

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Suatu perusahaan didirikan untuk dapat bertahan dan mampu bersaing dengan lingkungan yang ada dalam waktu lama konsep tersebut disebut dengan konsep keberlanjutan dalam perspektif bisnis, dalam prakteknya keberlanjutan perusahaan tidak hanya diukur melalui aspek finansial saja namun dapat ditinjau melalui aspek non finansial pula (Giovannoni dan Fabiotti, 2013). Menurut Elkington (1998) perusahaan yang berkelanjutan menggunakan konsep *triple bottom line* yaitu *People, Planet, Profit* (3P) yang kini telah menjadi 5P (*People, Planet, Prosperity, Peace, dan Partnership*) (United Nations, 2015). Pilar pembangunan sosial, ekonomi, lingkungan, hukum serta tata kelola merupakan pilar-pilar yang menjadi tujuan pembangunan yang berkelanjutan. Bagi perusahaan secara finansial tentulah penting untuk memiliki kinerja keuangan yang baik mengingat tujuan didirikannya perusahaan adalah untuk mencari profit agar nantinya bisa menjaga kelangsungan usahanya. Demi mengusahakan kelangsungan usahanya, perusahaan perlu memperhatikan beberapa aspek salah satunya adalah aspek ESG (*Environmental, Social, and Governance*) yang termasuk dalam pilar-pilar tujuan pembangunan berkelanjutan/*Sustainable Development Goals*.

Menurut Fatemi, dkk. (2018) pengungkapan informasi terkait ESG adalah bagian dari pengungkapan informasi CSR (*Corporate Social Responsibility*) perusahaan yang berfokus pada kinerja lingkungan, sosial, dan tata kelola. Pengungkapan informasi ESG merupakan aspek penting yang mempunyai pengaruh pada kinerja keuangan perusahaan (Fatemi, dkk., 2018; Atan, dkk., 2018). Aspek ESG pertama kali diusulkan oleh *UN Global Compact* dimana menurut mereka dalam analisis keuangan sangat penting aspek-aspek tersebut dipertimbangkan (Otoritas Jasa Keuangan, 2015). ESG sendiri mengacu pada pendekatan komprehensif terhadap faktor keberlanjutan yang akan mempengaruhi keputusan investor dan perusahaan di dalam sebuah industri. Perhatian terhadap pengungkapan ESG perusahaan selaras dengan teori pemangku kepentingan (Freeman, dkk., 2001), di mana perusahaan akan berusaha untuk menjaga hubungan dengan pemangku kepentingan dengan cara memenuhi kebutuhan mereka untuk kepentingan jangka panjang perusahaan.

Pengungkapan informasi ESG yang dilakukan akan membawa dampak penurunan biaya kapital (Dhaliwal, dkk., 2014), peningkatan keunggulan kompetitif (Zuraida, dkk., 2016) dan berdampak pada peningkatan harga saham (Clarkson, dkk., 2013). Selain itu, pengungkapan kinerja ESG menunjukkan itikad baik perusahaan dalam mengelola sumber daya dan kegiatan operasional. Ini didasarkan pada teori legitimasi dimana perusahaan akan mendapatkan legitimasi dari masyarakat ketika perusahaan menjalankan operasi dengan memperhatikan norma-norma yang berlaku dan kesejahteraan sosial (Syafurullah dan Muharam, 2017). Kombinasi dari aspek *Environmental, Social, and Governance* ini akan memperkuat praktik manajemen untuk meningkatkan kinerja perusahaan (Tarmuji, Maelah, dan Tarmuji, 2016). Selain itu, menurut Eccles, dkk. (2011), tuntutan akan transparansi terkait kinerja dan praktik ESG dari perusahaan semakin meningkat, hal tersebut berbanding lurus dengan minat pasar terhadap isu keberlanjutan dari perusahaan (Li, dkk., 2018). Situasi tersebut mengartikan bahwa keterbukaan informasi bukan hanya berasal dari tuntutan pasar semata melainkan juga dari upaya perusahaan untuk memenuhinya.

Bodhanwala dan Bodhanwala (2018); Buallay (2019) mengatakan bahwa tingginya permintaan pasar terkait pengungkapan informasi ESG serta tingginya upaya perusahaan untuk memenuhi kebutuhan informasi ESG akan memberikan keuntungan bagi pasar dan perusahaan sekaligus. Hal tersebut mengindikasikan bahwa keputusan yang diambil merupakan salah satu keputusan strategis yang berpengaruh bagi keberlanjutan perusahaan. Keputusan strategis perusahaan sangat tergantung pada preferensi, nilai, dan karakteristik dari dewan eksekutif (Chatterjee dan Hambrick, 2007; Petrenko dkk., 2016). Hal tersebut sejalan dengan penelitian Kim, dkk. (2018) mengatakan bahwa karakteristik dewan direksi khususnya CEO (*Chief Executive Officer*) memainkan peran penting untuk melakukan evaluasi dalam esensial eksternal yang berpengaruh dalam pengambilan keputusan, salah satunya adalah keputusan mengenai pengungkapan ESG pada perusahaan. Jabatan CEO sendiri di Indonesia lebih dikenal dengan sebutan direktur utama atau presiden direktur. Dalam melakukan pengambilan keputusan CEO dipengaruhi oleh banyak aspek baik internal maupun eksternal perusahaan. Selain itu keputusan yang diambil oleh CEO tidak lepas dari pola perilaku, karakteristik dan psikologis CEO itu sendiri, hal-hal tersebut disebut sebagai atribut yang dimiliki oleh seorang CEO Kim, dkk (2018).

Penelitian ini akan berfokus kepada aribut karakteristik dan atribut psikologis dari CEO, dengan dasar pertimbangan bahwa CEO merupakan salah satu eksekutif yang memiliki peran dalam pengambilan keputusan serta sebagai pengendali langsung atas operasional perusahaan dan pola perilaku serta karakteristik mereka memiliki pengaruh besar untuk setiap keputusan yang mereka buat. Selain itu, dalam penelitian Lacy, dkk (2010) menghasilkan luaran bahwa lebih dari 80% responden CEO dari seluruh dunia berorientasi terhadap keberlanjutan. Kim, dkk (2018) dalam Falah, dkk (2020) mengatakan bahwa di era sekarang para peneliti yang ada memberikan konsentrasi besar terhadap atribut-atribut terkait kepribadian yang dapat didefinisikan secara luas sebagai *positive self regard*, *core self-evaluation*, *hubris*, *overconfidence*, dan *narcissism*.

Penelitian ini ingin berfokus kepada atribut karakteristik CEO (Usia CEO, CEO *tenure*, latar belakang pendidikan CEO, dan tingkat pendidikan CEO) dan atribut psikologi yaitu CEO *narcissism* dan CEO *overconfidence*, hal tersebut didasarkan pada hasil temuan penelitian Emmons (1984) yang menemukan bahwa sebagian besar CEO perusahaan memiliki sifat narsis, dengan demikian sifat narsisme dapat dikatakan menjadi salah satu karakteristik untuk menjelaskan perilaku CEO (Chatterjee dan Hambrick, 2007). Sementara, atribut *overconfidence* menjelaskan terkait pikiran individu mengenai dirinya, dimana mereka lebih berpikir bahwa mereka lebih baik dibanding orang lain baik dalam hal penilaian, kemampuan, sampai pada keinginan untuk berhasil (Hirshleifer, dkk, 2012). Selain itu, Murphy dan McGrath, (2013) mengatakan bahwa atribut CEO *overconfidence* mengambil peran yang penting terutama dalam pengungkapan ESG guna menghindari risiko gugatan organisasi dan denda.

CEO *overconfidence* menjelaskan bahwa CEO akan mampu untuk melakukan keputusan mereka untuk menunjukkan kemampuan dan kredibilitas mereka (Malmendier dan Tate, 2005). CEO yang terlalu percaya diri memiliki banyak inovasi, paten, dan penelitian dan pengembangan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan yang akan berdampak pada keberlanjutan perusahaan (Galasso dan Simcoe, 2011).

Beberapa penelitian sebelumnya telah meneliti sifat narsisme CEO ini melalui perspektif teori eselon atas yaitu teori yang memaparkan bahwa manajemen puncak adalah organ yang memiliki kekuasaan tertinggi dalam sebuah organisasi. Penelitian Falah dan Mita (2020) dalam penelitiannya memaparkan bahwa atribut psikologi

narsisme dapat mempengaruhi perilaku pengungkapan yang akan dilakukan karena CEO yang narsis akan cenderung lebih membuat citra diri mereka baik di mata publik dengan melakukan banyak pengungkapan. Sementara dalam penelitian lain Kim, dkk. (2018) menempatkan atribut narsisme CEO sebagai variabel moderasi dan menunjukkan hasil positif dalam memoderasi pengungkapan CSR dan penghindaran ketidakpastian. Kontribusi penelitian ini yang membedakan penelitian ini dengan beberapa penelitian sebelumnya adalah penelitian ini mengaitkan sifat narsisme CEO dengan pengungkapan ESG perusahaan. selain itu menggabungkan variabel karakteristik CEO yang didalamnya terdapat beberapa atribut seperti usia CEO, CEO *Tenure*, latar belakang pendidikan CEO, dan tingkat pendidikan CEO keempat hal tersebut merupakan atribut yang bisa menggambarkan karakteristik dari CEO.

Karakteristik CEO yang akan diteliti dalam penelitian ini merupakan hal-hal utama yang dapat memproyeksikan suatu karakter dari seorang CEO. Mayoritas penelitian menguji karakteristik CEO terkait hubungannya dengan kinerja keuangan perusahaan, belum banyak penelitian yang menguji terkait dampaknya terhadap pengungkapan ESG secara spesifik. Penelitian Lewis, dkk (2014) mengatakan bahwa latar belakang pendidikan CEO berpengaruh negatif dan CEO *Tenure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan ESG yang dilakukan. Sementara penelitian Triyani dan Setyahuni (2020) menemukan bahwa usia CEO berpengaruh negatif terhadap pengungkapan ESG.

Shen (2003) mengatakan bahwa masa jabatan CEO menggambarkan sejauh mana kredibilitas seorang CEO dalam mengontrol operasional perusahaan, di sisi lain usia CEO mengisyaratkan seberapa besar pengalaman yang dimiliki CEO terkait pengembangan *competitive advantages* dari perusahaan. Sementara karakteristik CEO selanjutnya yang akan diteliti adalah latar belakang pendidikan CEO yang menggambarkan sejauh mana kemampuan inovasi CEO dalam melakukan pengambilan keputusan stratejik perusahaan (Lewis, dkk, 2014), dimensi karakteristik terakhir yang akan diteliti adalah tingkat pendidikan CEO yang akan menggambarkan kemampuan dan keefektifan dalam pengelolaan informasi untuk disampaikan ke publik Llorens, Meca, dan Durendez (2017). Keempat karakteristik tersebut sangat berhubungan dengan strategi perusahaan dengan strategi perusahaan yang baik maka implikasi dari bagaimana mereka memandang diri mereka sebagai eksekutif sangat penting untuk dikaji. Karakteristik CEO (Usia CEO, CEO *tenure*, latar belakang pendidikan CEO, dan tingkat pendidikan CEO), sangat berperan

penting dalam keputusan strategis yang dibuat oleh mereka, salah satunya keputusan untuk melakukan pengungkapan terkait kinerja perusahaan dan pengungkapan lain yang berhubungan langsung dengan keberlanjutan perusahaan di masa mendatang salah satunya pengungkapan ESG (*Environmental, Social, and Governance*).

Perusahaan dalam operasionalnya sangat bergantung pada pemangku kepentingan yang ada, sehingga perusahaan akan berusaha keras untuk meningkatkan kinerjanya bukan hanya untuk kepentingan tunggal perusahaan, namun sebagai bentuk tanggung jawab juga terhadap pemangku kepentingan perusahaan. Hal tersebut sejalan dengan *partner hypothesis* yang menjelaskan bahwa manajemen perusahaan harus memiliki hubungan yang baik dengan pemangku kepentingan (Tarmuji, dkk., 2016).

Melalui kinerja ESG yang baik, kelangsungan perusahaan akan terjamin dan hal itu membuat hubungan perusahaan dengan partner dapat terjalin dengan baik. Hal ini bisa terjadi karena pilar-pilar dalam kinerja ESG termasuk dalam pilar SDGs yang mendukung kelangsungan usaha, sehingga apabila perusahaan memiliki kelangsungan usaha yang tinggi, maka investor juga akan senang untuk berinvestasi dalam perusahaan tersebut, sehingga hubungan antara perusahaan dan para pemangku kepentingan menjadi baik. Schelenker (1980) mengatakan bahwa keberlanjutan sebuah perusahaan juga sangat bergantung kepada citra yang dimiliki perusahaan, usaha manajemen untuk meningkatkan citra baik perusahaan dapat digolongkan ke dalam manajemen impresi, artinya citra yang nyata maupun tidak yang dikelola oleh individu atau perusahaan untuk sebuah tujuan. Perusahaan dapat menginformasikan kepada lingkungannya mengenai kepeduliannya terhadap lingkungan dengan cerminan pengungkapan informasi ESG (Chairiri dan Nugroho, 2009).

Penelitian ini merupakan penelitian untuk melihat bagaimana pengaruh variabel atribut karakteristik CEO (Usia CEO, CEO *tenure*, latar belakang pendidikan CEO, dan tingkat pendidikan CEO) yang sangat berperan penting dalam pengungkapan ESG yang dilakukan perusahaan serta peran atribut psikologi dalam hal ini CEO *overconfidence* dan CEO *narcissism*. Selain itu karena urgensi terkait pentingnya pengungkapan terkait aspek *environmental, social and governance* (ESG) yang merupakan implementasi dari poin keberlanjutan PBB (Perserikatan Bangsa-Bangsa) dalam hal lingkungan hidup. Dengan melakukan pengungkapan ESG dapat diartikan bahwa perusahaan tersebut memperhatikan terkait pengungkapan dalam hal

lingkungan, maka dapat diartikan bahwa perusahaan akan menurunkan risiko biaya yang timbul akibat dampak kerusakan lingkungan yang akan terjadi.

Sejak beberapa tahun yang lalu telah banyak penelitian yang menggunakan teori eselon atas sebagai *grand theory* (Falah dan Mita, 2020; Kim, Lee dan Kang, 2018; Faisal, 2018). Manajemen puncak yaitu CEO dapat mengambil keputusan terkait pengungkapan ESG yang akan dilakukan perusahaan. Hal ini sejalan dengan teori eselon atas yang menunjukkan bahwa manajemen puncak memiliki peran penting untuk melakukan pengambilan keputusan untuk strategi yang akan dijalankan perusahaan. Teori eselon atas menyatakan bahwa atribut psikologis CEO bisa sangat mempengaruhi pengambilan keputusan CEO, yang berada dalam pengawasan internal atau eksternal tertentu (Hambrick dan Mason 1984). CEO mengambil peran sebagai penyaring antara dinamika yang terbentuk dari situasi lingkungan dan pemilihan strategi. CEO memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan strategis dan alokasi sumber daya. Dalam perspektif teori eselon atas, strategi yang dipilih oleh pemimpin adalah cerminan dari nilai dan kognitif mereka. Teori ini juga menunjukkan bahwa usia, pengalaman, pendidikan, latar belakang sosial, kondisi ekonomi, dan karakteristik kelompok yang berfungsi sebagai penyaring untuk CEO dapat melakukan pengambilan keputusan (D. C. Hambrick dan Mason, 1984).

Penelitian ini mengambil objek penelitian semua perusahaan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2014-2019 yang masuk dalam kriteria penelitian. Sementara itu, pertimbangan pemilihan perusahaan pada periode 2014-2019 karena pada periode tersebut dinilai tepat untuk mewakili kondisi dewasa ini terkait urgensi nya pengungkapan terkait ESG. Pertama, definisi serta teori-teori yang mendasari penelitian akan diuraikan. Selanjutnya penelitian ini akan memberikan gambaran kepada perusahaan khususnya terkait pemilihan eksekutif untuk menduduki jabatan CEO dengan beberapa tolak ukur penilaian diantaranya atribut psikologi dan atribut karakteristik individu, dengan pemilihan orang yang tepat untuk posisi tersebut maka perusahaan diperkirakan akan dapat berlanjut untuk ke depannya karena dapat menjalankan strategi perusahaan dengan baik dan menciptakan citra yang baik. Terakhir, pembahasan dari penelitian ini akan disimpulkan, agar dapat menjadi sebuah kajian yang lengkap.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan uraian di atas, dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah karakteristik CEO berpengaruh terhadap pengungkapan *Environmental, Social, and Governance (ESG)*?
2. Apakah *CEO Narcissism* berpengaruh terhadap pengungkapan *Environmental, Social, and Governance (ESG)*?
3. Apakah *CEO Overconfidence* berpengaruh terhadap pengungkapan *Environmental, Social, and Governance (ESG)*?

1.3. Tujuan Penelitian

Pada dasarnya penelitian memiliki tujuan untuk menguji dan menemukan pembuktian hal-hal seperti :

1. Untuk menguji pengaruh karakteristik CEO terhadap pengungkapan *Environmental, Social, and Governance (ESG)*.
2. Untuk menguji pengaruh CEO *Narcissism* terhadap pengungkapan *Environmental, Social, and Governance (ESG)*.
3. Untuk menguji pengaruh CEO *Overconfidence* terhadap pengungkapan *Environmental, Social, and Governance (ESG)*.

1.4. Manfaat Penelitian

Kebermanfaatan yang diinginkan tercapai dalam pengujian ini adalah bagi :

1. Akademis

Dari pengujian ini luaran yang diperoleh dapat dipergunakan menjadi alat pembandingan serta menyajikan literatur serta referensi kajian yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya terkait dengan faktor yang mempengaruhi perilaku CEO untuk melakukan pengungkapan *Environmental, Social, and Governance (ESG)*.

2. Praktis

Bagi perusahaan, dari penelitian ini luaran yang dihasilkan diharapkan dapat digunakan perusahaan sebagai pertimbangan pemilihan CEO untuk strategi perusahaan terkait pengungkapan *Environmental, Social, and Governance (ESG)* dan sebagai dasar memperhitungkan remunerasi CEO.

1.5. Sistematika Penulisan Tesis

Penulisan tesis ini memiliki lima bab berkesinambungan:

BAB 1. PENDAHULUAN

Dalam bagian pendahuluan, dipaparkan hal-hal yang melatarbelakangi penelitian, perumusan masalah dalam penelitian, tujuan serta manfaat dari penelitian.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Bagian ini, mencakup teoritis dan konsep untuk melandasi penelitian, rangkuman dari penelitian terdahulu mengenai keterkaitannya dengan penelitian, pengembangan hipotesis, serta rerangka penelitian yang digunakan sebagai analisis model pada penelitian ini.

BAB 3. METODE PENELITIAN

Dalam bagian tersebut, memaparkan terkait bentuk penelitian, pengukuran variabilitas dalam penelitian, serta sumber data yang diambil untuk penelitian, populasi dan sampel penelitian berdasarkan kriteria yang ditetapkan dan bagaimana metode pengumpulan data yang diterapkan.

BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bagian ini, memaparkan pembahasan terkait dengan topik bahasan dalam tesis ini dengan menjadikan penelitian terdahulu, jurnal ilmiah, serta pustaka-pustaka pendukung lainnya sebagai acuan dalam penulisan bagian ini.

BAB 5. SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Bagian ini, akan disimpulkan hasil dari analisis serta pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya agar menjadi suatu kajian yang lengkap. Diungkapkan pula keterbatasan dari penelitian ini yang dapat digunakan sebagai acuan yang lebih baik pada penelitian ke depannya melalui saran-saran yang diberikan.