

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penelitian akademisi telah memberikan bukti secara empiris pentingnya biaya riset & pengembangan dalam pertumbuhan ekonomi (Jones & Williams, 1998; Bowns dkk., 2003; Arnold & Kornprobst, 2006; Pindado dkk., 2010). Penurunan biaya riset & pengembangan menyebabkan penurunan kinerja perusahaan di Amerika Serikat tahun 1980 dan Jepang tahun 1990-an (Nagaoka, 2007). Akibat fenomena penurunan biaya riset & pengembangan yang terjadi di perusahaan Amerika Serikat dan di Jepang, sehingga para peneliti meningkatkan perhatian pada pengeluaran biaya riset & pengembangan tidak lagi dianggap sebagai biaya melainkan sebagai investasi riset & pengembangan untuk menghasilkan profitabilitas perusahaan jangka panjang (Pindado dkk., 2010). Namun penelitian mengenai investasi riset & pengembangan masih sedikit dibandingkan investasi modal (Li, 2011).

Adanya inkonsistensi penelitian (*research gap*) (Pindado dkk., 2010; Setiono & Hartomo, 2016) menjelaskan hasil temuan secara empiris bahwa biaya riset & pengembangan berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan jangka panjang. Perusahaan yang listing di Bursa Efek Indonesia mengkapitalisasi biaya riset & pengembangan dalam rangka mencapai target laba. Penelitiannya (Nelson dkk., 2002; Mariadi dkk., 2012) memberikan bukti secara empiris bahwa kapitalisasi biaya riset & pengembangan merupakan salah satu cara yang umum dilakukan karakteristik CEO dalam melakukan perataan laba. Hasil koefisien determinasi

yang rendah menunjukkan rendahnya pengeluaran biaya riset & pengembangan perusahaan di Indonesia (Mariadi dkk., 2012). Berdasarkan hasil temuan secara empirisnya (Mariadi dkk., 2012) menjelaskan bahwa hanya sebagian kecil perusahaan di Indonesia melakukan kegiatan biaya riset & pengembangan dan belum menjadi suatu kewajiban, sehingga pemilihan metode akuntansi atas biaya riset & pengembangan hanya merupakan kebijakan yang *immaterial* yang tidak mempengaruhi laba perusahaan secara signifikan (Suharli & Arisandi, 2009; Mariadi dkk., 2012).

Jensen & Meckling, (1976) menjelaskan dalam teori keagenan menjelaskan hubungan atau kontrak antara pemegang saham (*principal*) dengan manajemen (*agent*). *Principal* mempekerjakan (*agent*) untuk melakukan tugas untuk kepentingan pemegang saham (*principal*), termasuk pendelegasian otorisasi pengambilan keputusan dari pemegang saham (*principal*) kepada manajemen (*agent*), dimana *agent* merupakan pihak manajemen perusahaan yang diwakilkan oleh karakteristik CEO pria (Mahiswari & Nugroho, 2014). Perusahaan yang listing di Bursa efek Indonesia yang modalnya terdiri atas saham, pemegang saham bertindak sebagai *principal* sedangkan karakteristik CEO pria sebagai *agent*. Karakteristik CEO berpengaruh terhadap biaya riset & pengembangan (Shefer & Frenkel, 2005). Sedangkan menurut teori konsistensi perilaku (Epstein, 1979) menjelaskan bahwa wajah maskulinitas CEO pria berkorelasi dengan testosteron, agresif dan status sosial mempunyai pengaruh terhadap manajemen laba, *leverage* dan investasi.

Proses pengambilan keputusan karakteristik CEO pria terbagi atas dua model keputusan yang terdiri dari rasional dan tambahan (*rational and incremental model*) (Fredrickson, 1984; Fredrickson & Mitchell, 1984; Miller & Friesen, 1983). Selain dua pengambilan keputusan, ada proses pengambilan keputusan yang lebih menyeluruh atau disebut *comprehensiveness model*. Proses yang lebih mengarah kedalam *rational model* melalui perencanaan yang lengkap dengan alternatif yang ada, dibandingkan dengan *incremental process* yang lebih mengandalkan intuisi dan kecepatan dalam pengambilan keputusan seorang karakteristik CEO pria, pada akhirnya keputusan seharusnya diimplementasikan dalam satu keputusan praktis yang strategis (*strategic practices*). Pada proses implementasi, umumnya dibutuhkan alat ukur untuk menilai dan mengevaluasi hasil dari strategi yang baik bersifat informasi yang dapat membantu melalui teknologi ataupun model strategi yang dapat menilai dan mengkaji satu strategi dengan baik (Jarzabkowski & Kaplan, 2015; Kaplan, 2011; Vaara & Whittington, 2012).

Dengan adanya aspek implementasi strategi praktis ini semakin melengkapi bahwa satu strategi proses tidak dapat dipisahkan dari strategi praktis pada saat strategi itu dijalankan dan keduanya harus berjalan bersamaan dan selaras dalam satu keputusan (Burgelman dkk., 2018) semua dinamika diatas, memberikan satu korelasi yang kuat yang tidak dapat terpisahkan antara peran pengambil keputusan, proses keputusan yang diambil dan diimplementasi dari keputusan strategi perusahaan. Selain dinamika proses dan pendekatan yang dilakukan dengan aspek implementasi praktis yang membutuhkan alat untuk mengevaluasi. Carpenter dkk., (2004) memberikan pandangan terkait seorang pemimpin dalam

menjalankan perusahaan selalu dipengaruhi ataupun dibantu oleh sekelompok orang yang menjadi kesatuan anggota pemimpin. Dalam hal ini tentunya mempengaruhi dan menentukan kualitas keputusan yang dibuat oleh seorang pimpinan. Hambrick & Mason, (1984) menjelaskan dalam teori *upper echelons* bahwa organisasi ataupun perusahaan merupakan gambaran dari para pemimpin puncak yang ada di perusahaan. Karakteristik CEO pria mekanisme dalam bentuk pengambilan keputusan, proses yang dilakukan dan implementasi tindakan serta alat kendali yang dapat ditetapkan dalam satu kesatuan yang utuh dalam perusahaan.

Standar Akuntansi Keuangan (SAK) No 19 menjelaskan bahwa riset merupakan penelitian yang orisinal dan terencana yang dilaksanakan dengan harapan memperoleh pengetahuan dan pemahaman teknis atau ilmu baru, sedangkan pengembangan merupakan penerapan hasil riset atau pengetahuan ke dalam suatu rencana atau desain untuk menghasilkan bahan, alat, produk, proses, system, atau jasa (Arifian & Yuyetta, 2011; IAI, 2015). Aoun & Hwang, (2008) menjelaskan bahwa pengeluaran biaya riset & pengembangan mengakibatkan pada tingkat ketidakpastian pada output yang dihasilkan oleh perusahaan. Ketidakpastian inilah menjadi penyebab besarnya dana yang dikeluarkan perusahaan untuk biaya riset & pengembangan berdampak pada masalah keagenan antara manajemen (*agent*) dan pemegang saham (*principal*) (Aoun & Hwang, 2008). Teori keagenan pada dasarnya memberikan solusi bentuk kesepakatan antara pemegang saham (*principal*) dengan manajemen (*agent*) untuk mengelola perusahaan, pihak manajemen (*agent*) mengemban tanggung jawab yang besar

untuk keberhasilan perusahaan yang dikelolanya. Inkonsistensi hasil temuan secara empiris sebelumnya, menjelaskan bahwa tidak semua pengeluaran investasi biaya riset & pengembangan mempunyai pengaruh terhadap profitabilitas perusahaan jangka panjang, tidak semua perusahaan *concern* terhadap pengeluaran investasi biaya riset & pengembangan dipengaruhi oleh peran karakteristik CEO pria.

Penggunaan variabel biaya riset & pengembangan dalam penelitian ini, studi tentang peran CEO dalam berbagai keputusan strategic perusahaan telah banyak diteliti, didasarkan pada peran karakteristik CEO pria dalam mengelola, pengambilan keputusan dan menetapkan kebijakan terkait biaya riset & pengembangan untuk mendapatkan profitabilitas perusahaan jangka panjang. Orisinalitas penelitian ini dapat dilihat adanya perbedaan dengan penelitian sebelumnya (Jia dkk., 2014) menjelaskan bahwa wajah maskulinitas CEO pria mempunyai pengaruh positif terhadap praktik manajemen laba, sedangkan (Kamiya dkk., 2018) menjelaskan bahwa wajah maskulinitas CEO pria mempunyai pengaruh positif terhadap *leverage*. Namun mereka hanya meneliti sebatas peran wajah maskulinitas CEO pria mempunyai pengaruh terhadap praktik manajemen laba dan *leverage*, padahal menurut teori keagenan (Jensen & Meckling, 1976) menjelaskan bahwa karakteristik CEO mempunyai pengaruh terhadap biaya riset & pengembangan.

Sedangkan penggunaan variabel manajemen laba sebagai variabel mediasi, di dasarkan pada pendapat (Scott, 2015) yang menjelaskan bahwa manajemen laba merupakan praktik dalam proses menyusun laporan keuangan yang tidak menyalahi prinsip akuntansi yang berterima umum (PABU), sehingga dapat

menaikkan ataupun menurunkan laba akuntansi sesuai dengan yang diinginkan oleh manajemen (*agent*). Pihak manajemen (*agent*) sebagai pengelola perusahaan lebih banyak mengetahui data mengenai keadaan perusahaan dan prospek perusahaan di masa mendatang dibandingkan pemegang saham (*principal*), *agent* merupakan pihak manajemen yang diwakili oleh karakteristik CEO pria dalam mengelola perusahaan. Manajemen laba dapat dilihat dalam sikap manajemen (*agent*) dengan teori keagenan (Jensen & Meckling, 1976). Sehingga untuk memberikan bukti secara empiris pengaruh wajah maskulinitas CEO pria mempunyai pengaruh terhadap *leverage* serta biaya riset & pengembangan. Hasil temuan diharapkan melengkapi literatur untuk memberikan bukti secara empiris pengungkapan pengaruh wajah maskulinitas CEO pria terhadap biaya riset & pengembangan yang belum dilakukan penelitian secara empiris sebelumnya, sehingga dapat memberikan bukti secara empiris di bidang akuntansi berperilaku.

Wajah maskulinitas merupakan konsep perilaku maskulin yang ada pada laki-laki berimplikasi pada sifat agresif, memiliki karakter yang keras cenderung emosional dalam melakukan tindakan (Jewitt, 1997). Wajah maskulinitas CEO pria berkorelasi dengan testosteron, agresif dan status sosial mempunyai pengaruh terhadap *leverage* dan praktik manajemen laba (Kamiya dkk., 2018; Jia dkk., 2014). Jumlah CEO pria perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014 sampai dengan tahun 2018 mengalami perkembangan. Perkembangan ini menjadi isu penting dalam perusahaan yang listing di Bursa Efek Indonesia. Peran karakteristik CEO pria memiliki dampak pada perkembangan perusahaan di Indonesia. Dampak positifnya dapat dilihat pertambahan jumlah unit usaha

membuktikan bahwa perekonomian di Indonesia semakin membaik dan makin banyak unit usaha yang listing di Bursa Efek Indonesia (Tanjaya & Santoso, 2020).

Wajah maskulinitas mempunyai faktor yang dapat mempengaruhi kinerja seorang CEO pria dalam mengelola perusahaan (Tanjaya & Santoso, 2020). Kamiya dkk., (2018) menjelaskan bahwa CEO pria dengan wajah maskulin mempunyai pengaruh terhadap *leverage*. Wajah maskulinitas merupakan aspek pribadi, wajah maskulinitas seseorang dibawa sejak lahir. Kamiya dkk., (2018) menjelaskan dalam *literatur neuroendocrinology* wajah maskulinitas yang ada pada pria memprediksi perilaku maskulin dan perilaku agresif. Wajah maskulinitas CEO pria yang tinggi dapat diprediksi lebih agresif dalam mengelola perusahaan (Tanjaya & Santoso, 2020). Wajah maskulinitas CEO pria mempunyai pengaruh positif terhadap *leverage*. Kamiya dkk., (2018) menjelaskan bahwa keputusan pembiayaan terfokus pada *leverage*. Karakteristik CEO pria mempunyai pengaruh terhadap *leverage* (Cronqvist dkk., 2012; Huang dkk., 2013; Malmendier dkk., 2011; Chava dkk., 2010).

Bertrand & Schoar, (2003) menjelaskan bahwa karakteristik CEO pria mempunyai pengaruh terhadap proses pengambilan keputusan perusahaan. Karakteristik CEO pria mempunyai sifat percaya diri dan sering melakukan praktik manajemen laba. Sifat kepercayaan yang berlebihan dari karakteristik CEO pria sering melakukan praktik manajemen laba (Graham, Harvey, dan Puri, 2013; Kamiya dkk., 2018; Malmendier & Tate, 2005), akuisisi (Doukas & Petmezas, 2007; Kim, 2013; Kamiya dkk., 2018), inovasi (Hirshleifer, Low, & Teoh, 2012; Kamiya dkk., 2018). Wajah maskulinitas CEO pria mempunyai pengaruh terhadap

leverage (Kamiya dkk., 2018);. Penelitian di bidang *neuroendocrinology* menjelaskan bahwa wajah pria mempunyai pengaruh terhadap perilaku agresif seseorang. Sedangkan (Carré & McCormick, 2008; Christiansen & Winkler, 1992) menjelaskan bahwa wajah maskulinitas pria mempunyai pengaruh terhadap perilaku agresif. Campbell., dkk (2011) menjelaskan bahwa wajah maskulinitas mempunyai pengaruh terhadap perilaku seorang pria. Wong dkk., (2011) menjelaskan bahwa karakteristik CEO pria cenderung melakukan negosiasi demi keuntungan pribadi. Dengan demikian (Stirrat & Perrett, 2010) menjelaskan bahwa pria yang memiliki wajah maskulinitas tinggi dianggap dapat dipercaya. Oleh karena itu (Kamiya dkk., 2018; Kamiya, & Park, 2017; Wong dkk., 2011) memberikan bukti secara empiris bahwa karakteristik CEO pria yang mempunyai wajah maskulinitas yang lebih tinggi mempunyai kinerja yang lebih baik dibandingkan dengan karakteristik CEO pria yang memiliki wajah maskulinitas yang lebih rendah. Wajah maskulinitas CEO pria mempunyai pengaruh terhadap *leverage* (Kamiya dkk., 2018).

Daley & Vigeland, (1983) menjelaskan bahwa karakteristik CEO pria dalam penerapan metode akuntansi antara mengkapitalisasi dan membebaskan pengeluaran biaya riset & pengembangan mempunyai hubungan dengan *leverage*, perusahaan cenderung mengkapitalisasi biaya riset & pengembangan (1) perusahaan memiliki *leverage* yang tinggi, (2) perusahaan memiliki rasio jaminan bunga yang rendah, (3) perusahaan memiliki rasio dividen atau keterbatasan pembayaran dividen yang tinggi (3) banyaknya hutang kepada pemegang saham (*principal*) dalam komposisi modal kerja. Dang dkk., (2018) menjelaskan bahwa

praktik manajemen laba mempunyai pengaruh positif terhadap *leverage*. Sedangkan (Markarian dkk., 2008; Mariadi dkk., 2012) menjelaskan bahwa praktik manajemen laba mempunyai pengaruh positif terhadap kapitalisasi biaya riset & pengembangan. Menurut (Markarian dkk., 2008; Mariadi dkk., 2012) menjelaskan bahwa keputusan untuk mengkapitalisasi biaya riset & pengembangan berhubungan dengan perataan laba. Penelitian ini berusaha untuk memberikan bukti secara empiris peran manajemen laba memediasi pengaruh wajah maskulinitas CEO pria terhadap *leverage* serta biaya riset & pengembangan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah, fenomena di Indonesia dan hasil temuan penelitian sebelumnya, sehingga terbentuklah rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah wajah maskulinitas CEO pria mempunyai pengaruh positif terhadap *leverage*?
2. Apakah wajah maskulinitas CEO pria mempunyai pengaruh positif terhadap biaya riset & pengembangan?
3. Apakah manajemen laba memediasi pengaruh positif pada wajah maskulinitas CEO pria terhadap *leverage*?
4. Apakah manajemen laba memediasi pengaruh positif pada wajah maskulinitas CEO pria terhadap biaya riset & pengembangan?

1.3 Batasan Masalah

Penelitian memberikan batasan secara jelas dan terfokus. Study ini merupakan isu pentingnya wajah maskulinitas CEO pria sebagai akar

permasalahan terhadap *leverage* serta biaya riset & pengembangan. Penelitian ini membatasi pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2014-2018. Penelitian ini membatasi untuk menganalisis variabel wajah maskulinitas CEO pria, *leverage*, biaya riset & pengembangan, size dan profitabilitas dan manajemen laba. Variabel wajah maskulinitas CEO pria dengan pengukurannya menggunakan perangkat lunak ImageJ.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, sehingga tujuan penelitian yang hendak dicapai sebagai berikut:

1. Memberikan bukti secara empiris tentang pengaruh wajah maskulinitas CEO pria terhadap *leverage*.
2. Memberikan bukti secara empiris tentang pengaruh wajah maskulinitas CEO pria terhadap biaya riset & pengembangan.
3. Memberikan bukti secara empiris tentang peran manajemen laba memediasi pengaruh wajah maskulinitas CEO pria terhadap *leverage*.
4. Memberikan bukti secara empiris tentang peran manajemen laba memediasi pengaruh wajah maskulinitas CEO pria terhadap biaya riset & pengembangan.

1.5 Kontribusi Penelitian

Hasil penelitian ini berkontribusi terhadap teoritis maupun praktis.

1.5.1 Kontribusi Teoritis

1. Penelitian ini memberikan bukti secara empiris di bidang akuntansi terkait pengambilan keputusan keuangan dengan menggunakan ukuran wajah untuk

menjelaskan perilaku CEO pria berkaitan dengan Teori Keagenan, Teori Konsistensi Perilaku dan Teori Upper Echelon.

2. Hasil penelitian ini memberikan kontribusi terkait pengukuran wajah maskulinitas CEO pria terhadap *leverage* serta biaya riset & pengembangan dengan menggunakan pengukuran perangkat lunak ImageJ yang belum familiar di bidang akuntansi.
3. Penelitian ini menjembatani kesenjangan penelitian teoritis dan empiris, untuk mendapatkan bukti empiris tentang pengaruh wajah maskulinitas CEO pria terhadap *leverage* serta biaya riset & pengembangan.
4. Penelitian ini berkontribusi pada literatur. Penelitian membuktikan keberadaan CEO pria mempunyai pengaruh terhadap proses pengambilan keputusan. Wajah menggambarkan kekhasan gaya CEO pria dalam pengambilan kebijakan. Gaya manajerial dapat mempengaruhi perilaku maskulin dan *testosterone*. Wajah maskulinitas di bidang Biologi dan Psikologi menjelaskan wajah memprediksi perilaku maskulin seseorang. Wajah maskulinitas di bidang akuntansi menjelaskan wajah maskulinitas CEO pria berpengaruh terhadap praktik manajemen laba, wajah maskulinitas CEO berpengaruh terhadap *leverage*.

1.5.2 Kontribusi Praktis

Hasil penelitian ini memberikan masukan pada pengembangan dan untuk peningkatan praktik tata kelola keuangan perusahaan di Indonesia, secara spesifik, kontribusi praktis:

1. Hasil penelitian ini memberikan kontribusi kepada manajemen perusahaan sebagai pengambil kebijakan tentang wajah maskulinitas seorang pria mempunyai pengaruh terhadap *leverage* serta biaya riset & pengembangan.
2. Penelitian ini memberikan tambahan wacana keilmuan di bidang akuntansi keperilakuan dengan memasukkan isu wajah maskulinitas CEO pria terhadap *leverage* serta biaya riset & pengembangan. Selanjutnya, memperkaya hasil penelitian di bidang akuntansi keperilakuan dan menjadi acuan untuk melakukan penelitian di masa depan.

1.6 Motivasi Penelitian

Motivasi penelitian wajah maskulinitas CEO pria merupakan isu terbaru yang sangat menarik untuk dilakukan penelitian di bidang akuntansi keperilakuan memberikan justifikasi atau motivasi sebagai berikut:

1. Pertama, Studi ini didukung teori keagenan, teori konsistensi perilaku dan teori *upper echelon* untuk mendapatkan bukti secara empiris tentang pengaruh wajah maskulinitas CEO pria terhadap *leverage* serta biaya riset & pengembangan.
2. Kedua, studi ini pengukuran wajah maskulinitas CEO pria menggunakan perangkat lunak ImageJ yang belum familiar digunakan oleh penelitian bidang akuntansi, penelitian ini dilakukan di Indonesia, sepanjang observasi sampai saat ini, peneliti belum menemukan topik wajah maskulinitas CEO pria dihubungkan dengan biaya riset & pengembangan.
3. Ketiga, Sampel penelitian ini merupakan sampel yang unik, penelitian wajah maskulinitas CEO pria dihubungkan dengan *leverage* serta biaya riset & pengembangan. Sampel penelitian ini menggunakan gambar yang

diidentifikasi CEO pria diambil dari website Bursa Efek Indonesia, website perusahaan dan memanfaatkan pencarian Google. Sampel ini sangat menarik untuk diteliti karena belum familiar dijelaskan secara empiris di Indonesia.

4. Keempat, penggunaan software ImageJ merupakan software yang sangat berkualitas baik dan *reliable* dalam penelitian dapat di tunjukkan dari beberapa penelitian yang sudah publish dan diterima jurnal bereputasi (Scopus Q1 dan Q2) dengan beberapa nama author yang menggunakan software ImageJ sebagai berikut:(Ahmed dkk., 2018; Alrajih & Ward, 2014; Jia dkk., 2014; Kamiya dkk., 2018; Lewis dkk., 2012; Mills, 2014; Stirrat & Perrett, 2010).