

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia investasi, laporan tahunan menjadi salah satu alat yang dimanfaatkan investor sebagai pertimbangan untuk pengambilan keputusan investasi. Hal ini karena di dalam laporan tahunan terdapat informasi – informasi yang menggambarkan kondisi dan kinerja perusahaan di suatu periode. Tidak hanya investor, pengguna laporan tahunan lainnya seperti kreditor, pemerintah, dan pihak eksternal lainnya juga menggunakan laporan tahunan sebagai bahan pengambilan keputusan. Oleh karena itu, laporan tahunan menjadi aspek penting dalam dunia bisnis, sehingga tuntutan akan informasi yang berkualitas dari laporan keuangan menjadi semakin meningkat (Biswas, 2018). Selain itu, transparansi dalam penyajian informasi laporan keuangan maupun laporan tahunan juga turut menjadi aspek penting dalam menilai kualitas suatu laporan.

Lo dkk. (2017) menyatakan bahwa rata – rata 80% pengungkapan wajib dalam laporan tahunan berisi teks naratif. Artinya, informasi kualitatif lebih mendominasi laporan tahunan dibandingkan informasi kuantitatif seperti angka maupun grafik. Informasi kualitatif sangat penting dalam memahami lingkungan bisnis dimana perusahaan beroperasi, prospek perusahaan di masa mendatang, menggambarkan hasil kinerja di periode yang telah lalu, serta risiko yang dihadapi perusahaan. Oleh karena itu, kejelasan dan tingkat keterbacaan dari teks naratif tersebut menjadi hal yang krusial dan perlu mendapatkan perhatian karena

berkaitan dengan pemahaman dan penafsiran informasi yang terkandung dalam laporan tahunan oleh pengguna laporan (Xu dkk., 2018). Faktanya, pemahaman menjadi bagian dari karakteristik kualitatif dari laporan keuangan yang menjadi sorotan dalam kerangka konseptual FASB untuk pelaporan keuangan (FASB, 2010). Hal ini didukung oleh Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 30/SEOJK.04/2016 tentang Bentuk dan Isi Laporan Tahunan Emiten atau Perusahaan Publik yang menyatakan bahwa laporan tahunan wajib menampilkan informasi berupa gambar, grafik, tabel, dan / atau diagram dan tetap menampilkan judul dan / atau keterangan yang jelas, sehingga pengguna laporan akan mudah membaca dan memahami isi dari laporan tersebut.

Laporan tahunan perusahaan menjadi salah satu media komunikasi bagi perusahaan untuk memberikan sinyal kepada pihak terkait dengan kondisi perusahaan. Komunikasi akan menjadi lebih efektif jika penulis laporan tahunan dapat secara obyektif memastikan sejauh mana makna yang dimaksudkan akan diberikan oleh pengguna laporan dan pengguna akan memahami isi dari laporan tersebut (Courtis, 1986). Salah satu teknik untuk mengevaluasi efektivitas komunikasi dalam laporan tahunan adalah dengan mengukur tingkat keterbacaannya. Istilah ini diartikan sebagai ukuran objektif dan kuantitatif untuk mengevaluasi kemudahan pemahaman dari apa yang telah ditulis (Courtis, 1986). Tingkat keterbacaan dari laporan tahunan perusahaan menjadi hal penting yang perlu diperhatikan karena akan berpengaruh pada persepsi serta penilaian pihak pengguna laporan terhadap kondisi perusahaan.

Tingkat keterbacaan yang tinggi akan memudahkan investor maupun pengguna laporan tahunan lainnya untuk mengambil keputusan yang tepat. Keterbacaan laporan tahunan juga memiliki konsekuensi ekonomi yang penting (Habib & Hasan, 2018). Hal ini karena tingkat keterbacaan suatu laporan mencerminkan adanya transparansi dari pihak manajemen dalam memberikan informasi kepada pengguna laporan perusahaan. Penelitian terdahulu telah menunjukkan bahwa tinggi atau rendahnya tingkat keterbacaan laporan tahunan disebabkan karena dengan adanya tindakan manajemen laba (Lo dkk., 2017), usia CEO (Xu dkk., 2018), *agency cost* (Luo dkk., 2018), kinerja *corporate social responsibility* (Bacha & Ajina, 2019), dan lingkungan perusahaan (Xu dkk., 2019). Tingkat keterbacaan laporan tahunan yang rendah dapat mengakibatkan likuiditas saham yang lebih rendah (Boubaker dkk., 2019), peningkatan biaya yang dibebankan oleh auditor (Xu dkk., 2019), efisiensi informasi yang rendah (Hesarzadeh & Rajabalizadeh, 2019), dan *cost of debt* yang tinggi (Bonsall & Miller, 2017). Hal – hal inilah yang menyebabkan faktor–faktor mempengaruhi tingkat keterbacaan laporan tahunan adalah hal yang penting untuk diteliti lebih mendalam karena menjadi perhatian bagi regulator dan investor (Li, 2008; Xu dkk., 2018).

Chief Executive Officer (CEO) atau presiden direktur memiliki peran penting dan memberikan pengaruh signifikan kepada keputusan keuangan maupun non keuangan dalam suatu organisasi (Bouaziz dkk., 2020). Berdasarkan teori *upper echelon*, output yang dihasilkan perusahaan, baik berupa kinerja perusahaan maupun keputusan strategis yang diambil oleh pemimpin perusahaan dipengaruhi

oleh karakteristik dan kondisi dari masing – masing CEO (Hambrick & Mason, 1984). Karakteristik CEO akan menentukan informasi-informasi apa yang akan ditampilkan kedalam laporan tahunan dan informasi apa saja yang perlu disembunyikan oleh perusahaan.

Maskulinitas wajah CEO menjadi salah satu faktor dari dalam diri manajer yang diduga dapat mempengaruhi perilakunya. Maskulinitas wajah seseorang secara langsung dipengaruhi oleh hormon testosteron, yaitu hormon steroid yang mendorong seseorang untuk mengambil lebih banyak risiko untuk menempati posisi dominan dalam suatu persaingan (Kamiya dkk., 2019). Tingkat testostosterone dalam diri manusia diperkirakan memiliki keterkaitan dengan perilaku seseorang melalui mekanisme saraf (Dabbs & Mallinger, 1999; Mehta & Beer, 2010). Beberapa penelitian terdahulu menemukan bahwa ciri biologis dari seorang CEO, terutama maskulinitas wajah CEO berkaitan dengan kebijakan dan kinerja keuangan perusahaan (Kamiya dkk., 2019).

Penelitian terdahulu dalam bidang neuroendokrinologi menetapkan bahwa *facial width-height ratio* (fWHR) sebagai proksi maskulinitas wajah dapat memprediksi perilaku sosial maskulin yang terkait dengan menempati posisi dominan di dalam sebuah persaingan. Selain itu, serangkaian karakteristik perilaku manusia juga berkaitan dengan kadar testostosterone yang ada dalam dirinya. Karakteristik perilaku tersebut seperti perilaku agresif (Archer, 2006; Wong dkk., 2011), pencarian sensasi (Roberti, 2004), dominan (Mazur & Booth, 1998; Sherman dkk., 2016), egosentrisme (Eisenegger dkk., 2010), kurang dapat dipercaya (Stirrat & Perrett, 2010), dan pencarian risiko (Apicella dkk., 2008).

Penelitian ini memiliki tujuan untuk memperoleh bukti empiris pengaruh maskulinitas wajah terhadap tingkat keterbacaan dari laporan serta peran moderasi dari kesibukan dan usia CEO. Laporan yang digunakan berfokus pada laporan analisis dan pembahasan manajemen. Laporan ini merupakan bagian dari laporan tahunan perusahaan, dimana dalam laporan ini berisi informasi – informasi yang sebagian besar merupakan teks naratif dan manajemen perusahaan memiliki kebebasan dalam menentukan tata letaknya (Lo dkk., 2017). Pembahasan terkait keterbacaan laporan perusahaan telah diteliti oleh peneliti terdahulu (Bonsall & Miller, 2017; Boubaker dkk., 2019; Habib & Hasan, 2018; Hesarzadeh & Rajabalizadeh, 2019; Lo dkk., 2017; Luo dkk., 2018; Xu dkk., 2018). Beberapa penelitian terdahulu juga melakukan penelitian pada pengaruh karakteristik CEO terhadap tingkat keterbacaan laporan. Karakteristik tersebut misalnya seperti usia (Xu dkk., 2018), gender (Ginesti dkk., 2018; Liu & Nguyen, 2020), CEO *narcissism* dan CEO *overconfidence* (Seifzadeh dkk., 2020).

Keterbaruan dari penelitian ini terletak pada perbedaan proksi karakteristik pribadi CEO yang digunakan sebagai variabel independen, yaitu maskulinitas wajah CEO. Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian Xu dkk. (2018) namun dengan menggunakan proksi karakteristik pribadi CEO yang berbeda. Proksi maskulinitas wajah CEO ini merupakan pengembangan dari bidang neuroendokrinologi dan dikembangkan ke dalam bidang social dan ekonomi. Proksi ini berkaitan dengan kadar testosterone yang ada dalam diri seorang pria.

Banyak literatur yang telah menunjukkan bahwa karakteristik CEO tertentu yang dapat diamati (seperti usia, pendidikan, jenis kelamin, pengalaman militer, kesibukan) dapat berdampak besar pada kebijakan keuangan perusahaan (Mills & Hogan, 2020). Dampak ini juga termasuk pada hasil output dari gaya kepemimpinannya dalam memimpin suatu perusahaan. Kesibukan CEO sebagai proksi dari karakteristik CEO berkaitan dengan faktor eksternal dari dalam diri CEO. Lain halnya dengan proksi maskulinitas wajah CEO yang berkaitan dengan tingkat testosteron seorang pria yang kemudian akan mempengaruhi perilaku seseorang melalui mekanisme saraf (Kamiya dkk., 2019).

Lefevre dkk. (2013) telah membuktikan bahwa pria dengan tingkat facial width-to-height ratio yang tinggi (maskulin) cenderung untuk memiliki tingkat testosteron yang tinggi. Penelitian terdahulu juga telah menunjukkan pengaruh maskulinitas wajah CEO terhadap preferensi manajerial CEO. Apicella dkk. (2008) dalam penelitiannya menunjukkan temuan bahwa pria dengan wajah maskulin yang lebih tinggi cenderung membuat keputusan finansial yang berisiko. Wong dkk. (2011) menemukan bahwa CEO pria dengan fWHR tinggi mencapai kinerja keuangan yang lebih baik daripada CEO pria dengan fWHR rendah. Jia dkk. (2014) menemukan bahwa CEO berwajah maskulin cenderung melakukan kesalahan dalam melaporkan laporan akuntansi. Mills dan Hogan (2020) membuktikan bahwa tingkat fWHR yang tinggi berhubungan dengan keputusan manajer keuangan yang lebih agresif. Maskulinitas wajah CEO ini menjadi gambaran baru atas proksi dari karakteristik pribadi CEO yang berhubungan erat dengan kondisi biologis atau pribadi dari CEO. Secara khusus, masih sedikitnya penelitian terkait dengan

maskulinitas wajah CEO (Jia dkk., 2014; Wong dkk., 2011) dalam bidang ekonomi (terutama akuntansi). Artinya, topik ini unik dan penting untuk dikaji lebih mendalam.

Beberapa penelitian terdahulu telah menempatkan karakteristik CEO sebagai variabel moderasi pada berbagai topik penelitian. Seperti pada penelitian Yin dkk. (2019) yang menunjukkan bahwa karakteristik CEO memiliki pengaruh dalam hubungan kondisi kendala keuangan terhadap investasi R&D. Al Shammari (2018) juga menggunakan karakteristik CEO berupa usia dan *tenure* CEO dalam pengaruh insentif kompensasi CEO terhadap perilaku pengambilan *risk-taking*. Peran dari karakteristik CEO juga diteliti oleh Meier dan Schier (2020) pada hubungan *family* CEO dan *non-family* CEO terhadap kegiatan *corporate social activities*. Terdapat berbagai macam karakteristik CEO. Usia dan kesibukan CEO menjadi contoh dari karakteristik CEO yang mempengaruhi tindakannya dalam memimpin suatu perusahaan dan output yang dihasilkan oleh pemimpin tersebut. Penelitian ini diperluas dengan menambahkan analisis peran moderasi dari karakter CEO lainnya berupa kesibukan dan usia CEO dalam pengaruh maskulinitas wajah CEO dan tingkat keterbacaan laporan analisis dan pembahasan manajemen.

Maskulinitas wajah CEO diduga bukan satu – satunya faktor yang mempengaruhi karakteristik dari seorang CEO perusahaan. Karakteristik pribadi lainnya yang diduga juga turut berpengaruh adalah kesibukan dan usia dari seorang CEO. Seorang CEO diklasifikasikan sebagai CEO yang sibuk jika memiliki dua jabatan atau lebih (Fich & Shivdasani, 2006; Harymawan dkk., 2019). Kesibukan dari seorang CEO tentunya akan mempengaruhi pengalaman, pengambilan

keputusan, serta fokus dalam bekerja dan menyelesaikan masalah yang ada. CEO yang sibuk cenderung untuk kurang fokus dalam mengambil keputusan, karena banyaknya permasalahan yang harus dihadapi sebagai konsekuensi dari banyaknya jabatan yang menjadi tanggungjawabnya. Hal ini menimbulkan kemungkinan bahwa laporan analisis dan pembahasan manajemen yang dihasilkannya cenderung untuk sulit dibaca dan dipahami. Sedangkan usia CEO dapat menunjukkan seberapa besar skill dan pengalaman yang dimiliki seorang CEO untuk memimpin perusahaan. CEO yang lebih tua seringkali dikaitkan dengan kinerja perusahaan yang lebih baik karena banyaknya pengalaman yang dimiliki, sehingga meminimalkan kemungkinan untuk mengaburkan bahasa dalam laporan keuangan (Xu dkk., 2018). Selain itu, meskipun perusahaan menghadapi kinerja yang buruk, CEO yang lebih tua akan membuat keputusan yang lebih etis yang akan menghalangi mereka untuk mengaburkan laporan keuangan. Oleh karena itu, kedua faktor ini juga turut andil dalam penentuan karakteristik yang dimiliki oleh seorang CEO.

1.2 Rumusan Masalah

Latar belakang penelitian telah dijelaskan pada bagian sebelumnya, sehingga dapat ditarik beberapa rumusan masalah yang akan diajukan, yaitu:

1. Apakah maskulinitas wajah CEO memiliki pengaruh terhadap tingkat keterbacaan laporan analisis dan pembahasan manajemen?
2. Apakah kesibukan CEO memperlemah pengaruh maskulinitas wajah CEO terhadap tingkat keterbacaan laporan analisis dan pembahasan manajemen?

3. Apakah usia CEO memperkuat pengaruh maskulinitas wajah CEO terhadap tingkat keterbacaan laporan analisis dan pembahasan manajemen?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang disajikan sebelumnya, maka terdapat beberapa tujuan dari dilakukannya penelitian ini, yaitu:

1. Untuk memperoleh bukti empiris pengaruh maskulinitas wajah CEO terhadap tingkat keterbacaan laporan analisis dan pembahasan manajemen.
2. Untuk memperoleh bukti empiris peran moderasi kesibukan CEO pada pengaruh maskulinitas wajah CEO terhadap tingkat keterbacaan laporan analisis dan pembahasan manajemen.
3. Untuk memperoleh bukti empiris peran moderasi usia CEO pada pengaruh maskulinitas wajah CEO terhadap tingkat keterbacaan laporan analisis dan pembahasan manajemen.

1.4 Manfaat Penelitian

Temuan dari penelitian ini diharapkan mampu menyumbang beberapa kontribusi secara praktik dan teoritis:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian literatur bagi penelitian selanjutnya terkait dengan karakteristik CEO yang meliputi maskulinitas wajah, kesibukan, usia CEO, dan tingkat keterbacaan laporan analisis dan

pembahasan manajemen. Hasil penelitian ini diharapkan mampu menyajikan bukti yang akan mendukung teori *upper echelon*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi sebagai bahan pertimbangan pemilihan pemimpin perusahaan dengan mempertimbangkan karakteristik pribadi yang dimiliki. Hasil penelitian ini juga diharapkan mampu digunakan sebagai pembelajaran bagi investor dan pemangku kepentingan lainnya untuk mempertimbangkan informasi - informasi dari laporan tahunan yang disajikan perusahaan. Tidak hanya informasi kuantitatif, tetapi juga mempertimbangkan informasi kualitatif yang ada, misalnya seperti tingkat keterbacaan laporan analisis dan pembahasan manajemen.

1.5 Lingkup Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan memanfaatkan data sekunder, dimana data akan didapat melalui berbagai sumber yang telah tersedia, seperti website Bursa Efek Indonesia, database OSIRIS, dan database Bloomberg. Penelitian ini berfokus pada analisis pengaruh maskulinitas wajah CEO terhadap tingkat keterbacaan laporan analisis dan pembahasan manajemen pada perusahaan non-keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2010-2019 serta peran moderasi dari kesibukan dan usia CEO. Penelitian ini dimotivasi oleh peran penting dari karakteristik pribadi (dalam kasus ini adalah tingkat maskulinitas wajah, kesibukan, dan usia CEO) dari pemimpin perusahaan dalam pengambilan keputusan, salah satunya adalah keputusan terkait informasi-informasi apa yang

akan ditampilkan dalam laporan tahunan dan didukung dengan masih sedikit penelitian yang mengkaji maskulinitas wajah CEO dalam dunia ekonomi khususnya akuntansi. Dasar teori yang digunakan untuk mengembangkan penelitian ini adalah teori *upper echelon*.

1.6 Sistematika Tesis

Sistematika penelitian ini dikalsifikasikan menjadi tiga bab. Secara sederhana, penulisan penelitian ini dibagi menjadi:

Bab 1 Pendahuluan

Pada bagian ini dijelaskan terkait latar belakang dari penelitian ini. Pada latar belakang penjelasan difokuskan pada pentingnya karakteristik pribadi CEO berupa maskulinitas wajah, kesibukan, dan usia CEO dalam pemilihan informasi dan tingkat keterbacaan laporan analisis dan pembahasan manajemen dalam laporan tahunan perusahaan. Selain itu, dalam bagian ini juga dijelaskan terkait keunikan dari penelitian ini yang dilanjutkan dengan penjelasan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan batasan penelitian. Bagian ini diakhiri dengan penjelasan sistematika penulisan penelitian.

Bab 2 Tinjauan Pustaka

Pada bagian ini dijelaskan mengenai teori dasar yang dimanfaatkan sebagai acuan pembahasan penelitian ini. Penelitian ini menggunakan teori *upper echelon* sebagai teori dasar yang menjelaskan pengaruh variabel - variabel dalam penelitian ini. Selanjutnya pada bagian ini akan dijelaskan pula terkait penelitian-penelitian

terdahulu yang digunakan serta diakhiri dengan pengembangan hipotesis dan kerangka konseptual penelitian.

Bab 3 Metode Penelitian

Pada bagian ini dijelaskan rasionalitas dari pemilihan suatu metode penelitian tertentu. Berikutnya akan dijelaskan identifikasi dan defisini operasional dari maskulinitas wajah CEO sebagai variabel independen, kesibukan dan usia CEO sebagai variabel moderasi, dan tingkat keterbacaan laporan analisis dan pembahasan manajemen sebagai variabel dependen. Penjelasan penggunaan data sekunder dalam penelitian ini juga disebutkan di bagian berikutnya, diikuti dengan teknik pemilihan sampel, teknik pengumpulan data penelitian, dan teknik analisis data, dan model penelitian yang digunakan untuk membuktikan hipotesis dari penelitian ini.

Bab 4 Hasil dan Pembahasan

Pada bagian ini berisi hasil pengujian statistik deskriptif dari data yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil analisis data dengan menggunakan korelasi pearson, uji regresi linear berganda, dan *two-sample independent t-test* juga dijelaskan pada bagian ini. Kemudian diakhir bab 4 disajikan pembahasan terkait pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen serta peran dari variabel moderasi.

Bab 5 Simpulan dan Saran

Pada bagian ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang menjadi jawaban dari rumusan masalah maupun hipotesis yang telah diuraikan sebelumnya, terkait bagaimana pengaruh maskulinitas wajah, kesibukan, dan usia CEO dengan tingkat

keterbacaan laporan analisis dan pembahasan manajemen. Selain itu, pada bagian ini juga berisi keterbatasan dan saran yang dapat dimanfaatkan untuk penelitian di masa mendatang.