

**PERAN EARNINGS MANAGEMENT MEMEDIASI UKURAN WAJAH
MASKULINITAS CEO PRIA TERHADAP PERFORMANCE**

Bustanul Ulum¹

Rusdiyanto²

Suyanto³

¹Universitas Gresik, Jl. Arief Rahman Hakim 2B Gresik 6111, Jawa Timur, Indonesia

¹bustanululum46@gmail.com

² Universitas Gresik, Jl. Arief Rahman Hakim 2B Gresik 6111, Jawa Timur, Indonesia

² rusdy.semak@gmail.com, rusdiyanto@unigres.ac.id

³ Universitas Gresik, Jl. Arief Rahman Hakim 2B Gresik 6111, Jawa Timur, Indonesia

³ suyanto@unigres.ac.id

ABSTRACT

This study investigates how earnings management affects how masculine a CEO's attitude toward performance is. Structural Equation Modeling using Software Stata is used in the study to examine data from Indonesian Stock Exchange businesses for the years 2018 through 2022. The results indicate that earnings management, with increases and decreases in earnings management having an impact on the size of the CEO's face, mediates the relationship between a male CEO's masculinity and performance. The results can aid in the development of Financial Accounting Standard No. 19 by the Indonesian Accountants Association and show that earnings management mediates the size of a CEO's manly face toward performance.

Keywords : Masculinity; Male CEOs; Earnings Management; performance; SEM; Stata

PENDAHULUAN

Pentingnya memahami performance sebagai prestasi kerja yang telah tercapai oleh perusahaan dalam periode tertentu dan tertuang pada laporan keuangan perusahaan. Performance merupakan hal terpenting dalam perusahaan, karena performance merupakan kinerja keuangan yang menunjukkan perkembangan yang sudah di capai perusahaan dalam periode tertentu dan menunjukkan prospek perusahaan kedepannya. Semakin tinggi rasio Return on Assets, maka semakin tinggi pula keuntungan yang dihasilkan, hal ini akan menunjukkan performance semakin baik sehingga dapat menarik investor untuk berinvestasi.

CEO mempunyai peran penting untuk kesuksesan perusahaan dari performance perusahaan yang dipimpinnya. CEO dalam menjalankan kepemimpinannya dalam mengambil kebijakan-kebijakan yang digunakan untuk kegiatan perusahaan yang dipimpinnya, CEO merupakan seorang manajer perusahaan yang menjalankan kegiatan operasional pada periode tahun 2018 sampai dengan periode tahun 2022. Teori keagenan menjelaskan hubungan kontraktual antara pemegang saham dan CEO sebagai agen (Jensen & Meckling, 1979). Pemegang saham mempekerjakan CEO pria sebagai agen untuk menjalankan tugas demi kepentingan pemegang saham, termasuk pendelegasian wewenang

pengambilan keputusan dari pemegang saham kepada CEO pria sebagai agen (Mahiswari & Nugroho, 2014 ; Asyik et al., 2022; Prasetyo et al., 2022) . Perusahaan di Bursa Efek Indonesia yang modalnya terdiri dari saham, pemegang saham bertindak sebagai prinsipal sedangkan CEO pria bertindak sebagai agen. Sedangkan teori konsistensi perilaku (Epstein, 1979) Pria mempunyai sifat yang lebih agresif dibandingkan perempuan, sifat agresif pria dapat mempengaruhi manajemen laba dan penelitian & pengembangan.

Penelitian yang dilakukan (Jia et al., 2014) menjelaskan bahwa terdapat hubungan antara ukuran wajah maskulinitas CEO pria dengan pengambilan kebijakan manajemen laba yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan. wajah maskulin CEO pria berdampak pada praktik kebijakan manajemen laba . Jia dkk., (2014) juga menyatakan bahwa ukuran wajah maskulinitas CEO pria berpengaruh positif terhadap manajemen laba, artinya semakin tinggi ukuran wajah maskulinitas CEO pria berdampak pada peningkatan manajemen laba, begitu pula sebaliknya semakin rendah ukuran wajah maskulinitas CEO pria. berdampak pada penurunan pendapatan. manajemen dapat mendorong kinerja dan keinginan karyawan untuk mewujudkan prestasi kerja yang maksimal sehingga membantu

mencapai tujuan perusahaan Orisinalitas penelitian ini terlihat perbedaannya dengan penelitian sebelumnya yang menjelaskan bahwa Ukuran wajah maskulinitas CEO berpengaruh terhadap earnings management (Jia et al., 2014). Sedangkan (Kamiya et al., 2018a) memberikan bukti secara empiris bahwa ukuran wajah maskulinitas CEO pria berpengaruh terhadap leverage. Namun hanya meneliti ukuran wajah maskulinitas CEO pria ditinjau dari earnings management dan leverage, belum ada penelitian yang menjelaskan peran earnings management memediasi ukuran wajah maskulinitas CEO pria terhadap performace, karena earnings management yang tinggi mempunyai pengaruh terhadap performance. Dampak terhadap peningkatan praktik earnings management and performance yang dilakukan oleh CEO pria. Sedangkan dalam teori keagenan (Jensen & Meckling, 1976) menjelaskan bahwa peran leverage memediasi pengaruh karakteristik CEO pria pada praktik earnings management. Sedangkan penggunaan variabel earnings management, berdasarkan pendapat (Scott, 2015) menjelaskan bahwa earnings management merupakan praktik penyusunan laporan keuangan yang tidak melanggar prinsip akuntansi yang berlaku umum, sehingga dapat meningkatkan atau menurunkan laba akuntansi yang diinginkan CEO sebagai agen. Karakter

CEO pria sebagai manajer perusahaan lebih mengetahui data perusahaan dan prospek masa depan perusahaan dibandingkan pemegang saham. Praktik earnings management & performance dapat dilihat pada sikap oportunistik CEO pria sebagai agen dengan teori keagenan (Jensen & Meckling, 1976). Sehingga untuk memberikan bukti secara empiris peran earnings management memediasi maskulinitas CEO pria terhadap performance. Temuan empiris dapat melengkapi literatur untuk memberikan bukti empiris bahwa peran earnings management memediasi ukuran maskulinitas CEO pria pada performance belum pernah dilakukan secara empiris sebelumnya, sehingga dapat memberikan bukti secara empiris di lapangan. Penelitiannya (Jia et al., 2014) menjelaskan bahwa ukuran wajah maskulinitas CEO pria berpengaruh terhadap praktik earnings management.

Ukuran wajah maskulinitas merupakan konsep perilaku maskulin yang ada pada diri pria yang berimplikasi pada agresivitas; memiliki karakter yang kompleks cenderung emosional dalam melakukan tindakan (Jewitt, 1997) . Ukuran wajah Maskulinitas wajah CEO pria berkorelasi dengan testosterone dan status sosial mempengaruhi earnings management dan performance Tanjaya & Santoso, 2020) . Ukuran wajah memiliki faktor yang dapat mempengaruhi kinerja

CEO dalam mengelola perusahaan (Kamiya et al., 2018) . Ciri-ciri CEO pria yang berwajah maskulin mempengaruhi proses pengelolaan keuangan perusahaan (Kamiya et al., (2018) . Ukuran wajah merupakan aspek pribadi, ukuran wajah seseorang dibawa sejak lahir. Literatur neuroendokrinologi menjelaskan bahwa ukuran wajah maskulinitas pada pria meramalkan kebiasaan perilaku maskulin dan perilaku agresif Kamiya et al., 2018) . Ukuran wajah maskulinitas CEO pria lebih tinggi diharapkan akan lebih agresif dalam mengelola perusahaan (Tanjaya & Santoso, 2020) .

Karakteristik CEO pria berpengaruh positif terhadap proses pengambilan keputusan perusahaan (Bertrand & Schoar, 2003) . Ciri-ciri CEO pria mempunyai sifat percaya diri dan sering melakukan praktik earnings management. Sifat overconfident CEO pria sering melakukan praktik earnings management (Graham, Harvey, and Puri, 2013; Kamiya dkk., 2018; Malmendier & Tate, 2005) , Akuisisi (Doukas & Petmezas, 2007; Kim, 2013; Kamiya et al., 2018) , inovasi (Hirshleifer, Low, & Teoh, 2012; Kamiya et al., 2018) . Penelitian di bidang neuroendokrinologi menjelaskan bahwa ukuran wajah pria mempengaruhi perilaku agresif. Ukuran wajah maskulinitas pria mempengaruhi perilaku agresif (Carré & McCormick, 2008; Christiansen & Winkler, 1992) . Ukuran wajah

maskulinitas mempengaruhi perilaku pria (Campbell., et al 2011) . Karakteristik CEO pria cenderung bernegosiasi demi keuntungan pribadi (Wong et al., 2011) . Pria yang memiliki wajah maskulinitas yang tinggi dianggap dapat dipercaya (Stirrat & Perrett, 2010). Karakteristik CEO pria yang memiliki ukuran wajah maskulinitas lebih tinggi memiliki kinerja yang lebih baik dibandingkan CEO pria yang memiliki ukuran wajah maskulinitas lebih rendah (Kamiya et al., 2018; Kamiya, & Park, 2017; Wong et al., 2011)

Penelitian memberikan batasan yang jelas dan terfokus. Kajian ini merupakan isu mengenai pentingnya peran earnings management memediasi ukuran maskulinitas CEO pria sebagai akar permasalahan terhadap performance. Penelitian dibatasi pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2022. Batasan penelitian pada analisis variabel wajah maskulinitas CEO pria, earnings management and performance. Variabel ukuran wajah maskulinitas CEO pria diukur menggunakan software Image.

METODE

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk memberikan makna tentang interpretasi angka statistik (Aliyyah, Siswomihardjo, dkk., 2021; Prasetyo dkk., 2021) Penelitian bertujuan untuk memberikan bukti secara empiris

mengenai peran earnings management memediasi ukuran wajah maskulinitas CEO pria terhadap performance. Pendekatan penelitian menggunakan penelitian eksplanatori (Endarto, Taufiqurrahman, Kurniawan, dkk., 2021; Indrawati dkk., 2021) dengan populasi dan sampel penelitian menggunakan perusahaan-perusahaan di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2022. Penelitian ini mengumpulkan gambar wajah yang diidentifikasi sebagai CEO pria dari website Bursa Efek Indonesia dan website perusahaan pada tahun 2017 hingga 2021 dan memanfaatkan pencarian Google. Metode analisis data dalam penelitian menggunakan Structural Equation Modeling dengan perangkat Lunak Stata. Software Stata merupakan salah satu prosedur penyelesaian regresi yang mempunyai tingkat fleksibilitas yang tinggi dalam penelitian yang menghubungkan teori, konsep dan data yang dapat dilakukan terhadap variabel penelitian.

Definisi dan Pengukuran Operasional

Ukuran wajah maskulinitas CEO pria sebagai variabel independen, variabel performance sebagai variabel dependen, dan variabel earnings management sebagai variabel mediator.

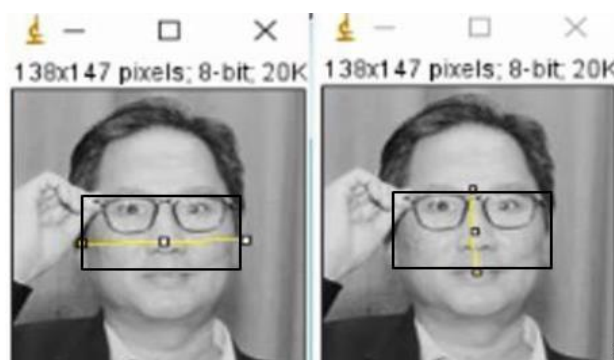
Variabel independen (fWHR)

Variabel independen dapat mempengaruhi variabel lain. Penelitian ini

menggunakan variabel ukuran wajah maskulinitas CEO pria sebagai variabel independen. Ukuran wajah maskulinitas merupakan suatu konsep perilaku maskulin yang ada pada diri pria berimplikasi pada sifat agresif, mempunyai karakter yang kompleks cenderung emosional dalam melakukan tindakan (Jewitt, 1997). Sedangkan pengukuran variabel ukuran wajah maskulinitas CEO pria menggunakan software ImageJ, penelitian mengkonversi gambar wajah CEO pria menjadi gambar skala abu-abu dengan tinggi 8 bit (Kamiya dkk., 2018)

Perangkat lunak ImageJ mengukur jarak antara dua titik pada masing-masing wajah CEO pria yang diteliti dengan menyeret mouse melintasi gambar; ukuran garis vertikal melambangkan jarak antara bibir atas hingga titik tertinggi kelopak mata. Sedangkan garis horizontal melambangkan jarak maksimal antara tulang pipi kiri ke tulang pipi kanan (Kamiya dkk., 2018) Oleh karena itu, penelitian ini secara independen menetapkan skor kualitas foto antara nol dan tiga kriteria berikut: 0: Akibat postur tubuh yang buruk ini, salah satu atau kedua telinga tidak terlihat, atau fotografer mengambil gambar wajah yang menyebabkan kesulitan dalam mengukur kualitas foto. tinggi wajah. 1: Tampaknya hanya separuh telinga yang terlihat karena orang tersebut sedikit condong ke satu

sisi. 2: Kedua telinga terlihat pada wajah, dengan akarnya terlihat. 3: Postur berdiri atau duduk yang benar ditandai dengan punggung lurus dan telinga terlihat hingga ubun-ubun kepala. Penelitian menggunakan skor kualitas nomor dua dan tiga berdasarkan pedoman (Kamiya et al., 2018) Skala pengukuran penelitian ini menggunakan skala persentase rasio dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1
Pengukuran Maskulinitas CEO

Keterangan
Garis horizontal : Mewakili jarak maksimum antara tulang pipi sebelah kiri ke tulang pipi sebelah kanan
Garis Vertikal : Mewakili jarak antara bibir atas ke titik tertinggi kelopak mata

Variabel Dependent Performance (ROA)

Variabel dependen merupakan variabel yang nilainya tidak dapat dipengaruhi oleh variabel yang lain. Variabel dependen dalam penelitian ini menggunakan performance. Performance merupakan alat yang dapat digunakan untuk mengevaluasi investasi yang sudah ditanamkan oleh investor mampu memberikan keuntungan yang sesuai dengan yang diharapkan. Pengukuran performance menggunakan Return on asset (ROA) yang menggambarkan hasil

pembagian dari laba bersih dibagi dengan total asset (Kamiya dkk., 2018). Skala pengukuran penelitian ini menggunakan skala ratio persentase, dengan formula sebagai berikut:

$$\text{Return on asset} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total aset}}$$

Keterangan:

$\text{Return on asset}_{i,t}$ = Return on asset perusahaan i pada tahun ke t
 $\text{Laba bersih}_{i,t}$ = Laba bersih perusahaan i pada tahun ke t
 $\text{Total asset}_{i,t}$ = Total asset perusahaan i pada tahun ke t

Variabel Mediator Earning Management (EM)

Variabel mediator merupakan variabel perantara (Kalbuana, Prasetyo, dkk., 2021; Kalbuana, Suryati, dkk., 2021) yang berfungsi memediasi hubungan antara variabel Independent dan variabel dependent (Baron & Kenny, 1986; Mehmetoglu, 2018; Zhao dkk., 2010) Variabel mediator dalam penelitian ini menggunakan earning management (Jia et al., 2014) Earnings Management merupakan suatu praktik dalam proses penyusunan laporan keuangan yang tidak melanggar prinsip akuntansi berterima umum, sehingga dapat menambah atau mengurangi laba akuntansi sesuai keinginan manajemen. Karakter CEO sebagai manajer perusahaan mengetahui lebih banyak data tentang keadaan perusahaan dan prospek masa depan perusahaan dibandingkan pemegang saham (Scott, 2015)

Earnings management pada penelitian ini menggunakan model pengukuran (Kothari et al., 2005) penyempurnaan model (Jones, 1991)

dengan memasukkan return on aset, model ini menambahkan return on aset dalam perhitungan akrual diskresioner, sehingga mampu mengukur earnings management dengan lebih akurat. Skala pengukuran penelitian ini menggunakan skala rasio persentase. Berikut persamaan modelnya (Kothari et al., 2005) dengan rumus berikut:

- (1) Menghitung *total accrual (TAC)* yaitu laba bersih tahun t dikurangi arus kas operasi tahun t dengan rumus sebagai berikut:

$$TAC = NI_{it} - CFO_{it}$$

Selanjutnya, *total accrual (TA)* diestimasi dengan *Ordinary Least Square (OLS)* sebagai berikut:

$$\frac{TA_{it}}{A_{it-1}} = \beta_1 \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \beta^2 \left(\frac{\Delta REV_{it}}{A_{it-1}} \right) + \beta^3 \left(\frac{PPE}{A_{it-1}} \right) + \epsilon$$

- (2) Dengan koefisien regresi seperti pada rumus di atas, maka *nondiscretionary accruals (NDA)* ditentukan dengan formula sebagai berikut:

$$NDA_{it} = \beta_1 \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \beta_2 \left(-\frac{\Delta REV_{it}}{A_{it-1}} - \frac{\Delta REC_{it}}{A_{it-1}} \right) + \beta^3 \left(\frac{PPE}{A_{it-1}} \right) + \beta^4 \left(\frac{ROA_{it}}{A_{it-1}} \right) + \epsilon$$

- (3) Terakhir, *discretionary accruals (DA)* sebagai ukuran manajemen laba ditentukan dengan formula berikut:

$$DA_{it} = \frac{TA_{it}}{A_{it-1}} - NDA_{it}$$

Keterangan:	
DA_{it}	: Discretionary accruals perusahaan i dalam periode ke t
NDA_{it}	: Nondiscretionary Accruals perusahaan i dalam periode tahun t
TAC_{it}	: Total accruals perusahaan i pada periode ke t
NI_{it}	: Laba bersih perusahaan i dalam periode tahun t
CFO_{it}	: arus kas dari aktivitas operasi perusahaan i dalam periode tahun t
A_{it-1}	: Total asset perusahaan i pada periode ke t-1
ΔRev_{it}	: Pendapatan perusahaan i pada tahun t dikurangi dengan pendapatan perusahaan i pada tahun t-1
PPE_{it}	: Asset tetap perusahaan i pada periode ke t
ΔRec_{it}	: Piutang usaha perusahaan i pada tahun t dikurangi pendapatan perusahaan i pada tahun t-1
ROA_{it}	: Return on assets perusahaan i pada periode ke t
ε	: Error

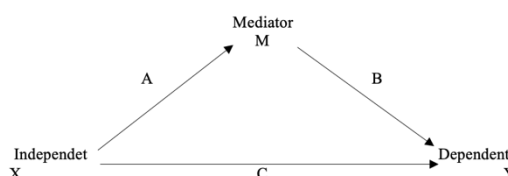
Teknik Analisis Data

Analisis data penelitian merupakan bagian dari proses pengujian data setelah tahap pemilihan dan pengumpulan data penelitian (Sudaryanto dkk., 2022; Utari, Sudaryanto, dkk., 2021) Analisis data dalam penelitian menggunakan Software Stata. Penggunaan Software Stata pada penelitian karena beberapa alasan: Penelitian bertujuan untuk mengkonfirmasi teori dan konsep yang ada dengan menggunakan data. Software Stata versi 14.2 digunakan untuk penelitian ini karena dapat melakukan regresi Structural Equation Modeling (SEM), Model penelitian relatif kompleks, karena terdapat proksi earnings management berperan sebagai variabel mediator untuk melihat bagaimana peran earnings management memediasi ukuran wajah maskulinitas CEO pria terhadap performance, Model yang dibangun terdapat hubungan kausalitas berjenjang yang mempunyai ciri khas sehingga diharapkan variabel mediator untuk melihat hubungan variabel independen terhadap variabel dependen.

Variabel mediator merupakan variabel perantara yang berfungsi memediasi hubungan antara variabel

independen dan variabel dependen (Baron & Kenny, 1986; Zhao dkk., 2010) Pengujian mediator untuk membuktikan peran earnings management sebagai variabel mediasi berfungsi untuk memediasi hubungan variabel ukuran wajah maskulinitas CEO pria terhadap performance. Kriteria untuk menentukan pengaruh mediasi dalam suatu hubungan (Baron & Kenny, 1986; Zhao dkk., 2010) menjelaskan sebagai berikut: Persamaan pertama, variabel independen harus mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel mediator, Persamaan kedua, variabel mediator harus mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen, Persamaan ketiga, independen variabel harus mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Berikut gambaran proses penentuan jenis variabel mediator (Baron & Kenny, 1986; Zhao dkk., 2010)



Gambar 2
Hubungan Variabel Independen, Mediator dan Dependen

Zhao dkk., (2010) melakukan penelitian dengan mengembangkan jenis-jenis penelitian mediator yang telah dilakukan sebelumnya oleh (Baron & Kenny, 1986) dengan mengidentifikasi tiga pola konsisten dengan mediator dan dua pola konsisten tanpa mediator sebagai berikut: Mediator komplementer:

pengaruh mediator (axb) dan pengaruh langsung (c) keduanya asli dan berorientasi pada arah luas yang sama, Mediator kompetitif: pengaruh mediator (axb) dan pengaruh langsung (c) keduanya ada dan mengarah ke arah yang berlawanan, Indirect - hanya mediator : ada pengaruh mediator (axb), namun tidak ada dampak langsung, Nonmediasi langsung saja : ada pengaruh langsung (c), tapi tidak ada pengaruh tidak langsung, Nonmediasi tanpa efek : juga tidak ada pengaruh langsung atau tidak langsung.

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan pengujian statistik yang dapat menggambarkan gambaran objek penelitian melalui data analitik, tanpa melakukan analisis (Prasetyo, Aliyyah, Rusdiyanto, Utari, dkk., 2021; Utari, Iswoyo, dkk., 2021 dari data yang ada di wajah variabel maskulinitas CEO pria, variabel bperformance, dan variabel earnings management

Uji Korelasi Pearson

Pengujian korelasi pearson digunakan untuk melihat hubungan antara variabel independent dan variabel dependent dengan mengasumsikan korelasi pearson merupakan data yang berdistribusi normal (Prasetyo, Aliyyah, Rusdiyanto, Nartasari, dkk., 2021; Rusdiyanto dkk., 2021) Jika ada korelasi antara dua variabel, maka hasilnya akan positif (+) atau negatif (-). Nilai korelasi

yang positif menunjukkan bahwa hubungan tersebut bersifat satu arah. Ketika variabel independent bertambah maka variabel dependent juga ikut bertambah. Hal ini dikenal dengan pertumbuhan searah. Nilai korelasi yang negatif menandakan kurangnya arah dalam hubungan. Dengan kata lain, jika nilai variabel independennya besar, maka variabel dependennya menurun. antara 0 dan 1 maka terdapat korelasi (Endarto, Taufiqurrahman, Suhartono, dkk., 2021; Prasetyo, Aliyyah, Rusdiyanto, Kalbuana, dkk., 2021) Dengan rumusan korelasi pearson sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan

r	Nilai korelasi
X	Variabel X
Y	Variabel Y

Model Regresi Penelitian

Analisis regresi untuk mengetahui seberapa erat hubungan yang terjadi antara satu variabel dengan variabel lainnya. Analisis regresi mempunyai fungsi untuk memprediksi atau memperkirakan besarnya nilai suatu variabel dependent (Y) jika variabel independent (X) diubah (Prasetyo, Aliyyah, Rusdiyanto, Nartasari, dkk., 2021; Rusdiyanto dkk., 2021) Analisis regresi data panel digunakan untuk menguji peran earnings management (Z) memediasi ukuran wajah maskulinitas

CEO pria (fWHR) terhadap performance (Y). Berdasarkan variabel independent, variabel dependent dan variable mediator yang telah dijelaskan maka diperoleh model persamaan yang akan digunakan sebagai berikut:

Peran earnings management memediasi ukuran wajah maskulinitas CEO pria terhadap performance”

$$Z_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 fWHR_{i,t} + \dots \dots \dots (1)$$

$$ROA_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 Z_{i,t} + \epsilon \dots \dots \dots (2)$$

$$ROA_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 fWHR_{i,t} + \dots \dots \dots (3)$$

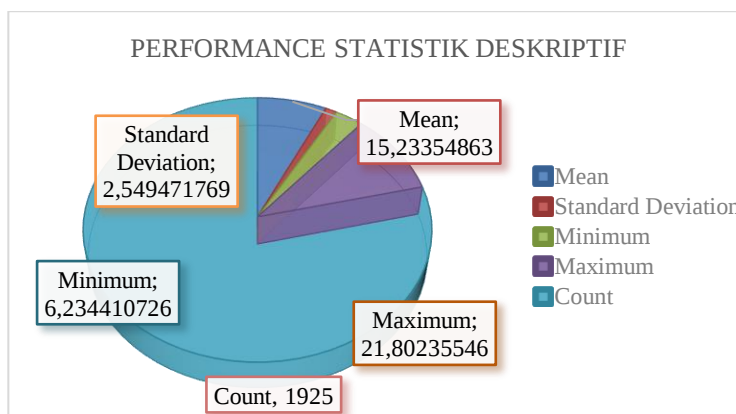
Untuk menjelaskan dari model variabel ukuran wajah maskulinitas CEO pria, variabel performance, dan variabel mediator earnings management dapat dijelaskan sebagai berikut

Keterangan	Uraian
i	= Data Data <i>cross-section</i> perusahaan (perusahaan di BEI)
t	= Data <i>time series</i> perusahaan (2018-2022)
fWHR	= Ukuran Wajah Maskulinitas CEO Pria
ROA	= Return on asset
EM	= Earnings management
α	= Konstan
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$	= Koefisien regresi variabel ROA fWHR
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$	= Koefisien regresi variabel ROA, fWHR, Z
e	= Error

HASIL PENELITIAN

Statistik Deskriptif Variabel

Hasil statistik deskriptif dapat disajikan dengan minimum, maksimum, mean, standar deviasi dari variabel yang diteliti dari suatu sampel perusahaan. Selain penyajian berdasarkan sampel perusahaan di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022, pengujian sampel berdasarkan perusahaan di Bursa Efek Indonesia dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

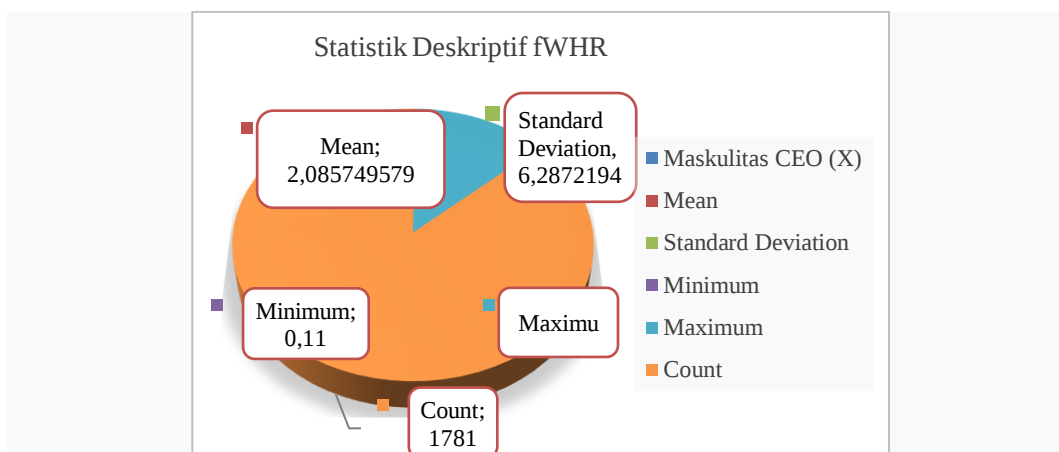


Gambar 3

Performance Statistik Deskriptif

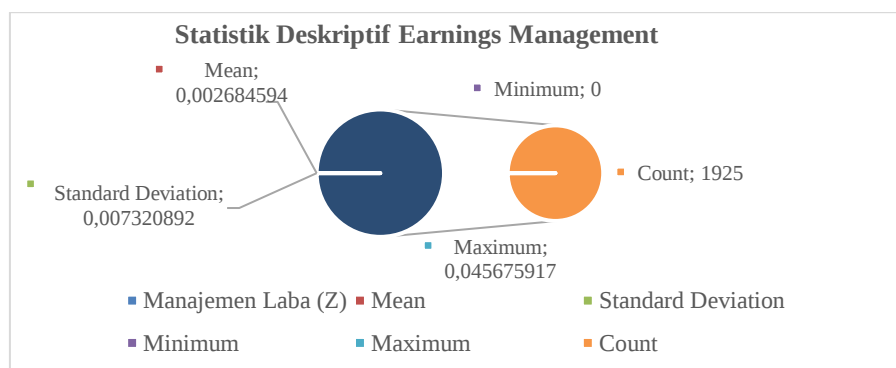
Berdasarkan gambar diatas menunjukkan jumlah observasi (N) ada 1925, dari 1925 observasi nilai performance minimal sebesar 6.234411,

dan nilai performance maksimal sebesar 21.80236 nilai rata-rata 170 observasi atau mean sebesar 15,23355 dengan standar deviasi sebesar 2,549472.



Gambar 4
Statistik Deskriptif fWHR

Berdasarkan gambar di atas terlihat jumlah observasi (N) ada 1781, dari 1781 observasi nilai nominal maskulinitas CEO pria minimal sebesar 0,11, dan nilai nominal maskulinitas CEO pria maksimal sebanyak 267. Nilai rata-rata dari 1781 observasi atau mean sebesar 2,08575 dengan standar deviasi sebesar 6,287219



Gambar 5
Statistik Deskriptif Earnings Management

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan jumlah observasi (N) ada 1925, dari tahun 1925 observasi tersebut nilai Earnings management minimum adalah 0,0, dan nilai earnings management maksimum adalah 0,0456759. Nilai rata-rata dari tahun 1925 atau mean sebesar 0,0026846 dengan standar deviasi sebesar 0,0073209.

Uji Korelasi Pearson

Pada uji korelasi pearson untuk melihat kuat lemahnya hubungan peran earnings management memediasi ukuran wajah maskulinitas CEO pria terhadap performance. Pada pengujian ini jika nilai korelasi pearson (r) diatas 0,05 (5%), maka terdapat hubungan yang kuat peran earnings management memediasi ukuran wajah maskulinitas CEO pria terhadap performance, jika nilai korelasi pearson

bernilai di bawah 0,05 (5%) maka CEO pria terhadap performance hubungan peran earnings management dinyatakan lemah. memediasi ukuran wajah maskulinitas

Tabel 1
Hasil Pengujian Korelasi Pearson

Variabel	(1)	(2)	(3)
(1) ROA	1.000		
(2) fWHR	-0,086 (0,278)	1.000	
(3) EM	0,001 (0,985)	0,059 (0,013)	1.000

Variabel	(1)	(2)	(3)
(1) ROA	1.000		
(2) fWHR	-0,086	1.000	
(3) EM	0,001	0,059	1.000

*** $p < 0,01$, ** $p < 0,05$, * $p < 0,1$

Berdasarkan tabel diatas dapat diartikan bahwa variabel performance (ROA), ukuran wajah maskulinitas CEO pria (fWHR) dan earnings management (EM) mempunyai nilai diatas 0,05 (5%). Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa

Analisis Mediator Performance (ROA)

Proses menganalisis mediasi pada model estimasi memerlukan dua pendekatan. Pendekatan pertama berdasarkan (Baron & Kenny, 1986) dilakukan beberapa tahapan dalam menganalisis signifikansi antara spesifikasi variabel mediasi untuk memperkuat hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen, sehingga dapat diartikan bahwa mediasi variabel mempengaruhi secara penuh sebagai variabel mediator

Pendekatan kedua didasarkan pada pendekatan (Zhao et al., 2010) untuk menguji mediasi dengan beberapa Tes. Pada pengujian pertama dilakukan

seluruh variabel tersebut dinyatakan valid untuk digunakan dalam pengujian model. Hasil uji reliabilitas diatas menjelaskan nilai diatas 0,05 (5%). Hal ini membuktikan bahwa semua variabel yang digunakan sama reliabelnya jika diuji. perkiraan dampak tidak langsung (indirect effect) dibagi dengan dampak keseluruhan (total effect) atau disebut dengan Ratio Indirect to Total Effect (RIT) yang mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dimediasi oleh variabel mediasi. Pada pengujian selanjutnya dilakukan perkiraan pengaruh tidak langsung dibagi dengan dampak langsung (direct effect) atau disebut dengan Ratio Indirect Effect to Direct Effect (RID) yang menunjukkan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. dimediasi oleh variabel mediasi. Terakhir adalah uji Sobel yang membandingkan p-value dengan z-value sebagai dasar hipotesis mediasi antar variabel.

Tabel 1
Analisis Performance (ROA) Mediasi
Output SEM Direct and Total Effect Performance (ROA)

VARIABEL	(1) ROA	(2) ROA	(3) ROA	(4) ROA
EM		15.16 (31.31)		
fWHR	0,01*** (0,00)	-1.30 (1.10)		
Constant	-0,01** (0,01)	17.55*** (2.09)	0,00*** (0,00)	06.30*** (0,70)
Observations	1925	1925	1925	1925

Standard errors in parentheses *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Output SEM Direct Performance (ROA)

VARIABEL	(1) ROA	(2) ROA	(3) ROA	(4) ROA
EM		15.16 (31.31)		
fWHR	0,01*** (0,00)	-1.30 (1.10)		
Constant	-0,01** (0,01)	17.55*** (2.09)	0,00*** (0,00)	06.30*** (0,70)
Observations	1925	1925	1925	1925

Standard errors in parentheses *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Output SEM Total Effect Performance (ROA)

VARIABEL	(1) ROA	(2) ROA	(3) ROA	(4) ROA
EM		15.16 (31.31)		
fWHR	0,01*** (0,00)	-1.30 (1.10)		
Constant	-0,01** (0,01)	17.55** (2.09)	0,00** (0,00)	06.30** (0,70)
Observations	1925	1925	1925	1925

Stand. err. in parentheses * p<0.1, ** p<0.05, *** p<0.01

PEMBAHASAN

Hasil probabilitas Prob>F 0,0887. Artinya variabel performance mempunyai nilai $0.03 \leq 0.05$ (5%) hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama koefisien regresi mempunyai nilai signifikan artinya secara bersama-sama ukuran wajah maskulinitas CEO pria mempengaruhi performance. Nilai R² mempunyai nilai sebesar 0,0887 hal ini menunjukkan bahwa derajat determinasi ukuran wajah maskulinitas CEO pria terhadap performance adalah sebesar 0,0887. Artinya variabel performance sebesar 0,0887 dapat dijelaskan oleh ukuran wajah maskulinitas CEO pria. Pembahasan hasil analisis penelitian merupakan analisis kesesuaian teori, pendapat atau penelitian terdahulu yang dikemukakan oleh hasil penelitian terdahulu untuk mengatasi fenomena dalam penelitian. Pembahasan hasil analisis penelitian merupakan analisis kesesuaian teori, pendapat, atau penelitian

terdahulu yang telah dikemukakan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan untuk mengatasi penomina pada penelitian ini. Berikut bagian-bagian utama yang dapat dibahas dalam temuan penelitian sebagai berikut:

Hasil Temuan Secara Empiris Peran Earnings Management Memediasi Ukuran Wajah Maskulinitas CEO Pria Terhadap Performance.

Untuk membuktikan secara empiris peran earnings management memediasi ukuran wajah maskulinitas CEO pria terhadap performance, pendekatan penelitian ini menggunakan dua pendekatan (Baron & Kenny, 1986; Zhao et al., 2010) dengan prosedur analisis pengolahannya. menggunakan (Mehmetoglu, 2018) :

Pendekatan (Baron & Kenny, 1986)

Pada pengujian Tahap Pertama ukuran wajah maskulinitas CEO pria berpengaruh positif terhadap earnings management, diperoleh nilai tingkat signifikansi p-value sebesar $0,02 \leq 0,05$ (5%) pada pengujian pertama dinyatakan lulus, hasil analisis secara empiris ukuran wajah maskulinitas CEO pria berpengaruh positif terhadap earnings management dengan tingkat signifikansi 0,02, temuan tersebut konsisten dengan temuan (Jia et al., 2014) artinya peningkatan dan penurunan ukuran wajah maskulinitas CEO pria berdampak

pada peningkatan dan penurunan earnings management.

Pada pengujian Tahap Kedua earnings management berpengaruh positif terhadap performance diperoleh nilai tingkat signifikansi p-value sebesar $0,63 \geq 0,05$ (5%) pada pengujian tahap kedua dinyatakan tidak lulus uji pengaruh earnings management terhadap performance tidak konsisten dengan temuannya (Nelson et al., 2002; Mariadi et al., 2012) perusahaan bermodalkan aset guna mencapai target keuntungan. Penelitiannya (Nelson et al., 2002; Mariadi et al., 2012) menjelaskan kapitalisasi pengelolaan aset dengan baik merupakan salah satu cara umum yang dilakukan CEO dalam meratakan pendapatan. Berdasarkan hasil temuan secara empiris konsisten dengan temuan (Mariadi dkk., 2012) menjelaskan bahwa sebagian besar perusahaan di Bursa Efek Indonesia melakukan kegiatan pengelolaan aset dengan baik untuk mendapatkan profit, sehingga pemilihan metode akuntansi untuk pengelolaan aset merupakan kebijakan yang dapat mempengaruhi laba perusahaan secara signifikan (Suharli & Arisandi, 2009 ; Mariadi dkk., 2012) Sehingga dapat disimpulkan pada tahap pertama dengan hasil singnifikansi p -value $0,02 \leq 0,05$ (5%) dan pada tahap kedua dengan hasil singnifiance p -value $0,63 \geq 0,05$ (5%) adalah tidak singnifikan , artinya peran

earnings management memediasi ukuran wajah maskulinitas CEO pria terhadap performance, hasil analisis menggunakan pendekatan (Baron & Kenny, 1986) Temuan hipotesis yang diajukan didukung oleh hipotesis yang diajukan Peran Earnings Management Memediasi Ukuran Wajah Maskulinitas CEO Pria Terhadap Performance. Hasil temuan secara empiris ini termasuk dalam kategori mediasi Inderect -only Mediator.

Pendekatan (Zhao et al., 2010)

Dalam Pengujian Rasio Indirect to Total Effect (RIT) (Efek tidak langsung / Efek total)/ $(0,009 / 0,086) = 0,103$, Artinya sekitar 10% pengaruh ukuran wajah maskulinitas CEO pria terhadap performance yang dimediasi earnings management.

Dalam Pengujian Rasio Indirect Effect to Direct Effect (RID) (Efek tidak langsung / Direct effect)/ $(0,009 / 0,095) = 0,094$ Artinya, efek mediasi Earnings management sebesar 0,1 kali pengaruh ukuran wajah maskulinitas CEO pria terhadap performance. Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan hipotesis yang diajukan diterima, artinya peran earnings management memediasi ukuran wajah maskulinitas CEO pria terhadap performance dengan tingkat signifikansi 10% menggunakan model (Zhao dkk., 2010) Hasil ini mendukung hipotesis yang diajukan peran earnings management memediasi ukuran wajah maskulinitas

CEO pria terhadap performance. Temuan empiris ini termasuk dalam kategori mediasi Inderect -only Mediator.

Temuan yang secara empiris didukung oleh teori konsistensi perilaku mengungkapkan bahwa ukuran wajah maskulinitas CEO pria berkorelasi dengan testosteron, agresivitas dan status sosial berpengaruh terhadap earnings management dilihat dari sudut pandang teori konsistensi perilaku (Epstein, 1979) Pengelolaan asset yang baik mengakibatkan tingkat profit yang dihasilkan perusahaan.. Jensen & Meckling, (1976) menjelaskan hubungan keagenan muncul ketika pemegang saham mempekerjakan CEO sebagai agen untuk memberikan layanan dan kemudian mendelegasikan wewenang dalam pengambilan keputusan. Sehingga teori keagenan memberikan solusi penting dalam pengambilan keputusan CEO pria hingga menghasilkan kebijakan earnings management and performance. Jia et al., (2014) memberikan bukti empiris bahwa ukuran wajah pria dapat memprediksi perilaku maskulin. Sedangkan (Carré & McCormick, 2008) memberikan bukti secara empiris bahwa ukuran wajah pria memprediksi sifat agresivitas seseorang. Ukuran wajah maskulinitas CEO pria dikaitkan dengan proses penyajian laporan keuangan perusahaan. Jia et al., (2014) memberikan bukti empiris adanya hubungan antara earnings management

dengan ukuran wajah maskulinitas CEO pria yang memiliki perilaku maskulin.

KESIMPULAN

Peran Earnings management memediasi ukuran wajah maskulinitas CEO pria terhadap performance. Hasil temuan secara empiris memberikan bukti bahwa earnings management berdampak pada peningkatan dan penurunan ukuran wajah maskulinitas CEO pria serta berdampak pada peningkatan dan penurunan performance. Hasil temuan secara empiris didukung oleh teori keagenan dan teori konsistensi perilaku yang menjelaskan bahwa ukuran wajah maskulinitas CEO pria mempunyai pengaruh terhadap earnings management and performance. Sedangkan teori keagenan menjelaskan peran karakteristik CEO pria dalam membuat kebijakan earnings management and performance. Hasil temuan secara empiris didukung oleh software ImageJ bahwa ukuran wajah maskulinitas CEO pria mempunyai pengaruh terhadap earnings management and performance.

Implikasi Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan beberapa implikasi teori, praktik dalam pengambilan kebijakan. Penelitian ini memberikan implikasi teoritis dan praktis:

Implikasi Teoritis

Hasil temuan secara empiris didukung oleh teori keagenan dan teori

konsistensi perilaku yang menjelaskan bahwa peran earnings management memediasi ukuran wajah maskulinitas CEO pria terhadap performamce. Sedangkan teori keagenan menjelaskan peran karakteristik CEO dalam pengambilan kebijakan untuk melakukan earnings management and performance. Hasil temuan secara empiris menjelaskan bahwa software ImageJ mendukung temuan peran earnings managemnent memediasi ukuran wajah maskulinitas CEO pria performance. Hasil temuan seacara empiris memberikan bukti bahwa CEO pria mempunyai pengaruh terhadap earnings management and performance, didukung oleh teori keagenan dan teori konsistensi perilaku. Ukuran wajah menggambarkan gaya khas CEO pria dalam membuat kebijakan earnings management and performance didukung oleh teori keagenandan teori konsistensi perilaku. Gaya CEO pria dapat mempengaruhi perilaku maskulin dan testosteron didukung oleh teori konsistensi perilaku. Ukuran wajah maskulinitas dalam bidang Biologi dan Psikologi menjelaskan perilaku maskulin seseorang yang didukung oleh teori konsistensi perilaku. Ukuran wajah maskulinitas dalam akuntansi menjelaskan bahwa ukuran wajah maskulinitas CEO pria mempunyai pengaruh terhadap earnings management and performance.

Implikasi Praktis

Temuan empiris ini memberikan masukan terhadap perkembangan dan perbaikan praktik tata kelola keuangan perusahaan di Indonesia, khususnya implikasi praktisnya: Temuan empiris ini mempunyai implikasi bagi manajemen perusahaan karena pengambilan kebijakan mengenai ukuran wajah maskulinitas pria sebagai penentu kebijakan earnings management and performance, sehingga hasil temuan secara empiris tersebut dapat digunakan oleh manajemen perusahaan dan pemerintah. Hasil temuan secara empiris dapat memberikan bukti di bidang akuntansi perilaku dengan melihat ukuran wajah maskulinitas sebagai penentu dalam pengambilan kebijakan earnings management and performance. Selanjutnya memperkaya hasil temuan secara empiris di bidang akuntansi perilaku dan menjadi acuan untuk melakukan penelitian selanjutnya

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini mempunyai keterbatasan yang tidak mungkin dihindari. Pengungkapan keterbatasan bertujuan agar penelitian ini dapat dipahami dengan interpretasi yang tidak menyesatkan. Selain itu, pengungkapan keterbatasan juga memiliki tujuan agar penelitian selanjutnya dapat mengisi ruang kosong yang merupakan keterbatasan penelitian studi ini: Unsur dalam melakukan konten analisis dalam

menentukan pengukuran nilai ukuran wajah maskulinitas CEO pria dengan menggunakan perangkat lunak imageJ tidak bisa membedakan gambar CEO pria yang sudah di modifikasi/ editing, pengambilan gambar CEO pria diperoleh dari annual report perusahaan pada periode 2018-2022 dan pemanfaatan pencarian gambar CEO pria di Google. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini terbatas pada pengambilan gambar CEO pria yang terdapat pada annual report perusahaan pada periode 2018-2022 dan pemanfaatan pencarian gambar CEO pria di google, peneliti tidak dapat membedakan gambar CEO pria yang sudah melalui modifikasi.

Pendanaan

Penyandang dana dalam penelitian ini adalah Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat (DRTPM), Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi (DIKTI), Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (KEMDIKBUDRISTEK). Nomor Surat Pengumuman DRTPM: 0557/E5.5/AL.04/2023. Tanggal Surat Pengumuman DRTPM: 01 Juni 2023. Jenis Program: Penelitian (Usulan Baru). Nomor Kontrak DRTPM-LLDIKTI VII: 183/ E5/ PG.02.00PL/ 2023. Nomor Kontrak LLDIKTI VII- INSTUSI: 011/SP2H//LL7/ 2023. Tanggal Kontrak DRTPM-LLDIKTI VII: 19 Juni 2023, Tanggal

Kontrak LLDIKTI VII- INSTUSI: 19 Juni 2023. Kode Perguruan Tinggi: 071020. Nama Perguruan Tinggi: Universitas Gresik

Pernyataan pengungkapan

Tidak ada potensi konflik kepentingan yang dilaporkan oleh penulis.

DAFTAR PSUTAKA

- Abadi, S., Endarto, B., Taufiqurrahman, Aji, R. B., Kurniawan, W., Daim, N. A., Ismono, J., Alam, A. S., Purwati, A., Wijaya, A. U., Rusdiyanto, & Kalbuana, N. (2021). Indonesian Desirous Finality Of The Community In Regard. *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, 24(Special Is), 1–10.
- Adams, R. B., & Ragunathan, V. (2017). Lehman Sisters. *Working Paper*, 1–57. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3046451>
- Aliyyah, N., Prasetyo, I., Rusdiyanto, R., Endarti, E. W., Mardiana, F., Winarko, R., Chamariyah, C., Mulyani, S., Grahani, F. O., Rochman, A. S., Kalbuana, N., Hidayat, W., & Tjaraka, H. (2021). What Affects Employee Performance Through Work Motivation? *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 24, 1–14. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85110461420&partnerID=40&md5=4b5e50800f8866ccdd52682c4b5a73f4>
- Alrajih, S., & Ward, J. (2014). Increased facial width-to-height ratio and perceived dominance in the faces of the UK's leading business leaders. *British Journal of Psychology*, 105(2), 153–161. <https://doi.org/10.1111/bjop.12035>
- Asyik, N. F., Muchlis, M., Riharjo, I. B., & Rusdiyanto, R. (2022). The impact of a male CEO'S facial masculinity on leverage. *Cogent Business & Management*, 9(1), 2119540. <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2119540>
- Bamber, L. S., Jiang, J., & Wang, I. Y. (2010). What's my style? The influence of top managers on voluntary corporate financial disclosure. *Accounting Review*, 85(4), 1131–1162. <https://doi.org/10.2308/accr.2010.85.4.1131>
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173.
- Becker, G. S. (1968). Crime and Punishment: An Economic Approach. *Journal of Political Economy*, 76(2), 255–265. <https://doi.org/10.1002/9780470752135.ch25>
- Benmelech, E., & Frydman, C. (2013). Military CEOs. *Journal of Financial Economics*, 117(1), 43–59. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2014.04.009>
- Bertrand, M., & Schoar, A. (2003). Managing With Style: The Effect Of Managers On Firm Policies. *The Quarterly Journal of Economics*, CXVIII(4), 1169–1208.
- Bolton, P., & Bruunermeier, markus K. (2008). Economists ' Perspectives on Leadership. *Working Paper*, 1–33.
- Bos, P. A., Hermans, E. J., Ramsey, N. F., & Van Honk, J. (2012). The neural mechanisms by which testosterone acts on interpersonal trust. *NeuroImage*, 61(3), 730–737. <https://doi.org/10.1016/j.neuroimage.2012.04.002>
- Brochet, F., Faurel, L., & McVay, S. (2011). Manager-specific effects on earnings guidance: An analysis of top executive turnovers. *Journal of Accounting Research*, 49(5), 1123–1162. <https://doi.org/10.1111/j.1475-679X.2011.00420.x>
- Campbell, T. C., Gallmeyer, M., Johnson, S. A., Rutherford, J., & Stanley, B. W. (2011). CEO optimism and forced

- turnover. *Journal of Financial Economics*, 101(3), 695–712. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2011.03.004>
- Carré, J. M., & McCormick, C. M. (2008). In your face: Facial metrics predict aggressive behaviour in the laboratory and in varsity and professional hockey players. *Proceedings of the Royal Society B: Biological Sciences*, 275(1651), 2651–2656. <https://doi.org/10.1098/rspb.2008.0873>
- Chandrasegaram, R., Rahimansa, M. R., Rahman, S. K. A., Abdullah, S., & Mat, N. N. (2013). Impact of audit committee characteristics on earnings management in Malaysian public listed companies. *International Journal of Finance and Accounting*, 2(2), 114–119.
- Chava, S., & Purnanandam, A. (2010). CEOs versus CFOs: Incentives and corporate policies. *Journal of Financial Economics*, 97(2), 263–278. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2010.03.018>
- Christiansen, K., & Winkler, E. -M. (1992). Hormonal, anthropometrical, and behavioral correlates of physical aggression in !Kung San men of Namibia. *Aggressive Behavior*, 18(4), 271–280. [https://doi.org/10.1002/1098-2337\(1992\)18:4<271::AID-AB2480180403>3.0.CO;2-6](https://doi.org/10.1002/1098-2337(1992)18:4<271::AID-AB2480180403>3.0.CO;2-6)
- Davidson, R., Dey, A., & Smith, A. (2015). Executives’ “off-the-job” behavior, corporate culture, and financial reporting risk. *Journal of Financial Economics*, 117(1), 5–28. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2013.07.004>
- Dechow, P., Ge, W., & Schrand, C. (2010). Understanding earnings quality: A review of the proxies, their determinants and their consequences. *Journal of Accounting and Economics*, 50(2–3), 344–401. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2010.09.001>
- Dechow, P. M., Ge, W., Larson, C. R., & Sloan, R. G. (2011). Predicting Material Accounting Misstatements. *Contemporary Accounting Research*, 28(1), 17–82. <https://doi.org/10.1111/j.1911-3846.2010.01041.x>
- Dikolli, S. S., Mayew, W. J., & Steffen, T. D. (2012). Honoring One’s Word: CEO Integrity and Accruals Quality. *Working Paper*, 1–41. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2131476>
- Doukas, J. A., & Petmezas, D. (2007). Acquisitions, overconfident managers and self-attribution bias. *European Financial Management*, 13(3), 531–577. <https://doi.org/10.1111/j.1468-036X.2007.00371.x>
- Dyreng, S. D., Hanlon, M., & Maydew, E. L. (2010). The effects of executives on corporate tax avoidance. *Accounting Review*, 85(4), 1163–1189. <https://doi.org/10.2308/accr.2010.85.4.1163>
- Eisenegger, C., Naef, M., Snozzi, R., Heinrichs, M., & Fehr, E. (2010). Prejudice and truth about the effect of testosterone on human bargaining behaviour. *Nature*, 463(21), 356–359. <https://doi.org/10.1038/nature08711>
- Eisenhardt, K. M. (1989). Agency theory: An assessment and review. *Academy of Management Review*, 14(1), 57–74.
- Endarto, B., Taufiqurrahman, Kurniawan, W., Indriastuty, D. E., Prasetyo, I., Aliyyah, N., Endarti, E. W., Abadi, S., Daim, N. A., Ismono, J., Aji, R. B., Rusdiyanto, & Kalbuana, N. (2021). GLOBAL PERSPECTIVE ON CAPITAL MARKET LAW DEVELOPMENT IN INDONESIA. *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 24(Special Issue 1), 1–8. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85113411656&partnerID=40&md5=1074bd3526601cda4a86fbd7b52d1bd>
- Endarto, B., Taufiqurrahman, Suhartono, S., Setyadi, S., Abadi, S., Aji, R. B., Kurniawan, W., Daim, N. A., Ismono, J., Alam, A. S., Rusdiyanto, & Kalbuana, N. (2021). The Obligations

- Of Legal Consultants In The Independent Legal Diligence Of The Capital Market Supporting Proportion Of Legal Prepparement. *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, 24(Special Is), 1–8.
- Epstein, S. (1979). The stability of behavior: I. On predicting most of the people much of the time. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37(7), 1097–1126. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.37.7.1097>
- Fee, C. E., Hadlock, C. J., & Pierce, J. R. (2013). Managers with and without Style: Evidence using exogenous variation. *Review of Financial Studies*, 26(3), 567–601. <https://doi.org/10.1093/rfs/hhs131>
- Feng, M., Ge, W., Luo, S., & Shevlin, T. (2011). Why do CFOs become involved in material accounting manipulations? *Journal of Accounting and Economics*, 51(1–2), 21–36. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2010.09.005>
- Folstad, I., & Karter, A. J. (1992). Parasites, bright males, and the immunocompetence handicap. *American Naturalist*, 139(3), 603–622. <https://doi.org/10.1086/285346>
- Ge, W., Matsumoto, D., & Zhang, J. L. (2011). Do CFOs Have Style? An Empirical Investigation of the Effect of Individual CFOs on Accounting Practices*. *Contemporary Accounting Research*, 28(4), 1141–1179. <https://doi.org/10.1111/j.1911-3846.2011.01097.x>
- Graham, J. R., Harvey, C. R., & Puri, M. (2013). Managerial attitudes and corporate actions. *Journal of Financial Economics*, 109(1), 103–121. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2013.01.010>
- Hirshleifer, D., Low, A., & Teoh, S. H. (2012). Are Overconfident CEOs Better Innovators? *Journal of Finance*, 67(4), 1457–1498. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.2012.01753.x>
- Indrawati, M., Utari, W., Prasetyo, I., Rusdiyanto, & Kalbuana, N. (2021). HOUSEHOLD BUSINESS STRATEGY DURING THE COVID 19 PANDEMIC. *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 24(Special Is), 1–12.
- Indriani, P., Darmawan, J., & Nurhawa, S. (2014). Analisis manajemen laba terhadap nilai perusahaan yang Terdaftar di BURSA EFEK INDONESIA (Studi Khusus: Perusahaan Dagang Otomotif). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1).
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3, 305–360.
- Jewitt, C. (1997). Images of men: Male sexuality in sexual health leaflets and posters for young people. *Sociological Research Online*, 2(2). <https://doi.org/10.5153/sro.64>
- Jia, Y., Lent, L. van, & Zeng, Y. (2014a). Masculinity, Testosterone, and Financial Misreporting. *Journal-of-Accounting- Research*, 3(0), 1–63. <https://doi.org/10.1111/1475-679X.12065>.This
- Jia, Y., Lent, L. Van, & Zeng, Y. (2014b). Masculinity, Testosterone, and Financial Misreporting. *Journal of Accounting Research*, 1–63. <https://doi.org/10.1111/1475-679X.12065>.This
- Johnston, V. S., Hagel, R., Franklin, M., Fink, B., & Grammer, K. (2001). Male facial attractiveness: Evidence for hormone-mediated adaptive design. *Evolution and Human Behavior*, 22(4), 251–267.
- Jones, J. J. (1991). Earnings Management During Import Relief Investigations. *Jour Nal of Accounting Reserch*, 29(2), 193–228.
- Kamiya, S., Kim, Y. H. (Andy), & Park, S. (2018a). The face of risk: CEO facial masculinity and firm risk. *European Financial Management*, 25(2), 239–270. <https://doi.org/10.1111/eufm.12175>
- Kamiya, S., Kim, Y. H. (Andy), & Park, S.

- (2018b). The face of risk: CEO facial masculinity and firm risk. *European Financial Management*, 25(2), 1–32. <https://doi.org/10.1111/eufm.12175>
- Kim, Y. H. (Andy). (2013). Self attribution bias of the CEO: Evidence from CEO interviews on CNBC. *Journal of Banking and Finance*, 37(7), 2472–2489. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2013.02.008>
- Kim, Y. H. (Andy), Kamiya, S., & Park, S. (2017). The face of risk: CEO facial masculinity and firm risk. *Working Paper*, 11(04), 1–82. <https://doi.org/10.1111/eufm.12175>
- Kothari, S. P., Leone, A., & Wasley, C. (2005). Performance Matched Accruals Measures. *Journal of Accounting and Economics*, 39(May), 163–197.
- Lefevre, C. E., Lewis, G. J., Perrett, D. I., & Penke, L. (2013). Telling facial metrics: Facial width is associated with testosterone levels in men. *Evolution and Human Behavior*, 34(4), 273–279. <https://doi.org/10.1016/j.evolhumbehav.2013.03.005>
- Mahiswari, R., & Nugroho, P. I. (2014). Pengaruh mekanisme corporate governance, ukuran perusahaan dan leverage terhadap manajemen laba dan kinerja Keuangan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(1), 1–20.
- Malmendier, U., & Tate, G. (2005). CEO overconfidence and corporate investment. *Journal of Finance*, 60(6), 2661–2700. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.2005.00813.x>
- MARIADI, Y., SUTRISNO, S., & ROSIDI, R. (2012). MOTIVASI MANAJEMEN LABA DALAM KAPITALISASI BIAYA RISET DAN PENGEMBANGAN. *EL MUHASABA: Jurnal Akuntansi (e-Journal)*, 3(2).
- Mehmetoglu, M. (2018). Medsem: A Stata package for statistical mediation analysis. *International Journal of Computational Economics and Econometrics*, 8(1), 63–78. <https://doi.org/10.1504/IJCEE.2018.088321>
- Nelson, M. W., Elliott, J. A., & Tarpley, R. L. (2002). How are earnings managed? Examples from auditors. *Examples from Auditors (November 2002)*.
- Pound, N., Penton-Voak, I. S., & Surridge, A. K. (2009). Testosterone responses to competition in men are related to facial masculinity. *Proceedings of the Royal Society B: Biological Sciences*, 276(1654), 153–159. <https://doi.org/10.1098/rspb.2008.0990>
- Prasetyo, I., Aliyyah, N., Endarti, E. W., Rusdiyanto, R., & Rahmawati, A. (2022). The role of research & development as mediating the effect of male CEO masculinity face on earnings management: evidence from Indonesia. *Cogent Business and Management*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2140491>
- Prasetyo, I., Aliyyah, N., Rusdiyanto, Kalbuana, N., & Rochman, A. S. (2021). Corporate Social Responsibility Practices In Islamic Studies In Indonesian. *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, 24(Special Is), 1–15.
- Prasetyo, I., Aliyyah, N., Rusdiyanto, Utari, W., Suprpti, S., Kartika, C., Winarko, R., Chamariyah, Panglipursari, D. L., Muninghar, Farid, M. M., & Kalbuana, N. (2021). Effects of organizational communication climate and employee retention toward employee performance. *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, 24(Special Is), 1–11.
- Scott, D. W. (2015). *Multivariate density estimation: theory, practice, and visualization*. John Wiley & Sons.
- Suharli, M., & Arisandi, A. (2009). Pengaruh Pemilihan Metode Akuntansi Atas Biaya Research and Development (R&D) Terhadap Price Earnings Ratio (Studi Empirik Pada Perusahaan Sektor Industri Periode 2002-2005). *Journal of Applied*

- Finance & Accounting*, 1(2), 368–390.
- Tanjaya, F. L., & Santoso, E. B. (2020). Asosiasi Karakteristik CEO Terhadap Potensi Kesulitan Keuangan Perusahaan. *Media Akuntansi Dan Perpajakan Indonesia*, 1(2), 153–168.
- Utari, W., Iswoyo, A., Chamariyah, Waras, Mardiana, F., Rusdiyanto, & Hidayat, W. (2021). Effect Of Work Training, Competency and Job Satisfaction on Employee Productivity: A Case Study Indonesia. *Review of International Geographical Education Online*, 11(4), 696–711. <https://doi.org/10.33403/rigeo.8006783>
- Verdonck, A., Gaethofs, M., Carels, C., & Zegher, F. De. (1999). Effect of low-dose testosterone treatment on craniofacial growth in boys with delayed puberty. *European Journal Orthodontics*, 21, 137–143.
- Wong, E. M., Ormiston, M. E., & Haselhuhn, M. P. (2011). A face only an investor could love: CEOs' facial structure predicts their firms' financial performance. *Psychological Science*, 22(12), 1478–1483. <https://doi.org/10.1177/0956797611418838>
- Yuping Jia, Lent, L. Van, & Zang, Y. (2014). Masculinity, Testosterone, and Financial Misreporting. *Accounting Research*, 4, 1–63. <https://doi.org/10.1111/1475-679X.12065>.This
- Zhao, X., Lynch, J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and truths about mediation analysis. *Journal of Consumer Research*, 37(2), 197–206. <https://doi.org/10.1086/651257>