

# PENGARUH CEO NARSISME DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DALAM SUBSEKTOR *FOOD AND BEVERAGE*

Melisa Witanto

[melisawitanto@gmail.com](mailto:melisawitanto@gmail.com)

Khairunnisa

[khairunnisa@ukmc.ac.id](mailto:khairunnisa@ukmc.ac.id)

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh CEO narsisme dan ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan yang berfokus pada perusahaan yang terdaftar di BEI sub sektor *food and beverage* periode penelitian 2019-2021. Data yang digunakan merupakan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di BEI subsektor FnB. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling* dan diperoleh 49 perusahaan yang sesuai dengan kriteria sehingga terdapat 147 total sampel. Pengujian hipotesis dengan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CEO narsisme dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

**Kata kunci:** CEO Narsisme, Ukuran Perusahaan, Kinerja Keuangan Perusahaan.

## ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of CEO narcissism and company size on financial performance which focuses on companies listed on the IDX in the food and beverage sub-sector for the 2019-2021 research period. The data used is secondary data. The population in this study are companies listed on the IDX in the FnB subsector. The sampling technique used was a purposive sampling method and obtained 49 companies that fit the criteria so that there were 147 total samples. Hypothesis testing with multiple regression analysis. The results of this study indicate that CEO narcissism and company size do not have a positive effect on the company's financial performance.*

**Keywords:** *CEO Narcissism, Company Size, Company Financial Performance.*

## PENDAHULUAN

Pada akhir tahun 2019 dunia dikejutkan dengan adanya berita mengenai pandemi Covid-19. Menurut Fernandes (2020) semua

bidang kehidupan, politik, sosial, ekonomi dan budaya terdampak oleh pandemi, di mana ekonomi menjadi sektor yang paling terdampak. Khususnya sektor makanan dan minuman tetap harus eksis dibandingkan dengan sektor lain karena bagaimanapun juga beberapa produk konsumsi tetap dibutuhkan.

Khususnya di Indonesia, perusahaan makanan dan minuman berkembang pesat terbukti dengan terus bertambahnya jumlah perusahaan yang terdaftar di BEI dari seiring waktu sehingga menarik perhatian para investor. Investor perlu menganalisis finansial dari perusahaan dalam melihat bagaimana kinerja keuangannya untuk memprediksi dan meminimalkan risiko investasi. Untuk itu, dibutuhkan manajemen yang dapat mengoptimalkan kinerja keuangan perusahaan (Subakhtiar dkk., 2022).

Perusahaan *food and beverage* diamati karena peran pentingnya terkait pemenuhan permintaan, terutama pada pandemi COVID-19 (Gusmao, 2022). Dalam menganalisis kinerja finansial, akan dilakukan perbandingan antara periode sekarang dengan sebelumnya. Investor akan lebih tertarik untuk berinvestasi jika kinerja keuangan perusahaan baik dari hasil analisis, sehingga untuk mendapatkan modal kinerja finansial menjadi faktor yang penting (Meiyana & Aisyah, 2019). Menurut Onoyi & Windayati (2021) kinerja keuangan menggambarkan arah situasi keuangan dari perusahaan akan naik atau turun. Dalam penelitian ini faktor yang akan dipakai peneliti yaitu CEO narsisme dan ukuran perusahaan.

*Chief Executive Officer* (CEO) memainkan peran krusial terkait *decision making*. CEO sebagai bagian dari manajemen, memimpin perusahaan agar terus meningkatkan kinerja keuangan perusahaan guna untuk menarik perhatian para calon investor. Kusiyah, dkk (2022) menemukan bahwa CEO Narsisme menjadi salah satu faktor yang memberikan pengaruh pada kinerja keuangan. Masih terdapat perbedaan hasil penelitian tentang CEO Narsisme.

Menurut penelitian Jumliana (2022) CEO Narsisme berdampak positif terhadap kinerja keuangan. Sedangkan menurut penelitian Muttiarni, dkk (2022) CEO Narsisme tidak berdampak positif terhadap kinerja keuangan. Dikarenakan penelitian terdahulu yang belum memberikan hasil konsisten, peneliti bermaksud melaksanakan penelitian lain tentang CEO narsisme sebagai variabel yang mempengaruhi kinerja keuangan.

Faktor lain yang dapat memberikan pengaruh terhadap kinerja keuangan adalah ukuran perusahaan yang berkaitan erat dengan keputusan keuangan yang digunakan perusahaan untuk mengoptimalkan kinerja keuangannya (Somita, 2021). Semakin besar perusahaan, semakin tinggi total asetnya, sehingga turut meningkatkan kapabilitas perusahaan untuk mengelola aset secara menguntungkan selama beroperasi (Diana & Osesoga, 2020) Menurut penelitian Dewi & Candradewi (2018), ukuran perusahaan berpengaruh positif

terhadap kinerja keuangan perusahaan. Sedangkan menurut penelitian Muttiarni, dkk (2022), ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Dikarenakan hasil penelitian sebelumnya belum konsisten, maka peneliti bermaksud melaksanakan penelitian lain terkait ukuran perusahaan sebagai variabel yang mempengaruhi kinerja keuangan.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis ingin meneliti tentang, **“PENGARUH CEO NARSISME DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DALAM SUBSEKTOR FOOD AND BEVERAGE”**

Teori *Upper Echelon* adalah teori yang memberikan penjelasan terkait dampak sifat narsisme CEO terhadap kinerja keuangan perusahaan. Teori ini dikenalkan oleh Hambrick & Mason (1984), dan memberi penjelasan terkait konsep manajemen puncak adalah pengambil keputusan strategis terpenting dalam suatu organisasi (Nadenka, 2020). Menurut Finkelstein & Hambrick (1997) dalam Falah & Mita (2020) teori-teori ini menunjukkan bahwa pengalaman, nilai, sifat, dan kepribadian seorang pemimpin sangat mempengaruhi situasi yang mereka hadapi dan interpretasi mereka terhadap situasi, serta mempengaruhi pengambilan keputusan.

Menurut Hambrick (2007) menyebutkan bahwa terdapat dua inti dari teori *upper echelons*, yaitu para jajaran eksekutif atau CEO yang bertindak berdasarkan cara mereka masing-masing menginterpretasikan situasi yang sedang mereka hadapi. Pandangan individual merupakan efek dari pengalaman, nilai, serta kepribadian masing-masing para eksekutif.

*Signaling Theory* dikemukakan pertama kali pada tahun 1973 oleh Spence, di mana teori ini memberikan penjelasan terkait keinginan perusahaan menyajikan informasi pada pihak eksternal terutama investor dan kreditor. Informasi ini menjelaskan bagaimana gambaran serta profil pada lampau, terkini dan perusahaan kedepannya mempengaruhi keberlangsungan hidupnya dan pasar saham (Lestari, 2019).

Ukuran perusahaan dalam laporan keuangan memberi tanggapan sinyal pada investor dan pastinya investor melakukan penilaian terhadap perusahaan (Sofiatin, 2020). Investor dapat menerima *good news* atau *bad news*. Apabila profit yang menjadi laporan dari perusahaan meningkat maka memberikan sinyal yang baik, namun sebaliknya jika profit yang menjadi laporan perusahaan menurun maka menjadi sinyal buruk (Aulia, 2019). Jika informasinya positif, berarti investor dapat bereaksi positif. Namun, ketika investor menerima berita negatif, itu menunjukkan bahwa keinginan mereka untuk berinvestasi semakin berkurang.

Menurut Zarkasyi (2008:48) dalam Saifi (2019), kinerja adalah hasil kerja yang dilakukan dari upaya perusahaan berdasarkan standar.

Menurut Jumingan (2009: 239) dalam Herawati (2019) kinerja keuangan menggambarkan posisi finansial perusahaan untuk suatu periode, baik dalam hal pengumpulan dana ataupun penyalurannya, diukur berdasarkan kecukupan modal, likuiditas, juga profitabilitas..

Penelitian ini akan memakai ROA untuk melakukan pengukuran terhadap kinerja bisnis (Mardiyanto, 2009:196, dalam Wijaya, 2019). ROA menampilkan besarnya keuntungan yang diperoleh dari keseluruhan aset perusahaan. berapa banyak keuntungan yang diperoleh perusahaan dari aset perusahaan. Penggunaan aset (ROA) yang lebih tinggi juga berarti bahwa aset perusahaan digunakan lebih efisien, sedangkan Penggunaan aset (ROA) yang lebih rendah berarti aset perusahaan digunakan dengan kurang efisien (Muttiarni., dkk 2022).

Menurut Hambrick & Mason (1984) keputusan strategi usaha sangat ditentukan oleh karakteristik CEO yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan. Beberapa CEO yang memiliki karakteristik seperti Mark Zuckerberg (*Facebook*), Bill Gates (*Microsoft*) dan Jack Dorsey (*Twitter*). Ketiga CEO tersebut mampu mengangkat kinerja keuangan perusahaannya ke arah valuasi tertinggi di dunia.

Yousif et al., (2018) dalam penelitiannya mengatakan jika kepribadian CEO diuji untuk mempengaruhi hasil keputusan strategis perusahaan. Abatecola & Cristofaro (2020) juga berpendapat kalau di antara karakteristik itu meliputi gender, riwayat perusahaan, foto CEO, tanda tangan, lamanya kerja, nasionalitas, finansial, dan status pekerjaan.

Ernawan & Daniel (2020) mengatakan. Seringkali orang yang narsis tidak dapat mengenali kondisi dirinya yang sebenarnya dan bagaimana orang lain melihatnya. bahwa narsisme juga dapat dianggap sebagai kepribadian pelayanan yang berurusan dengan kebutuhan untuk dikagumi, diakui dan diterima.

Ukuran Perusahaan adalah identitas sebuah perusahaan baik berskala besar ataupun kecil. Menurut Risfiana (2018) ukuran perusahaan terdiri dari jumlah aset keseluruhan perusahaan dan dapat digunakan untuk operasional perusahaan. Diyakini bahwa ukuran perusahaan memberikan pengaruh kepada kinerja keuangan sebab makin besar ukuran dan ruang lingkungannya, makin besar peluang perusahaan mendapatkan tempat pembiayaan.

*Theory of upper echelons* mengatakan bahwa CEO yang memiliki sifat narsisme sering kali mempunyai strategi manajemen yang mampu menaikkan kinerja finansial perusahaan. *Chief Executive Officer* merupakan bagian dari tim manajemen puncak perusahaan, CEO mengarahkan perusahaan untuk terus meningkatkan kinerja keuangan perusahaan sehingga dapat menarik perhatian para calon investor (Kusiyah ,dkk 2022). Menurut Jumliana (2022) CEO Narsisme memiliki pengaruh positif pada kinerja keuangan. sehingga hipotesis dalam penelitian ini adalah

***H<sub>1</sub>: CEO Narsisme berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan***

Ukuran perusahaan merupakan alat untuk mengukur besarnya aset suatu perusahaan dan merupakan indikator yang dapat mempengaruhi risiko bisnis dengan menggunakan total dari aset, penjualan dan ekuitas perusahaan (Gusmao, 2022). Karena perusahaan dapat menghimpun modal dalam waktu yang relatif singkat, perusahaan dalam skala yang lebih besar. Perusahaan skala besar mengekspresikan kemampuan mereka untuk menghasilkan keuntungan besar. Ukuran perusahaan di penelitian ini disampaikan lewat pengukuran keseluruhan aset. Dewi & Candradewi (2018) berpendapat bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif pada kinerja keuangan perusahaan. Sehingga hipotesis dalam penelitian ini adalah

***H<sub>2</sub>: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan***

Menurut Suliyanto (2009:11), penelitian asosiatif kausal bertujuan untuk menganalisis hubungan variabel yang satu dengan variabel lainnya. Bentuk hubungan antar variabelnya adalah hubungan kausal atau sebab akibat antara variabel CEO narsisme dan ukuran perusahaan pada variabel kinerja keuangan/ROA (Sugiyono, 2010:59).

Populasi dalam penelitian ini meliputi seluruh perusahaan yang terdaftar dalam sub sektor *food and beverage* tahun 2019-2021. teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling* yang menggunakan kriteria atau pertimbangan untuk mencapai tujuan penelitian (Sugiyono, 2010: 112). Tolak ukur pengambilan sampel yaitu perusahaan yang terdaftar di BEI sub sektor *food and beverage* tahun 2019-2021. Mempublikasikan laporan tahunan secara konsisten selama periode penelitian. Perusahaan yang terdaftar memakai mata uang Rupiah.

Data pada penelitian ini memakai data sekunder. Data sekunder merupakan ringkasan *annual report* perusahaan *food and beverage* di situs [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

Berdasarkan Wijaya (2019) *Return On Asset* (ROA) merupakan rasio yang memberikan ukuran kapabilitas perusahaan dalam mendapat keuntungan sebab ROA merupakan ukuran terkait pengembalian operasional perusahaan

Meilani, dkk (2022) mengatakan bahwa perilaku CEO Narsisme dapat diukur dengan cara jika tidak ada foto CEO, maka mendapat nilai 1; Jika ada foto CEO dengan satu atau lebih eksekutif, mendapat nilai 2; Jika gambar CEO yang disajikan kurang dari setengah halaman, akan diberi peringkat 3; Jika gambar CEO sendiri setengah halaman atau > setengah halaman, akan diberi peringkat 4 dan Jika foto CEO sendiri memenuhi seluruh halaman, maka mendapat nilai 5.

Ukuran perusahaan merupakan besar/kecil klasifikasi suatu perusahaan berdasarkan jumlah keseluruhan penjualan dan aset (Patricia, dkk 2018).

Menggunakan program SPSS *version 22 for windows*, dibantu dengan *microsoft excel 2010* untuk mengelola data serta menarik kesimpulan dalam penelitian ini. Analisis bertujuan mengetahui hubungan CEO narsisme ( $X_1$ ), dan ukuran perusahaan ( $X_2$ ) terhadap kinerja keuangan perusahaan ( $Y$ ) *food and beverage* di BEI.

Statistik deskriptif merupakan statistik yang memberikan gambaran serta ringkasan informasi. Peneliti memakai uji ini untuk mendapatkan analisis tentang sifat-sifat dan pola data variabel. Menggunakan regresi linier berganda, dimana terlebih dahulu dilaksanakan pengujian asumsi klasik.

Uji asumsi klasik bertujuan mengetahui ketepatan dari persamaan regresi yang diperoleh. Jika pengujian asumsi klasik tidak dapat dilakukan, maka harus dilakukan transformasi data agar semua pengujian dalam uji asumsi klasik dapat dilakukan. Jika setelah dilakukan transformasi data masih terdapat uji asumsi klasik belum terpenuhi maka data yang menyimpang akan dihapus satu per satu dimulai dari data yang memiliki penyimpangan ekstrim dan kemudian dilakukan pengujian ulang. Pengujian yang akan dilakukan yaitu normalitas residu, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi (Ghozali, 2016)

Pengujian Uji Normalitas Residual bertujuan menganalisis normal atau tidaknya distribusi nilai residual. Data dikatakan terdistribusi normal apabila nilai sig  $> 0,05$  dan dikatakan tidak terdistribusi normal apabila sig  $< 0,05$ .(Ghozali, 2016).

Uji Multikolinearitas ini bertujuan menganalisis ada atau tidaknya korelasi di antara variabel X dalam model regresi. Apabila VIF berada sekitar angka 1 dan tidak melebihi angka 10, serta tolerance tidak kurang dari 0,1, model regresi terbebas dari masalah multikolinearitas(Ghozali, 2016).

*Uji Heteroskedastisitas* adalah pengujian yang bertujuan melihat ada garis miring atau tidaknya kesamaan varians pada model regresi antar pengamatan. Uji ini menggunakan uji *Glejser*, dimana jika sig  $> 0,05$  berarti terbebas dari masalah heteroskedastisitas, dan jika sig  $< 0,05$  berarti terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

*Uji Autokorelasi Bertujuan menganalisis ada/tidaknya korelasi antar residual di periode saat ini dengan sebelumnya. Uji ini dilakukan dengan metode Run Test (Ghozali, 2018).*

Uji Hipotesis Bertujuan mengetahui ada/tidaknya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat dengan Analisis Regresi Linier Berganda, Uji statistik F (Uji Model Penelitian) dan Uji T.

Analisis Regresi Linier Berganda Bertujuan melihat kaitan antara variabel X (CEO Narsisme, ukuran perusahaan) dan Y kinerja (perusahaan) (Ghozali, 2016).

Menurut Ghozali (2016) Uji F bertujuan menganalisis kelayakan variabel dependen dalam model penelitian. Model penelitian yang layak mempunyai nilai  $\text{sig} < 0,05$ .

Menurut Sugiyono (2010:223) mengemukakan bahwa Uji T bertujuan menganalisis hubungan antar variabel. Pengujian akan dilakukan dengan tingkat signifikansi 5%. kriteria Pengambilan keputusan uji T yaitu apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  / nilai signifikansi  $\leq 0,05$  maka hipotesis diterima. Apabila  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  / nilai signifikansi  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak.

Uji Koefisien Determinasi Bertujuan mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2016). Saat nilai  $R^2$  mendekati 1 maka menandakan pengaruh variabel bebas semakin kuat terhadap variabel terikat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil statistik deskriptif pada variabel pertama yaitu CEO narsisme pada tahun 2019-2021. CEO Narsisme mempunyai nilai terendah sebesar 2.000000 pada beberapa perusahaan seperti Mulia Boga Raya Tbk (KEJU) tahun 2020, Eagle High Plantations Tbk (BWPT) tahun 2019 dan tahun 2020. Sementara nilai tertinggi sebesar 5.000000 pada beberapa perusahaan seperti Bumi Teknokultura Unggul Tbk (BTEK) pada tahun 2019 dan 2021.

Di variabel kedua, yaitu ukuran perusahaan. UP mempunyai nilai terendah sebesar Rp 27,787,527 yaitu pada PT Sinar Mas (SMAR) di 2019. Sementara nilai tertinggi sebesar Rp 19,917,653,285,528 yaitu pada PT Mayora (MYOR) di 2020.

Pada variabel kinerja keuangan menunjukkan nilai terendah sebesar 17.140098 yaitu pada PT Sinar Mas (SMAR) di 2019. Sementara ROA yang memiliki nilai tertinggi sebesar 30.622628 dimana nilai ini terdapat pada perusahaan perusahaan PT Mayora (MYOR) di 2020.

Nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,000 yang menandakan nilai residual tidak berdistribusi normal sebab  $< 0,05$  atau 5%. Ghozali (2016) mengemukakan jika nilai residual tidak berdistribusi normal maka salah satu cara penyelesaiannya menggunakan metode transformasi agar data tersebut dapat menjadi normal. Sebelum melakukan transformasi data, dianjurkan untuk melihat penyebaran data tersebut melalui histogram. Setelah mengetahui hasil jenis transformasi pada setiap variabel, maka dilaksanakan kembali uji normalitas residual *Kolmogorov-Smirnov* pada variabel transformasi.

Nilai signifikansi sebesar 0,000  $< 0,05$ , sehingga uji model regresi setelah transformasi masih tidak normal.

Menurut Ghozali (2016) langkah penanganan selanjutnya menggunakan metode *outlier*. *Outlier* dilakukan jika uji normalitas dengan transformasi data telah dilakukan namun hasil data tersebut masih tidak terdistribusi normal. *Outlier* merupakan data-data atau

sampel yang menyimpang dari sampel lainnya. Penyimpangan tersebut terjadi akibat adanya perbedaan sampel yang sangat *extreme* dari satu sampel dengan sampel yang lainnya.. Uji *outlier* menggunakan metode *z-score*, yang dimana jumlah sampel besar atau yang dimaksud lebih dari 80 sampel dianggap sebagai anomali apabila nilai skor standar berada di range angka -3,5 sampai dengan 3,5 (Ghozali, 2016).

Jumlah sampel penelitian (N) menjadi 146 data, nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menandakan data penelitian tidak terdistribusikan secara baik (Ghozali, 2016). Santoso (2018) mengemukakan, peneliti dapat menggunakan teknik nonparametrik apabila model penelitian tidak memenuhi persyaratan uji parametrik. Peneliti dapat mengabaikan distribusi normal variabel dengan menggunakan pendekatan *bootstrap non – parametrik*.

Lalu diperoleh persamaan analisis regresi linear berganda adalah  $ROA = -38,957 + 0,957CEO + 1,321UP + e$

Nilai sig  $0,318 > 0,05$ , sehingga model penelitian ini dikatakan layak.

Nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* 0,052. Berarti variabel independen berpengaruh 5,2% terhadap variabel dependen. Sisa 94,8% dipengaruhi oleh variabel lainnya. (Ghozali, 2016).

Berdasarkan hasil pengujian diatas berikut ini pembahasan mengenai hasil pengujian masing-masing variabel yaitu CEO narsisme tidak berpengaruh positif terhadap ROA. Berdasarkan *theory upper echelons* yang menyatakan bahwa pemimpin perusahaan yang ingin mendapatkan legitimasi atau pengakuan memiliki karakter unik. Karakter unik tersebut terbentuk dari adanya tingkat Pendidikan dan pengalaman serta foto yang ditampilkan. Berdasarkan Tabel 4.8, nilai *sig 2-tailed* untuk variabel CEO adalah 0,812 atau diatas nilai standar 0,05, sehingga  $H_1$  tidak diterima, berarti CEO narsisme tidak berpengaruh positif pada ROA. . Dilihat dari tabel statistik deskriptif yang menunjukkan jika variabel ini memiliki nilai standar deviasi sebesar 0,73038350 tergolong masih kecil, sehingga menunjukkan bahwa CEO dengan narsisme tinggi cenderung memiliki semangat kewirausahaan yang tinggi dan telah dibuktikan dengan ukuran foto CEO sebagai alat ukur narsisme CEO tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hasil hipotesis ini tidak sesuai dengan landasan teori dan penelitian oleh Jumliana (2022) yang menyatakan bahwa CEO narsisme berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan.. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muttiarni,dkk (2022) bahwa CEO Narsisme tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

Berdasarkan *theory signalling* yang menyatakan bahwa teori ini memberikan penjelasan terkait keinginan perusahaan menyajikan informasi pada pihak eksternal terutama investor dan kreditor. Nilai *sig 2-tailed* untuk variabel Ukuran Perusahaan adalah 0,149 atau

diatas nilai standar 0,05 sehingga  $H_2$  tidak diterima, berarti ukuran perusahaan tidak berpengaruh positif pada ROA. Variabel ini memiliki nilai standar deviasi sebesar 34.723370050 tergolong masih sedikit, sehingga menunjukkan bahwa semakin besar ukuran suatu perusahaan belum tentu dapat mempengaruhi kinerja keuangan. Hasil hipotesis ini tidak sesuai dengan landasan teori dan penelitian oleh Dewi & Candradewi (2018) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muttiarni,dkk (2022) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

### **KESIMPULAN DAN IMPLIKASI**

Dari hasil penelitian, bisa ditarik kesimpulan jika CEO narsisme tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan (ROA). Hal ini diindikasi dari CEO yang mempunyai tingkat narsis yang tinggi tidak dapat mempengaruhi kinerja keuangan dan Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan (ROA). Hal ini diindikasi bahwa ukuran perusahaan yang besar tidak memiliki pengaruh pada kinerja keuangan.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan apabila tahun penelitian yang diteliti bukan tahun Pandemi Covid mungkin hasilnya akan berbeda maka peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah tahun penelitian. Untuk menambah variabel lain seperti kecukupan modal, likuiditas, profitabilitas, struktur modal. Untuk menambah sektor lain seperti sektor manufaktur, sektor pertambangan dan sektor lainnya.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abatecola, G., & Cristofaro, M. (2020). Hambrick and Mason's "Upper Echelons Theory": evolution and open avenues. *Journal of Management History*, 26(1), 116–136.
- AULIA, D. (2019). *Pengaruh Profitabilitas, kecukupan permodalan, risiko likuiditas, risiko kredit dan risiko sistematis return saham Perbankan yang terdaftar di BEI ( Periode 2012 S.D.2017)*. SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA.
- Dewi, N., & Candradewi, M. R. (2018). Pengaruh employee stock ownership plan, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(9), 4774–4802.
- Diana, L., & Osesoga, M. S. (2020). Pengaruh likuiditas, solvabilitas, manajemen aset, dan ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan. *Jurnal Akuntansi Kontemporer*, 12(1), 20–34.
- Ernawan, K., & Daniel, D. R. (2020). Pengukuran Narsisme Ceo Dalam Penelitian Di Bidang Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi:

- Sebuah Studi Literatur. *JURNAL AKUNTANSI DAN BISNIS: Jurnal Program Studi Akuntansi*, 6(1), 46–58.
- Falah, L. J., & Mita, A. F. (2020). Peran Narsisme CEO Terhadap Pengungkapan ESG di Negara ASEAN-5. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 8(2), 393–404.
- Fernandes, N. (2020). *Economic effects of coronavirus outbreak (COVID-19) on the world economy*.
- Ghozali, I. (2016a). *Analisis Multivariate Program IBM SPSS 21* (7th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016b). Aplikasi Analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23 (Edisi 8). *Cetakan Ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*, 96.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*.
- Gusmao, E. F. (2022). Analisis ukuran perusahaan ,FCF dan kebijakan hutang terhadap kinerja keuangan perusahaan FnB. *Jurnal Ecoment Global: Kajian Bisnis Dan Manajemen*, 7(2).
- Hambrick, D. C., & Mason, P. A. (1984). Upper echelons: The organization as a reflection of its top managers. *Academy of Management Review*, 9(2), 193– 206.
- Herawati, H. (2019). Pentingnya Laporan Keuangan Untuk Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan. *JAZ: Jurnal Akuntansi Unihaz*, 2(1), 16–25.
- Jumliana, M. (2022). *Hubungan CEO Narsisme dan Intellectual capital terhadap financial performace dengan corporate social responsibility sebagai variabel intervening*. Universitas Hasanuddin.
- Krisnandi, H. (2019). Pengaruh Current Ratio, Inventory Turnover, Debt To Equity Ratio Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Rekayasa Informasi*, 8(2), 111–123.
- Kusiyah, K., Kalbuana, N., & Rusdiyanto, R. (2022). Pengaruh Narsisme CEO Dan Arus Kas Bebas Terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Politala*, 5(1), 36–45.
- Lestari, W. (2019). *Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan/Windiana Lestari/32150031/Pembimbing: Prima Apriwenni*.
- Meilani, S. E. R., Puspitosari, I., Pramesti, W., Pertiwi, I. F. P., & Wiyadi, W. (2022). Dapatkah Narsisme CEO mempengaruhi perilaku praktik earning management perusahaan non keuangan di Indonesia? *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 23(2), 120–139.
- Meiyana, A., & Aisyah, M. N. (2019). Pengaruh kinerja lingkungan, biaya lingkungan, dan ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan dengan corporate social responsibility sebagai

- variabel intervening. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 8(1), 1–18.
- Muttiarni, M., Mira, M., Putri, L. N., Nurmagirah, N., Indrayani, S., & Arman, A. (2022). Pengaruh CEO Narsisme dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 5(1), 15–22.
- Nadenka, J. A. (2020). *Pengaruh Narsisme Ceo Terhadap Manajemen Laba Perusahaan*. UNIVERSITAS AIRLANGGA.
- Onoyi, N. J., & Windayati, D. T. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Good Corporate Governance dan Efisiensi Operasi terhadap Kinerja Keuangan (Studi Kasus pada Bank BUMN yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020). *Zona Keuangan: Program Studi Akuntansi (S1) Universitas Batam*, 11(1), 15–28.
- Patricia, P., Bangun, P., & Tarigan, M. U. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Manajemen Bisnis Kompetensi*.
- Risfiana, G. R. (2018). Pengaruh Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pulp and Paper Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015. *Jom Fisip*, 5, 1–13.
- Royhanah El Somita, R. (2021). *Pengaruh Corporate Social Responsibility, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Food & Beverage yang Terdaftar Di BEI Tahun 2017-2019)*.
- Saifi, M. (2019). Pengaruh Corporate governance dan struktur kepemilikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. *Profit: Jurnal Administrasi Bisnis*, 13(2), 1–11.
- Santoso, S. (2018). *Konsep dasar dan Aplikasi SEM dengan AMOS 24*. Elex Media Komputindo.
- Sofiatin, D. A. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur subsektor Industri dan Kimia yang terdaftar di BEI periode 2014-2018). *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(1), 47–57.
- Subakhtiar, F. R., Sudaryanti, D., & Anwar, S. A. (2022). Pengaruh Kinerja lingkungan , Biaya Lingkungan ,dan Ukuran Perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan yang terdaftar di BEI (Studi Kasus Pada Perusahaan Food and Beverage Tahun 2019-2020). *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 11(02).

- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Suliyanto. (2009). *Metode Riset Bisnis (2nd ed.* Andi Offset.
- Wijaya, R. (2019). Analisis Perkembangan Return On Assets (ROA) dan Return On Equity (ROE) untuk Mengukur Kinerja Keuangan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 40–51.