

Four Characteristics of the Prophets: a Way to Reduce Moral Hazard's Problem

Adhayani Mentari Paramata¹, Amiruddin K², Muhammad Wahyuddin Abdullah³

*Institut Agama Islam Negeri Sultan Amai, Gorontalo, Indonesia¹
Universitas Islam Negeri Alauddin, Makassar, Indonesia^{2,3}*

Email: adhayani.paramata@iaingorontalo.com

Abstract: The research aims to construct an agency theory in relation to mitigating the existence of a moral hazard in an inappropriate information between the principal (capital owner) and the agent (authorized recipient) on the mortgage financing. The research is conducted using the method of systematic literature review (SLR), which basically collects and summarizes the results of research with scientific methods. This research can conclude the role of the agency theory in minimizing information asymmetry is by using a metaphor of the four properties of the prophet, where the indicators of the metaphors of the four properties are Shiddiq (honest), Tablig (communicative/transparent), Trust (faith), and Fathanah (smart worker). This research is expected to imply and help the Shariah financial institutions or the independent institutions within which they regulate business activities and deal with the agency system.

Keywords: Four Properties of the Prophet; Moral Hazard; Mudharabah

Abstrak: Penelitian bertujuan untuk mengkonstruksi teori agensi dalam kaitannya dengan memitigasi adanya moral hazard dalam sebuah informasi yang tidak sesuai antara principal (pemilik modal) dan agent (penerima wewenang) pada pembiayaan mudharabah. Penelitian ini dilakukan dengan memakai metode penelitian systematic literature review (SLR), yang pada dasarnya mengumpulkan dan meringkas hasil penelitian dengan metode ilmiah. Penelitian ini dapat disimpulkan peran teori agensi dalam meminimalisir asimetri informasi adalah dengan cara menggunakan metafora empat sifat nabi, dimana indikator metafora empat sifat nabi adalah Shiddiq (jujur), Tablig (komunikatif/transparan), Amanah (kepercayaan), dan Fathanah (kerja cerdas). Penelitian ini diharapkan dapat berimplikasi dan membantu lembaga keuangan syariah ataupun dengan Lembaga independen yang di dalamnya mengatur aktivitas bisnis dan muamalah dengan sistem keaagenan.

Kata Kunci: Empat Sifat Nabi; Moral Hazard; Mudharabah

PENDAHULUAN

Agency theory (teori keagenan) dapat dipandang sebagai suatu versi dari game theory yang merupakan teori yang mendasari praktik bisnis perusahaan. Prinsip utama teori keagenan adalah adanya hubungan kerja antara pihak yang memberi wewenang yaitu pemilik (principal) dengan pihak yang menerima wewenang yaitu manajer (agent). Hubungan ini memberikan implikasi adanya potensi konflik kepentingan antara pemilik dan manajer karena masing-masing pihak memiliki kepentingan yang berbeda (Jamaluddin & Enre, 2023). Seperti halnya hubungan kontraktual antara pekerja dan pemberi kerja, teori keagenan mulai dikembangkan dan diterapkan untuk membahas kebanyakan fenomena organisasi atau perusahaan seperti kompensasi, strategi akuisisi dan diversifikasi, hubungan dewan, maupun struktur kepemilikan dan pembiayaan (Hasril, 2023). Agency Theory dalam perjalanannya tidak sebaik yang terlihat, permasalahan timbul ketika kedua belah pihak mempunyai persepsi dan sikap yang berbeda dalam hal pemberian informasi yang akan digunakan oleh prinsipal untuk memberikan insentif kepada agen. Intinya, ketika prinsipal berusaha memaksimalkan keuntungannya, agen ingin memaksimalkan pendapatannya sehingga agen perlu menginvestasikan upaya yang lebih besar. Akan tetapi, hal ini mengakibatkan semakin tidak bergunanya upaya bagi agen, sehingga agen hanya ingin melakukan upaya secukupnya untuk memaksimalkan pendapatannya.

Konsep agency theory bagi beberapa pihak masih menimbulkan pro dan kontra tentang bagaimana teori ini mempengaruhi realitas saat ini. Teori agensi menggunakan tiga asumsi sifat dasar manusia yaitu: (1) manusia pada umumnya mementingkan diri sendiri, (2) manusia memiliki daya pikir

terbatas mengenai persepsi masa mendatang, (3) manusia selalu menghindari resiko (Arwani et al., n.d.). Dari asumsi tersebut dapat dilihat bahwa agency problem yang sering terjadi antara agen dan prinsipal dipicu adanya sifat dasar tersebut. Pengaruh keagenan terhadap prinsipal adalah jika prinsipal memperoleh kekuasaan dan kemampuan yang lebih tinggi untuk memerintahkan agennya dan agen harus bertindak berdasarkan kepentingan prinsipal untuk memaksimalkan kekayaannya sendiri. Ibarat prinsipal telah "membeli" agen, maka agen tidak punya pilihan lain lagi, selain menuruti keinginan prinsipalnya (Kumalasari & Sudarma, 2013). Hubungan antara pemegang saham (principal) dan manajer (agent) yang seperti ini tentunya dapat mempengaruhi komunikasi antara kedua pihak dan dapat mengarah pada kondisi ketidakseimbangan informasi (asymmetrical information). Hal ini karena manajer memiliki tekanan untuk melaporkan hal-hal yang baik kepada pihak principal atau pemilik. Selain itu, karena informasi perusahaan yang dimiliki manajer tentunya lebih lengkap dibandingkan principal. Hal ini tentunya yang membuat banyak pandangan yang mengatakan bahwa teori keagenan yang ada tidak didasarkan prinsip-prinsip kemanusiaan seperti tanggung jawab dan keadilan (Wahyudin Abdullah, 2019).

Perilaku agen atau manajer untuk bertindak hanya untuk menguntungkan dirinya sendiri dengan mengorbankan pihak lain. Adanya asimetri informasi dan self serving behavior pada agen atau manajer memungkinkan mereka untuk mengambil keputusan dan kebijakan yang kurang bermanfaat bagi perusahaan. Seorang agen yang bekerja dilapangan akan memiliki informasi yang lebih banyak dan akurat dibandingkan dengan prinsipal yang menyebabkan terjadinya untransparansi antara kedua belah pihak ataupun sebaliknya (Panda & Leepsa, 2017). Disamping itu apabila salah satu pihak memiliki informasi yang lebih banyak dibandingkan pihak lain yang dimanfaatkan untuk kepentingan sendiri (Moral Hazard), dan merugikan orang lain maka akan terjadi market failure.

Masalah keagenan ini juga terjadi pada akad mudharabah di perbankan syariah. Masalah tersebut dikarenakan beberapa faktor yang dapat memicu risiko yang hadir dikarenakan mudharabah adalah akad yang berbasis kepercayaan sehingga dimasukkan dalam kategori akad berisiko tinggi. Dalam melakukan pembiayaan mudharabah dihadapkan dengan masalah terjadinya moral hazard yang kedepan nantinya akan berdampak tidak baik pada kelanjutan kesehatan keuangan Lembaga bank itu sendiri (Tri et al., n.d.). Perbankan syariah mengutamakan prinsip bagi hasil. Tetapi bank syariah tidak terlalu tertarik dengan mudharabah dalam pembiayaan. Ini disebabkan oleh risiko tinggi yang terkait dengan pembiayaan akad mudharabah serta jumlah pengembalian atau pelunasan yang tidak pasti oleh nasabah. Peristiwa ini terjadi karena nasabah tidak memahami metode mudharabah. Islam menyediakan cara pembiayaan yang adil dan prinsip pertanggungjawaban yang jelas yang tidak berfokus pada keuntungan salah satu pihak. Untuk mengantisipasi berbagai risiko tersebut, diperlukan suatu pengelolaan untuk meminimalkan atau mengantisipasi suatu risiko, yang dikenal sebagai mitigasi risiko pembiayaan.

Teori keagenan sama sekali tidak obyektif dan secara samar memiliki kemampuan untuk merasionalkan, menormalisasi, dan melegitimasi berbagai macam instrumen yang digunakan untuk mengendalikan agen seakan-akan kaum agen dalam hal ini memperoleh banyak manfaat dari sistem yang sesungguhnya sangat eksploitatif. Oleh karena itu penelitian ini ingin memperlihatkan sisi lain dari cara mereduksi dan memitigasi moral hazard yang terjadi pada karena adanya konflik keagenan dengan menawarkan empat sifat nabi yaitu Shiddiq (Benar dan jujur), Tabligh (Menyampaikan/transparansi), Amanah (Dapat dipercaya), dan Fathanan (Kerja cerdas) sebagai solusinya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan memakai metode penelitian systematic literature review (SLR), yang pada dasarnya mengumpulkan dan meringkas hasil penelitian dengan metode ilmiah. Systematic Literature Review merupakan istilah yang merujuk kepada kegiatan pengembangan yang bertujuan mengumpulkan dan menilai berbagai penelitian yang terkait pada fokus topik yang sama dengan penelitian peneliti.

Penelitian dengan metode SLR dilakukan tanpa turun langsung ke lapangan, hanya cukup melakukan identifikasi, evaluasi dan menafsirkan hasil penelitian terdahulu yang relevan terhadap topik atau fenomena yang akan kita diteliti. Karena penelitian ini berjudul "Four Characteristic Of The Prophet : A Way To Reduce Moral Hazard's Problem" sehingga jurnal-jurnal dan karya-karya tulis yang digunakan berdasarkan dengan judul yang ada.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

AGENCY THEORY

Teori agensi adalah sesuatu yang benar-benar menarik mengingat pentingnya dan mendalamnya hubungan antar individu dan insentif dalam organisasi. Singkatnya, teori keagenan adalah tentang cara di mana hubungan semacam ini dapat berjalan, melibatkan satu pihak (prinsipal) yang menugaskan sesuatu untuk dilakukan oleh pihak lain (agen), dengan siapa mereka berharap akan bertindak atas nama pihak yang melakukan hal tersebut (Zulfajrin et al., 2022). baik untuk mereka. Hubungan keagenan adalah model interaksi sosial yang paling tua, Hubungan keagenan ini terbentuk dalam hubungan antara dua atau lebih entitas. Salah satu pihak digambarkan sebagai pihak principal, dan pihak lain sebagai agen atau representatif. seperti hubungan kontraktual antara negara dan pemerintah, dan antara pekerja dan pemberi kerja.

Principal atau pemilik perusahaan, selalu ingin tahu apa yang terjadi di dalam perusahaan, termasuk bagaimana manajemen menggunakan dana yang diinvestasikan. Principal dapat mendapatkan informasi yang diperlukan dan menilai kinerja agen selama periode tertentu melalui laporan pertanggung jawaban yang dibuat oleh manajemen sebagai agen. Namun, dalam praktiknya, manajemen cenderung melakukan kecurangan agar laporan pertanggung jawaban yang dibuat oleh agen terlihat baik dan akan memberikan keuntungan kepada principal. Untuk mencegah hal-hal seperti itu terjadi, diperlukan bantuan pihak ketiga yang independen, seorang auditor. Dengan bantuan auditor, laporan keuangan agen menjadi lebih dapat dipercaya (Onjewu et al., 2023)

Sebagian besar perspektif berpendapat bahwa teori keagenan saat ini tidak bersandar pada prinsip-prinsip kemanusiaan seperti keadilan dan tanggung jawab. tindakan agen yang hanya menguntungkan dirinya sendiri dengan mengorbankan pihak lain. Agen mengambil kebijakan dan keputusan yang tidak menguntungkan perusahaan karena ketidakseimbangan informasi dan perilaku self-serving mereka (Said et al., 2022). Jika tidak ada transparansi antara kedua belah pihak atau sebaliknya, seorang agen yang bekerja di lapangan akan memiliki informasi yang lebih akurat dan lebih banyak daripada seorang prinsipal (Panda & Leepsa, 2017). Ini disebabkan oleh keegoisan kedua belah pihak untuk mengutamakan kepentingannya sendiri. Akibatnya, setiap anggota organisasi memiliki kepentingan yang bertentangan, dan masing-masing berusaha untuk mencapai kepuasan maksimal.

MORAL HAZARD

Moral Hazard merupakan salah satu bagian dari asymmetric information dimana ada pihak yang dapat secara langsung mengamati pengelolaan suatu bisnis sedangkan pihak yang lainnya yang juga memiliki kepentingan yang sama tetapi tidak dapat mengamati secara langsung. Terjadinya hal ini biasanya karena adanya pemisahan pengendalian. Sehingga dapat disimpulkan moral hazard adalah suatu kegiatan yang terjadi apabila salah satu pihak memiliki informasi yang lebih dan melakukan hal-hal yang tidak sesuai dengan yang disepakati dalam perjanjian. Dalam hal ini, moral hazard sering kali terjadi pada teori keagenan antara pihak agen dan prinsipal. Ketika prinsipal memberikan pembiayaan kepada agen, mereka menetapkan batasan tertentu untuk mengurangi kemungkinan terjadinya resiko asimetri informasi. Batasan-batasan ini adalah sebagai berikut: pertama, agen harus berpartisipasi untuk mengurangi kecurangan sehingga tidak ada kerugian yang signifikan; kedua, prinsipal melarang agen untuk melakukan bisnis dengan resiko yang rendah; dan ketiga, agen tidak boleh melakukan tindakan yang tidak menguntungkan (Zulkarnaen Purnamaputra et al., 2022).

Asimetri informasi merupakan sebuah aktivitas di mana terdapat perbedaan perolehan informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang antara pihak manajer dan pemegang saham. Dalam hal ini, adanya asimetri informasi dalam hubungan ini dianggap sebagai penyebab adanya praktik manajemen laba karena pihak manajer selaku penyedia informasi keuangan perusahaan memiliki motivasi untuk meninggikan laba perusahaan demi kepentingan pribadi mereka misalnya dalam tujuan mendapatkan keuntungan lebih dalam hal ini bonus. Hal tersebut dapat merugikan pihak investor dan pemilik dana yang menginginkan laporan keuangan yang real dan relevan serta dapat dipercaya. Semakin tinggi tingkat perbedaan informasi antara manajer dan pemegang saham, maka peluang manajer untuk melakukan manajemen laba akan semakin besar (Yulika Anggreningsih & Wayan Pradnyantha Wirasedana, 2017).

Jika dalam perbankan syariah masalah prinsipal dan agen dalam akad mudharabah terjadi ketika kepentingan mudharib bertentangan dengan kepentingan pemilik dana (shahibul maal). Dalam hal ini mudharib (agent) bertindak mengabaikan hubungan kontraktual yang sudah disepakati dan akan bertindak semena-mena tidak berdasarkan kepentingan pemilik dana. Sedangkan dalam akad mudharabah, pemilik dana tidak diperbolehkan sama sekali untuk ikut campur dalam masalah pengelolaan usaha yang dilakukan oleh agen atau mudharib sehingga mudharib memiliki informasi yang lebih banyak dan menciptakan peluang terjadinya asymmetric information. penyaluran pembiayaan mudharabah pada bank syariah sangat rendah jika dilihat dengan perbandingan metode pembiayaan lainnya. Penyebab dari hal ini tidak terlepas dari adanya penyalahgunaan dana pembiayaan. Dimana pengelola atau mudharib atau agen yang seharusnya wajib menggunakan dana mudharabah untuk usaha bisnisnyanya, malah justru menggunakannya untuk hal lain diluar kesepakatan. Hal ini menyebabkan agen atau mudharib tidak bisa mengembalikan dana pembiayaan mudharabah yang telah diterimanya dan tentunya juga tidak dapat menepati pembagian hasil yang telah disepakati dan ditentukan di awal akad oleh semua pihak (Dhiwa et al., 2020).

4 SIFAT NABI SEBAGAI SOLUSI DARI MORAL HAZARD

Rasulullah diberi banyak tugas dari Allah, salah satunya adalah menjadi panutan terbaik bagi orang-orang untuk memperoleh keselamatan dunia dan akhirat, sesuai dengan Sabda Rasulullah yang artinya ""Sesungguhnya aku diutus untuk menyempurnakan akhlak yang mulia" (Shahih Bukhari). Selanjutnya Allah menegaskan dalam QS. Al-Qalam: 4 yang artinya "Dan sesungguhnya kamu (Muhammad) benar-benar berbudi pekerti yang agung", dalam QS. Al-Ahzab: 21 yang artinya "sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap rahmat Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyembah Allah SWT (Handayani, 2018).

Nabi Muhammad SAW sebagai manusia yang pilihan yang memiliki kepribadian yang menarik. Kepribadian yang menarik tersebut tergambar pada hadist-hadist Rosulullah, yaitu berupa ucapannya, tindakannya atau persetujuannya sangat erat kaitannya dengan etika bisnis. Tentunya begitu banyak hadits yang bersinggungan etika bisnis pedoman para sahabat dalam kegiatan bisnis pada masa itu. Di lain sisi Muhammad sebelum diangkat menjadi Nabi sudah dikenal oleh penduduk mekkah saat itu memiliki sifat-sifat terpuji, antara lain jujur (shiddiq), dapat dipercaya (amanah), cerdas dan bijaksana (fathanah), menyampaikan (tabligh). Dalam hal ini nampak pada serangkaian kegiatan bisnis beliau.

SHIDDIQ (Jujur)

Pertama, shiddiq adalah sifat Nabi Muhammad yang artinya ada benar dan jujur yang merupakan perilaku yang dilandaskan pada upaya menjadi seseorang yang lebih baik dalam berhubungan dengan manusia yang lainnya. Hal ini juga tentunya dapat di realisasikan dan diwujudkan dengan perkataan, tindakan, dan pekerjaan serta tidak adanya pertentangan yang disengaja antara ucapan dan perbuatan. Rasulullah SAW telah mengajarkan etika bisnis, salah satunya adalah kejujuran. Karena kejujuran merupakan ajaran Islam yang sangat mulia, terutama dalam hal muamalah, peran kejujuran dalam jual beli dan berhubungan antara manusia sangat penting. Dalam dunia usaha, kejujuran ditunjukkan dengan menjadi sungguh-sungguh dan tepat waktu, memenuhi janji, melayani, dan mengakui kelemahan dan kekurangan, serta menghindari penipuan. Bisnis harus didasarkan pada kerelaan, keterbukaan, dan transparansi antara kedua belah pihak tanpa ada pihak yang dirugikan (Amalia, 2014).

Kejujuran dapat digunakan sebagai salah satu cara untuk mereduksi adanya moral hazard yang terjadi antara principal dan agen atau mudharib dan shahibul maal. Kejujuran dari mudharib dalam menjalankan usahanya dengan menggunakan dana dari pihak shahibul maal, tanpa ada yang ditutupi, mengakui ketika untung dan mengakui dengan sejujurnya ketika mengalami kerugian merupakan hal yang sangat penting untuk memulai sebuah perjanjian antara pihak principal (shahibul maal) dan agen (mudharib). Dapat dijelaskan dalam sebuah Hadits Rasulullah SAW (Handayani, 2018): Artinya: "Diriwayatkan dari Abdullah bin Amr ia berkata: seseorang memberitahu kepada Nabi SAW bahwa ia selalu tertipu dalam pembelian atau penjualan, maka Nabi bersapda kepadanya jika kamu membeli sesuatu maka katakana kepada penjualnya tidak ada tipu menipu dalam Agama". Dari hadist di atas tentu dapat kita pahami bahwa pondasi utama dalam sistem mudharabah adalah bagaimana pihak yang satu dengan pihak yang lainnya jujur

dalam mengungkapkan keadaannya tanpa adanya tipu menipu serta dalam tindakannya sesuai dengan perjanjian atau akad yang ada.

TABLIGH (Komunikatif/Transparansi)

Kedua, tabligh yang artinya komunikatif dan transparansi. Sifat ini tentunya harus dimiliki manusia dalam menjalankan aktivitas muamalah. Komunikasi merupakan hal yang paling krusial dalam berperilaku muamalah. Seseorang harus dapat menyampaikan sebuah informasi barang atau keadaan dengan baik agar mendapat umpan balik dan jawaban yang baik dari pihak yang lainnya.

Tabligh (transparency) dapat digunakan sebagai metafora dalam rangka meminimize asimetri informasi pada masalah moral hazard terkhususnya pada akad mudharabah, keterbukaan perlu dilakukan dalam rangka memberikan informasi dengan jelas yang harus dilakukan oleh agent kepada shahibul mal sehingga segala aktivitas yang dilakukan oleh mudharib juga dapat diketahui oleh principal. Terjadinya kerugian dalam sebuah perusahaan karena informasi yang asimetri atau informasi yang tidak sempurna karena tidak adanya komunikasi yang baik antara pihak principal dan agen. Untuk meminimalisir terjadinya asimetri informasi dalam pembiayaan mudharabah maka yang harus diperhatikan adalah keterbukaan atau transparansi dari laporan keuangan. Prinsip ini merupakan kebutuhan dasar dalam Islam, dimana berlaku bagi setiap manusia sebagai khalifah. Kebenaran dalam prinsip ini, bukan hanya benar secara syariah, tapi merupakan sebuah upaya untuk mendekatkan diri kepada Tuhan. Transparansi informasi meliputi penyajian laporan keuangan kepada publik, keterbukaan informasi tentang program kerja, transparansi dalam perencanaan, pengalokasian dan pendistribusian dana zakat, infak, dan sadaqah, serta keterbukaan dalam penganggaran. Keterbukaan informasi ini sangat penting untuk meminimize asimetri informasi (Jamaluddin & Enre, 2023).

AMANAHAH (Kepercayaan)

Ketiga, amanah adalah kepercayaan atau dapat dipercaya. Kepercayaan ini adalah seseorang yang dapat dipercaya dalam pemberian Amanah pada kegiatan ekonomi dan bisnis. Seseorang haruslah dapat dipercaya agar aktivitas ekonomi dan bisnis serta muamalah dapat berjalan dengan baik.

FATHANAH (Kerja Cerdas)

Keempat, fathanah merupakan kerja cerdas, profesional, intelektual, dan bijaksana. Sifat ini dapat dijadikan sebagai strategi hidup agar dapat mengoptimalkan segala potensi yang Allah berikan kepada umatnya terkhusus manusia. Apabila dalam berbisnis manusia menggunakan akal pikirannya atau kecerdasan yang baik maka dia akan mampu profesional dan mencapai segala keinginannya dengan baik (Handayani, 2018).

SIMPULAN

Moral hazard adalah perilaku yang mengutamakan diri sendiri dengan mengorbankan nilai-nilai kemanusiaan dan nilai-nilai moralitas misalnya menyakiti atau merugikan orang lain. Berdasarkan konteks teori keagenan moral hazard terjadi ketika terdapat asymmetric information dimana ada pihak yang memiliki informasi yang lebih banyak, sehingga memiliki kesempatan dan peluang untuk memanfaatkannya untuk kepentingan diri sendiri. Jika dalam perbankan syariah masalah prinsipal dan agen dalam akad mudharabah terjadi ketika kepentingan mudharib bertentangan dengan kepentingan pemilik dana (shahibul mal). Dalam hal ini mudharib (agent) bertindak mengabaikan hubungan kontraktual yang sudah disepakati dan akan bertindak semena-mena tidak berdasarkan kepentingan pemilik dana. Sedangkan dalam akad mudharabah, pemilik dana tidak diperbolehkan sama sekali untuk ikut campur dalam masalah pengelolaan usaha yang dilakukan oleh agen atau mudharib sehingga mudharib memiliki informasi yang lebih banyak dan menciptakan peluang terjadinya asymmetric information. Penelitian ini memberikan beberapa tawaran cara untuk mereduksi konflik keagenan yang ada pada akad mudharabah dengan menggunakan dan meneladani empat sifat nabi, yaitu Siddiq, Tabligh, Amanah, dan Fathanah. Keempat sifat ini memiliki cara masing-masing untuk memitigasi dan mereduksi konflik keagenan dalam hal ini moral hazard. Hasil penelitian ini adalah konseptual sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut dengan metode studi kasus pada Lembaga-lembaga keuangan syariah lainnya.

SARAN

1. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk menggunakan metode analisis statistik lainnya untuk memperkaya hasil interpretasi kondisi keuangan perusahaan. Dalam melakukan peramalan dengan teknik forecasting penjualan, sebaiknya menambahkan tahun penelitian yang lebih panjang sehingga data untuk analisis menjadi lebih memadai.
2. Sebagai rekomendasi untuk lokasi penelitian, perusahaan harus peka dan mengikuti perkembangan zaman, tidak terpaku pada kesuksesan masa lalu, namun mampu beradaptasi dengan tren yang terus berubah dan beragam. Munculnya banyak pesaing baru dengan ide segar yang diminati konsumen industri kecantikan perlu diwaspadai. Perusahaan harus mencari strategi jitu agar tidak tergantikan, seperti yang terjadi pada kasus PT BATA. Selain itu, perusahaan juga harus berinovasi dengan saluran pemasaran yang baru. Tidak hanya mengandalkan penjualan di outlet yang cenderung menurun, karena penjualan secara online lebih diminati saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, F. (2014). Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil, 6(1), 116-125. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/30987>
- Arwani, A., Nur, M., Venny, R., Jurusan, R., Syariah, A., Ekonomi, F., Islam, B., & Pekalongan, I. (n.d.). KEPEMILIKAN MANAJERIAL DALAM AGENCY THEORY.
- Dhiwa, M., Khalidin, B., & Furqani, H. (2020). PEMBIAYAAN PROFIT & LOSS SHARING PADA BANK SYARIAH. <http://ojk.go.id>
- Handayani, L. (2018). NILAI-NILAI EKONOMI DAN ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Vol. 2, Issue 1).
- Hasril, N. J. (2023). TELAAH KRITIS KONSEP KEAGENAN DALAM TINJAUAN PERSPEKTIF ISLAM EMANSIPATORIS.
- Jamaluddin, & Enre, A. (2023). Konstruksi Agency Theory untuk Meminimalisir Asymmetry Information dalam Teori Keuangan Syariah Perspektif Tabligh. POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, 5.
- Kumalasari, K. P., & Sudarma, M. (2013). A CRITICAL PERSPECTIVE TOWARDS AGENCY THEORY. Jurnal Akuntansi Multiparadigma JAMAL, 4.
- Onjewu, A. K. E., Walton, N., & Koliouis, I. (2023). Blockchain agency theory. Technological Forecasting and Social Change, 191. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122482>
- Panda, B., & Leepsa, N. M. (2017). Agency theory: Review of theory and evidence on problems and perspectives. Indian Journal of Corporate Governance, 10(1), 74-95. <https://doi.org/10.1177/0974686217701467>
- Said, H. S., Khotimah, C., Ardiansyah, D., Khadrinur, H., & Putri, M. I. (2022). Teori agensi - Teori agensi dalam perspektif akuntansi syariah. Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan, 5, 2434-2440.
- Tri, O. :, Prasetyo, J., Sholihin, M., & Acc, M. (n.d.). PENGARUH ASIMETRI INFORMASI PADA PEMBIAYAAN PERBANKAN SYARIAH. <http://etd.repository.ugm.ac.id/>
- Wahyudin Abdullah, M. (2019). MEMITIGASI KONFLIK KEAGENAN DALAM PERSPEKTIF AL QUR'AN. 16, 543-558. <https://e-jurnal.stienobel-indonesia.ac.id/index.php/akmen>
- Yulika Anggreningsih, K., & Wayan Pradnyantha Wirasedana, I. (2017). CORPORATE GOVERNANCE SEBAGAI PEMODERASI PENGARUH ASIMETRI INFORMASI TERHADAP PRAKTIK MANAJEMEN LABA (Vol. 19).
- Zulfajrin, Abdullah, M. W., & Asyifa, Z. (2022). TEORI AGENSI ISLAM SEBAGAI LOKOMOTIF MORAL HAZARD DAN ADVERSE SELECTION. Asy-Syarikah Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam, 4, 120-131.
- Zulkarnaen Purnamaputra, M., Dhea, P. A., Wilujeng, P. S., & Rahardiansyah, R. F. (2022). INDIKASI MORAL HAZARD DAN STRATEGI MITIGASI RISIKO DALAM PEMBIAYAAN

MUDHARABAH PADA PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA. Journal of Islamic Accounting and Finance, II(1).