

ABSTRAK

PENGARUH CEO NARSISME TERHADAP KINERJA KEUANGAN DENGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Oleh:

Nyoman Tika Lestari

Kinerja keuangan sebagai gambaran mengenai kondisi operasional perusahaan mengalami kenaikan atau penurunan, perusahaan akan memberikan prospek yang baik dilihat dari pertumbuhan profitabilitasnya. Kementerian BUMN melaporkan bahwa kinerja keuangan BUMN pada laba bersih mengalami penurunan sebesar Rp. 124 Triliun pada tahun 2019 menjadi Rp. 28 Triliun pada tahun 2020. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh CEO narsisme terhadap kinerja keuangan dengan *corporate social responsibility* (CSR) sebagai variabel mediasi. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan BUMN yang terdaftar di BEI. Pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, menghasilkan sampel sebanyak 17 perusahaan BUMN. Metode analisis data menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa CEO narsisme dengan proksi CEO *photograph* berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja keuangan dengan proksi ROA. CEO narsisme dengan proksi CEO *photograph* dan gelar akademik CEO berpengaruh negatif signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR). Sedangkan *corporate social responsibility* (CSR) tidak mampu memediasi pengaruh CEO narsisme terhadap kinerja keuangan.

Kata kunci : CEO Narsisme, Kinerja Keuangan, *Corporate Social Responsibility* (CSR)

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF CEO NARCISSISM ON FINANCIAL PERFORMANCE WITH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) AS A MEDIATION VARIABLE

By

Nyoman Tika Lestari

Financial performance as a picture of the operational conditions of the company undergoing a rise or decrease, the company will provide good prospects seen from its profitability growth. The BUMN ministry reported that the financial performance of BUMN in net profit experienced a decrease in 2019 Rp. 124 trillion to Rp. 28 trillion in 2020. This study aims to determine the impact of CEO narcissism on financial performance with corporate social responsibility (CSR) as a mediating variable. The type of research used is quantitative research with a causal associative approach. The population in this study is a BUMN companies listed on the IDX. Sampling in this research by using purposive sampling, resulting in 17 BUMN companies. Methods of data analysis using the Path Analysis method. The results showed that CEO narcissism by proxy CEO photograph has a significant negative effect on financial performance by ROA proxy. CEO narcissism by CEO photograph proxy and CEO academic title has a significant negative effect on corporate social responsibility (CSR). Meanwhile, corporate social responsibility (CSR) is not able to mediate the effect of CEO narcissism on financial performance.

Keywords: CEO Narcissism, Financial Performance, Corporate Social Responsibility (CSR)