

ANALISIS TEORI STAKEHOLDER TEORI AGENCY DAN ASIMETRI INFORMASI TERHADAP LAPORAN KEUANGAN

Berta D.G.Hutabarat ¹, Jessica Helena V.L ², Meliana Putri ³, Yolanda Sansena ⁴, Sriesti Duha ⁵

Universitas Bina Sarana Informatika

Correspondence		
Email: 63230718@bsi.ac.id ; 63230672@bsi.ac.id ; 63231024@bsi.ac.id ; 63230747@bsi.ac.id ; 63231055@bsi.ac.id		No. Telp:
Submitted 2 Juli 2025	Accepted 5 Juli 2025	Published 6 Juli 2025

ABSTRAK

Tulisan ini memberikan tinjauan komprehensif dan analitis terhadap pengaruh teori stakeholder, teori agensi, dan ketimpangan informasi dalam konteks pelaporan keuangan perusahaan. Artikel ini membahas berbagai keuntungan dan kendala yang muncul dalam pengelolaan hubungan dengan stakeholder dan agen secara strategis. Di dalamnya juga dibahas metode identifikasi aktor-aktor terkait, strategi komunikasi serta upaya pelibatan yang tepat, berikut pertimbangan etis dan penanganan konflik dalam interaksi korporasi. Laporan keuangan dinilai memiliki peran krusial dalam memperkecil kesenjangan informasi antara perusahaan dan pihak eksternal. Walau demikian, jurnal ini tidak mengabaikan keterbatasan laporan keuangan, khususnya yang berkaitan dengan dominasi informasi historis, data agregat, serta kurangnya transparansi atas informasi non-finansial. Pada akhirnya, karya ini menawarkan wawasan penting bagi para akademisi, profesional, dan regulator dalam membentuk praktik pelaporan yang lebih adaptif terhadap kebutuhan para pemangku kepentingan.

Kata kunci : Teori stakeholder, teori agensi, asimetri informasi, pelaporan keuangan

Pendahuluan

Teori stakeholder mengacu pada individu atau kelompok yang memiliki kepentingan yang sah terhadap aspek prosedural maupun substantif dari aktivitas perusahaan. Dalam konteks ini, perusahaan tidak hanya dipandang sebagai entitas ekonomi, melainkan sebagai suatu sistem yang terdiri dari berbagai pihak berkepentingan yang saling berinteraksi—baik dalam bentuk kerja sama maupun persaingan—yang didasarkan pada nilai intrinsik. Oleh karena itu, teori stakeholder tidak sekadar menggambarkan struktur perusahaan secara deskriptif, tetapi juga menyiratkan adanya klaim moral, baik secara eksplisit maupun implisit, yang memungkinkan para stakeholder untuk memengaruhi arah dan kebijakan perusahaan sebagaimana halnya tugas manajerial lainnya.

Teori agensi (agency theory) menjelaskan hubungan kontraktual antara pemilik perusahaan (principal) dan manajer (agent). Permasalahan utama dalam teori ini muncul dari konflik kepentingan yang mungkin terjadi antara kedua belah pihak, di mana manajer tidak selalu bertindak sesuai dengan kepentingan pemilik.

Asimetri informasi dalam konteks hubungan antara perusahaan dan stakeholder terjadi ketika salah satu pihak memiliki informasi yang lebih lengkap atau lebih akurat dibandingkan pihak lainnya. Ketidakseimbangan informasi ini dapat memunculkan berbagai isu, seperti pengambilan keputusan yang kurang tepat, menurunnya tingkat kepercayaan, serta terganggunya akuntabilitas dalam hubungan antara perusahaan dan para pemangku kepentingan.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik analisis deskriptif, berfokus pada teori stakeholder, teori agensi, dan asimetri informasi. Data dikumpulkan melalui studi dokumen dan observasi terhadap praktik pelaporan keuangan. Pendekatan ini dipilih untuk

menggambarkan secara mendalam penerapan teori-teori akuntansi dalam laporan keuangan berdasarkan temuan dari dokumen yang dikaji.2. Landasan Konseptual dan Pengembangan Teori Stakeholder

2.1 Evolusi Teori Stakeholder

Teori Stakeholder (Stakeholder Theory)

Teori stakeholder pertama kali diperkenalkan oleh **R. Edward Freeman** melalui bukunya yang berjudul *Strategic Management: A Stakeholder Approach* pada tahun 1984. Sejak saat itu, teori ini mengalami perkembangan pesat, ditandai dengan munculnya lebih dari seratus artikel ilmiah serta sejumlah buku yang membahas stakeholder sebagai model perusahaan (Donaldson & Preston, 1995:65). Dalam literatur akademik, istilah teori stakeholder digunakan dengan berbagai istilah lain seperti *stakeholder concept*, *stakeholder model*, *stakeholder management*, dan *stakeholder theory*.

Perkembangan teori ini mencerminkan pergeseran paradigma dalam dunia bisnis, di mana perusahaan tidak lagi hanya dipandang sebagai alat untuk memaksimalkan keuntungan pemegang saham semata, melainkan sebagai entitas sosial yang memiliki tanggung jawab terhadap berbagai kelompok pemangku kepentingan di sekitarnya. Dengan demikian, orientasi bisnis mulai bergeser dari sekadar profit-oriented menjadi lebih **berbasis nilai dan tanggung jawab sosial**.

Dalam berbagai literatur, definisi tentang stakeholder juga beragam. Menurut **Shankman (1999)**, beberapa peneliti mendeskripsikan stakeholder sebagai individu atau kelompok yang memiliki kepentingan dan terpengaruh oleh aktivitas perusahaan (Freeman, 1984; Carroll, 1989). Sementara itu, **Clarkson (1995)** mendefinisikannya sebagai pihak-pihak yang memiliki risiko atau beban akibat keterlibatan aktivitas perusahaan.

Freeman (1984) mengklasifikasikan stakeholder menjadi dua kelompok, yaitu:

1. **Primary stakeholders**, yaitu pihak-pihak yang memiliki hubungan formal dan kontraktual dengan perusahaan, seperti karyawan, pemegang saham, pelanggan, dan pemasok.
2. **Secondary stakeholders**, yakni pihak-pihak yang tidak terlibat langsung namun tetap memiliki kepentingan terhadap aktivitas perusahaan, seperti media, LSM, atau komunitas lokal.

Lebih lanjut, menurut **Donaldson dan Preston (1995)**, terdapat tiga pendekatan utama dalam teori stakeholder, yaitu:

1. **Descriptive/Empirical** – menggambarkan bagaimana perusahaan berinteraksi dengan para pemangku kepentingan secara faktual.
2. **Instrumental** – menjelaskan bagaimana pengelolaan stakeholder dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan perusahaan, seperti kinerja finansial atau reputasi.
3. **Normative** – menekankan pada nilai moral dan etika bahwa semua stakeholder memiliki hak yang sah atas perhatian perusahaan, tidak semata-mata karena kontribusi ekonomi mereka.

Teori deskripsi adalah teori yang digunakan untuk menjelaskan, dan kadang-kadang mengeksplanasi karakteristik dan perilaku perusahaan secara spesifik. Teori instrumental digunakan untuk mengidentifikasi hubungan atau lack of connections antara manajemen stakeholder dengan pencapaian tujuan perusahaan tradisional. Sedangkan teori normatif digunakan untuk menginterpretasi fungsi perusahaan yang mencakup identifikasi moral atau pedoman filosofikal untuk operasi dan manajemen perusahaan. Esensi teori stakeholder adalah orang-orang atau kelompok-kelompok yang berkepentingan secara legitimate dalam prosedural dan atau aspek substantif aktivitas perusahaan. Implikasi dari pengertian teori stakeholder menyatakan bahwa perusahaan dipandang sebagai suatu kumpulan pihak-pihak yang berkepentingan secara kompetitif dan bekerjasama melalui suatu nilai intrinsik (a nexus of co-operative dan competitive interest possessing intrinsic value). Dengan demikian konsep

teori stakeholder dapat dikatakan bahwa bukan hanya suatu elemen deskripsi mengenai bentuk perusahaan, melainkan juga secara implisit atau eksplisit terdapat moral claim untuk mempengaruhi perusahaan sebagaimana tugas lainnya

Evolusi teori stakeholder juga tercermin dalam perubahan fokus dari pengelolaan risiko menjadi penciptaan nilai. Perusahaan tidak lagi hanya berfokus pada bagaimana menghindari kerugian yang disebabkan oleh pemangku kepentingan, tetapi juga pada bagaimana menciptakan nilai bagi mereka. Hal ini mencakup upaya untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan dengan pemangku kepentingan, meningkatkan reputasi perusahaan, dan mencapai keberlanjutan jangka panjang.

2.2 Jenis-jenis Stakeholder dalam Teori

1. Stakeholder Internal

Stakeholder internal merupakan individu atau kelompok yang berasal dari dalam organisasi atau perusahaan itu sendiri.

Atau alternatif lainnya:

- Stakeholder internal adalah pihak-pihak yang termasuk dalam struktur organisasi atau perusahaan tersebut.
- Stakeholder internal mencakup orang-orang atau kelompok yang bekerja di dalam organisasi atau perusahaan.
- Yang dimaksud dengan stakeholder internal adalah individu atau kelompok yang terlibat langsung dalam operasional internal suatu organisasi atau perusahaan.

2. Stakeholder Eksternal

Pihak eksternal organisasi, meskipun tidak berada di dalam struktur internal, tetap memiliki keterkaitan karena keputusan dan aktivitas organisasi dapat memengaruhi mereka. Berdasarkan tingkat kekuasaan dan pengaruhnya, stakeholder ini dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori berikut.

1. Stakeholder Utama (Primer)

Stakeholder primer adalah pihak-pihak yang memiliki keterikatan langsung dan signifikan terhadap penyusunan kebijakan, pelaksanaan proyek, serta perumusan program. Mereka memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan. Contoh dari stakeholder primer meliputi masyarakat, tokoh masyarakat, dan manajer publik.

2. Stakeholder Pendukung (Sekunder)

Stakeholder sekunder adalah pihak-pihak yang tidak terlibat secara langsung dalam pelaksanaan suatu program, kebijakan, atau proyek. Namun, mereka memiliki simpati dan kepedulian terhadap isu yang diangkat, sehingga kerap menyuarakan pendapat yang berpotensi memengaruhi sikap stakeholder primer maupun keputusan resmi pemerintah. Contoh dari stakeholder sekunder meliputi lembaga pemerintah, LSM, perguruan tinggi, dan kalangan pengusaha.

3. Stakeholder Kunci

Stakeholder kunci merupakan kelompok eksekutif yang memiliki kewenangan resmi dalam proses pengambilan keputusan. Mereka memegang peran strategis dalam menentukan arah dan kebijakan suatu proyek. Sebagai contoh, dalam proyek yang dilaksanakan oleh pemerintah daerah kabupaten, stakeholder kunci meliputi Pemerintah Kabupaten, DPRD Kabupaten, serta dinas-dinas yang secara langsung bertanggung jawab terhadap pelaksanaan proyek tersebut.

2.3 Peran Teori Stakeholder

1. Membuat keputusan

Sebagian stakeholder memiliki otoritas dalam menyampaikan ide, menentukan arah kebijakan perusahaan, serta memiliki hak untuk memilih atau memberhentikan CEO jika situasi menuntut hal tersebut.

2. Manajemen langsung

Para stakeholder menempati posisi di berbagai departemen dalam perusahaan, seperti Human Resources Development (HRD), Research and Development (R&D), dan departemen lainnya, yang berperan langsung dalam mengelola perkembangan bisnis serta menjamin keberhasilan perusahaan.

3. Pendukung keuangan

Stakeholder memiliki kewenangan untuk memutuskan penambahan atau pengurangan investasi mereka di suatu perusahaan berdasarkan pertimbangan terhadap kondisi keuangan perusahaan tersebut.

4. Tanggung jawab sosial perusahaan

Perusahaan perlu menjaga keseimbangan hubungan antara kepentingan bisnis dan para stakeholder. Oleh karena itu, perusahaan harus menerapkan sikap tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). Para stakeholder diharapkan mampu mengambil keputusan yang selaras dengan hasil dari strategi CSR yang dijalankan oleh perusahaan.

3. Dinamika Hubungan Stakeholder Terhadap Laporan Keuangan

3.1 Identifikasi Pemegang Kepentingan Utama dan Kepentingan Mereka dalam Laporan Keuangan

Menganalisis kepentingan spesifik dari masing-masing kelompok terkait informasi yang terkandung dalam laporan keuangan:

- Investor/Pemegang Saham: Kepentingan terhadap profitabilitas, pertumbuhan, risiko, nilai investasi, dan tata kelola perusahaan. Mereka mencari informasi untuk pengambilan keputusan investasi.
- Kreditor: Kepentingan terhadap likuiditas, solvabilitas, kemampuan membayar utang, dan risiko gagal bayar perusahaan. Mereka menggunakan laporan keuangan untuk menilai kelayakan kredit.
- Manajemen: Memiliki kepentingan dalam menyajikan kinerja yang baik (sesuai target), tetapi juga mungkin memiliki insentif untuk menyembunyikan informasi negatif (potensi asimetri informasi internal vs. eksternal).
- Karyawan: Kepentingan terhadap stabilitas perusahaan, kemampuan membayar gaji dan tunjangan, serta prospek pertumbuhan perusahaan yang dapat mempengaruhi keamanan pekerjaan.
- Pelanggan: Kepentingan tidak langsung, namun keberlanjutan perusahaan sebagai pemasok dan kualitas produk/layanan dapat tercermin dalam kinerja keuangan.
- Regulator: Kepentingan terhadap kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan, pembayaran pajak, dan potensi risiko sistemik.

Stakeholder juga dapat memengaruhi laporan keuangan dengan cara lain, seperti:

Tekanan untuk transparansi:

Stakeholder dapat menuntut perusahaan untuk memberikan informasi yang lebih transparan mengenai kinerja keuangan dan kegiatan sosial perusahaan, kata OJS Unud.

Penilaian kinerja keuangan:

Stakeholder dapat menilai kinerja keuangan perusahaan dan memberikan umpan balik Pengaruh pada kebijakan perusahaan:

Stakeholder dapat mempengaruhi kebijakan perusahaan terkait dengan lingkungan, sosial, dan ekonomi,

Peraturan dan Standar Pelaporan: Badan pengatur dan penyusun standar akuntansi merespons kebutuhan informasi pemegang kepentingan dengan mengeluarkan regulasi dan standar yang mengatur format dan isi laporan keuangan.

Tata Kelola Perusahaan: Struktur tata kelola yang baik memungkinkan pemegang kepentingan (melalui dewan komisaris dan mekanisme lainnya) untuk mengawasi manajemen dan memastikan pelaporan yang akurat dan relevan.

Analisis dan Evaluasi: Analisis keuangan dan lembaga pemeringkat kredit menggunakan laporan keuangan untuk mengevaluasi kinerja dan risiko perusahaan, yang pada gilirannya mempengaruhi reputasi dan akses pendanaan perusahaan.

Aktivisme Pemegang Saham: Pemegang saham yang aktif dapat menggunakan hak mereka untuk mempengaruhi kebijakan perusahaan terkait pelaporan dan transparansi.

4. Tinjauan Pustaka: Landasan Konseptual dan Pengembangan Teori Agency

Perspektif Agency Theory berkembang dalam disiplin ilmu ekonomi dan diperkenalkan oleh tokoh-tokoh berpengaruh seperti Ross (1973), Jensen & Meckling (1976), serta Eisenhardt (1989). Teori ini mulai mendapatkan perhatian sejak tahun 1960-an, ketika fokus utama para ekonom adalah mengkaji pembagian risiko (*risk sharing*) di antara individu atau kelompok yang memiliki kepentingan terhadap aktivitas ekonomi. Permasalahan utama yang muncul dalam konteks ini adalah adanya perbedaan sikap terhadap risiko dari masing-masing pihak yang terlibat.

Hal tersebut berkaitan erat dengan konsep dasar dari teori ini yang memandang organisasi sebagai *nexus of contract* (Jensen & Meckling, 1976), yakni sekumpulan kontrak antara pihak-pihak yang saling berinteraksi. Dalam konteks ini, kontrak terjadi antara investor (selaku *principal*) dan manajer perusahaan (selaku *agent*).

Konsekuensi dari pandangan ini menimbulkan dua kategori permasalahan utama, yaitu masalah agensi (*agency problem*) dan masalah pembagian risiko (*risk sharing problem*). Masalah agensi muncul ketika terdapat konflik antara *principal* dan *agent* mengenai tujuan perusahaan, serta ketika *principal* mengalami kesulitan dalam memverifikasi pengeluaran atau tindakan yang dilakukan oleh *agent*. Sementara itu, masalah pembagian risiko timbul ketika kedua belah pihak memiliki perbedaan persepsi dalam menilai dan menyikapi risiko yang ada. Untuk mengatasi kedua permasalahan di atas, teori agensi menawarkan 2 alternatif pemecahan yaitu pembuatan kontrak yang berorientasi pada berperilaku (behavioral-oriented contract) dan ber-orientasi pada hasil (outcome-oriented contract), (Eisenhardt, 1989).

Asumsi-asumsi yang mendasari teori agensi adalah:

1. Asumsi yang berkaitan dengan manusia, yaitu self-interest, bounded rationality, dan risk aversion.
2. Asumsi organisasi, yaitu terdapat konflik tujuan diantara anggota baik prinsipal maupun agensi, dan
3. Asumsi informasi yang memandang informasi sebagai suatu komoditas (commodity) yang dapat dibeli.

Atas dasar asumsi-asumsi tersebut, teori agensi berkembang dalam dua perkembangan atau kategori, yaitu teori agensi positif (positivist agency theory) dan riset prinsipal-agensi (principal-agency research). Teori agensi positif merupakan teori agensi yang mengidentifikasi situasi yang berkaitan dengan terjadinya konflik tujuan antara prinsipal dan agensi dan menjelaskan mekanisme governance atas keterbatasan perilaku self-serving agensi. Sedangkan kategori riset prinsipal agensi merupakan teori agensi yang menekankan suatu teori umum yang berkaitan dengan hubungan prinsipal dan agensi, dimana teori tersebut dapat diaplikasikan kedalam bentuk lainnya seperti hubungan antara manajer puncak (employee) dengan manajer menengah (employee), pengacara dengan klien, pembeli dengan supplier dan sejenisnya.

4.2 Masalah dalam Teori Agensi

1. Agen Mengambil Keputusan Berdasarkan Kepentingan Pribadi

Secara alami, manusia cenderung lebih mengutamakan kepentingan pribadi dibandingkan kepentingan pihak lain. Sifat ini juga tercermin dalam lingkungan perusahaan. Perbedaan kepentingan dan tujuan antara pemegang saham dan manajemen dapat memicu conflict of interest yang berpotensi merugikan salah satu maupun kedua belah pihak.

Beberapa permasalahan umum yang kerap muncul akibat konflik tersebut antara lain:

- Terjadinya kerugian pada pihak pemegang saham akibat keputusan manajerial yang tidak selaras dengan kepentingan pemilik modal.
- Praktik rekrutmen yang tidak objektif, seperti adanya indikasi kolusi dan nepotisme oleh pihak manajemen.
- Ketidakmampuan manajemen dalam menghentikan kontrak kerja staf yang tidak kompeten, yang berujung pada kerugian perusahaan.
- Pemalsuan data atau laporan keuangan oleh pihak manajemen yang merugikan transparansi dan akuntabilitas perusahaan.
- Pengeluaran yang melebihi pendapatan perusahaan akibat pengelolaan dana yang tidak efektif oleh manajemen.

2. Informasi yang Tidak Simetris

Strategi Mengatasi Permasalahan dalam Teori Agensi:

Untuk mengurangi ketimpangan informasi dan konflik kepentingan yang mungkin timbul antara *principal* dan *agent*, sejumlah langkah dapat diambil, di antaranya:

- Menyelaraskan kepentingan agen, agar tujuan pribadi agen dapat sejalan dengan kepentingan perusahaan dan pemegang saham.
- Memberikan insentif atau penghargaan, sebagai bentuk motivasi kepada agen agar bertindak sesuai dengan harapan prinsipal.
- Menerapkan sanksi atau hukuman, terhadap setiap pelanggaran yang dilakukan oleh agen sebagai bentuk kontrol dan disiplin.
- Mengimplementasikan prinsip *Good Corporate Governance* (GCG), guna menciptakan sistem pengawasan yang transparan, akuntabel, dan bertanggung jawab.
- Pendanaan perusahaan melalui utang, yang dapat memberikan tekanan eksternal kepada manajemen untuk bertindak lebih hati-hati dan efisien.
- Keterlibatan eksklusif prinsipal dalam pengambilan keputusan strategis, sebagai upaya untuk mengontrol tindakan agen secara langsung.

5. Mekanisme Pengaruh teori agency Terhadap Laporan Keuangan

5.1 Masalah keagenan perspektif teori agency

Contoh masalah keagenan dalam manajemen keuangan:

- Manajer dapat mengambil keputusan yang menguntungkan mereka sendiri, tetapi merugikan pemegang saham.
- Manajer dapat menyembunyikan informasi keuangan dari pemegang saham
- Manajer dapat menggunakan aset perusahaan untuk kepentingan pribadi mereka sendiri.

5.2 Cara mengatasi masalah keagenan dalam manajemen keuangan:

- Menerapkan struktur tata kelola perusahaan yang efektif.
- Membangun sistem kompensasi yang proporsional dan berbasis kinerja.
- Menetapkan kebijakan perusahaan secara terbuka dan transparan.

Dengan menerapkan langkah-langkah tersebut, perusahaan dapat meminimalisasi konflik keagenan dalam pengelolaan keuangan, sehingga berkontribusi pada peningkatan kinerja perusahaan secara keseluruhan serta mengurangi potensi permasalahan dalam tata kelola perusahaan (*corporate governance*).

6. Asimetri Informasi dalam Hubungan Laporan Keuangan

Asimetri informasi merujuk pada situasi di mana terjadi ketidakseimbangan dalam penguasaan informasi antara pihak manajemen sebagai penyusun laporan (*provider*) dan pemegang saham maupun stakeholder sebagai pengguna informasi (*user*). Menurut Scott (2000), terdapat dua bentuk utama dari asimetri informasi:

1. Adverse Selection

Kondisi ini muncul ketika manajer atau pihak internal perusahaan memiliki informasi yang lebih lengkap mengenai kondisi dan prospek perusahaan dibandingkan pihak eksternal seperti investor atau pemodal.

2. Moral Hazard

Terjadi ketika tindakan-tindakan yang diambil oleh manajemen tidak sepenuhnya dapat diketahui oleh pemegang saham atau kreditor, sehingga membuka kemungkinan manajemen bertindak di luar batas kewajaran atau melakukan pelanggaran tanpa sepengetahuan pihak lain.

Keberadaan asimetri informasi ini dapat memicu konflik kepentingan antara prinsipal (pemilik modal) dan agen (manajer), karena masing-masing pihak berpotensi mengambil keuntungan untuk kepentingannya sendiri.

Eisenhardt (1989) menyampaikan bahwa terdapat tiga asumsi dasar mengenai sifat manusia yang turut memengaruhi masalah ini, yaitu:

1. Manusia cenderung mementingkan kepentingan pribadi (self-interest).
2. Manusia memiliki keterbatasan dalam kemampuan berpikir jangka panjang (bounded rationality).
3. Manusia secara alami berusaha menghindari risiko (risk averse).

Berdasarkan ketiga asumsi tersebut, dapat disimpulkan bahwa informasi yang disusun dan disampaikan oleh manusia kepada pihak lain seringkali diragukan akurasi serta keandalan dari informasi tersebut.

6.1 Implikasi Asimetri Informasi konsekuensi atau dampak yang timbul akibat adanya ketidakseimbangan informasi antara pihak-pihak yang terlibat dalam suatu transaksi atau hubungan

1. Keputusan Investasi yang Tidak Optimal:

- Investor vs. Manajemen: investor mungkin membuat keputusan investasi yang tidak tepat berdasarkan informasi yang terbatas atau bias yang disajikan oleh manajemen. Mereka bisa saja *overvalue* atau *undervalue* saham perusahaan.
- Kurangnya Kepercayaan Investor: Jika investor mencurigai adanya asimetri informasi yang signifikan dan kurangnya transparansi, mereka mungkin enggan untuk berinvestasi, yang dapat menghambat akses perusahaan terhadap modal.

2. Kesulitan dalam Penilaian Kredit dan Pemberian Pinjaman:

- Kreditor vs. Perusahaan: Perusahaan memiliki informasi yang lebih baik tentang kondisi keuangannya, termasuk potensi risiko gagal bayar, dibandingkan kreditor. Asimetri ini dapat menyulitkan kreditor dalam menilai risiko kredit secara akurat.
- Persyaratan Pinjaman yang Lebih Ketat: Untuk melindungi diri dari potensi risiko yang tidak diketahui akibat asimetri informasi, kreditor mungkin mengenakan suku bunga yang lebih tinggi atau persyaratan pinjaman yang lebih ketat.

3. Distorsi dalam Hubungan dengan Pemasok dan Pelanggan:

- Perusahaan vs. Pemasok: Perusahaan mungkin memiliki informasi yang lebih baik tentang kondisi keuangannya dan prospek bisnis jangka panjang, yang dapat memengaruhi negosiasi kontrak dengan pemasok. Pemasok mungkin merasa dirugikan jika informasi ini tidak dibagikan secara adil.
- Perusahaan vs. Pelanggan: Meskipun bukan fokus utama laporan keuangan, asimetri informasi terkait kualitas produk, praktik bisnis, atau keberlanjutan perusahaan (yang mungkin tercermin dalam laporan non-keuangan) dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan dan merusak reputasi perusahaan.

4. Masalah Tata Kelola Perusahaan (Good Corporate Governance):

- Pemegang Saham vs. Manajemen: Asimetri informasi memberikan peluang bagi manajemen untuk bertindak sesuai kepentingan mereka sendiri (agency problem) yang mungkin tidak sejalan dengan kepentingan pemegang saham. Kurangnya transparansi dalam laporan keuangan dapat menyulitkan pemegang saham untuk memantau dan mengendalikan manajemen.

- Pengambilan Keputusan yang Tidak Akuntabel: Jika informasi tidak transparan, manajemen mungkin tidak bertanggung jawab atas keputusan yang buruk atau kinerja yang mengecewakan.

5. Potensi Praktik Akuntansi yang Agresif dan Penipuan:

- Manajemen Manipulasi Laporan Keuangan: Dalam situasi asimetri informasi, manajemen yang memiliki insentif untuk menunjukkan kinerja yang baik (misalnya, untuk bonus atau mempertahankan harga saham) mungkin tergoda untuk memanipulasi laporan keuangan agar terlihat lebih baik dari kenyataannya.
- Kesulitan Auditor dalam Mendeteksi Kecurangan: Auditor, sebagai pihak eksternal, juga menghadapi asimetri informasi dan mungkin kesulitan mendeteksi praktik akuntansi yang curang atau agresif jika manajemen dengan sengaja menyembunyikan informasi.

6. Kurangnya Kepercayaan dan Reputasi yang Buruk:

- Erosi Kepercayaan Stakeholder: Jika stakeholder merasa bahwa perusahaan tidak transparan atau menyembunyikan informasi penting, kepercayaan mereka terhadap perusahaan dapat terkikis.
- Kerusakan Reputasi: Skandal akuntansi atau pengungkapan informasi yang menyesatkan akibat asimetri informasi dapat merusak reputasi perusahaan secara signifikan dan berdampak negatif pada hubungan dengan semua stakeholder.

7. Regulasi yang Lebih Ketat:

- Respons Terhadap Kegagalan Pasar: Kegagalan pasar atau krisis keuangan yang disebabkan oleh asimetri informasi seringkali mendorong pemerintah dan regulator untuk memberlakukan peraturan yang lebih ketat terkait pengungkapan informasi dan standar akuntansi untuk melindungi investor dan stakeholder lainnya.

7. Peran Laporan Keuangan dalam Mengurangi Asimetri Informasi

Bagaimana laporan keuangan yang berkualitas dan transparan dapat membantu mengurangi kesenjangan informasi antara perusahaan dan pemegang kepentingannya. Namun, perlu diakui bahwa laporan keuangan mungkin tidak sepenuhnya menghilangkan asimetri informasi.

Laporan keuangan memainkan peran krusial dalam mengurangi asimetri informasi antara perusahaan (terutama manajemen) dan para pemangku kepentingannya (stakeholder). Berikut adalah beberapa cara utama laporan keuangan berkontribusi dalam mengatasi masalah ini:

1. Menyediakan Informasi yang Relevan dan Andal:
2. Meningkatkan Transparansi dan Akuntabilitas:
3. Mengurangi Peluang untuk Informasi Tersembunyi atau Manipulasi:
4. Memfasilitasi Komunikasi dengan Stakeholder:

KESIMPULAN

Stakeholder adalah seluruh pihak dalam masyarakat, baik individu, komunitas, maupun kelompok tertentu, yang memiliki keterkaitan dan kepentingan terhadap suatu organisasi, perusahaan, atau isu yang sedang dihadapi. Mengelola stakeholder secara efektif dapat memberikan berbagai manfaat dan keuntungan bagi keberlanjutan organisasi.

Sementara itu, **teori agensi** menjelaskan hubungan kontraktual antara pemilik (principal) dan manajer (agent), di mana keduanya memiliki kepentingan dan tujuan yang berbeda dalam mengelola perusahaan. Fokus utama dari hubungan ini adalah bagaimana masing-masing pihak memaksimalkan kepuasan dan keuntungan dari kegiatan usaha yang dilakukan. Oleh karena itu, dibutuhkan tingkat kepercayaan yang tinggi antara principal dan agent. Manajer (agent) bertanggung jawab untuk menyampaikan informasi secara transparan kepada pemilik (principal), khususnya yang berkaitan dengan kondisi dan perkembangan perusahaan, karena

hanya manajemen yang memiliki pengetahuan menyeluruh mengenai situasi internal perusahaan.

Didalam hal ini lah sering terjadi asimetri informasi(Keunggulan informasi yang dimiliki manajemen menciptakan kesenjangan informasi antara perusahaan (melalui manajemennya) dan para stakeholder

DAFTAR PUSTAKA

- Mahajan, R., Lim, W. M., Sareen, M., Kumar, S., & Panwar, R. (2023). Stakeholder theory. *Journal of Business Research*, 166, 114104.
- Phillips, R. A. (Ed.). (2011). *Stakeholder theory*. Edward Elgar Publishing.
- Kurniawansyah, D., Kurnianto, S., & Rizqi, F. A. (2018). Teori agency dalam pemikiran organisasi; pendekatan positivist dan principle-agen. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Airlangga*, 3(2), 435-446.
- Lisa, O. (2021). Asimetri informasi dan manajemen laba: suatu tinjauan dalam hubungan keagenan. *E-Repository Dosen Universitas Gajayana Malang*.
- agalung, Gagaring. "Transaction Cost, Agency Theory, Dan Stakeholder Theory Dalam Teori (Desain) Organisasional: Kajian Asumsi-asumsi Dasar." *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, vol. 6, no. 2, 2004, pp. 138-150, doi:[10.34208/jba.v6i2.570](https://doi.org/10.34208/jba.v6i2.570).
- Jikhan, Fat'Chatus Chanifa, et al. *Pengantar agency theory : teori dan implementasi*. Borneo Novelty Publishing, 2025
- Nufaisa, Nufaisa, and Binti S. Jannah. "Mengidentifikasi Peran Teori dan Karakteristik Perusahaan yang Dapat Mempengaruhi Pengungkapan CSR." *Behavioral Accounting Journal*, vol. 3, no. 2, 2020, pp. 181-194, doi:[10.33005/baj.v3i2.107](https://doi.org/10.33005/baj.v3i2.107).