

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan menjelaskan tentang adanya hubungan antara pemegang saham (*shareholders*) sebagai *principal* dan manajemen sebagai *agent*. Teori keagenan dipandang sebagai model kontraktual antara dua pihak atau lebih, dimana pihak tersebut disebut *agent* dan *principal*. *Principal* melakukan pertanggungjawaban keputusan kepada *agent*, hal ini dapat dikatakan bahwa *principal* memberikan amanah kepada *agent* dalam melaksanakan tugas berdasarkan kontrak yang telah disepakati. Wewenang dan tanggungjawab pihak *agent* dan *principal* diatur di dalam kontrak kerja atas persetujuan bersama.

Teori keagenan menggambarkan bahwa di dalam suatu perusahaan merupakan suatu titik temu antara perusahaan sebagai *principal* dan manajemen sebagai *agent*. Tujuan utama dalam suatu perusahaan adalah memaksimalkan adanya laba dan harga saham. Dalam kenyataannya tidak jarang *agent* mempunyai tujuan lain yang mungkin bertentangan dengan tujuan utama tersebut. Karena *agent* diangkat oleh *principal* maka mereka bertindak sesuai dengan kepentingan *principal*. Namun dalam prakteknya sering terjadi perbedaan antara kedua pihak tersebut (Martono dan Agus, h 11:2008).

Jensen dan Mekling (1976) menyatakan bahwa hubungan keagenan sebagai “*agent relationship as a contract under which one or more person (the principals) engage another person (the agent) to perform some service on their behalf which involves delegating some decision making authority to the agent.*”

Hubungan keagenan merupakan suatu kontrak dimana satu atau lebih orang (principal) memrintah kepada orang lain (agen) untuk melakukan suatu jasa atas nama principal serta member wewenang kepada agen membuat keputusan yang terbaik bagi principal.

Masalah keagenan muncul apabila kepemilikan manajer atas saham perusahaan kurang sari seratus persen (Masdupi, 2005). Dengan proporsi kepemilikan tersebut membuat manajer akan cenderung bertindak untuk kepentingan pribadinya sendiri. Hal ini yang nantinya akan menimbulkan biaya keagenan (*agency cost*). Keinginan untuk memaksimalkan kesejahteraan pribadi ini dapat dijelaskan dengan empat porsulat mengenai sikap atau perilaku manusia sesuai dengan konsep *resourceful*, *evaluative*, dan *maximizing* model)Sulistyanto dalam Cahyo, 2014).

Konflik antara principal dan agen ini dapat diminimalisir dengan cara menyejajarkan kepentingan antara kedua belah pihak. Dimana kepentingan manajemen dalam hal modal perusahaan adalah sama. Dalam suatu perusahaan konflik kepentingan antara beberapa pihak dapat timbul dikarenakan adanya kelebihan aliran arus. Kelebihan aliran arus ini akan diinvestasikan ke dalam hal-hal yang tidak berkaitan dengan kegiatan

perusahaan, sehingga akan menyebabkan perbedaan kepentingan karena pemegang saham lebih menyukai investasi yang *high risk high return*, sedangkan manajemen lebih menyukai investasi dengan *low risk*.

Menurut Bathala et al (1994) ada beberapa cara untuk mengurangi adanya konflik kepentingan yaitu dengan cara : a) meningkatkan saham oleh manajer, b) meningkatkan rasio dividen terhadap laba bersih, c) meningkatkan sumber pendanaan melalui utang, dan d) kepemilikan saham oleh institusi.

2. Kualitas Pelaporan Keuangan

Menurut Hanafi dan Halim (2003) kualitas laporan keuangan dapat dilihat dari karakteristik kualitatif laporan keuangan yaitu a) bermanfaat dalam pengambilan keputusan, b) relevan, c) reliabel, d) dapat diperbandingkan, dan e) memberikan fungsi yang lebih besar daripada biaya materi.

Menurut Francis *et al*(2004) atribut kualitas pelaporan keuangan terbagi menjadi dua kelompok besar yaitu atribut berbasis akuntansi dan atribut berbasis pasar. Atribut berbasis akuntansi adalah kualitas aktual, persistensi, prediktabilita, dan perataan laba. Sedangkan atribut kualitas pelaporan keuangan berdasarkan pasar adalah relevansi nilai, ketepatanwaktuan, dan konservisme.

3. Relevansi Nilai

Relevansi nilai menurut Francis dan Schipper (1999) adalah kemampuan angka akuntansi untuk merangkum informasi yang mendasari harga saham. Relevansi nilai diindikasikan sebagai sebuah hubungan

antara informasi keuangan dan harga saham. Penelitian mengenai relevansi nilai digunakan untuk menetapkan manfaat nilai akuntansi terhadap penilaian ekuitas pada suatu perusahaan. Relevansi diukur dengan kemampuan untuk menangkap berbagai macam informasi yang mempengaruhi harga saham.

Pengujian hubungan antara informasi akuntansi dengan nilai saham memerlukan suatu model penilaian. Ada dua model penilaian yang biasanya digunakan untuk melakukan pengujian hubungan tersebut yaitu model harga (price model) dan model return (return model). Kedua model tersebut dikenal sebagai model informasi linier. Kebanyakan penelitian tentang relevansi nilai ini menggunakan R^2 dari model harga. Hal ini disebabkan karena R^2 merupakan pengukur *explanatory power* dari variabel dependen dalam suatu regresi linier (Harry, 2010).

Konsep relevansi nilai tidak lepas dari kriteria relevan dari standar akuntansi keuangan. Hal ini disebabkan karena jumlah dalam angka akuntansi akan relevan apabila jumlah yang disajikan mampu menggambarkan informasi-informasi relevan dengan penilaian dalam suatu perusahaan. Sehingga, semakin relevan nilainya maka akan berdampak terhadap menurunnya asimetri informasi, begitu sebaliknya (Devi Cindika, 2013).

4. Ukuran Perusahaan

Pada dasarnya, ukuran perusahaan dikelompokkan ke dalam beberapa kelompok yaitu perusahaan besar, sedang dan kecil. Besar kecilnya ukuran

perusahaan dilihat dari total asset perusahaannya. Ukuran perusahaan merupakan skala perusahaan yang dilihat dari total asset perusahaan dalam laporan keuangan pada akhir tahun. Selain dilihat dari total asset, skala perusahaan juga dapat dilihat dari total penjualan.

Penelitian mengenai ukuran perusahaan menggunakan tolak ukur asset. Nilai dari total asset bernilai besar sehingga nilai total asset disederhanakan dengan cara mentransformasikan data ke dalam Logaritma Natural (Ln).

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan. Besar kecilnya suatu perusahaan dilihat dari lapangan usaha yang dijalankan. Perusahaan dengan skala besar mempunyai berbagai kelebihan dibanding perusahaan berukuran kecil. Kelebihan tersebut diantaranya dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan memperoleh dana dari pasar modal, menentukan kekuatan tawar-menawar, dan kemungkinan mendapat laba lebih banyak (Sawir, 2004).

5. Asimetris Informasi

Asimetris informasi merupakan suatu keadaan dimana terjadi ketidakseimbangan perolehan informasi antara manajemen sebagai penyedia informasi dengan pihak pemegang saham dan stakeholder sebagai pengguna informasi (Desniwati dan Pratiwi, 2011).

Ada dua jenis asimetris informasi yaitu *adverse selection* dan *moral hazard*. *Adverse selection* merupakan suatu keadaan dimana salah satu pihak memiliki informasi lebih banyak daripada pihak lainnya. Beberapa

orang seperti manajer perusahaan lebih mengetahui kondisi perusahaan dan prospek masa depan perusahaan tersebut daripada investor dari luar. Sedangkan moral hazard adalah suatu keadaan dimana masalah informasi asimetris setelah transaksi keuangan terjadi, yaitu ketika penjual sekuritas tidak memberikan informasi secara transparan kepada pembeli sekuritas (Manurung dalam Tiffany, 2010).

Pengukuran asimetris informasi biasanya diproksikan dengan *Bid-Ask Spread*. Alasan pengukuran ini menggunakan *bid-ask spread* dikarenakan asimetris informasi tidak dapat dilakukan observasi secara langsung. Harga *bid* merupakan harga permintaan pasar yang akan digunakan ketika melakukan transaksi jual. Harga *ask* merupakan harga penawaran pasar yang digunakan ketika melakukan transaksi pembelian. Selisih antara harga jual dan harga beli ini disebut dengan *spread*.

B. Hasil Penelitian Terdahulu dan Hipotesis

1. Pengaruh Relevansi Nilai terhadap Asimetris Informasi

Teori agensi muncul ketika adanya hubungan antara *principal* dan *agent*, dimana *principal* mendelegasikan tugas dan wewenang kepada para agen dalam hal ini adalah seorang manajer (Jensen dan Meckling, 1976). Menurut Eisenhardt (1989) teori agensi dilandasi bahwa manusia mempunyai sifat egois atau mementingkan dirinya sendiri. Selain itu manusia juga memiliki keterbatasan rasional dan tidak menyukai resiko.

Peran penting seorang manajer dalam merefleksikan keadaan perusahaan dalam bentuk laporan keuangan akan menimbulkan

ketidakseimbangan informasi antara manajer dan stakeholder. Hal ini terjadi karena manajer memiliki akses yang sangat besar terhadap informasi di perusahaan tersebut dibandingkan dengan para stakeholder. Hal ini akan menimbulkan masalah agensi. Hubungan relevansi nilai dan asimetris informasi dapat dijelaskan melalui teori agensi, dimana hubungan ini dapat dilihat dari seorang manajer yang memiliki informasi lebih banyak mengenai keadaan perusahaan yang dapat dilihat melalui relevansi nilai. Sedangkan pemegang saham (*principal*) membutuhkan informasi, dan hanya memiliki sedikit akses terhadap informasi tersebut. Karena adanya perbedaan kepentingan diantara *agent* dan *principal* ini maka timbul masalah agensi, dalam hal ini dapat menimbulkan asimetris informasi.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Barth et al (2008) memberikan bukti adanya peningkatan relevansi nilai setelah diadopsinya IFRS. Dan penelitian yang dilakukan oleh Fanani (2009) memberikan hasil bahwa terdapat pengaruh negatif antara relevansi nilai terhadap asimetris informasi. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Outa (2011) memberikan bukti bahwa relevansi nilai tidak berpengaruh secara signifikan setelah penerapan IFRS. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur & Dwi (2012) yang memberikan hasil yang sama.

Secara logika bahwa semakin tinggi tingkat relevansi nilai dalam laporan keuangan, maka semakin rendah asimetris informasi yang muncul antara manajer dengan investor. Sehingga dirumuskan hipotesis:

H₁: Relevansi nilai berpengaruh negatif terhadap asimetris informasi pada perusahaan perbankan di Indonesia

2. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Asimetris Informasi

Pengukuran ukuran perusahaan menggunakan total asset yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Perusahaan yang berskala lebih besar lebih akan mendapat perhatian oleh berbagai pihak sehingga perusahaan tersebut akan lebih berhati-hati dalam melaporkan laporan keuangannya yang berdampak pada perusahaan tersebut untuk melaporkan kondisi perusahaan secara lebih akurat. Semakin besar nilai total asset perusahaan maka diperlukan modal yang besar pula, hal ini menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka tingkat tanggung jawab pelaporan keuangan kepada investor juga semakin besar. Perusahaan yang besar cenderung terdiversifikasi sehingga menurunkan risiko kebangkrutan. Selain itu perusahaan juga bisa memberikan informasi lebih banyak sehingga bisa menurunkan biaya *monitoring* (Hanafi, 2004: 321). Penelitian Benardi dkk (2009), yang menemukan hubungan negatif signifikan antara ukuran perusahaan yang termasuk dalam variabel luas pengungkapan terhadap asimetri informasi. Perusahaan yang besar cenderung terdiversifikasi sehingga menurunkan risiko kebangkrutan dan mereka bisa memberikan informasi lebih banyak sehingga bisa menurunkan biaya *monitoring*.

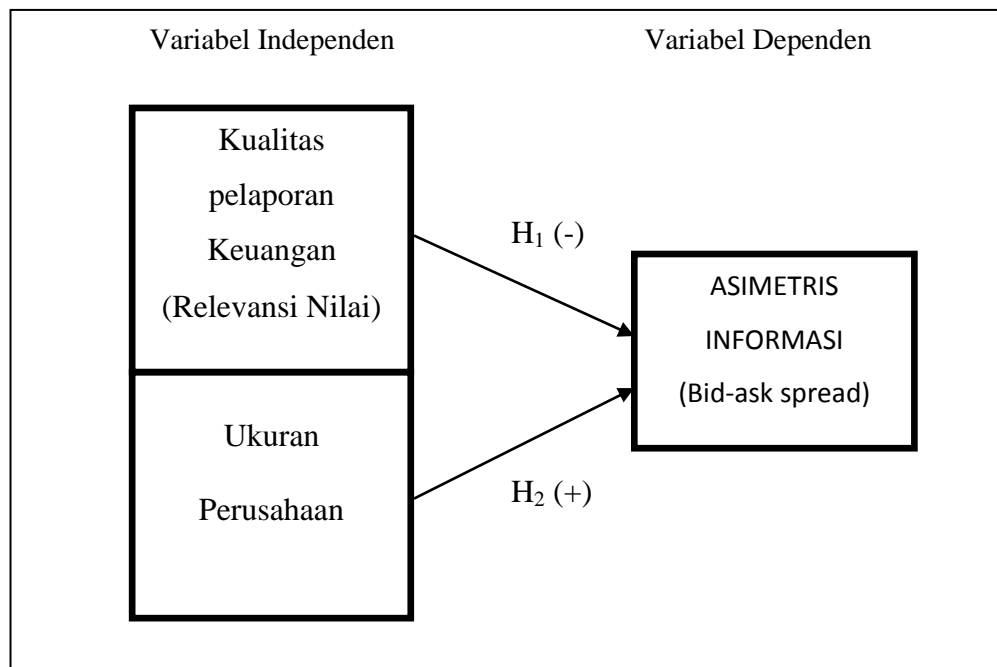
Secara logika, apabila perusahaan yang berskala besar dan mempunyai jumlah asset yang besar maka perusahaan tersebut cenderung akan melaporkan laporan keuangannya secara hati-hati. Hal ini bertujuan agar

investor dapat mengambil keputusan secara tepat dan menghindarkan risiko. Dengan pelaporan keuangan tersebut maka akan terhindar dari adanya konflik kepentingan dan dapat menurunkan asimetris antara manajer dan investor.

Dari pernyataan diatas maka peneliti merumuskan hipotesis:

H₂ : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap asimetri informasi.

Dari pengembangan hipotesis diatas, maka model penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.1 Model Penelitian