

BAB 1

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Pada awal tahun 2020 dunia dikejutkan dengan munculnya varian virus baru yaitu virus corona atau yang lebih dikenal dengan Covid-19 yang melanda dunia ini menjadi sebuah mimpi buruk bagi setiap negara. Pandemi Covid-19 yang telah menyebar ke penjuru dunia termasuk Indonesia membawa risiko yang buruk terhadap berbagai sektor termasuk perekonomian, khususnya di bidang pariwisata, perdagangan serta investasi (Nasution, Erlina dan Muda, 2021).

Dampak dari pandemi covid-19 juga mempengaruhi nilai tukar rupiah terhadap dolar AS. Menurut (Huda, 2020) menyatakan jika nilai tukar tertinggi berada di Rp 16.575 per dolar AS pada bulan maret 2020 dan terendah pada Rp. 13.583 per dollar AS pada awal tahun 2021. Melemahnya nilai tukar rupiah juga disebabkan oleh beberapa faktor lain selain pandemi covid-19 yaitu memanasnya perang dagang Cina dan Amerika serta kondisi Brexit yang mengalami ketidakpastian (Suryaputri, Rossje V., 2020)

Akibat mewabahnya pandemi covid-19 membuat berbagai sektor industri terkena dampaknya, seperti sektor keuangan, manufaktur, food and beverage, pariwisata dan sektor-sektor lainnya. Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) telah mengalami penurunan sekitar 22% pada awal tahun

2020 yang menyebabkan pasar modal Indonesia menjadi salah satu negara yang sangat terdampak yang dilihat dari penurunan cukup drastis (Kusnandar and Bintari, 2020)

Munculnya pandemi covid-19 sangat mempengaruhi dunia pasar modal tanah air yang menyebabkan Bursa Efek Indonesia melakukan perubahan waktu perdagangan dan ini menjadi sebuah sinyal buruk bagi investor yang membuat investor untuk menjual kepemilikan sahamnya (Saraswati, 2020). Investor cenderung untuk mencari investasi yang jauh lebih aman dikala situasi seperti saat ini dibanding harus mempertahankan kepemilikan saham yang kondisinya tidak menentu. Investor juga dituntut untuk menyusun ulang portofolio mereka yang dimiliki. Hal ini dilakukan agar investor berhati-hati dalam mengelola portofolio yang mereka miliki karena bursa saham yang mengalami penurunan dan berdampak terhadap nilai perusahaan (Tambunan, 2020).

Nilai perusahaan menjadi bagian terpenting bagi suatu perusahaan karena tujuan utama dari perusahaan itu sendiri yaitu mampu memberikan keuntungan bagi seluruh pemegang saham secara maksimal apabila harga saham perusahaan itu meningkat (Suharli, 2006). Kinerja perusahaan yang baik dapat meningkatkan nilai perusahaan dan harga saham perusahaan, hal ini akan menjadi cerminan jika pemegang saham perusahaan dalam kondisi yang menguntungkan dari adanya pengembalian saham dari suatu perusahaan (Rudangga dan Sudiarta, 2014).

Nilai perusahaan menjadi tolak ukur persepsi setiap investor terhadap tingkat keberhasilan yang diperoleh oleh perusahaan dan sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan menggambarkan kemakmuran pemegang saham dalam kurun waktu jangka panjang yaitu untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Semakin tinggi harga saham maka akan semakin tinggi pula kemakmuran yang dimiliki oleh para pemegang saham (Suastini, Ida dan Henny, 2016)

Efek pandemi covid-19 yang paling dirasakan di Indonesia adalah terganggunya aktivitas bisnis yang dialami oleh berbagai sektor industri perusahaan ini membuat para pelaku usaha terpukul dengan dampak yang disebabkan oleh pandemi (Febriyanti, 2020). Banyak sektor industri yang terkena dampak nya dari mewabahnya virus covid-19 akibat aktivitas ekonomi yang terganggu. Hal ini juga dirasakan oleh sektor industri textile tanah air.

Akibat mewabahnya pandemi covid-19 yang telah menginfeksi jutaan orang di seluruh dunia menyebabkan ketidakpastian khususnya bagi pelaku industri tekstil yang menggantungkan usaha bisnisnya dengan ekspor produk ke luar negeri (katadata.co.id). Virus covid-19 telah membuat penjualan pada industri tekstil menurun 50% akibat dari banyak pesanan ekspor dibatalkan dan permintaan dalam negeri yang mengalami penurunan (katadata.co.id).

Dalam keadaan pandemi krisis pandemi seperti saat ini tentunya sangat berdampak terhadap kinerja perusahaan yang menurun. Dengan menggunakan pendekatan berbasis psikologis dan ekonomi yang secara oportunistik akan memberikan pandangan yang baik tentang kinerja perusahaan dengan menggunakan manajemen impresi (Jones *et al.*, 2020). Upaya yang dilakukan ini bertujuan untuk mengkomunikasikan perusahaan dengan harapan dapat mempengaruhi para pemangku kepentingan (Khairunnisa, Kesaulya dan Putri, 2020)

Manajemen impresi adalah cara yang rasional dalam mengkomunikasikan perusahaan yang dikelola dengan tujuan untuk mempengaruhi cara orang lain dalam memandang mereka. Terdapat dua teknik manajemen impresi yang biasa dilakukan oleh manajemen perusahaan, yaitu teknik manajemen atribusi dan teknik manajemen impresi penyembunyian. Teknik manajemen impresi biasa dilakukan dengan cara lebih cenderung mengarahkan hasil positif ke faktor yang berada di dalam perusahaan dan lebih mengarahkan hasil negatif ke faktor yang berada di luar perusahaan atau *self-serving attribution* (Suripto, 2013). Sesuai dengan teori atribusi yang menjelaskan jika seseorang akan berusaha menunjukkan keberhasilan mereka dengan faktor internal atau asertif serta menyalahkan kegagalan terhadap faktor eksternal (defensif) (Nurjanah, 2013). Teori atribusi juga sejalan dengan praktik manajemen impresi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dengan harapan investor akan menganggap baik kinerja perusahaan tersebut (Zain, 2015). Sedangkan *concealment* atau

teknik manajemen impresi penyembunyian dapat dilakukan dengan cara menyembunyikan berita negatif dan menguatkan berita yang positif (Khairunnisa, Kesaulya and Putri, 2020)

Pengungkapan *discretionary disclosure* cenderung akan menimbulkan konflik kepentingan diantara manajemen perusahaan dengan para pemegang saham (Al-Sayani *et al.*). Perbedaan kepentingan diantara manajer perusahaan dan pemegang saham terjadi dalam setiap pengungkapan hasil-hasil negatif. Kerugian akan cenderung mendorong manajemen perusahaan secara oportunistik melakukan tindakan *concealment strategy* (Abrahamson and Park, 1994).

Penelitian mengenai pengaruh manajemen impresi terhadap nilai perusahaan sudah dilakukan oleh beberapa peneliti. Penelitian yang dilakukan oleh (Ginah and Akpotu, 2016), (Merkl-Davies and Brennan, 2007) tentang manajemen impresi dan nilai perusahaan menunjukkan jika manajemen impresi memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh (Zain, 2015) yang menunjukkan jika manajemen impresi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Selain adanya perbedaan hasil penelitian, terdapat juga perbedaan variabel penelitian yang digunakan. Dalam penelitian (Ginah and Akpotu, 2016) variabel yang digunakan adalah *information sifting, imaging, information balancing, information mopping*. Sedangkan dalam penelitian (Arif *et al.*, 2011) variabel yang digunakan

ialah *intimidation*, *ingratiation*, *exemplification*, *self-promotion*, *supplication*.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Merkl-Davies and Brennan, 2007) jika manajemen impresi memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini bisa terjadi karena ketika melakukan manajemen impresi maka akan melibatkan informasi keuangan perusahaan tersebut. Dengan memanipulasi informasi keuangan maka tentunya akan berisiko dan akan merugikan perusahaan jika strategi yang digunakan tidak tepat. Peristiwa ini juga pernah terjadi pada kasus laporan tahunan perusahaan Enron yang sedang buruk kemudian perusahaan melakukan manajemen impresi namun justru semakin memperburuk kinerja perusahaan dikarenakan informasi yang diberikan justru menjadi ambigu (Anderson, Glover and Maze, 2005)

(Li, 2010) dalam penelitiannya mengungkapkan jika peristiwa enron tentunya dapat diambil pelajaran jika dalam kondisi perusahaan mengalami kerugian maka yang mereka lakukan adalah dengan menutupi kerugian mereka dengan tujuan untuk menjaga reputasi perusahaan mereka dengan melakukan tindakan untuk memperbaikinya. Hal ini yang harus menjadi perhatian khusus oleh manajemen perusahaan, salah satunya dewan komisaris.

Dewan komisaris dalam sebuah perusahaan memiliki tugas selain mengawasi jalannya sebuah perusahaan yaitu melakukan evaluasi terhadap

kinerja perusahaan apakah telah sesuai dengan tujuan perusahaan untuk memastikan jika perusahaan ini dalam kinerja yang baik (Arlita and Aghivirwiati, 2021). Satu hal yang terpenting untuk keberlanjutan perusahaan di masa depan adalah pendidikan yang dimiliki oleh dewan komisaris. Dewan komisaris dalam sebuah perusahaan diharapkan memiliki latar belakang pendidikan di bidang keuangan atau bisnis dengan tujuan agar dapat memberikan suatu strategi bisnis dalam berjalannya sebuah perusahaan (Ngoc *et al.*, 2021).

Tidak menjadi keharusan setiap dewan komisaris memiliki latar belakang pendidikan di bidang keuangan atau bisnis. Namun, akan lebih efektif ketika dewan komisaris tersebut memiliki pendidikan di bidang keuangan atau bisnis akan lebih efektif dalam melakukan suatu pengawasan (Tambunan *et al.*, 2018). Dewan komisaris yang memiliki pendidikan keuangan atau bisnis akan efektif dalam melakukan pengawasan internal dalam sebuah perusahaan yang berdampak terhadap meningkatnya nilai perusahaan (Bhagat *et al.*, 2012).

Penelitian yang dilakukan oleh (Dewi *et al.*, 2018) yang membahas latar belakang pendidikan dewan komisaris terhadap kinerja perusahaan menunjukkan jika latar belakang pendidikan dewan komisaris berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hasil penelitian tersebut senada dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Prasetyo dan Dewayanto, 2018) kemudian penelitian (Darmadi, 2013) yang menunjukkan jika hasil penelitian tidak menemukan adanya pengaruh

signifikan positif antara latar belakang pendidikan dewan komisaris terhadap kinerja perusahaan. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Dewi dan Dewi, 2016) kemudian penelitian (Tambunan *et al.*, 2018) yang menunjukkan jika latar belakang pendidikan yang dimiliki oleh dewan komisaris berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Virus Covid-19 pertama kali teridentifikasi di negara China yang kemudian tersebar hingga ke negara-negara di Eropa, Amerika, Asia termasuk di Indonesia (Sterpetti, 2020). Virus ini mulai masuk ke Indonesia pada 2 maret 2020 yang sangat bergantung terhadap segala aspek khususnya di sektor kesehatan dan perekonomian. Pemerintah Indonesia terus berusaha untuk melawan pandemi covid-19 dengan mengeluarkan berbagai kebijakan untuk menekan penyebaran virus ini dengan harapan agar segera memulihkan sektor kesehatan dan perekonomian (Pragholapati, 2020).

Penyebaran virus covid-19 yang cepat dan masif di seluruh dunia membuat setiap negara melakukan kebijakan *lockdown* atau memberhentikan seluruh aktivitas dalam negerinya sehingga sangat mempengaruhi kondisi perekonomian domestik maupun global (Padhan and Prabheesh, 2021). Pandemi virus COVID-19 ini juga menimbulkan dampak yang sangat mengkhawatirkan terhadap iklim investasi dikarenakan banyaknya harga saham di seluruh dunia mengalami penurunan (Ngwakwe, 2020). Covid-19 sangat berdampak negatif terhadap kondisi kinerja perusahaan yang bisa dilihat dari kegiatan investasi serta pendapatan yang diperoleh perusahaan mengalami penurunan cukup drastis

(Khatib and Ibrahim, 2021). Perusahaan yang mempunyai kinerja yang buruk, cenderung akan mengungkapkan manajemen impresi pada laporan tahunan sebagai cara untuk memberikan *image* positif agar dapat mempengaruhi pengambilan keputusan investor (Khairunnisa *et al*, 2020)

Kinerja perusahaan yang sedang tidak stabil cenderung mendorong manajemen melakukan tindakan oportunistik dengan menggunakan strategi penjelasan dengan tujuan untuk mempengaruhi para investor (Suripto, 2013). Bentuk cara yang dilakukan oleh manajemen perusahaan biasanya yaitu menampilkan hasil-hasil yang positif (peningkatan) atau menyembunyikan hasil-hasil yang negatif (Merkl-Davies *et al* , 2011).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Roosdiana, 2020), (Khatib and Ibrahim, 2021) yang meneliti tentang dampak pandemi covid-19 terhadap nilai perusahaan menunjukkan jika hasil penelitian dampak pandemi covid-19 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan sebelum dan sesudah terjadinya pandemi. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Shen *et al.*, 2020) jika dampak pandemi covid-19 berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan diatas, maka terdapat ketidakkonsistenan hasil penelitian serta gap riset yang ada menunjukkan terdapat faktor kontijensi yang mampu menjelaskan perbedaan dari masing-masing hasil tersebut. peneliti menduga jika variabel pandemi covid-19 dan peran dewan komisaris berpengaruh terhadap

hubungan antara manajemen impresi dan nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori keagenan yang menyatakan jika peran dewan komisaris yang baik dan optimal maka akan mempengaruhi asimetri informasi yang mungkin dihadapkan oleh manajemen impresi yang cenderung bersifat manipulatif.

Penelitian ini mengacu kepada penelitian dari Bambang Suropto (2012) yang berjudul “*Manajemen Impresi Dalam Pembahasan Kinerja Perusahaan Oleh Manajemen Pada Bagian Naratif Laporan Tahunan*”. Hasil penelitian ini menunjukkan jika tingkat kinerja berpengaruh negatif yang berarti intensitas manajemen impresi akan semakin tinggi ketika kondisi ekonomi dalam kondisi yang rendah. Hal ini memotivasi peneliti untuk meneliti pengaruh manajemen impresi terhadap nilai perusahaan disaat adanya pandemi dikarenakan ketika dalam situasi pandemi kondisi ekonomi dalam keadaan buruk yang mendorong intensitas manajemen impresi yang akan lebih tinggi.

Penelitian ini memiliki perbedaaan dengan penelitian sebelumnya karena manajemen impresi menjadi variabel independent sedangkan pada penelitian terdahulu manajemen impresi sebagai variabel dependen. Kemudian penelitian ini juga menambah profitabilitas dan *leverage* sebagai variabel kontrol dan menambah latar belakang pendidikan dewan komisaris dan efek pandemi COVID-19 sebagai pemoderasi dalam penelitian ini. Kemudian penelitian ini mengganti periode yaitu pada tahun 2018-2020.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti dalam penelitiannya tertarik untuk mengambil judul **PENGARUH MANAJEMEN IMPRESI PADA LAPORAN TAHUNAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN LATAR BELAKANG PENDIDIKAN DEWAN KOMISARIS DAN EFEK PANDEMI COVID-19 SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN TERDAMPAK PANDEMI COVID-19 YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2018-2020)**

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan apa yang telah diuraikan pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah manajemen impresi berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah latar belakang pendidikan dewan komisaris dapat memoderasi pengaruh manajemen impresi terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah efek pandemi covid-19 dapat memoderasi pengaruh manajemen impresi terhadap nilai perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

Adapun permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menemukan bukti apakah manajemen impresi berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menguji dan menemukan bukti apakah latar belakang pendidikan dewan komisaris akan memperlemah pengaruh negatif manajemen impresi terhadap nilai perusahaan
3. Untuk menguji dan menemukan bukti apakah pandemi covid-19 memperkuat pengaruh negatif manajemen impresi terhadap nilai perusahaan

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat berupa menambah wawasan terhadap bidang akuntansi di Indonesia, pada khususnya yang memiliki keterkaitan dengan manajemen impresi terhadap nilai perusahaan, Selain itu juga penelitian ini kedepannya akan bermanfaat sebagai bahan referensi penelitian selanjutnya.

2. Praktis

Diharapkan penelitian ini juga akan memberikan manfaat bagi perusahaan khususnya kepada manajemen perusahaan tak terkecuali dewan komisaris dalam menggunakan teknik manajemen impresi dalam mempengaruhi pengguna laporan keuangan sehingga akan berdampak pada nilai perusahaan.