
**PENGARUH *AGENCY COST* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA
SUBSEKTOR *PROPERTY* DAN *REAL ESTATE* YANG TERDAFTAR
DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2016-2020**

Pratiwi Nurmalasari¹. Djeini Maradesa²

¹Jurusan Akuntansi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Sam Ratulangi. Jl. Kampus Bahu. Manado. 95115. Indonesia

E-mail : pratiwinurmalasari@gmail.com

Abstract

Competition between companies that are very tight in this modern era requires every company to maximize the value of the company so that the company is able to keep up with changes in order to survive in running the business. The purpose of this study is to determine the effect of agency costs on firm value in the property and real estate sub-sectors listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2016-2020 period. This study uses a quantitative approach. The sampling method used is the purposive sampling method. The research sample used was 120 property and real estate companies listed on the IDX. The analytical tool used is simple linear regression. The results show that agency costs have no effect on firm value. which means that partially there is no significant effect between agency costs on firm value in the property and real estate sub-sectors listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2016-2020 period.

Keywords: agency cost, firm value

1. PENDAHULUAN

Pada era modern sekarang ini pertumbuhan ekonomi, pembangunan infrastruktur dan perkembangan teknologi informasi semakin pesat diseluruh belahan dunia. Hal ini menuntut terjadinya persaingan yang sangat ketat antar perusahaan. Perusahaan harus mampu beradaptasi, bersaing, dan mengikuti perubahan untuk tetap bisa bertahan dalam menjalankan usahanya dan meningkatkan nilai perusahaannya. Sebuah perusahaan didirikan bertujuan untuk memperoleh profitabilitas yang maksimal dengan biaya operasional yang minimal agar tetap bertahan hidup dan berkembang secara berkelanjutan serta memberi kesejahteraan bagi pemegang saham maupun pemilik perusahaan.

Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, hal ini dapat menggambarkan bahwa perusahaan mampu memberikan kesejahteraan kepada pemegang saham. Dampak positif yang akan didapatkan oleh perusahaan yaitu pemegang saham akan tetap bertahan dalam investasinya serta dapat menarik calon investor untuk menanamkan modalnya ke perusahaan. Peningkatan terhadap nilai perusahaan dapat tercapai apabila pelaksanaan fungsi manajemen dilakukan dengan baik.

Salah satu hal yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *agency cost* atau biaya agensi. Biaya agensi adalah biaya yang dikeluarkan oleh prinsipal untuk mengawasi dan mengatur kinerja *agent* sehingga kinerja *agent* dapat berjalan searah dengan tujuan perusahaan sekaligus memperkecil masalah agensi. *Agency cost* ini disebabkan oleh pengaruh konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham. Dalam perusahaan, pemilik dan manajemen memiliki kepentingan yang berbeda di mana pemilik dan manajemen menginginkan kemakmuran masing-masing. Karena perbedaan tersebut, maka menimbulkan

konflik kepentingan antara pemilik dan manajemen, karena pihak manajemen memberikan informasi yang salah dan menyesatkan kepada pemilik mengenai kinerja perusahaan.

Dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu meningkatkan nilai perusahaan harus ada kerjasama yang baik antara manajemen (*agent*) dan pemegang saham (*principal*). Suatu hal yang dapat mengurangi asimetri informasi dan meminimalisir kecurangan yang sering dilakukan oleh manajemen yaitu laporan keuangan manajemen tersebut harus dievaluasi oleh pihak ketiga yang independen dalam hal ini adalah auditor eksternal. Penggunaan auditor eksternal untuk melakukan pengawasan terhadap manajemen perusahaan dapat menimbulkan *agency cost*, berupa *fee audit*.

Adanya konflik keagenan ini dapat dilihat kepentingan pemegang saham sangat berkaitan erat dengan cara manajemen mengelola sebuah perusahaan yang tergambarkan dari kinerja perusahaan selama bertahun-tahun. Apalagi pandemi *covid-19* yang sedang dihadapi saat ini sangat menentukan kepentingan pemegang saham masih akan tercapai dengan maksimal atau malah sebaliknya mengingat bahwa dampak *covid-19* terhadap kinerja perusahaan cukup terbilang esktrm seperti contoh kasus dibawah ini.

Pada saat pandemi *Covid-19* saat ini, banyak kasus yang terkait dengan nilai perusahaan terutama pada perusahaan *Property* dan *Real Estate*. Salah satu kasus yaitu pada PT Bumi Serpong Damai Tbk dengan kode saham BSDE yang mencatat penurunan tajam pada kinerja kuartal I 2020. Pendapatan emiten berkode BSDE untuk kuartal pertama 2020 rontok 57,1% jika dibandingkan kuartal IV 2019. Sementara, secara tahunan atau YoY penurunan tercatat sebesar 8,2%. Penurunan pendapatan dipicu oleh meredupnya penerimaan pada seluruh segmen bisnis dari penjualan tanah, bangunan, dan strata.

Perusahaan mencatatkan penurunan penjualan sebesar Rp 1,1 triliun atau turun 4,17% YoY. Jumlah ini setara dengan 76,4% dari total pendapatan. Sementara, laba bersih BSDE pada kuartal I 2020 tercatat turun dari Rp699 miliar menjadi Rp259,6 miliar atau turun 62,8% , sementara perbandingan YoY menunjukkan penurunan 58,9%. Penurunan laba bersih disebabkan beban bunga diskonto penjualan yang baru muncul pada kuartal I 2020 sebesar Rp115,1 miliar (www.cnnindonesia.com, 2020).

Penelitian tentang *agency cost* dan nilai perusahaan masih menunjukkan hasil yang beragam. Ada penelitian yang menyebutkan bahwa *agency cost* memiliki hubungan positif dan ada juga yang menyebutkan *agency cost* memiliki hubungan negatif terhadap nilai perusahaan, serta ada yang tidak memiliki pengaruh atau tidak signifikan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh signifikan *agency cost* terhadap nilai perusahaan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Teori Keagenan (*Agency Theory*). Teori agensi merupakan teori yang menerangkan hubungan antara kedua belah pihak yaitu antara pemilik dan manajemen, di mana manajemen sebagai orang yang dipekerjakan memiliki tanggung jawab untuk memaksimalkan keuntungan bagi pemilik atau yang disebut juga *principal*. Disamping itu, manajemen yang melakukan tugasnya memperoleh imbalan dan kompensasi sesuai perjanjian yang ada dalam kontrak antara manajemen dan pemilik (Jensen dan Mecking, 1976).

Teori keagenan dikemukakan oleh Jensen dan Meckling (1976) yang menjelaskan adanya konflik kepentingan antara manajemen selaku agen dan pemilik serta entitas lain dalam kontrak (misal investor) selaku *principal*. *Principal* ingin mengetahui informasi termasuk aktivitas perusahaan dengan cara meminta laporan karena dengan laporan tersebut *principal* dapat mengetahui dan menilai kinerja manajemen. Karena kepentingan kedua pihak tidak selalu sejalan, maka sering terjadi benturan kepentingan antara prinsipal dengan agen, kondisi ini yang dikenal sebagai *moral hazard* dan menimbulkan asimetri informasi.

Hendrawaty (2017:27) menyatakan bahwa: Partisipan-partisipan yang berkontribusi pada modal disebut sebagai pemilik (prinsipal). Partisipan-partisipan yang berkontribusi dalam keahlian dan tenaga kerja disebut pengelola perusahaan (agen). Adanya dua partisipan tersebut (prinsipal dan agen) menyebabkan timbulnya permasalahan tentang peran yang harus dibentuk untuk menyelaraskan kepentingan yang berbeda di antara keduanya. Menurut Eisenhardt (1989), teori keagenan dilandasi oleh 3 (tiga) buah asumsi berikut ini:

a. Asumsi tentang sifat manusia

Asumsi tentang sifat manusia menekankan bahwa manusia memiliki sifat untuk mementingkan diri sendiri (*self interest*). memiliki keterbatasan rasionalitas (*bounded rationality*). dan tidak menyukai risiko (*risk aversion*).

b. Asumsi tentang keorganisasian

Asumsi keorganisasian adalah adanya konflik antar anggota organisasi. efisiensi sebagai kriteria produktivitas. dan adanya *asymmetric information* antara prinsipal dan agen.

c. Asumsi tentang informasi

Asumsi tentang informasi adalah bahwa informasi dipandang sebagai barang komoditi yang bisa diperjual belikan.

Biaya Keagenan (*Agency Cost*). Fadhilah (2013) menjelaskan bahwa biaya agensi adalah biaya yang dikeluarkan oleh prinsipal untuk mengawasi dan mengatur kinerja *agent* sehingga kinerja *agent* dapat berjalan searah dengan tujuan perusahaan. *Agency cost* ini merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memperkecil masalah agensi, meliputi biaya untuk membuat sistem informasi keuangan yang baik, biaya akuntan publik untuk mengaudit laporan keuangan agar tidak terjadi penyelewengan, pemberian insentif kepada manajemen termasuk karyawan, pengangkatan anggota komisaris dari luar perusahaan agar ada pihak yang netral, dan biaya pengawasan manajemen. *Agency cost* merupakan biaya yang ditimbulkan dari adanya gap informasi antara manajemen dengan pemegang saham (*principal*).

Adanya asimetri informasi dapat menciptakan kebutuhan akan adanya pihak ketiga yang independen yaitu auditor untuk memeriksa dan memberikan *assurance* pada laporan keuangan yang dibuat oleh manajemen (Ittonen, 2010). Penggunaan auditor eksternal untuk melakukan pengawasan terhadap manajemen perusahaan dapat menimbulkan *agency cost*, berupa *fee* audit. Agustini dan Siregar (2020) mengemukakan bahwa *fee* audit ditetapkan ketika sudah terjadi kontrak antara auditor dengan klien berdasarkan kesepakatan dan biasanya ditentukan sebelum memulai proses audit

Nilai Perusahaan. Menurut Indrarini (2019:2) nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya yang sering dihubungkan dengan harga saham. Semua perusahaan pasti memiliki tujuan tertentu yang hendak dicapai baik itu tujuan untuk perusahaan yang sifatnya jangka pendek maupun jangka panjang. Yang paling utama tujuan perusahaan didirikan yaitu memperoleh profitabilitas yang maksimal dan tentunya memberikan kesejahteraan bagi pemegang saham.

Sumiati dan Indrawati (2019:143) mengemukakan bahwa perusahaan harus memberikan suatu nilai untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Harga saham yang tinggi akan membuat nilai perusahaan juga tinggi yang mencerminkan peningkatan kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek dimasa depan.

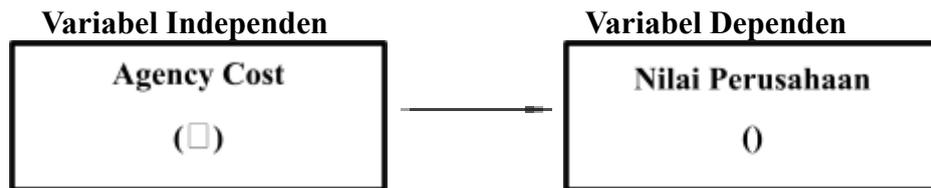
Dengan adanya biaya agensi akan membuat manajer menjalankan pekerjaan sesuai dengan kontrak yang telah disepakati yang nantinya akan meningkatkan nilai perusahaan.

Franita (2018:7) menjelaskan bahwa nilai perusahaan yang tinggi dapat menunjukkan kemakmuran dari pemegang saham juga tinggi. Semakin tinggi biaya agensi yang harus dikeluarkan perusahaan untuk mengawasi dan mengontrol kinerja manajer agar berjalan sesuai dengan kontrak yang telah dilakukan maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Adapun hipotesis yang dapat diajukan sebagai berikut :

H_a . *Agency cost* berpengaruh signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Kerangka Konseptual

Berdasarkan tinjauan diatas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini akan disajikan pada gambar berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Sumber : Kajian teori, 2021

3. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang dilakukan dengan cara pencatatan dan penganalisisan data hasil penelitian secara eksak dengan menggunakan perhitungan statistik. Data penelitian ini menggunakan data sekunder dengan tujuan menguji hipotesa tentang Pengaruh *Agency Cost* terhadap Nilai Perusahaan.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan subsektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020 dengan jumlah populasi sebanyak 46 perusahaan. Penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu: (i) Perusahaan merupakan kelompok subsektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan tidak pernah *delisting* selama tahun pengamatan periode 2016-2020, (ii) Perusahaan yang diteliti di BEI harus menyertakan informasi di laporan keuangan besarnya *fee audit* atau menampilkan *professional fees* yang dikeluarkan perusahaan untuk jasa audit, dan (iii) Perusahaan mempublikasikan secara lengkap dan berturut-turut laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keuangan tahunan perusahaan periode 2016-2020 yang dapat diakses melalui situs BEI. Jumlah sampel yang diperoleh dalam penelitian ini sebanyak 24 perusahaan.

Definisi Operasional Variabel

Nilai perusahaan (γ) adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan diprosikan dengan PBV (*Price to Book Value*). Pengukuran ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Harga per lembar saham}}{\text{Nilai buku per lembar saham}}$$

Sumber: Franita, Riska (2018)

Agency cost () adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memperkecil masalah agensi. Dalam penelitian ini *agency cost* diproksikan dengan *fee audit*. *Fee audit* menggunakan Logaritma natural dari *Professional Fees* dengan menggunakan data yang diambil dari perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan periode 2016-2020. Penggunaan logaritma natural bertujuan menyederhanakan jumlah aset yang kemungkinan mencapai nominal triliunan rupiah tanpa merubah proporsi sebenarnya (Wahyuni dkk, 2013). Rumus :

$$Agency\ Cost = Ln_{feeaudit}$$

Jenis, Sumber, dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder. Data sekunder diambil dari perusahaan-perusahaan subsektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020. Data penelitian diperoleh dengan mengunduh pada *website* Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu www.idx.co.id. Data sekunder yang digunakan adalah data laporan tahunan (*annual report*) perusahaan. Data yang diperoleh sebagai populasi dalam penelitian ini adalah 46 perusahaan subsektor *property* dan *real estate*. Namun hanya perusahaan yang memenuhi kriteria yang dapat digunakan sebagai sampel penelitian. Sampel yang didapatkan lewat teknik *purposive sampling* adalah 24 perusahaan subsektor *property* dan *real estate* kemudian diambil laporan tahunan 24 perusahaan subsektor *property* dan *real estate* selama periode 2016-2020. Jadi total data yang diperoleh lewat metode pengumpulan data ini sebanyak 120.

Uji Statistik Deskriptif

Priyatno (2014:31) menjelaskan bahwa statistik deskriptif (*descriptive statistics*) berhubungan dengan hal menguraikan suatu data atau keadaan. Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai maksimum, minimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi (*standard deviation*).

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas. Priyatno (2014:69) menjelaskan bahwa uji normalitas berguna untuk mengetahui apakah data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini proses uji normalitas data dilakukan dengan uji statistik nonparametik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Suatu distribusi data dikatakan normal apabila nilai *Sig.* dari hasil perhitungan lebih dari 0,05 atau 5%.

Uji Heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas adalah adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi (Basuki & Prawoto, 2016:63). Uji heteroskedastisitas pada penelitian saat ini dilakukan dengan menggunakan metode *Glejser*. Apabila nilai *Sig.* yang dihasilkan lebih dari 0,05 atau 5%. Artinya bebas dari heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi. Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode τ dengan kesalahan pengganggu pada periode $\tau-1$ (sebelumnya). Modal regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Uji autokorelasi dilakukan dengan *Run Test*. Apabila nilai probabilitas lebih dari 0,05 atau 5%. Artinya tidak terjadi autokorelasi.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Menurut Budiwanto (2017:104) uji regresi linear sederhana digunakan untuk memprediksi satu variabel tergantung yang dilakukan oleh satu variabel bebas. Persamaan dari regresi linear sederhana adalah:

$$y = \alpha + \beta x + \varepsilon$$

Keterangan:

- y : Nilai Perusahaan (variabel dependen)
- x : *Agency Cost* (variabel independen)
- α : Konstanta
- β : koefisien regresi linear
- ε : *error*

Korelasi Sederhana

Teknik korelasi ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidak adanya kecenderungan hubungan antara dua variabel atau lebih (Budiwanto, 2017:62).

Penafsiran terhadap besar atau kecilnya koefisien korelasi yang diperoleh dapat dilakukan dengan menggunakan pedoman pada ketentuan tertentu yang dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 1. Pedoman Pemberian Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval koefisien	Tingkat hubungan
0.00 – 0.199	Sangat rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.00	Sangat kuat

Uji R^2 atau Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan ikhtisar yang menyatakan seberapa baik garis regresi sampel mencocokkan data. Apabila semakin besar nilai R^2 atau mendekati satu maka berarti semakin kuat variabel independen menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2018).

Uji Regresi Secara Parsial (Uji τ)

Uji τ digunakan untuk mengetahui apakah pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Tingkat signifikan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 0,05 atau 5%.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Statistik Deskriptif

Tabel 2. Hasil Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
LOG_Xagencycost	120	1.21	1.38	1.3153	0.02666
LOG_Ynilaiperusahaan	120	-0.83	1.11	-0.0676	0.39940
Valid N (listwise)	120				

Sumber : Hasil Pengolahan Data Menggunakan Aplikasi SPSS Tahun 2021

Berdasarkan tabel 1. di atas, menunjukkan hasil dari 120 sampel perusahaan subsektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di BEI selama periode penelitian menunjukkan bahwa rata-rata *agency cost* yang diukur dengan *fee* audit yakni sebesar 1.3153, dengan nilai minimum 1.21 dan nilai maksimum 1.38. Kemudian dari tabel di atas juga memperlihatkan rata-rata nilai perusahaan pada subsektor *property* dan *real estate* yang diukur dengan PBV yakni sebesar -0.0676, dengan nilai minimum -0.83 dan nilai maksimum 1.11. Sedangkan standar deviasi (*standard deviation*) dari *agency cost* dan nilai perusahaan secara berurut sebesar 0.02666 dan 0.39940 yang berarti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel *agency cost* dan nilai perusahaan adalah sebesar 0.02666 dan 0.39940.

Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Residual

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Unstandardized Residual	0.057	120	0.200*	0.982	120	0.117

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber : Hasil Pengolahan Data Menggunakan Aplikasi SPSS Tahun 2021

Dari hasil pengolahan data di SPSS menunjukkan bahwa angka signifikansi yang diperoleh dari *Kolmogrov-smirnov* sebesar 0,200 di mana nilai ini melebihi 0,05 atau 5% ($0,200 > 0,05$), sehingga residual mengikuti berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.383	1.130		1.224	0.223
LOG Xagencycost	-0.816	0.859	-0.087	-0.950	0.344

a. Dependent Variable: ABRESID_LOG

Sumber : Hasil Pengolahan Data Menggunakan Aplikasi SPSS Tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas, diketahui variabel *agency cost* mempunyai nilai signifikan sebesar 0,344 di mana angka tersebut sudah melebihi angka 0,05. Sehingga bisa dikatakan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas dalam model regresi pada penelitian ini.

Uji Autokorelasi

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	0.00346

Cases < Test Value	60
Cases >= Test Value	60
Total Cases	120
Number of Runs	52
Z	-1.650
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.099

a. Median

Sumber : Hasil Pengolahan Data Menggunakan Aplikasi SPSS Tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai probabilitas sebesar 0,099 lebih besar dari pada 0,05. Artinya, hipotesis nihil menyatakan nilai residual menyebar secara acak diterima. Dengan demikian maka tidak terjadi autokorelasi.

Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.012	1.812		-0.558	0.578
LOG_Xagencycost	0.718	1.377	0.048	0.521	0.603

a. Dependent Variable: LOG_Ynilaiperusahaan

Sumber : Hasil Pengolahan Data Menggunakan Aplikasi SPSS Tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas berikut model persamaan regresi linear sederhana antara variabel *agency cost* terhadap nilai perusahaan :

$$\gamma = - 1,012 + 0,718$$

Dari persamaan di atas diperoleh $\alpha = -1,012$ dan nilai $\beta = 0,718$. Sehingga bisa diartikan apabila nilai variabel bebas yaitu *agency cost* adalah nol (0) maka, nilai γ (nilai perusahaan) adalah (-1,012). Dan apabila setiap kenaikan satu satuan item *agency cost* (), maka nilai perusahaan (γ) akan mengalami peningkatan atau kenaikan sebesar 0,718. Dapat dilihat bahwa koefisien yang diperoleh bernilai positif, jadi apabila terjadi peningkatan pada variabel *agency cost*, maka variabel nilai perusahaan akan meningkat dan sebaliknya.

Koefisien Korelasi

Tabel 7. Hasil Koefisien Korelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.048 ^a	0.002	-0.006	0.40062

a. Predictors: (Constant), LOG_X agencycost

Sumber : Hasil Pengolahan Data Menggunakan Aplikasi SPSS Tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas menginterpretasikan bahwa besarnya koefisien korelasi (R) adalah 0,048 sehingga di kategorikan memiliki tingkat korelasi sangat rendah yaitu berada pada rentang 0,00-0,199. Pada nilai ini dapat disimpulkan bahwa variabel dan variabel γ memiliki hubungan positif tetapi tidak berkorelasi tinggi.

Koefisien Determinasi (R^2)**Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.048 ^a	0.002	-0.006	0.40062

a. Predictors: (Constant), LOG_X agencycost

Sumber : Hasil Pengolahan Data Menggunakan Aplikasi SPSS Tahun 2021

Berdasarkan hasil SPSS di atas, untuk melihat hasilnya pada tabel *Model Summary*, nilai R^2 terletak pada kolom *Adjusted R Square*. Nilai R^2 yang didapat adalah sebesar 0,002 atau 0,23%. Sehingga persentase yang didapat yaitu sebesar 0,23%, menunjukkan besarnya pengaruh variabel independen yang diteliti yaitu variabel *agency cost* terhadap nilai perusahaan. Sedangkan sisanya yaitu 99,77% (100%-0,23%) dipengaruhi oleh variabel independen lain.

Uji Signifikan Parsial (Uji- τ)**Tabel 9. Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji- τ)**

Model	Unstandardized		Standardized	T	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.012	1.812		-0.558	0.578
LOG_Xagencycost	0.718	1.377	0.048	0.521	0.603

b. Dependent Variable: LOG_Ynilaiperusahaan

Sumber : Hasil Pengolahan Data Menggunakan Aplikasi SPSS Tahun 2021

Berdasarkan hasil penelitian variabel *agency cost* memiliki statistik uji τ sebesar 0,521 dengan signifikansi sebesar 0,603. Nilai statistik uji $|\tau_{hitung}|$ tersebut lebih kecil daripada $|\tau_{tabel}|$ ($0,521 < 1,980$) dan nilai signifikan τ lebih besar dari 0,05 yaitu $0,603 > 0,05$. Pengujian ini menunjukkan bahwa H_0 **diterima** sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *agency cost* tidak berpengaruh secara signifikan (tidak nyata) terhadap variabel nilai perusahaan.

4.2 Pembahasan

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa *agency cost* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dilihat dari $|\tau_{hitung}|$ lebih kecil daripada $|\tau_{tabel}|$ ($0,521 < 1,980$) dan nilai signifikan t lebih besar dari 0,05 yaitu $0,603 > 0,05$. Syarat untuk variabel dikatakan berpengaruh apabila nilai signifikan menunjukkan di bawah 5% atau 0,05 ($p > \text{value} > 0,05$). Untuk itu dengan nilai yang diperoleh tersebut maka Hipotesis (H_a) ditolak dan H_0 diterima. H_a menyatakan bahwa *agency cost* berpengaruh signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan, yang artinya dalam hasil penelitian ini menyatakan bahwa peningkatan nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh *agency cost*.

Dengan demikian, hasil penelitian yaitu perusahaan yang mengeluarkan *agency cost* yang tinggi belum tentu dapat meningkatkan nilai perusahaan karena dari segi kualitas pengauditan laporan keuangan tidak mencerminkan nilai pasar saham yang tinggi pada perusahaan-perusahaan di subsektor *property* dan *real estate* yang diaudit oleh pihak eksternal.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *agency cost* terhadap nilai perusahaan dimana variabel independen yaitu *agency cost* diukur dengan *fee* audit dan variabel dependen yaitu nilai perusahaan diukur dengan PBV (*Price to Book Value*).

Agency cost tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Diartikan bahwa semakin tinggi *agency cost* yang dikeluarkan tidak mempengaruhi secara signifikan peningkatan nilai perusahaan karena dari segi kualitas pengauditan laporan keuangan tidak mencerminkan nilai pasar saham yang tinggi pada perusahaan-perusahaan di subsektor *property* dan *real estate* yang diaudit oleh pihak eksternal. Dengan demikian, Hipotesis (H_0) diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dalam penelitian ini, maka dapat diberikan saran terkait penelitian, antara lain sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, ke depannya untuk bisa meningkatkan kepercayaan pemegang saham yang akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan dapat lebih berfokus pada faktor lain selain meningkatkan biaya agensi. Perusahaan bisa lebih berfokus kepada faktor-faktor yang akan mencerminkan nilai pasar saham yang tinggi, karena hal ini akan memberi pengaruh terhadap manajemen perusahaan yang akan menentukan pandangan investor terhadap risiko investasi dan prospek perusahaan di masa mendatang.
2. Bagi investor, sebaiknya bisa melakukan *review* terhadap perusahaan sebelum melakukan investasi, baik dilihat dari segi kinerja keuangan perusahaan atau aspek lainnya.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat melanjutkan penelitian ini dengan menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Disarankan juga untuk menggunakan objek penelitian berbeda, dengan maksud memperluas objek penelitian pada sektor lainnya yang memiliki karakteristik yang baik untuk dijadikan populasi dengan hasil yang signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, T., & Siregar, D. L. (2020). Pengaruh *fee* audit, *audit tenure* dan rotasi audit terhadap kualitas audit di bursa efek Indonesia. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 637-646.
<https://doi.org/10.35794/emba.8.1.2020.28033>
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2016). Analisis regresi dalam penelitian ekonomi dan bisnis (dilengkapi aplikasi SPSS dan EVIEWS). Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Budiwanto, S. (2017). Metode statistika untuk mengolah data keolahragaan. Malang : Universitas Negeri Malang.
- Eisenhardt, K. M. (1989). Agency theory: an assessment and review. *Academy of Management Review*, 14(1), 57-74.
<https://doi.org/10.5465/amr.1989.4279003.14.1.1989.57-74>
- Fadhilah, F. N., & Syafruddin, M. (2013). Analisis pengaruh karakteristik corporate governance terhadap kemungkinan financial distress. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 2(2), 1-15.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/3319>

- Franita, R. (2018). Mekanisme good corporate governance dan nilai perusahaan studi untuk perusahaan telekomunikasi, Cetakan pertama. Medan : Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS, Edisi ketujuh. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hendrawaty, E. (2017). Excess cash dalam perspektif teori keagenan. Bandar Lampung : CV. Anugrah Utama Raharja.
- Indrarini, S. (2019). Nilai perusahaan melalui kualitas laba (good governance dan kebijakan perusahaan). Surabaya : Scopindo Media Pustaka.
- Ittonen, K. (2010). A theoretical examination of the role of auditing and the relevance of audit reports. Vaasa : Vaasan Yliopisto.
- Jensen & Meckling. (1976). Theory of the firm: managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4). 305-360.
[https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X.3.4.1976.305-360](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X.3.4.1976.305-360)
- Priyatno, D. (2014). SPSS 22: Pengolah data terpraktis. Yogyakarta: ANDI.
- Sumiati., & Indrawati, N. K. (2019). Manajmen keuangan perusahaan. Malang : Universitas Brawijaya.
- Wahyuni, T., Ernawati, E., & Murhadi, R. W. (2013). Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan di sektor property, real estate, & building construction yang terdaftar di BEI periode 2008-2012. *Calyptra*, 2(1), 1-18.
<https://journal.ubaya.ac.id/index.php/jimus/article/view/380>
- Wel (2020). Corona buat kinerja sektor property terpukul.
<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200515192225-92-503920/corona-buat-kinerja-sektor-properti-terpukul>. 20 Mei 2021 (16:20).