. Tahun 2016 penjualan industri Farmasi diperkirakan mencapai Rp. 62 triliun dan akan naik sampai Rp. 72 triliun.

Maka dari itu, mengetahui seberapa besar pengaruh faktor-faktor tersebut sangat penting untuk mengembangkan solusi dari permasalahan yang akan dihadapi perusahaan. Meningkatkan nilai perusahaan adalah contoh strategi dalam pencapaian tujuan perusahaan. Perusahaan harus berurusan dengan berbagai kepentingan yang dimiliki oleh pemegang saham, pemegang utang, dan manajemen, yang semuanya memiliki kepentingan dalam tujuan perusahaan dan sering menyebabkan masalah. Manajer bisnis sering kali mengabaikan kepentingan pemegang saham dan berbeda tujuan dengan perusahaan, sehingga kerap memicu konflik antar keduanya.

Nilai perusahaan dapat meningkat jika *agency cost* berkurang. Sistem tata kelola perusahaan merupakan penyebab tingginya *agency cost*. Perusahaan diharapkan dapat menekan biaya yang dikeluarkan oleh lembaga karena biaya yang lebih tinggi yang dikeluarkan oleh lembaga akan berakibat meningkatnya pengeluaran perusahaan sehingga pendanaan untuk kegiatan investasi pun berkurang. Terdapat dua variabel yang dipergunakan dalam penelitian ini yang bisa memberikan pengaruh pada *agency cost* yaitu kepemilikan institusional dan ukuran perusahaan.

Karena kepemilikan institusional sebagai salah satu dasar kewenangan yang dapat dipergunakan untuk mengakomodasi ataupun menangkal perbuatan atau pertimbangan manajemen, kepemilikan saham pada pihak institusional dapat berfungsi sebagai pengontrol dan pemantau kinerja manajemen dalam perusahaan. Karena kepemilikan institusional yang substansial, manajer cenderung tidak bertindak dengan cara yang egois sehingga menurunkan belanja agensi. Yasa & Dewi (2016), Sintyawati & Dewi (2018), Nugraha *et al.* (2021), Kamyabi *et al.* (2014), serta Yegon *et al.* (2014) sudah melakukan studi tentang dampak kepemilikan institusional terhadap *agency cost*. Studi-studi tersebut memaparkan adanya pengaruh yang signifikan kepemilikan institusional terhadap *agency cost*. Sebaliknya, Tumiwa & Mamuaya (2018) mengungkapkan jika kepemilikan institusional tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *agency cost*.

Aspek lainnya yang mempengaruhi *agency cost* adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan tolak ukur yang biasa dipergunakan dalam penentuan

ukuran perusahaan, yakni banyaknya karyawan, jumlah aset perusahaan, jumlah penjualan perusahaan, serta jumlah saham beredar. Ukuran perusahaan dapat memberi tahu banyak hal tentang bagaimana kinerja suatu perusahaan. Menurut Annisata & Fitriani (2014), Irwansyah *et al.* (2018), Hamidah & Wicaksono (2017), dan lain-lain, ukuran perusahaan memiliki berdampak signifikan pada *agency cost*. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa bisnis besar mengharuskan manajer dalam proses pengambilan keputusannya agar lebih berwaspada. Berlawanan dengan temuan Imanuella (2014), beliau menegaskan bahwa ukuran perusahaan tidak memberikan pengaruh yang signifikan pada *agency cost* dikarenakan perusahaan berskala besar seringkali tidak berhati-hati dalam mengeluarkan biaya diskresioner karena tidak menghadapi kesulitan keuangan.

Berdasarkan fenomena yang terjadi, maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kepemilikan Institusional dan Ukuran Perusahaan terhadap *Agency Cost* pada perusahaan sektor Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.”**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh yang signifikan kepemilikan institusional terhadap biaya keagenan pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah ada pengaruh yang signifikan ukuran perusahaan terhadap biaya keagenan pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah kombinasi kepemilikan institusional dan ukuran perusahaan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap biaya keagenan pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Indonesia?

C. Batasan Masalah

1. Variabel bebas diantaranya kepemilikan institusional dan ukuran perusahaan digunakan dalam penelitian ini. Kemudian menggunakan *agency cost* sebagai variabel terikatnya.
2. Perusahaan-perusahaan yang diteliti yaitu perusahaan sektor Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2017 hingga 2021.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh yang signifikan kepemilikan institusional terhadap biaya keagenan pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk memastikan dampak signifikan ukuran perusahaan terhadap biaya keagenan pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Memastikan apakah kepemilikan institusional dan ukuran perusahaan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap biaya keagenan pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

E. Manfaat penelitian

1. Bagi akademisi
Dapat meningkatkan pemahaman, terutama terkait beberapa faktor yang berpengaruh pada *agency cost*.
2. Bagi perusahaan
Sebagai dasar pengambilan keputusan strategis dan referensi mengenai kepemilikan institusional, ukuran perusahaan, dan *agency cost*.
3. Bagi pemegang saham
Memberikan gambaran tentang potensi *agency cost* yang dapat merugikan kinerja perusahaan dan kepentingan pemegang saham