

Pengaruh CEO Duality, Earning Management dan Corporate Reputation terhadap Financial Performance pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Meliana Phandeirot

Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Kristen Petra

Jln. Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236

Email: meliana.phand@yahoo.com

ABSTRAK

Tujuan-Tujuan penelitian ini adalah menjelaskan pengaruh CEO *duality*, *earning management*, dan *corporate reputation* terhadap *financial performance* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Design/methodology/approach –Desain penelitian adalah kausal, variabel penelitian meliputi: CEO *duality*, *earning management*, *corporate reputation* dan *financial performance*. Jumlah sampel penelitian sebanyak 50 perusahaan dengan laporan keuangan 5 tahun mulai tahun 2011-2015 sehingga jumlah data analisis sebanyak 250 data. Teknik analisis data menggunakan path analysis dengan program AMOS.

Temuan-Temuan penelitian menunjukkan bahwa CEO *duality* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *earning management*, CEO *duality* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *corporate reputation*, CEO *duality* terbukti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *financial performance*, *earning management* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *corporate reputation*, *earning management* terbukti berpengaruh negatif dan secara signifikan terhadap *financial performance*, dan *corporate reputation* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial performance*.

Keterbatasan penelitian-Dalam perhitungan manajemen laba dengan menggunakan rumus modified jones, diperlukan data laporan keuangan historis, dan semakin banyak data yang digunakan untuk membuat proyeksi *discretionary accrual* maka hasil dari manajemen laba semakin akurat. Namun dalam penelitian ini perhitungan manajemen laba perusahaan tahun 2011-2015 berdasarkan data laporan keuangan mulai tahun 2007 karena keterbatasan data yang disajikan oleh Blomberg.

Implikasi praktis- Tujuan penelitian ini memberikan masukan kepada investor untuk memahami hubungan dari CEO *duality*, *earning management*, dan *corporate reputation* terhadap *financial performance* sebagai bahan evaluasi untuk mempertimbangkan pemilihan saham perusahaan ketika akan melakukan investasi.

Originality/value – Penelitian ini mampu menjelaskan bahwa kinerja keuangan perusahaan didukung oleh berbagai faktor, baik faktor finansial maupun faktor non finansial. Faktor finansial diantaranya efisiensi dan efektifitas pembiayaan operasional sedangkan faktor non finansial seperti halnya: reputasi perusahaan, CEO *duality*, dan praktik *earning management*.

Kata Kunci: CEO *Duality*, *Earning Management*, *Corporate Reputation*, *Financial Performance*.

1. INTRODUCTION

Perusahaan merupakan institusi komersial sehingga semua orientasi perusahaan terfokus pada kinerja keuangan yang semakin baik. Akram, Hunjra, Butt, & Ijaz (2015) menjelaskan bahwa kinerja keuangan juga dipengaruhi oleh *earning management*, dan pengaruh *earning management* terhadap kinerja keuangan adalah negatif. Menurut Golden, Skalak, & Clayton (2006, p. 378) bahwa *earning management* merupakan bentuk penyimpangan (*fraud*) yaitu ketika perusahaan dengan sengaja memberikan informasi yang keliru. Adanya praktik *earning management* memberikan dampak negatif terhadap kinerja keuangan perusahaan karena perusahaan kehilangan informasi kondisi yang

sebenarnya dari kinerja perusahaan karena laporan keuangan sudah dilakukan pengolahan laba. Ketidaktahuan mengenai kondisi yang sebenarnya dari kinerja perusahaan menyebabkan manajemen tidak bisa menetapkan kebijakan yang tepat untuk meningkatkan kinerja secara berkelanjutan.

Hasil penelitian Roodposhti & Chashmi (2011, p. 4143) juga mendapatkan temuan bahwa CEO *duality* mempengaruhi *earning management*. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif CEO *duality* dengan *earning management*, yaitu ketika terdapat fenomena perangkapan jabatan pada CEO yang dilakukan oleh *chairman* maka mendorong terjadinya *earning management*. Hal ini disebabkan karena dengan adanya perangkapan yaitu pemilik perusahaan merangkap menjadi manajemen perusahaan akan terdapat keleluasaan bagi manajemen untuk melakukan pengolahan laporan keuangan.

Menurut penelitian Egwuonwu (2011) diidentifikasi bahwa kinerja keuangan juga dipengaruhi *corporate reputation*, dan pengaruh *corporate reputation* terhadap kinerja keuangan adalah positif. Reputasi perusahaan adalah nama baik perusahaan dan menjadi *intangible asset* bagi perusahaan. Berkaitan dengan *corporate reputation*, terdapat sejumlah lembaga survei yang konsisten melakukan survei untuk memberikan peringkat reputasi perusahaan. Lembaga survei yang kredibel diantaranya adalah Frontier Consulting Group. Salah satu survei tahunan yang dilakukan Frontier Consulting Group bersama dengan Majalah Marketing adalah *Survei Top Brand* yang sudah dilakukan selama 16 tahun (<http://www.topbrand-award.com/faq>, 2016). Hasil survei tersebut dipublikasikan di media dan dipergunakan oleh banyak perusahaan maupun sebagai data pendukung mahasiswa untuk *study*. Bahkan hasil survei sering dikutip dalam makalah-makalah dan jurnal ilmiah serta pernah dipresentasikan di University of New South Wales di Australia.

CEO *duality* dalam sebuah perusahaan juga memiliki pengaruh negatif terhadap *corporate reputation*. Menurut pernyataan Wijst (2013, p. 330), Robbins & Coulter (2012, p. 505), dijelaskan bahwa ketika perusahaan tidak mampu menerapkan praktik kerja sama antara pemilik perusahaan dan management (agen), maka perusahaan tidak secara konsisten menerapkan praktik tata kelola yang baik sehingga reputasi perusahaan menurun. Pendapat tersebut diperkuat oleh pernyataan Siam, Laili, & Khairi (2014, p. 3), bahwa sesuai dengan teori keagenan, maka seharusnya dilakukan pemisahan antara posisi CEO dan posisi *chairman*. Ketika perusahaan mampu memisah kedua posisi tersebut berarti reputasi perusahaan bagus karena mengikuti tata kelola perusahaan yang baik.

Earning management juga memiliki pengaruh terhadap *corporate reputation*. Temuan penelitian Nuryaman (2013, p. 73), bahwa terdapat hubungan negatif antara *earning management* dan *return* saham. *Return* saham terbentuk dari harga saham, artinya harganya merupakan formulasi dari *demand* dan *supply*, artinya ketika permintaan terhadap saham tinggi dibandingkan dengan jumlah saham maka harga akan naik dan demikian pula sebaliknya. *Earning management* berhubungan negatif dengan *return* saham artinya ketika terdapat *earning management* maka harga saham menurun dan penurunan harga saham karena minat yang semakin rendah terhadap saham.

Frontier Consulting Group secara berkala yaitu setiap tahun juga menetapkan perusahaan-perusahaan dengan reputasi terbaik dengan tema "*corporate image award*" dan pada tahun 2015 lembaga survei tersebut memberikan peringkat lebih dari 550 perusahaan berdasarkan indek reputasinya. Dari keseluruhan perusahaan tersebut yang listing di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 adalah sebanyak 122 perusahaan Berdasarkan latar belakang di atas, maka dalam penelitian ini akan mengkaji lebih mendalam mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Obyek penelitian mengadopsi hasil survei Frontier (2015) yaitu perusahaan dengan reputasi terbaik. Berdasarkan data tahun 2015 didapatkan 122 perusahaan yang listing di Bursa Efek Indonesia dan mendapatkan predikat sebagai perusahaan dengan reputasi baik oleh majalah Frontier.

2. LITERATURE REVIEW

2.1. CEO Duality

Solomon & A. Solomon (2004) menyatakan, “... *the owner or ‘principal’ of the company, delegates day-to-day decision making in the company to the directors, who are the shareholder’s ‘agents’*” (p. 17). Dalam teori agensi yang melibatkan hubungan antara prinsipal dan agen dinyatakan bahwa prinsipal yaitu sebagai pemilik perusahaan mendelegasikan pembuatan keputusan harian di perusahaan kepada direktur, di mana posisi direktur adalah agen dari prinsipal. Keputusan yang sifatnya harian di perusahaan adalah keputusan-keputusan untuk menjalankan aktivitas operasional. Berdasarkan pada pendapat ini, maka juga bisa dinyatakan bahwa keputusan-keputusan yang sifatnya bukan keputusan harian tidak termasuk tugas yang didelegasikan pemilik perusahaan kepada direktur. Contoh untuk keputusan yang sifatnya bukan keputusan harian adalah keputusan untuk pengembangan usaha, keputusan investasi di bidang lain, dimana keputusan-keputusan tersebut ditentukan oleh pemilik perusahaan.

Wijst (2013) menyatakan, “*The nature of the relation implies that the agent is likely to have different interests and incentives than the principal*” (p. 330). Dalam kaitannya dengan teori agensi, di mana pemilik perusahaan mempercayakan pengelolaan perusahaan kepada pihak manajemen dinyatakan memiliki implikasi terhadap perbedaan kepentingan di antara kedua belah pihak. Letak perbedaan kepentingan dua pihak tersebut juga dinyatakan oleh Wijst (2013), “*The agent will want to maximize the reward for their effort or, if the reward is given, to minimize the effort. The principal will want to minimize the costs of hiring an agent or to maximize the output they receive*” (p. 330). Pihak agen berkepentingan untuk memaksimalkan *reward* untuk kinerja agen, dan jika *reward* telah diberikan maka agen berusaha untuk meminimalkan kinerja. Sedangkan pihak prinsipal (pemilik perusahaan) berusaha untuk meminimalkan biaya untuk mempekerjakan agen untuk memaksimalkan *output* yang diterima.

Menurut Collier (2003), “*The principal wishes to influence what the agent does, but delegates tasks to the agent in an uncertain environment. The agent expends effort in the performance of these tasks*” (p. 78). Dalam hubungan antara agen dan prinsipals, prinsipals berusaha untuk bisa mempengaruhi apa yang dikerjakan oleh agen tetapi prinsipal justru menyerahkan pengemabilan keputusan kepada agen dalam situasi lingkungan yang tidak menentu. Pihak agen berusaha untuk mengembangkan upaya menampilkan kinerja dari setiap tugas-tugas tersebut.

Menurut pendapat Robbins & Coulter (2012), “*The original purpose of a board of directors was to have a group, independent from management, looking out for the interests of shareholders who were not involved in the day-to-day management of the organization*” (p. 505). Pendapat ini mengungkapkan bahwa direktur seharusnya memiliki kelompok sendiri yang terpisah dari manajemen, melindungi kepentingan pemegang saham yang tidak terlibat dalam keputusan harian dari pihak manajemen perusahaan. Pemilik dan manajemen dalam perusahaan selayaknya untuk berpisah, artinya tidak terdapat perangkapan fungsi antara pemilik dan agen perusahaan (manajemen). Jika terdapat perangkapan posisi antara manajemen dan pemilik perusahaan maka didindikasikan terdapat praktik *CEO duality*. Menurut Amba (2013), “*CEO duality refers to a situation where a CEO also acts as a chairman of the board or a member of the board that governs the corporation*” (p. 88). Pendapat ini mengungkapkan bahwa *CEO duality* adalah situasi di mana CEO juga merangkap sebagai *chairman*. *Chairman* adalah pemilik perusahaan sedangkan CEO adalah wakil perusahaan artinya CEO yang bertanggungjawab terhadap aktivitas operasional perusahaan.

2.2. Earning Management

Golden, Skalak, & Clayton (2006) menyatakan, “*Earnings management rises to the level of fraud when companies intentionally misstate information*” (p. 378). *Earning management* merupakan bentuk penyimpangan (*fraud*) yaitu ketika perusahaan dengan sengaja memberikan informasi yang keliru. *Misstate information* merupakan informasi-informasi yang bersumberkan dari laporan keuangan perusahaan. Laporan keuangan perusahaan yang meliputi: laporan laba rugi, neraca, laporan perubahan modal, maupun catatan atas tambahan laporan keuangan merupakan sumber informasi bagi pengguna laporan keuangan sehingga ketika terjadi kesengajaan dari pemberian informasi yang salah merupakan bentuk penyimpangan dan salah satunya adalah *earning management*.

Welch (2009) menyatakan, “*A particularly interesting form of earnings management occurs when a firm aggressively sells products on credit. The sales could be immediately booked as earnings, with the loans counting as investments*” (p. 474). *Earning management* banyak terjadi pada perusahaan yang secara agresif melakukan penjualan secara kredit karena penjualan bisa dibukukan sebagai *earning* dan pinjaman (hutang) dibukukan sebagai investasi. Pengertian *earning management* dinyatakan oleh Watts and Zimmerman (1986), “*Earnings management is the deliberate altering of financial information to either mislead investors on the underlying economic status of a firm or to gain some contractual benefits that depend largely on accounting numbers* (dalam Hassan & Ahmed, 2012, p. 216)”. Pendapat ini mengungkapkan bahwa manajemen laba adalah kegiatan yang dengan sengaja mengubah informasi keuangan yang menyebabkan investor bisa salah memberikan penilaian status ekonomi perusahaan atau bisa menyebabkan investor bisa salah dalam melakukan evaluasi atas *contractual benefit* jika melakukan investasi.

Meiryani (2015) menyatakan “*Earnings management can occur because managers are given the freedom to choose accounting methods that will be used to record and disclose its financial information private*” (p. 575). *Earning management* bisa terjadi ketika manajemen diberikan kebebasan untuk memilih metode akuntansi yang digunakan untuk mencatat dan mengungkapkan informasi keuangan. Mengingat manajemen memiliki keleluasaan untuk memilih salah satu kebijakan akuntansi dari prinsip yang berlaku umum, maka wajar saja jika kemudian muncul pemikiran bahwa manajemen akan memilih metode akuntansi yang secara spesifik akan membantu manajemen dalam meraih tujuannya. Kebijakan akuntansi dalam manajemen laba terbagi ke dalam dua kelompok. Kelompok pertama adalah pemilihan kebijakan akuntansi sedangkan kelompok kedua adalah penggunaan akrual diskresioner.

Ching, Teh, San, & Hoe (2015) menyatakan “*Managers also manage earnings in order to maximize their wealth*” (p. 213). Manajer memajemen *earning* dengan tujuan memaksimalkan kesehatan perusahaan, artinya *earning management* dilakukan ketika manajemen menginginkan kesan bahwa keuangan perusahaan dalam kondisi yang baik (sehat). Ketika laporan keuangan yang disajikan perusahaan memberikan informasi bahwa kondisi perusahaan adalah baik atau sehat maka terdapat banyak dampak positif, baik untuk pribadi manajer maupun untuk kepentingan perusahaan sebagai sebuah institusi komersial.

2.3. Corporate Reputation

Serrat (2011) menyatakan, “*Reputation is not about likability: it is the aggregate estimation in which a person or entity is held by individuals and the public against a criterion, based on past actions and perceptual representation of future prospects, when compared to other persons or entities*” (p. 1). Reputasi bukan menyangkut masalah suka atau tidak suka tetapi berhubungan dengan penilaian secara keseluruhan (*aggregate estimation*) mengenai seseorang atau entitas oleh individu atau publik berdasarkan sebuah kriteria tertentu, yang didasarkan pada perilaku di masa lalu dan perspektif untuk masa yang akan datang ketika dibandingkan dengan individu atau entitas yang lainnya. Berdasarkan pada pendapat ini bisa dijelaskan bahwa reputaion pada dasarnya adalah hasil evaluasi mengenai secara keseluruhan dari masa llau sampai prospek masa yang akan datang mengenai perilaku yang dijalankan

oleh sebuah institusi. Tolak ukurnya sebuah kriteria tertentu dan diukur pula dari perbandingan perilaku yang dilakukan institusi yang lainnya.

Menurut Chun (2005), “*Reputation seen as an intangible asset and one that can or should be given financial worth*” (p. 92). Reputasi adalah aset tidak berwujud, artinya perusahaan mengakui bahwa reputasi merupakan aset tetapi tidak berbentuk secara fisik. Reputasi bisa memberikan nilai pada keuangan perusahaan, artinya dengan reputasi yang tinggi maka secara finansial perusahaan akan mendapatkan nilai (keuntungan), misalnya perusahaan dengan reputasi tinggi maka bisa laku dijual lebih tinggi dibandingkan nilai aset fisik yang dimiliki.

Egwuonwu (2011) menyatakan, “*Reputation as the outcome of a process in which firms signal their key characteristics to constituents to maximize their social status*” (p. 198). Reputasi perusahaan merupakan hasil dari proses di mana karakteristik perusahaan bisa memaksimalkan status sosial konstituen. Konstituen ini adalah semua pihak yang memiliki keterkaitan dengan perusahaan. Egwuonwu (2011) juga menyatakan, “*It can arise out of consumers’ satisfying experience with the company’s products hence it can be inherited from an organization’s past actions*” (p. 198). Pendapat ini mengungkapkan bahwa reputasi perusahaan merupakan hasil dari pengalaman kepuasan pelanggan dengan produk perusahaan sebagai hasil dari aktivitas masa lalu perusahaan. Secara umum, reputasi perusahaan adalah gambaran dari citra atau reputasi perusahaan

Empat dimensi *corporate reputation* yang meliputi: *quality, performance, responsibility*, dan *attractiveness* juga digunakan untuk pengukuran *corporate reputation* oleh lembaga survei Frontier (2016). Penjelasan dari tiap dimensi tersebut adalah sebagai berikut:

a. Kualitas (*quality*)

Kualitas diukur dari empat sub dimensi, meliputi: kepedulian kepada pelanggan (*customer care*), kualitas produk atau layanan (*high quality products/services*), kejujuran (*trustworthiness*), inovasi (*innovativeness*).

b. Kinerja (*performance*)

Pengukuran terhadap kinerja didasarkan pada dua sub dimensi, yaitu: pertumbuhan perusahaan (*company growth*) dan manajemen yang baik (*good management*).

c. Tanggung jawab (*responsibility*)

Tanggung jawab perusahaan diukur dari dua sub dimensi, yaitu: tanggung jawab pada lingkungan (*responsibility to the environment*), dan tanggung jawab sosial (*social responsibility*).

d. Daya tarik (*attractiveness*)

Daya tarik diukur dari dua sub dimensi, yaitu: tempat kerja yang mengagumkan (*ideal and admirable work place*), dan keunggulan karyawan (*employee excellence*).

2.4. Financial Performance

Corvellec (1997) menyatakan, “*Financial performance refers to the degree to which financial objectives being or has been accomplished*” (dalam Ajmal, 2015, p. 21). Kinerja keuangan merupakan kemampuan perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuan keuangan yang telah ditetapkan. Perusahaan adalah institusi komersial sehingga orientasi utamanya adalah untuk mendapatkan keuntungan. Perusahaan memiliki target keuntungan yang berbeda dalam laporan keuangan, sehingga pengukuran secara spesifik mengenai kinerja juga bervariasi. Realisasi dari kemampuan mencapai target keuangan merupakan pengukuran dari kinerja keuangan perusahaan.

Menurut Dhevika, Latasri, & Gayathri (2013) menyatakan, “*Financial performance refers to the achievement of the bank (firms) in terms of profitability*” (p. 54). Kinerja keuangan juga didasarkan pada pencapaian profitabilitas. Profitabilitas adalah tingkat keuntungan yang dicapai oleh perusahaan, dimana terdapat selisih positif antara kas masuk dari aktivitas operasional dan kas keluar untuk kegiatan operasional. Profitabilitas yang ditetapkan oleh setiap perusahaan juga berbeda-beda sehingga target juga bisa berbeda-beda. Untuk itu, pengukuran terhadap kinerja keuangan setiap perusahaan juga bisa berbeda-beda. Cochran & Wood (1984) menyatakan: “*Corporate financial performance is divided*

into two general categories: the first one regards the return to the investor; the second one refers to accounting return (profit)” (dalam Chiarello, Pletsch, A. Silva, & TP. Silva (2014, p. 75). Pendapat ini mengungkapkan bahwa *financial performance* pada dasarnya adalah kinerja keuangan perusahaan yang didasarkan pada dua pengukuran yaitu *return* yang didapatkan investor dan laba atau keuntungan yang dicapai oleh perusahaan. Untuk itu, kinerja keuangan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan keuntungan yang diraih dan mampu memberikan *return* lebih tinggi kepada investor.

Menurut Moscu (2013, p. 156), bahwa pengukuran *financial performance* diukur dari dua rasio, yaitu: Return On Equity (ROE) dan Return On Asset (ROA) dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Modal}} \times 100\%$$

$$\text{Return on Asset} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

Rasio ROE menunjukkan kemampuan setiap modal perusahaan untuk menghasilkan keuntungan bersih perusahaan. Semakin tinggi nilai ROE berarti manajemen perusahaan memiliki kemampuan yang semakin baik dalam mengoptimalkan penggunaan modal yang dimiliki. Rasio ROA menunjukkan kemampuan setiap aktiva perusahaan untuk menghasilkan keuntungan bersih perusahaan. Semakin tinggi nilai ROA berarti manajemen perusahaan memiliki kemampuan yang semakin baik untuk mengoptimalkan penggunaan aktiva yang dimiliki.

2.5. Pengembangan Hipotesis Penelitian

2.5.1. Pengaruh CEO Duality Terhadap *Earning Management*

Temuan penelitian Roodposhti & Chashmi (2011), “*there is positive significant association between the existence of CEO-Chairman duality and earnings management*” (p. 4143). Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif CEO *duality* dengan *earning management*, artinya bahwa ketika terdapat fenomena perangkapan jabatan pada CEO yang dilakukan oleh *chairman* maka mendorong terjadinya *earning management*. Menurut teori Wijst (2013, p. 330), Robbins & Coulter (2012, p. 505) juga dengan pernyataan yang sama bahwa perangkapan posisi antara agen dan prinsipal menyebabkan terjadinya kecenderungan perusahaan melalui praktik *earning management*. Untuk itu, hipotesis yang diajukan adalah:

H1: CEO *duality* berpengaruh positif terhadap *earning management*.

2.5.2. Pengaruh CEO Duality Terhadap *Corporate Reputation*

Menurut pernyataan Wijst (2013, p. 330), Robbins & Coulter (2012, p. 505), dijelaskan bahwa ketika perusahaan tidak mampu menerapkan praktik kerja sama antara pemilik perusahaan dan management (agen), maka perusahaan tidak secara konsisten menerapkan praktik tata kelola yang baik sehingga reputasi perusahaan menurun. Siam, Laili, & Khairi (2014, p. 3) menjelaskan bahwa sesuai dengan teori keagenan, maka seharusnya dilakukan pemisahan antara posisi CEO dan posisi *chairman*. Ketika perusahaan mampu memisah kedua posisi tersebut berarti reputasi perusahaan bagus karena mengikuti tata kelola perusahaan yang baik. Untuk itu, hipotesis yang diajukan adalah: H2: CEO *duality* berpengaruh negatif terhadap *corporate reputation*.

2.5.3. Pengaruh CEO Duality Terhadap Financial Performance

Moscu (2013) menyatakan, “*Duality represents a problem because people that are responsible for the firm's performance are the same with those who evaluates the efficiency*” (p. 158). Pendapat ini mengungkapkan bahwa CEO duality menggambarkan adanya sebuah masalah karena pihak yang bertanggungjawab terhadap kinerja perusahaan adalah pihak yang melalui evaluasi terhadap kinerja perusahaan. Jika CEO juga berkedudukan sebagai *chairman* maka evaluasi terhadap kinerja CEO juga tidak bisa obyektif. Kondisi ini menyebabkan kinerja keuangan menjadi kurang baik karena perusahaan akan selalu dikondisikan baik meskipun sebenarnya kondisi perusahaan kurang baik sehingga lambat laun mempengaruhi fundamental kinerja perusahaan. Wijst (2013, p. 330), Robbins & Coulter (2012, p. 505) juga memiliki pendapat yang relatif sama, bahwa CEO duality menyebabkan perusahaan tidak secara konsisten mengelola efektifitas kinerja perusahaan sehingga menurunkan kinerja keuangan perusahaan. Untuk itu, hipotesis yang diajukan adalah: H3: CEO duality berpengaruh negatif terhadap *financial performance*

2.5.4. Pengaruh Earning Management Terhadap Corporate Reputation

Hubungan antara CEO duality dan *corporate reputation* dijelaskan dari temuan penelitian Nuryaman (2013), “*The relationship negatively earnings management with stock return*” (p. 73). Temuan ini menjelaskan bahwa terdapat hubungan negatif antara *earning management* dan return saham. Return saham terbentuk dari harga saham, artinya harganya merupakan formulasi dari *demand* dan *supply*, artinya ketika permintaan terhadap saham tinggi dibandingkan dengan jumlah saham maka harga akan naik dan demikian pula sebaliknya. *Earning management* berhubungan negatif dengan return saham artinya ketika terdapat *earning management* maka harga saham menurun dan penurunan harga saham karena minat yang semakin rendah terhadap saham. Hal ini bisa pula diartikan bahwa rendahnya harga saham menggambarkan reputasi yang rendah dari kinerja perusahaan. Golden, Skalak, & Clayton (2006); Hassan & Ahmed (2012) juga menjelaskan bahwa *earning management* menyebabkan perusahaan tidak secara konsisten menerapkan tata kelola perusahaan yang baik sehingga berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Untuk itu, hipotesis yang diajukan adalah: H4: *Earning management* berpengaruh negatif terhadap *corporate reputation*.

2.5.5. Pengaruh Earning Management Terhadap Financial Performance

Akram, Hunjra, Butt, & Ijaz (2015) menyatakan, “*There is a significant negative relationship between earnings management and organizational performance*” (p. 211). Temuan penelitian ini menunjukkan adanya hubungan negatif antara *earning management* dan kinerja keuangan perusahaan. Ketika terdapat *earning management* maka menyebabkan kinerja keuangan perusahaan menurun. Ching, Teh, San, & Hoe (2015); Meiryani (2015) berpendapat bahwa *earning management* menyebabkan perusahaan tidak mampu mendapatkan informasi yang akurat mengenai kinerja perusahaan tiap periode karena laba perusahaan diatur dan tidak menggambarkan kondisi yang sebenarnya, akibatnya kinerja perusahaan bisa terganggu karena tidak terselesaikannya masalah yang berhubungan dengan pemberian kinerja penjualan pada suatu periode. Untuk itu, hipotesis yang diajukan adalah:

H5: *Earning management* berpengaruh negatif terhadap *financial performance*.

2.5.6. Pengaruh Corporate Reputation Terhadap Financial Performance

Egwuonwu (2011) menyatakan, “*Corporate reputation positively impacts on firm performance has been documented*” (p. 197). Pernyataan ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara reputasi perusahaan dan kinerja keuangan perusahaan, artinya ketika perusahaan memiliki reputasi

yang tinggi menyebabkan kinerja keuangan perusahaan juga tinggi, dan ketika reputasi perusahaan rendah menyebabkan kinerja keuangan juga rendah. Berdasarkan penelitian Chun (2005, p. 92); Egwuonwu (2011, p. 198) bisa dijelaskan bahwa ketika perusahaan memiliki reputasi yang baik menyebabkan perusahaan mampu menjaga kepercayaan pelanggan (eksternal) sehingga bisa meningkatkan transaksi dengan pihak eksternal sehingga secara finansial kinerja perusahaan meningkat. Untuk itu, hipotesis yang diajukan adalah: H6: *Corporate reputation* berpengaruh positif terhadap *financial performance*.

3. Metodologi Penelitian

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, menurut Gravetter dan Forzano (2012), “*Research that is based on measuring variables for individual participants or subjects to obtain scores, usually numerical values, that are submitted to statistical analyses for summary and interpretation*” (p. 597). Sebuah penelitian dikategorikan sebagai penelitian kuantitatif jika pengukuran variabel dari responden atau subyek untuk mendapatkan skor dan biasanya nilainya dalam bentuk numerik dan hasil penelitian disajikan dengan menggunakan pendekatan statistik untuk bisa memberikan intepretasi pada hasil penelitian.

3.2. Gambaran Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011 – 2015. Jumlah perusahaan ini sebanyak 582 perusahaan. Populasi dalam penelitian ini dibatasi pada perusahaan yang masuk dalam survei Frontier untuk kategori perusahaan publik (tbk). Hasil survei Frontier untuk perusahaan publik ditemukan sebanyak 50 perusahaan yang mendapatkan nominasi *corporate reputation* selama 5 tahun yaitu tahun 2011-2015. Dari keseluruhan perusahaan tersebut akan dilakukan analisis administratif untuk bisa menetapkan perusahaan sebagai sampel penelitian, dengan persyaratan sebagai berikut:

- a. Perusahaan listing di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015
- b. Tersedia laporan keuangan perusahaan yang dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2011-2015

3.3. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian ini meliputi: *CEO duality*, *earning management*, *corporate reputation*, dan *financial performance*. Untuk memperjelas batasan setiap variabel, maka perlu dijelaskan definisi operasional dari tiap variabel yang diteliti adalah sebagai berikut:

3.3.1. CEO Duality

CEO duality adalah kondisi terjadinya perangkapan posisi antara chairman (pemilik perusahaan) dan CEO (chief Executive Officer) yaitu pihak yang mewakili perusahaan. *Chairman* secara fungsional adalah konsultan dan pihak yang mengawasi CEO. Berdasarkan pada posisinya, seorang *chairman* bisa pemilik perusahaan atau pihak independen lainnya yang ditugaskan untuk mengawasi CEO perusahaan. Pengukuran variabel ini dengan menggunakan variabel dumi, sebagaimana penelitian Chen, Lin, & Yi (2008) dengan pengukuran sebagai berikut:

- a. Skor 0, jika tidak terdapat perangkapan posisi antara CEO dan chairman
- b. Skor 1, jika terdapat perangkapan posisi antara CEO dan chairman

3.3.2. Earning Management

Earning management adalah aktivitas manajemen yang melalui adanya pengelolaan data keuangan perusahaan untuk menghadapi informasi yang positif sehingga manajemen mendapatkan penilaian yang baik dalam mengelola perusahaan. *Earning management* diukur menggunakan

akrual diskresioner dengan model Jones (1991) yang dimodifikasi oleh Dechow, et al. (1995) (dalam Anggraini, 2008, p. 31) dengan rumus sebagai berikut:

$$TA = NDA + DA$$

TA = Total akrual
 NDA = Non discretionary accruals
 DA = Discretionary accruals

Langkah perhitungan:

1. Menghitung TA yang dirumuskan sebagai berikut:

TA = Laba bersih – arus kas operasi

2. Menghitung estimasi akrual non diskresioner dengan menggunakan model Jones (1991) yang diestimasi dengan persamaan regresi OLS sebagai berikut:

$$TA_{it}/A_{it-1} = a_1(1/A_{it-1}) + a_2[(\Delta REV_{it})/(A_{it-1})] + a_3(PPE_{it}/A_{it-1}) + \varepsilon_{it}$$

Keterangan:

A_{it-1} = Total aktiva periode t-1
 ΔREV = Perubahan penjualan bersih dalam periode t
 PPE_{it} = Property, Plan and Equipment pada periode t
 ε = error term

3. Menentukan nilai akrual non diskresioner (NDA) menggunakan model Jones modifikasi dengan rumus sebagai berikut:

$$NDA_{it} = \alpha_1(1/A_{it-1}) + \alpha_2[(\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it})/(A_{it-1})] + \alpha_3(PPE_{it}/A_{it-1}) + \varepsilon_{it}$$

Keterangan:

ΔREC = Perubahan piutang bersih periode t
 $\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3$ = *Fitted coefficient yang diperoleh dari hasil regresi*

4. Menentukan nilai DA dengan rumus:

$$DA_{it} = TA_{it}/A_{it-1} - NDA_{it}$$

3.3.3. Corporate Reputation

Corporate reputation adalah citra perusahaan dan merupakan aset tidak berwujud (*intangible assets*) yang dimiliki oleh perusahaan dan bersifat memberikan nilai tambah pada perusahaan. Pengukuran *corporate reputation* mengadopsi indikator pengukuran Frontier dan pernah dipalikasikan dalam penelitian Schwaiger (2004, p. 64); Schwaiger dan Zhang (2009, p. 3) meliputi: *quality, performance, responsibility, dan attractiveness*.

- a. Kualitas (*quality*)

Kualitas diukur dari empat sub dimensi, meliputi: kepedulian kepada pelanggan (*customer care*), kualitas produk atau layanan (*high quality products/services*), kejujuran (*trustworthiness*), inovasi (*innovativeness*).

- b. Kinerja (*performance*)

Pengukuran terhadap kinerja didasarkan pada dua sub dimensi, yaitu: pertumbuhan perusahaan (*company growth*) dan manajemen yang baik (*good management*).

- c. Tanggung jawab (*responsibility*)

Tanggung jawab perusahaan diukur dari dua sub dimensi, yaitu: tanggung jawab pada lingkungan (*responsibility to the environment*), dan tanggung jawab sosial (*social responsibility*).

- d. Daya tarik (*attractiveness*)

Daya tarik diukur dari dua sub dimensi, yaitu: tempat kerja yang mengagumkan (*ideal and admirable work place*), dan keunggulan karyawan (*employee excellence*).

3.3.4. *Financial Performance*

Kinerja keuangan adalah kemampuan perusahaan untuk meningkatkan efektifitas penggunaan modal yang dimiliki dan aset yang dimiliki untuk menghasilkan laba bersih setelah pajak. Pengukuran *financial performance* mengadopsi pendapat Moscu (2013, p. 156) yaitu dikur dari Return On Equity (ROE) dan Return On Asset (ROA) dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Modal}} \times 100\%$$

$$\text{Return on Asset} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

3.4. Teknik Analisis data dan Pengujian Hipotesis

3.4.1. Teknik Analisis data

Pengolahan data menggunakan *structural equation modeling* (SEM), menurut Maruyama (1998) dalam Wijaya (2009, p. 1) dinyatakan bahwa SEM merupakan sebuah model statistik yang memberikan perkiraan perhitungan dari kekuatan hubungan hipotesis di antara variabel dalam sebuah model teoritis, baik secara langsung atau melalui variabel perantara. Analisis SEM bisa digunakan dalam pola hubungan berjenjangan dengan banyak variabel dan dengan hubungan yang rumit.

Wijaya (2009, p. 5) menjelaskan bahwa aplikasi utama SEM meliputi model sebab akibat (*causal modeling*) atau disebut juga analisis jalur (*path analysis*), yang menyusun hipotesis hubungan-hubungan sebab akibat (*causal relationship*) di antara variabel-variabel dan menguji model-model sebab akibat (*causal model*) dengan menggunakan sistem persamaan linier. Program yang digunakan untuk analisis adalah AMOS (Analysis of Moment Structure) yaitu sebuah program komputer yang dapat digunakan untuk membuat model persamaan struktural (Wijaya, 2009, p. 13).

3.4.2. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis penelitian yaitu pengaruh variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen didasarkan pada nilai t-statistik, dimana pengaruh tersebut dinyatakan signifikan jika nilai t-statistik di atas 1,96 (= 5%) (Yamin dan Kurniawan, 2009, p. 121).

4. RESULT AND DISCUSSION

Variabel dalam penelitian ini meliputi: *CEO duality*, *earning management*, *corporate reputation*, dan *financial performance*. Periode penelitian antara tahun 2011-2015 sehingga deskripsi dari masing-masing variabel penelitian tersebut ditampilkan untuk lima tahun.

4.1. *CEO Duality*

Berdasarkan deskripsi setiap perusahaan untuk periode 2011-2015, sejumlah perusahaan tidak terjadi *CEO duality* dan terdapat pula sejumlah perusahaan yang selama lima tahun terjadi *CEO duality*. Berdasarkan data setiap tahun, sebagian besar perusahaan terjadi *CEO duality* dengan persentase 32%-64%, artinya pada tahun 2011 ternyata terdapat 16 perusahaan (32%) yang terjadi *CEO duality*, pada tahun 2012 terdapat 18 perusahaan (36%) yang terjadi *CEO duality*, pada tahun 2013 sebesar 54% perusahaan terjadi *CEO duality*, pada tahun 2014 sebesar 48% terjadi *CEO duality*, dan pada tahun 2015 sebesar 64% perusahaan terjadi *CEO duality*.

4.2. *Earning Management*

Nilai DA untuk lima puluh perusahaan yang diteliti selama lima tahun yaitu tahun 2011 – 2015 menunjukkan nilai yang bervariasi. Berdasarkan pada analisis nilai DA, diketahui bahwa terdapat

kecenderungan semua perusahaan melakukan praktik manajemen laba. Nilai DA yang positif diartikan bahwa terdapat kecenderungan praktik *earning management* pada perusahaan dengan jalan menaikkan nilai laba perusahaan, dan nilai DA yang negatif menunjukkan bahwa terdapat kecenderungan perusahaan melakukan praktik *earning management* melalui penurunan nilai laba perusahaan.

Berdasarkan pada perbandingan nilai DA, diketahui bahwa pada tahun 2011 nilai DA tertinggi dengan nilai -7.408 dengan jalan menurunkan laba perusahaan yaitu pada PT bank Central Asia, artinya PT BCA memiliki kecendrungan paling kuat melakukan praktik manajemen laba dengan jalan menurunkan laba perusahaan. Pada tahun 2012, praktik manajemen laba dengan kecenderungan terkuat pada PT CPIN yaitu sebesar -4,435 dengan jalan menurunkan laba perusahaan. Pada tahun 2013, praktik manajemen laba dengan kecenderungan terkuat pada PT INTA dengan nilai sebesar 7,653, artinya PT INTA melakukan praktik manajemen laba dengan jalan menaikkan laba perusahaan, pada tahun 2014 kecenderungan praktik manajemen laba terkuat pada PT PWON yaitu sebesar -8,872 dan dilakukan dengan cara menurunkan laba perusahaan. Pada tahun 2015, praktik manajemen laba terkuat pada PT SMSM yaitu sebesar -6,534, dimana manajemen laba dilakukan dengan cara menurunkan laba perusahaan.

4.3. Corporate Reputation

Hasil survei *corporate reputation* yang dilakukan oleh Frontier Consulting Group didasarkan pada tiap kategori produk dan tidak ada perbedaan perusahaan yang listing di bursa efek atau tidak. Berdasarkan survei yang dilakukan selama 2011 – 2015 terdapat 50 perusahaan yang listing di Bursa Efek Indonesia dan selalu mendapatkan nominasi dalam *corporate image award*. Nilai-nilai *corporate reputation* tersebut didasarkan pada nilai indeks perhitungan (*corporate image index*) yang dihitung oleh team survei frontier consulting group. Tinggi rendahnya hasil perbandingan nilai CII (*Corporate Image Index*) di atas menunjukkan perbandingan tinggi rendahnya reputasi setiap perusahaan, semakin tinggi nilai CII berarti perusahaan tersebut memiliki citra yang lebih tinggi.

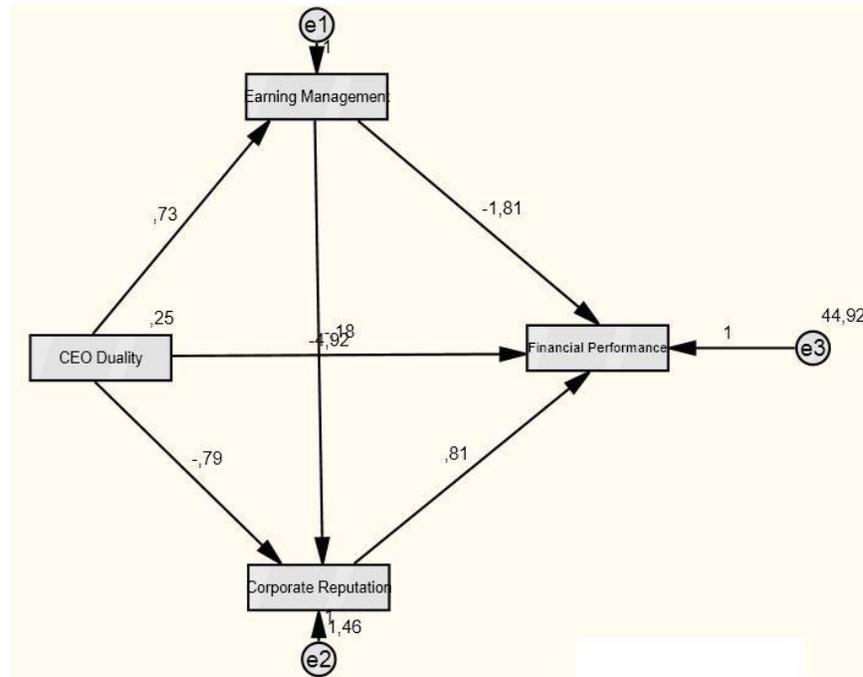
4.4. Financial Performance

Berdasarkan perbandingan nilai, nilai ROE tertinggi tahun 2011 pada PT ADMF, nilai ROE tertinggi tahun 2012 pada PT CPIN, nilai ROE tertinggi tahun 2013 pada PT PWON, nilai ROE tertinggi tahun 2014 pada PT BBRI, dan nilai ROE tertinggi tahun 2015 pada PT MYOR. Lima perusahaan tersebut dengan kemampuan tertinggi pada setiap tahun dalam meningkatkan efektifitas penggunaan modal perusahaan untuk mendapatkan laba perusahaan. Perusahaan memiliki kemampuan untuk mencapai laba yang lebih baik dibandingkan perusahaan lainnya dengan modal yang dimiliki.

Berdasarkan perbandingan nilai, nilai ROA tertinggi tahun 2011 pada PT LSIP, nilai ROA tertinggi tahun 2012 pada PT CPIN, nilai ROA tertinggi tahun 2013 pada PT INTP, nilai ROA tertinggi tahun 2014 pada PT SMSM, dan nilai ROA tertinggi tahun 2015 pada PT INTP. . Lima perusahaan tersebut dengan kemampuan tertinggi pada setiap tahun dalam meningkatkan efektifitas penggunaan aset perusahaan untuk mendapatkan laba perusahaan. Perusahaan memiliki kemampuan untuk mencapai laba yang lebih baik dibandingkan perusahaan lainnya dengan aset yang dimiliki.

4.5. Hubungan Kausalitas

Hubungan kausalitas ini menjelaskan hubungan sebab akibat diantara variabel penelitian. Hubungan ini menjelaskan hubungan pengaruh CEO *duality* terhadap *earning management*, *financial performance* dan *corporate reputation*. Model penelitian juga menjelaskan hubungan *earning management* terhadap *corporate reputation* serta pengaruh *earning management* maupun *corporate reputation* terhadap *financial performance*. Pola hubungan kausal sebagaimana ditunjukkan dalam Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Hubungan Kausal Variabel Penelitian

4.5.1. Pengaruh Langsung (*Direct Effect*)

Gambar 1. menunjukkan hubungan kausal diantara variabel penelitian. Hubungan sebagaimana ditunjukkan dalam gambar tersebut adalah hubungan langsung (*direct effect*). *Output* dalam bentuk tabel sebagaimana ditunjukkan dalam Tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1. Hasil Uji Kausalitas Variabel Penelitian

			Estimate	S.E.	C.R.	P Label
EM	<---	CEO	0,73	0,147	4,98	*** par_1
CR	<---	CEO	-0,786	0,166	-4,733	*** par_2
CR	<---	EM	-0,178	0,07	-2,53	0,011 par_3
FP	<---	EM	-1,809	0,395	-4,579	*** par_4
FP	<---	CR	0,811	0,362	2,242	0,025 par_5
FP	<---	CEO	-4,923	0,964	-5,104	*** par_6

Sumber : Lampiran *print out* AMOS 18.0 *for windows*, diolah

*** = 0,000

Berdasarkan pada hubungan kausal antar variabel penelitian di atas, bisa juga digunakan untuk menjawab hipotesis penelitian yang diajukan. Nilai *estimate* adalah nilai hubungan kausal diantara variabel penelitian, nilai yang positif menunjukkan bahwa variabel bebas memiliki pengaruh positif terhadap variabel terikatnya. Nilai *standar error* (S.E) menunjukkan tingkat *error* dari hubungan yang terjadi, sedangkan nilai C.R adalah nilai *critical ratio* dan nilai P adalah nilai probabilitas dari

nilai P . Berdasarkan pada nilai P , diketahui bahwa keseluruhan pengaruh dinyatakan signifikan karena nilai P di bawah 0,05.

4.5.2. Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Output AMOS hanya bisa menunjukkan pengaruh langsung dan tidak bisa menunjukkan pengaruh tidak langsung, sehingga pengaruh tidak langsung diketahui dengan menghitung secara manual. Untuk keperluan perhitungan tidak langsung bisa dilakukan dengan menggunakan *sobel test calculator* dan dihitung secara online dengan mengunjungi <http://quantpsy.org/sobel/sobel.htm>, dengan memasukkan input data estimates dan standar error.

1. *Earning management* sebagai variabel *intervening* CEO *Duality* terhadap *financial performance*

Cara perhitungan *sobel test calculator* dengan memasukkan input nilai *estimates* dan *standar error* dari CEO *duality* → *earning management*, dan memasukkan pula nilai *estimates* dan *standar error* dari *earning management* → *financial performance*. Hasil perhitungan sebagaimana ditunjukkan dalam Gambar 2. berikut:

Input:		Test statistic:	Std. Error:	p-value:
a	0.73	Sobel test: -3.36664624	0.39225089	0.00076088
b	-1.809	Aroian test: -3.33035501	0.39652529	0.00086735
s _a	0.147	Goodman test: -3.40415033	0.3879294	0.0006637
s _b	0.395	Reset all	Calculate	

Gambar 2. Perhitungan *earning management* sebagai variabel *intervening*

Sumber: <http://quantpsy.org/sobel/sobel.htm>

Ketentuan *earning management* sebagai variabel *intervening* atau bukan didasarkan dari nilai p-value *sobel test*. Berdasarkan perhitungan kalkulator di atas, nilai nilai p-value *sobel test* adalah sebesar 0,00076088. Berdasarkan nilai p-value tersebut maka bisa dinyatakan bahwa *earning management* adalah variabel *intervening* karena nilai p-value *sobel test* < 0,05. Untuk itu, *earning management* adalah variabel yang memediasi (menjadi *intervening*) variabel CEO *Duality* terhadap *financial performance*.

2. *Corporate reputation* sebagai variabel *intervening* CEO *Duality* terhadap *financial performance*

Cara perhitungan *sobel test calculator* dengan memasukkan input nilai *estimates* dan *standar error* dari CEO *duality* → *corporate reputation*, dan memasukkan pula nilai *estimates* dan *standar error* dari *corporate reputation* → *financial performance*. Hasil perhitungan sebagaimana ditunjukkan dalam Gambar 3. berikut:

Input:		Test statistic:	Std. Error:	p-value:
a	-0.786	Sobel test: -2.02509156	0.31477392	0.04285796
b	0.811	Aroian test: -1.98916848	0.32045853	0.04668261
s _a	0.166	Goodman test: -2.06303391	0.30898474	0.03910941
s _b	0.362	Reset all	Calculate	

Gambar 3. Perhitungan *corporate reputation* sebagai variabel *intervening*

Sumber: <http://quantpsy.org/sobel/sobel.htm>

Ketentuan *corporate reputation* sebagai variabel *intervening* atau bukan juga didasarkan dari nilai p-value *sobel test*. Berdasarkan perhitungan kalkulator di atas, nilai nilai p-value *sobel test* adalah sebesar 0,04285796. Berdasarkan nilai p-value tersebut maka bisa dinyatakan bahwa *corporate reputation* adalah variabel *intervening* karena nilai p-value *sobel test* < 0,05. Untuk itu,

corporate reputation adalah variabel yang memediasi (menjadi *intervening*) variabel *CEO Duality* terhadap *financial performance*.

4.6. Pembahasan

4.6.1. Pengaruh *CEO Duality* Terhadap *Earning Management*

Berdasarkan pada hasil pengujian hipotesis penelitian, diketahui bahwa *CEO duality* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *earning management*. Pengaruh *CEO duality* terhadap *earning management* adalah positif, artinya ketika terdapat *CEO duality* dalam perusahaan maka kecenderungan perusahaan melakukan praktik manajemen laba dengan jalan menaikkan laba perusahaan semakin kuat.

Temuan penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Roodposhti & Chashmi (2011, p. 4143); Wijst (2013, p. 330), Robbins & Coulter (2012, p. 505) bahwa terdapat hubungan yang positif *CEO duality* dengan *earning management*, artinya bahwa ketika terdapat fenomena perangkapan jabatan pada CEO yang dilakukan oleh chairmen maka mendorong terjadinya *earning management*. Ketika dalam perusahaan terjadi *CEO duality* maka kewenangan manajemen perusahaan semakin besar dalam melakukan praktik manajemen laba sehingga kecenderungan praktik manajemen laba semakin kuat mengingat semakin rendahnya kontrol terhadap manajemen perusahaan.

Menurut Siam, Laili, & Khairi (2014, p. 3) bahwa berdasarkan teori keagenan, maka disyaratkan untuk dilakukan pemisahan antara posisi CEO dan posisi *chairman*. CEO adalah penanggungjawab keberhasilan perusahaan jika *chairman* juga merangkap sebagai CEO dimungkinkan akan terdapat kerancuan antara pihak yang melakukan evaluasi dan pihak yang dilakukan evaluasi. Selain itu jika terdapat perangkapan antara CEO dan *chairman* maka CEO memiliki keleluasaan yang lebih luas sehingga memiliki kesempatan dan kewenangan yang semakin luas pula untuk mengelola laporan keuangan perusahaan termasuk pengelolaan laba perusahaan.

4.6.2. Pengaruh *CEO Duality* Terhadap *Corporate Reputation*

Berdasarkan pada hasil pengujian hipotesis penelitian, diketahui bahwa *CEO duality* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *corporate reputation*. Pengaruh *CEO duality* terhadap *corporate reputation* adalah negatif, artinya ketika dalam perusahaan terjadi *CEO duality* maka reputasi perusahaan menurun dan ketika dalam perusahaan tidak terjadi *CEO duality* maka reputasi perusahaan akan meningkat.

Temuan penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Wijst (2013, p. 330), Robbins & Coulter (2012, p. 505), bahwa ketika perusahaan tidak mampu menerapkan praktik kerja sama antara pemilik perusahaan dan *management* (agen), maka perusahaan tidak secara konsisten menerapkan praktik tata kelola yang baik sehingga reputasi perusahaan menurun. Siam, Laili, & Khairi (2014, p. 3) menjelaskan bahwa sesuai dengan teori keagenan, maka seharusnya dilakukan pemisahan antara posisi CEO dan posisi *chairman*. Ketika perusahaan mampu memisah kedua posisi tersebut berarti reputasi perusahaan bagus karena mengikuti tata kelola perusahaan yang baik.

Menurut pendapat Robbins & Coulter (2012, p. 505), dijelaskan bahwa manajemen seharusnya memiliki kelompok sendiri yang terpisah dari *chairman*, melindungi kepentingan pemegang saham yang tidak terlibat dalam keputusan harian dari pihak manajemen perusahaan. *Chairman* dan CEO dalam perusahaan selayaknya untuk berpisah, artinya tidak terdapat perangkapan fungsi antara pemilik dan agen perusahaan (manajemen). Adanya perangkapan fungsi tersebut menunjukkan bahwa perusahaan belum bisa melakukan tata kelola yang baik dan konsisten sehingga mempengaruhi reputasi perusahaan.

4.6.3. Pengaruh CEO *Duality* Terhadap *Financial Performance*

Berdasarkan pada hasil pengujian hipotesis penelitian, diketahui bahwa CEO *duality* terbukti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *financial performance*. Pengaruh CEO *duality* terhadap *financial performance* adalah negatif, artinya ketika dalam perusahaan terjadi CEO *duality* menyebabkan kinerja keuangan perusahaan menurun dan ketika dalam perusahaan tidak terjadi CEO *duality* menyebabkan kinerja keuangan perusahaan mengalami peningkatan.

Temuan penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Moscu (2013, p. 158); Wijst (2013, p. 330); Robbins & Coulter (2012, p. 505) bahwa CEO *duality* menyebabkan perusahaan tidak secara konsisten mengelola efektifitas kinerja perusahaan sehingga menurunkan kinerja keuangan perusahaan. Perbedaan temuan ini disebabkan karena tinggi rendahnya *financial performance* yang diukur dari ROE dan ROA dipengaruhi oleh banyak faktor, misalnya daya saing produk, daya beli masyarakat, dan berbagai faktor eksternal yang lainnya sehingga ada tidaknya CEO *duality* tidak berdampak pada pencapaian kinerja perusahaan. Ketika dalam perusahaan terjadi CEO *duality*, maka kontrol terhadap manajemen menjadi lemah sehingga memungkinkan kinerja perusahaan secara keseluruhan mengalami penurunan, kondisi tersebut menyebabkan kinerja keuangan perusahaan mengalami penurunan.

Menurut Wijst (2013, p. 330) bahwa dalam kaitannya dengan teori agensi, di mana pemilik perusahaan mempercayakan pengelolaan perusahaan kepada pihak manajemen. Jika terjadi CEO *duality* maka manajemen tidak bisa berlaku profesional dalam perusahaan. Kondisi tersebut menyebabkan penurunan kinerja manajemen merasa tingkat pengawasan terhadap kinerja manajemen semakin rendah mengingat adanya perangkapan fungsi antara pemilik dan manajemen perusahaan.

4.6.4. Pengaruh *Earning Management* Terhadap *Corporate Reputation*

Berdasarkan pada hasil pengujian hipotesis penelitian, diketahui bahwa *earning management* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *corporate reputation*. Pengaruh *earning management* terhadap *corporate reputation* adalah negatif, artinya ketika perusahaan melakukan praktik manajemen laba menyebabkan reputasi perusahaan mengalami penurunan, dan ketika perusahaan tidak melakukan praktik manajemen laba menyebabkan reputasi perusahaan mengalami kenaikan.

Temuan penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Nuryaman (2013, p. 73); Golden, Skalak, & Clayton (2006); Hassan & Ahmed (2012), bahwa *earning management* menyebabkan perusahaan tidak secara konsisten menerapkan tata kelola perusahaan yang baik sehingga berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Dalam tata kelola perusahaan, maka terdapat tuntutan transparansi dalam penyajian laporan keuangan artinya laporan keuangan yang disajikan menggambarkan kondisi yang sebenarnya. Ketika dalam perusahaan terdapat praktik manajemen laba, artinya terdapat rekeyasa laporan keuangan dan hal tersebut menyebabkan reputasi perusahaan mengalami penurunan.

Ching, Teh, San, & Hoe (2015, p. 213) menjelaskan bahwa manajer memajemen *earning* dengan tujuan memaksimalkan kesehatan perusahaan, artinya *earning management* dilakukan ketika manajemen menginginkan kesan bahwa keuangan perusahaan dalam kondisi yang baik (sehat). Ketika laporan keuangan yang disajikan perusahaan memberikan informasi bahwa kondisi perusahaan adalah baik atau sehat maka terdapat banyak dampak positif, baik untuk pribadi manajer maupun untuk kepentingan perusahaan sebagai sebuah institusi komersial. Kesengajaan terhadap usaha untuk mengelola laba perusahaan sehingga memberikan kesan positif terhadap kinerja manajemen menunjukkan bahwa manajemen tidak secara konsisten memberikan transparansi informasi kepada pemakai laporan keuangan sehingga kondisi tersebut menyebabkan reputasi manajemen semakin rendah sehingga berdampak pada reputasi perusahaan secara keseluruhan.

4.6.5. Pengaruh *Earning Management* Terhadap *Financial Performance*

Berdasarkan pada hasil pengujian hipotesis penelitian, diketahui bahwa *earning management* terbukti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Pengaruh *earning management* terhadap kinerja keuangan adalah negatif, artinya ketika dalam perusahaan melakukan praktik manajemen laba menyebabkan kinerja keuangan perusahaan menurun, dan ketika dalam perusahaan tidak melakukan praktik manajemen laba menyebabkan kinerja keuangan perusahaan mengalami peningkatan.

Temuan penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Akram, Hunjra, Butt, & Ijaz (2015, p. 211); Ching, Teh, San, & Hoe (2015); Meiryani (2015) bahwa *earning management* menyebabkan perusahaan tidak mampu mendapatkan informasi yang akurat mengenai kinerja perusahaan tiap periode karena laba perusahaan diatur dan tidak menggambarkan kondisi yang sebenarnya, akibatnya kinerja perusahaan bisa terganggu karena tidak terselesaikannya masalah yang berhubungan dengan kinerja perusahaan pada suatu periode. *Earning management* mengaburkan kondisi aktual di perusahaan sehingga semua keputusan-keputusan yang diambil oleh manajemen menjadi tidak tepat ketika didasarkan pada laporan keuangan perusahaan karena laporan keuangan perusahaan telah dilakukan pengolahan laba.

Menurut Watts and Zimmerman (1986) dalam Hassan & Ahmed (2012, p. 216) bahwa manajemen laba adalah kegiatan yang dengan sengaja mengubah informasi keuangan. Ketika laporan keuangan tidak menunjukkan kondisi yang sebenarnya, maka laporan keuangan perusahaan tidak bisa digunakan sebagai alat bantu pengambilan keputusan ekonomis perusahaan, akibatnya keputusan-keputusan menjadi tidak tepat sasaran sehingga mempengaruhi kinerja perusahaan.

4.6.6. Pengaruh *Corporate Reputation* Terhadap *Financial Performance*

Berdasarkan pada hasil pengujian hipotesis penelitian, diketahui bahwa *corporate reputation* terbukti berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Pengaruh *corporate reputation* terhadap kinerja keuangan perusahaan adalah positif, artinya ketika reputasi perusahaan meningkat ternyata mampu meningkatkan ROE maupun ROA. Ketika reputasi perusahaan menurun menyebabkan terjadinya penurunan nilai ROE dan ROA.

Temuan penelitian ini konsisten dengan penelitian Egwuonwu (2011, p. 197); Chun (2005, p. 92) bahwa ketika perusahaan memiliki reputasi yang baik menyebabkan perusahaan mampu menjaga kepercayaan pelanggan (eksternal) sehingga bisa meningkatkan transaksi dengan pihak eksternal sehingga secara finansial kinerja perusahaan meningkat. Perusahaan dengan reputasi yang tinggi menyebabkan perusahaan mampu meningkatkan penjualan dengan baik dan seiring dengan peningkatan penjualan akan mampu meningkatkan laba perusahaan. Peningkatan laba tersebut menyebabkan semakin efektifnya penggunaan modal maupun aset perusahaan sehingga bisa meningkatkan nilai ROE dan ROA.

Van Rekom (1997) dalam Chattananon, et al. (2007, p.4) menyatakan bahwa *corporate image* merupakan nilai bersih dari interaksi kepercayaan konsumen, ide, perasaan, dan impresi mengenai perusahaan. Semakin tinggi *corporate reputation* berarti impresi *stakeholder* (termasuk pelanggan) semakin kuat terhadap perusahaan sehingga bisa meningkatkan penjualan perusahaan mengingat produk yang dihasilkan perusahaan tersebut lebih diminati oleh pelanggan. Jumlah penjualan yang terus meningkat bisa meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan.

5. CONCLUSION

CEO *duality* terbukti berpengaruh signifikan terhadap *earning management*, pengaruh CEO *duality* terhadap *earning management* adalah positif, artinya ketika terdapat CEO *duality* dalam perusahaan maka kecenderungan perusahaan melakukan praktik manajemen laba dengan jalan menaikkan laba perusahaan semakin kuat. CEO *duality* memiliki pengaruh signifikan terhadap *corporate reputation*. Pengaruh CEO *duality* terhadap *corporate reputation* adalah negatif, artinya

ketika dalam perusahaan terjadi CEO *duality* maka reputasi perusahaan menurun dan ketika dalam perusahaan tidak terjadi CEO *duality* maka reputasi perusahaan akan meningkat. CEO *duality* terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap *financial performance*. Pengaruh CEO *duality* terhadap *financial performance* adalah negatif, artinya ketika dalam perusahaan terjadi CEO *duality* menyebabkan kinerja keuangan perusahaan menurun dan ketika dalam perusahaan tidak terjadi CEO *duality* menyebabkan kinerja keuangan perusahaan mengalami peningkatan.

Earning management berpengaruh secara signifikan terhadap *corporate reputation*. Pengaruh *earning management* terhadap *corporate reputation* adalah negatif, artinya ketika perusahaan melakukan praktik manajemen laba menyebabkan reputasi perusahaan mengalami penurunan, dan ketika perusahaan tidak melakukan praktik manajemen laba menyebabkan reputasi perusahaan mengalami kenaikan. *Earning management* terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja keuangan. Pengaruh *earning management* terhadap kinerja keuangan adalah negatif, artinya ketika dalam perusahaan melakukan praktik manajemen laba menyebabkan kinerja keuangan perusahaan menurun, dan ketika dalam perusahaan tidak melakukan praktik manajemen laba menyebabkan kinerja keuangan perusahaan mengalami peningkatan.

Corporate reputation terbukti berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Pengaruh *corporate reputation* terhadap kinerja keuangan perusahaan adalah positif, artinya ketika reputasi perusahaan meningkat ternyata mampu meningkatkan ROE maupun ROA. Ketika reputasi perusahaan menurun menyebabkan terjadinya penurunan nilai ROE dan ROA.

REFERENCES

- Ajmal, M. (2015). Evaluation of financial performance of cement corporation of India (CCI) limited. Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review 4(7), 20 - 34
- Akram, M.A., A.I. Hunjra, S. Butt, & I. Ijaz. (2015). Earnings management and organizational performance: Pakistan VS India. Basic Research Journal of Business Management and Accounts 4(9), 211-220
- Anggraini, F. & Trisnawati, I. (2008). Pengaruh earning management terhadap konservatisme akuntansi. Jurnal bisnis dan akuntansi 10(1), 23-36
- Chiarello, T.C., CS. Pletsch, A. Silva, & TP. Silva. (2014). Financial performance, intangibles assets and value creation in brazilian and chilean information technology companies. Economic Review of Galicia 23(4), 73 – 88
- Ching, CP., B.H. Teh, O.T. San, & H.Y. Hoe. (2015). The relationship among audit quality, earnings management, and financial performance of malaysian public listed companies. Int. Journal of Economics and Management 9 (1): 211 - 229
- Chun, R. (2005). Corporate reputation: Meaning and measurement. International Journal of Management Reviews 7(2), 91– 109
- Collier, P.M. (2003). Accounting for managers: Interpreting accounting information for decision-making. USA: John Wiley & Sons Inc
- Dhevika, V.P.T., O.T.V. Latasri, & H. Gayathri. (2013). A study on financial performance analysis at city union bank. International Journal of Advanced Research in Management and Social Sciences 2(7), 53 - 67
- Egwuonwu, R.C.I. (2011). Corporate Reputation & Firm Performance: Empirical Literature Evidence. International Journal of Business and Management 6(4), 197 – 206
- Golden, TW., SL. Skalak, & MM. Clayton. (2006). A guide to forensic accounting investigation. Canada: John Wiley & Sons, Inc
- Gravetter, F.J. dan L.A.B. Forzano. (2012). *Research Methods for the Behavioral Sciences*, 4th edition. United States: Cengage Learning

- Hassan, SU. & A. Ahmed. (2012). Corporate Governance, Earnings Management and Financial Performance: A Case of Nigerian Manufacturing Firms. *American International Journal of Contemporary Research* 2(7), 214 – 226
- Meiryani. (2015). Mechanism of good corporate governance, earnings management on financial performance in banks listed in Indonesia Stock Exchange using path analysis. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences* 9(23), 573-584
- Moscu, R.G. (2013). Does CEO Duality Really Affect Corporate Performance?. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences* 2(1), 156 – 166
- Nuryaman. (2013). The Influence of Earnings Management on Stock Return and the Role of Audit Quality as a Moderating Variable. *International Journal of Trade, Economics and Finance* 4(2), 73 – 78
- Robbins, SP. & M. Coulter. (2012). *Management*. 11th ed. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Roodposhti, F.R. & S.A.N. Chashmi. (2011). The impact of corporate governance mechanisms on earnings management. *African Journal of Business Management* Vol. 5(11), 4143-4151
- Schwaiger, M. (2004). Components and parameters of corporate reputation - an empirical study. *Schmalenbach Business Review* 56, 46 – 71
- Schwaiger, M. & Y. Zhang. (2009). What drives corporate reputation in consumers' minds? a comparative study between china and western countries. *ANZMAC* (2009), 1-9
- Serrat, O. (2010). *Managing corporate reputation*. Washington, DC: Asian Development Bank
- Siam, Y.I.S.A., N.H.B. Laili, & K.F.B. Khairi. (2014). Boards of directors and earnings management among jordanian listed companies: Proposing conceptual framework. *International Journal of Technical Research and Applications* 2(3), 1– 7
- Solomon, J. & A. Solomon. (2004). *Corporate governance and accountability*. USA: John Wiley & Sons Inc
- Welch, I. (2009). *Corporate finance: An introduction*. USA: Pearson Education, Inc.
- Wijaya, T. (2009). *Analisis structural equation modeling menggunakan AMOS*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya
- Wijs, NVD. (2013). *Finance: A quantitative Introduction*. Cambridge: Cambridge University Press
- TOP Brand Award, 2016, <http://www.topbrand-award.com/faq>