

Pengaruh Perilaku CEO Narsisme dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Muttiarni, Mira*, Lulu Nurrahmawati Putri, Nurmagfirah, Syarthini Indrayani, Andi Arman

[Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Makassar, Indonesia](#)

*penulis korespondensi: mira@unismuh.ac.id

Kata Kunci:

CEO Narsisme, Ukuran Perusahaan, Kinerja Keuangan

Keywords:

CEO Narcissism, Company Size, Financial Performance

Diterima:

4 Maret 2022

Disetujui:

26 April 2022

Dipublikasikan:

29 April 2022



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh CEO narsisme dan ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan *explanatory research*. Subjek yang dijadikan populasi adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2018-2020 dengan menggunakan *purposive sampling* diperoleh sebanyak 60 sampel. Pengujian hipotesis menggunakan alat pengujian IBM SPSS 25 for windows. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku CEO narsisme tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

ABSTRACT

The objective of this research is to find out and assess the impact of CEO narcissism and firm size on financial performance. The research method employed in this study was quantitative research using an explanatory approach. The subjects used as the population were all manufacturing companies listed on the Indonesia stock exchange in 2018-2020 by using purposive sampling obtained as many as 60 samples. The IBM SPSS 25 testing program for Windows was used to test hypotheses. The findings revealed that the CEO's narcissistic behavior had no effect on financial performance. The size of a company has little effect on its financial performance.

© 2022 The Author(s): This article is distributed under a Creative Commons Attribution ShareAlike (CC BYSA 4.0)

1. PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan perusahaan manufaktur akan semakin mendorong perusahaan-perusahaan untuk mempunyai kemampuan untuk berkompetisi. Salah satu yang diperlukan perusahaan manufaktur adalah memperbaiki kinerja keuangan perusahaannya, hal ini dikarenakan para investor memerlukan analisis keuangan untuk melihat bagaimana pencapaian kinerja dari sebuah perusahaan untuk mengantisipasi dan mengurangi investment risk atau resiko investasi. Bukan hanya para investor yang memerlukan analisis kinerja keuangan perusahaan, tetapi juga beberapa pihak seperti kreditur, auditor bahkan para kompetitor.

Kinerja keuangan menjadi salah satu bagian yang sangat penting untuk sebuah perusahaan dalam mencapai tujuan, dan sebagai alat untuk mengetahui bagaimana perkembangan perusahaan. Menurut Onoyi & Windayati (2021), kinerja keuangan merupakan sebuah gambaran aspek keuangan mengenai kondisi operasional perusahaan apakah mengalami kenaikan atau penurunan. Jadi kinerja keuangan memberikan gambaran terkait dengan pencapaian manajemen dari aktivitas keuangan yang telah dilakukan oleh perusahaan. Lebih lanjut Pratiwi & Febrianto (2020) juga menjelaskan bahwa kinerja digunakan oleh banyak pihak baik itu investor maupun kreditur untuk melihat bagaimana prospek perusahaan. Hutagaol & Hutabarat (2021) juga menyatakan bahwa perusahaan akan menunjukkan prospek yang baik jika dilihat dari pertumbuhan profitabilitasnya, salah satunya adalah Return On Asset (ROA). Disisi lain yang perlu dipertimbangkan untuk melihat apakah kinerja keuangan suatu perusahaan baik atau tidak dengan melihat rekam jejak dari dewan direksi (Jao et al., 2020).

Penilaian kinerja perusahaan bisa dilakukan dengan menganalisis rasio laporan keuangan salah satunya adalah Return On Asset (ROA). ROA merupakan salah satu rasio profitabilitas yang umum dipakai dalam mengukur kinerja perusahaan. Menurut (Mardiyanto, 2009:196, dalam Wijaya, 2019), Return On Asset (ROA) adalah rasio pengukuran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, dikarenakan rasio ini mengukur pengembalian atas aktivitas perusahaan. Semakin tinggi Return On Asset (ROA) berarti penggunaan aset perusahaan juga semakin efisien dan begitu pula apabila nilai Return On Asset (ROA) semakin rendah maka semakin rendah pula tingkat efisiensi penggunaan aset perusahaan. Banyak hal yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan salah satunya adalah bagaimana peran dan perilaku pemimpin dari perusahaan itu sendiri. Perilaku dari pimpinan perusahaan yang biasa disebut Direktur Utama atau Chief Executive Officer (CEO) dapat mempengaruhi kinerja perusahaan salah satunya adalah perilaku narsisme.

Narsisme merupakan mencintai diri sendiri yang cenderung mengarah kepada mementingkan diri sendiri (Freud dalam Engkus et al., 2017). Narsisme itu sendiri mengacu pada struktur psikologis yang berkaitan dengan karakteristik kepribadian antara lain harga diri, rasa bangga diri, kesuksesan, kekuasaan, meyakini bahwa dirinya pribadi istimewa khususnya seperti kekaguman dan perhatian, memperkuat *image* diri dengan mendapatkan sanjungan dan pujian eksternal (Bogart dkk., 2010; Braun dkk., 2018; Brown, dkk., 2009; Emon, 1987; Walrenda & Baumeister, 2002 dalam Ernawan & Daniel, 2020).

Berdasarkan konsep aslinya, para psikolog umumnya menganggap narsisme sebagai sifat kepribadian yang relatif stabil (Campbell et al., 2005) yang dicirikan oleh rasa superioritas pribadi (Campbell et al., 2004), grandiosity (Morf & Rhodewalt, 2001), dominasi dan keinginan untuk kekuasaan (Emmons, 1984), serta keinginan untuk diperhatikan dan memperoleh pengakuan atas superioritas mereka (Bogart et al., 2004) dalam (Falah & Mita, 2020). Santrock (2011:437) dalam Rianty & Rani (2021) mengemukakan bahwa narsisme merupakan pendekatan terhadap orang lain yang berpusat pada diri sendiri (*self-centered*) dan berfokus pada diri sendiri (*self-concerned*). Seringkali, perilaku narsisme tidak disadari oleh pelaku dan bagaimana pihak lain menilai mereka. Ketidaktahuan ini menimbulkan masalah bagi mereka

para CEO. Pelaku narsisme sangat berorientasi pada diri sendiri dan sering menganggap diri mereka sempurna (*self-congratulatory*), dan menempatkan keinginan serta harapan mereka sendiri sebagai hal paling penting dan tidak memikirkan orang lain.

CEO Narsisme pada dasarnya memiliki nilai dan dampak tersendiri bagi perusahaan, meskipun terkadang dinilai negative yang dapat merugikan perusahaan jika terlibat dalam kasus hukum karena kepercayaan dirinya dalam pengambilan keputusan yang sangat beresiko. Disisi lain, CEO Narsisme juga memiliki nilai positif bagi management perusahaan untuk memotivasi para karyawan dalam meningkatkan performance melalui semangat dan energi yang diberikan oleh CEO dari kepercayaan dirinya yang kuat.

Lebih lanjut Armenic and Craig (2010) dalam Rispantyo (2019) mengatakan bahwa seorang individu dapat dikategorikan memiliki kepribadian narsistik ketika memiliki minimal lima dari kriteria berikut ini, yaitu : (1) mementingkan diri sendiri; (2) disibukkan dengan fantasi yang tidak terbatas mengenai kesuksesan, kekuatan, kecemerlangan dan keindahan pribadinya sendiri; (3) percaya bahwa dia spesial dan unik; (4) menginginkan kekaguman yang berlebihan dari orang lain; (5) merasa berhak mendapatkan perlakuan yang baik; (6) eksploitasi interpersonal; (7) kurang berempati dengan perasaan dan kebutuhan orang lain; (8) adanya keirian terhadap orang lain atau menanggap bahwa orang lain iri padanya; (9) memperlihatkan perilaku sombong dan angkuh.

Dalam sebuah perusahaan, Chief Executive Officer (CEO) memiliki peranan penting dalam pengambilan keputusan. Sebagai bagian dari manajemen perusahaan tingkat puncak, seorang CEO memiliki tugas untuk membawa perusahaan untuk terus meningkatkan kinerja perusahaan mereka agar perusahaan tersebut menarik perhatian banyak investor. Sebagai seorang pemimpin, CEO tidak boleh memiliki sifat narsisme, hal ini dikarenakan dapat membawa dampak buruk bagi perusahaan dan untuk kinerja perusahaan. Chatterjee & Hambrick (2007) dalam (Meilani et al., 2021) mengemukakan bahwa CEO yang berperilaku narsis akan berpengaruh pada dinamisme langkah strategis perusahaan. Selain itu, narsisme CEO dapat mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan (Olsen dkk., 2014 dalam (Ernawan & Daniel, 2020).

Terlepas dari bukti empiris bahwa narsisme CEO memberikan pengaruh terhadap kinerja keuangan, ukuran perusahaan juga diduga berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Ukuran perusahaan itu dianggap berpengaruh karena dapat menjadi tolak ukur dari para investor untuk meminimalisir risiko investasi ataupun menjadi sebuah strategi berinvestasi. Ukuran perusahaan merupakan skala yang menggambarkan size atau besar-kecilnya perusahaan berdasarkan beberapa hal seperti, total aktiva, total penjualan, total pendapatan, total modal dan lain-lain. Menurut Riyanto (2001) dalam Armelia (2016), Ukuran perusahaan adalah besar-kecilnya perusahaan dilihat dari nilai equity, nilai penjualan dan nilai modal.

Menurut Wariato & Rusiti (2016), ukuran perusahaan adalah skala besar atau kecilnya suatu perusahaan. Besar atau kecilnya sebuah perusahaan dapat diukur dengan menggunakan total aset dan akan berpengaruh terhadap kinerja keuangan (Isbanah, 2015, dalam Ningsih & Wuryani, 2021). Untuk mengetahui ukuran sebuah perusahaan dapat dilihat dari jumlah aset yang tersaji pada laporan keuangan. Apabila jumlah keseluruhan aset perusahaan besar maka ukuran perusahaan pun besar, begitu pula jika jumlah aset kecil maka ukuran perusahaan juga bisa dikatakan kecil. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh CEO Narsisme dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan *explanatory research* yaitu menguji 2 hubungan variabel yaitu, variabel dependen yaitu kinerja keuangan perusahaan sedangkan, variabel independen yaitu CEO narsisme dan ukuran perusahaan.

Subjek yang digunakan sebagai populasi pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor aneka Industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2018 hingga tahun 2020. Dengan menggunakan jenis *non-probability* sampling, sampel dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan total sampel yang diperoleh adalah 60 sampel. Adapun pertimbangan yang peneliti gunakan dalam memilih sampel adalah: a) perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dengan rentang waktu dari tahun 2018-2020; b) perusahaan yang memublikasikan laporan keuangan dengan konsisten di tahun 2018-2020; c) laporan keuangan yang disajikan oleh perusahaan menggunakan mata uang rupiah; dan d) perusahaan menyediakan informasi lengkap yang dibutuhkan dalam mengukur variabel penelitian.

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder yang telah dikumpulkan oleh sebuah organisasi yang pengolahnya berupa data yang telah diterbitkan suatu perusahaan. Data sekunder berupa angka-angka pada laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020. Sumber data dalam penelitian ini berasal dari website resmi www.idx.co.id.

Pengukuran Variabel

Variabel dependen yang diuji yakni kinerja keuangan yang akan diukur menggunakan ROA. Menurut (Mardiyanto, 2009:196, dalam Wijaya, 2019) Return On Asset (ROA) adalah rasio pengukuran potensi perusahaan dalam memperoleh laba, dikarenakan rasio ini mengukur pengembalian atas aktivitas perusahaan. Semakin tinggi Return On Asset (ROA) berarti penggunaan aset perusahaan juga semakin efisien dan begitu pula sebaliknya jika semakin rendah nilai Return On Asset (ROA) maka semakin rendah pula tingkat efisiensi penggunaan aset perusahaan.

Return On Asset (ROA) dapat dihitung menggunakan perbandingan pendapatan dengan total asset, yaitu dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Return On Asset (ROA)} = \frac{\text{Lababersih}}{\text{Totalasset}} \dots\dots\dots (1)$$

Variabel independen yakni CEO Narsisme, ukuran untuk perilaku CEO Narsisme menurut Chatterjee & Hambrick (2007) dan Olsen, dkk (2013) dalam Meilani et al., (2021):

- a. Apabila tidak ada foto CEO maka akan diberikan nilai satu;
- b. Apabila terdapat foto CEO bersama satu atau lebih rekan eksekutif maka akan diberikan nilai dua;
- c. Apabila foto CEO yang ditampilkan sendiri dengan ukuran kurang dari setengah halaman maka akan diberikan nilai tiga;
- d. Apabila foto CEO sendiri yang ditampilkan dengan ukuran lebih dari setengah halaman maka akan diberikan nilai empat; dan
- e. Apabila foto CEO sendiri yang ditampilkan dengan ukuran 1 halaman penuh maka akan diberikan nilai lima.

Ukuran perusahaan adalah skala besar atau kecilnya sebuah perusahaan yang diperoleh dengan menghitung logaritma dari jumlah aset (Jogiyanto, 2007:282 dalam Susanti et al., 2016). Menurut Harahap (2013:23) dalam Cahyani et al., (2021), mengemukakan bahwa total aset mencerminkan ukuran perusahaan dan dianggap dapat mempengaruhi ketepatan waktu, maka

total aset digunakan sebagai acuan dalam menentukan ukuran perusahaan. Jadi dalam penelitian ini, ukuran perusahaan akan diukur menggunakan logaritma total aset. Rumus untuk mengukur ukuran perusahaan yakni:

$$\text{Ukuran perusahaan} = (\log) \text{total aset} \dots\dots\dots (2)$$

Dalam penelitian ini, peneliti menguji hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya (variabel dependen dan variabel independen). Adapun bentuk umum rumus linear berganda, yaitu :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan :

Y = Kinerja keuangan
a = konstanta
X1 = CEO Narsisme
X2 = Ukuran perusahaan
e = standar error

Uji Hipotesis:

Uji Parsial (Uji t)

Dalam uji t, menunjukkan seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Himawan & Venda, 2020).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis deskriptif diperoleh nilai rerata CEO Narsisme sebesar 3.50 nilai minimum sebesar 1 dan nilai maksimumnya sebesar 5. Nilai rerata ukuran perusahaan sebesar 1.0835, dengan nilai minimum 0.96 dan nilai maksimum 1.16. Nilai rerata ROA adalah 2.7713 nilai minimum -14.09 dan nilai maksimum 22.62.

Untuk menguji apakah data yang digunakan terdistribusi normal dilakukan dengan menggunakan grafik histogram PP plot standardized residual. Dari hasil pengujian menunjukkan titik-titik pada grafik menyebar mengikuti arah garis diagonal. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan mengamati grafik *Scatterplot*. Dari uji statistik grafik *Scatterplot* memperlihatkan titik-titik menyebar secara acak baik di atas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. Pengujian autokorelasi dilakukan dengan menganalisis nilai Durbin-Watson (D-W). Dari uji diperoleh nilai D-W = 1,062 ini artinya bahwa nilai D-W berada pada rentang -2 sampai +2, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada data.

Tabel 1. Hasil Uji Regresi

	B	t	Sig.	Durbin-Watson
(Constant)	-11.277	-0.483	0.631	1.062
CEO Narsisme	-.428	-0.592	0.556	
Ukuran Perusahaan	14.349	0.650	0.518	

a. Dependent Variable: Kinerja Keuangan

Berdasarkan tabel 1, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b1.X1 + b2. X2$$

$$= -11,277 - 0,428 + 14,349$$

Berdasarkan persamaan regresi, diperoleh kesimpulan, sebagai berikut :

- Nilai konstanta (a) adalah -11,277 menggambarkan bahwa jika variabel ROA memiliki nilai 0 maka nilai kinerja keuangan -11,277. Variabel CEO Narsisme (X1) menghasilkan nilai koefisien regresi sebesar -0.428. Ini artinya bahwa CEO Narsisme mempunyai pengaruh negatif terhadap kinerja keuangan dan setiap penurunan 1 satuan variabel CEO.
- Narsisme akan mempengaruhi Kinerja Keuangan sebesar -0,428 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
- Variabel ukuran perusahaan (X2) menghasilkan nilai koefisien regresi sebesar 14,349. Hal ini berarti bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan yang ditunjukkan dengan setiap peningkatan 1 satuan variabel akan berdampak pada kinerja keuangan sebesar 11,349 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dari hasil pengujian parsial (uji t) pada tabel 1, dapat dijelaskan bahwa variabel CEO Narsisme menghasilkan nilai signifikansi 0,556. Dengan nilai signifikansi > 0,05 maka CEO Narsisme tidak mempengaruhi secara signifikan variabel kinerja keuangan (ROA), sehingga hipotesis kedua ditolak. Variabel ukuran perusahaan menghasilkan nilai signifikansi 0.518. Dengan nilai signifikansi > 0,05 maka ukuran perusahaan tidak mempengaruhi secara signifikan variabel Kinerja Keuangan (ROA), oleh karena itu hipotesis kedua ditolak.

Pembahasan

Pengaruh CEO Narsisme Terhadap Kinerja Keuangan

Berdasarkan dari hasil pengujian diperoleh bahwa CEO Narsisme tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan hal ini dikarenakan CEO Narsisme tidak dapat dijadikan acuan sejauh mana tujuan keuangan perusahaan telah dicapai. CEO Narsisme hanya berpengaruh terhadap motivasi karyawan dalam menjalankan perusahaan, tapi bukan berarti CEO berpengaruh terhadap Kinerja keuangan. Kebanyakan investor ataupun kreditur melihat kinerja keuangan melalui laporan keuangan dan tidak melihat bagaimana kepercayaan diri dari CEO. Pengukuran kinerja keuangan melalui ROA yang mengukur bagaimana perusahaan dapat mengembalikan aset, jika aset tidak digunakan secara efektif jumlah pengembalian aset akan rendah. Selain itu, segala keputusan para pemangku dalam berinvestasi juga dinilai berdasarkan Kinerja keuangan perusahaan, tidak dengan sikap narsisme dari seorang CEO. Hal tersebut menunjukkan bahwa CEO yang memiliki kepercayaan diri tinggi ataupun rendah tidak dapat mempengaruhi bagaimana kinerja keuangan perusahaan tersebut. Ini berarti semakin tinggi tingkat narsisme CEO tidak dapat meningkatkan kinerja keuangan dalam perusahaan. Dengan kata lain, hasil penelitian ini tidak menurunkan kualitas kinerja keuangan. Penelitian ini juga sekaligus memberikan bukti yang empiris bahwa narsisme CEO tidak menggunakan data keuangan dalam rangka memenuhi egonya.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan

Ukuran perusahaan adalah besarnya aset yang dimiliki perusahaan. Besar atau kecilnya sebuah perusahaan bisa diketahui dari jumlah aset yang perusahaan tersebut miliki. Ukuran perusahaan tidak dapat dijadikan acuan bahwa perusahaan yang memiliki ukuran yang besar juga memiliki kinerja keuangan yang baik. Semakin besar perusahaan, semakin rendah kinerja keuangannya. Ini mungkin karena ukuran perusahaan yang tidak didukung oleh tim manajemen yang tepat. Informasi ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang diukur dengan total aset tidak dapat digunakan untuk menentukan kinerja keuangan perusahaan. Perusahaan besar

umumnya memiliki kekuatan finansial yang lebih besar untuk mendukung kinerjanya, sementara perusahaan besar juga menghadapi masalah keagenan yang lebih besar (karena lebih sulit untuk dikelola). Ini karena seluruh sistem yang dimiliki tidak beroperasi secara efisien dan sangat tidak menguntungkan. Besarnya ukuran perusahaan membuat kinerja keuangan semakin menurun hal tersebut dikarenakan ukuran perusahaan tidak diimbangi dengan pengelolaan yang baik. Jika kapitalisasi pasarnya besar, nilai bukunya juga akan besar, dan manajemen penjualannya akan lebih teliti dan keuntungannya akan besar pula. Apabila ukuran perusahaan ditinjau dari return on asset (ROA), ukuran perusahaan tidak berdampak terhadap kinerja keuangan. Oleh karena itu, temuan dalam penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Silalahi & Ardini (2017) yang menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis dapat ditarik kesimpulan bahwa CEO Narsisme tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan, hal ini dikarenakan tinggi atau rendahnya kepercayaan diri dari CEO tidak akan berdampak pada kinerja keuangan. Ukuran perusahaan juga tidak berdampak terhadap kinerja keuangan, hal ini karena besarnya ukuran perusahaan membuat kinerja keuangan semakin menurun hal tersebut dikarenakan ukuran perusahaan tidak diimbangi dengan pengelolaan yang baik.

5. SARAN

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel lain yang sangat mempengaruhi kinerja keuangan di antaranya struktur modal, jenis kepemilikan bisnis sehingga penelitian lanjutan diperlukan untuk melengkapi penelitian ini. saran berikutnya diperlukan perluasan jenis industri yang tidak hanya pada manufaktur melainkan industri lainnya seperti pertanian atau perdagangan.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Armelia, S. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas dan Struktur Aktiva terhadap Struktur Modal Perusahaan Manufaktur Go Publik (Studi Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga). *JOM FISIP*, 3(2), 1–9.
- Cahyani, A. Z., Djaddang, S., Sihite, M., & Hendayana, Y. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tax Avoidance dengan Kepemilikan Manajerial sebagai Pemoderasi pada Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015-2019. *AKRUAL: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1).
- Engkus, Hikmat, & Saminnurahmat, K. (2017). Perilaku Narsis pada Media Sosial di Kalangan Remaja dan Upaya Penanggulangannya. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 20(2), 121–134. <https://doi.org/10.20422/jpk.v20i2.220>
- 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. <https://doi.org/10.31289/jab.v6i1.2861>
- 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.
- Himawan, F. A., & Venda. (2020). Analisis Pengaruh Financial Distress , Leverage , Profitabilitas

- dan Likuiditas terhadap Audit Report Lag pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, 23(1), 1–19.
- Hutagaol, J., & Hutabarat, F. (2021). Pengaruh Profitabilitas dan Cash flow terhadap Harga Saham di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 4(2), 92–99. <https://doi.org/10.35326/jiam.v4i2.1547>
- Jao, R., Daromes, F. E., & Yono, B. (2020). Peran Mediasi Reputasi Perusahaan Terhadap Hubungan Ukuran Dewan Direksi Dan Return Saham. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1), 1–15. <https://doi.org/10.35326/jiam.v3i1.611>
- Meilani, S. E. R., Puspitosari, I., Pramesti, W., Pertiwi, I. F. P., & Wiyadi. (2021). Dapatkah Narsisme CEO Mempengaruhi Perilaku Praktik Earning Management Perusahaan Non Keuangan di Indonesia? *DAYA SAIN: Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 23(2), 120–139.
- N Rianty, M., & Rani, S. (2021). Pengaruh Narsisme CEO Terhadap Kualitas Laba dalam Laporan Keuangan dengan Variabel Kontrol Size dan Educ. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 6(2), 103–121.
- Ningsih, D. A., & Wuryani, E. (2021). Kepemilikan Institusional, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan. *AKUNESA: Jurnal Akuntansi Unesa*, 9(2).
- 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. <https://doi.org/10.37776/zuang.v11i1.763>
- Pratiwi, E. T., & Febrianto, L. O. (2020). Analisis Pengaruh Earning Per Share, Return on Equity Dan Return on Asset Terhadap Harga Saham Pada Indeks Lq45. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1), 78–91. <https://doi.org/10.35326/jiam.v3i1.617>
- Rispanyo. (2019). Narsisme CEO dan Kalitas Laba. *Research Fair Unisri*, 3(1).
- Silalahi, A. C., & Ardini, L. (2017). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Leverage dan ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6(8), 17.
- Susanti, A., Surya, R. A. S., & S, A. (2016). Pengaruh Asimetri Informasi, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajerial, dan Capital Adequacy Ratio terhadap Manajemen Laba. *JOM FEKON*, 3(1), 477–491. <https://doi.org/10.1190/segam2013-0137.1>
- Wariantio, P., & Rusiti, C. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Likuiditas dan Investment Opportunity Set (IOS) terhadap Kualitas Laba pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Modus*, 26(1), 19–32. <https://doi.org/10.24002/modus.v26i1.575>
- 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.