

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

*Behavior finance* sebuah pendekatan yang menjelaskan bagaimana manusia melakukan pengelolaan dalam keuangan dipengaruhi oleh faktor psikologi dan faktor tersebut juga memiliki peran yang besar dalam menentukan pengambilan keputusan (Manurung, 2012). *Behavioral finance* telah dipelajari sejak tahun 1950an. Hal ini hampir bersamaan dengan teori portofolio investasi modern yang dirumuskan oleh Markowitz (1952). Burrell (1951) dan Bauman (1967), pada saat itu telah mulai memasukkan unsur psikologi dalam penelitian mereka. Sementara itu, Slovic (1969, 1972) telah menulis artikel mengenai proses pengambilan keputusan investasi ditinjau dari perspektif *behavioral*. Selama tahun 1990–an, *behavior finance* ditemukan sejalan dengan perkembangan dunia bisnis dan akademik yang mulai menyingkapi adanya aspek atau unsur perilaku dalam proses pengambilan keputusan keuangan dan investasi. Ada beberapa jenis-jenis perilaku keuangan yaitu perilaku akuntansi, perilaku kawanan, kesenjangan emosional, atribusi diri, *anchoring*, *overconfidence*, *narsisme*, *disclosure*, *past performance*, *advice*, dan *investor's competence*. Jenis-jenis perilaku keuangan tersebut dapat mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan dan pengambilan keputusan (Presley, 2019).

*Theory behavior finance* berasumsi bahwa sebagian besar orang berperilaku secara rasional, ada saatnya dimana ketika emosi dan psikologi seseorang mempengaruhinya dalam mengambil keputusan menyebabkan individu berperilaku tidak rasional. Para ahli dibidang keuangan dan ekonomi mulai menemukan adanya penyimpangan dan perilaku yang tidak dapat dijelaskan dengan teori yang telah ada pada saat itu (Karmila, 2021). Peristiwa keuangan tersebut antara lain berupa anomali keuangan. Pada saat itu pasar terbukti berperilaku dengan tidak terduga atau tidak rasional, sementara teori

konvensional atau modern yang ada pada saat itu hanya bisa menjelaskan tentang keadaan yang ideal atau terduga saja, oleh karena itu muncullah teori yang disebut dengan teori perilaku keuangan yang membahas tentang perilaku yang tidak terduga (Robbani, 2021). Perilaku keuangan berhubungan dengan tanggung jawab keuangan perusahaan terkait dengan cara pengelolaan keuangan yang baik sehingga dapat memperlihatkan bagaimana kondisi kinerja keuangan pada perusahaan tersebut.

Kinerja keuangan suatu kondisi yang menunjukkan tingkat keberhasilan perusahaan dan sebagai alat untuk mengetahui bagaimana perkembangan perusahaan dimasa yang akan datang (Muttiarni et al., 2022). Saout (2015), mengatakan kinerja keuangan adalah proses pengukuran hasil atas setiap strategi, kebijakan, dan operasional perusahaan dalam ukuran keuangan, baiknya kinerja keuangan suatu perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan yang baik pula dalam menjalankan operasional usahanya, juga dalam menerapkan strategi dan kebijakan dalam rangka mencapai tujuan utamanya, yaitu laba. Disimpulkan bahwa kinerja keuangan adalah suatu analisis keuangan perusahaan untuk melihat sejauh mana perusahaan telah menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar (Nugroho, 2021). Perusahaan biasanya menggunakan analisis rasio keuangan untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan adalah *return on asset* (ROA).

Kinerja keuangan perusahaan dipengaruhi oleh banyak hal salah satunya adalah bagaimana pemimpin dalam berperan dan berperilaku dalam perusahaan itu sendiri. Peran dan perilaku pimpinan perusahaan biasanya disebut sebagai Direktur Utama atau *Chief Executive Officer* (CEO) (Muttiarni et al., 2022). Seorang *Chief Executive Officer* (CEO) memiliki peran dalam menentukan arah perkembangan usaha demi tercapainya tujuan suatu perusahaan. Keputusan yang diambil oleh seorang CEO bukanlah keputusan yang bersifat operasional, tetapi lebih kepada keputusan strategis yang sangat sulit untuk dianalisis serta diprediksi hasilnya. Perilaku CEO mempunyai nilai informasi yang menimbulkan reaksi bagi masyarakat dan investor, baik yang berhubungan dengan kebijakan perusahaan maupun di luar kebijakan perusahaan, misalnya

dalam hubungannya dengan lingkungan sosial, etika, moral, dan lain-lain (Fionita, 2021).

*Chief Executive Officer* (CEO) dapat mempengaruhi kinerja perusahaan salah satunya yaitu perilaku narsisme. Secara etimologis, narsisme berasal dari bahasa Yunani yakni *narcissus* yang berarti cantik, bangga, dan emosional (Rijsenbilt dan Commandeur, 2013). Narsisme merepresentasikan citra yang dikeluarkan dari kepribadian seseorang yang berusaha untuk mendapatkan pandangan dan mencari kekaguman (Al-Shammari et al., 2019). Narsisme mengacu pada kecenderungan untuk membuat pilihan berdasarkan percaya diri pada pengetahuan atau keterampilan seseorang dan individu cenderung menganggap dirinya lebih mampu daripada yang lain. Perilaku Narsisme merupakan mencintai diri sendiri yang cenderung mengarah kepada mementingkan diri sendiri (Muttiarni et al., 2022). Narsisme dianggap sebagai perilaku dan kepribadian negatif yang tidak memperdulikan adanya orang lain, akan tetapi seorang CEO dengan kepribadian yang narsisme terlihat sebagai pemimpin yang karismatik dengan visi perusahaan untuk mencapai tujuan.

Menurut Hambrick et al (1984), CEO memiliki karakteristik yang unik yang dapat menentukan suatu keputusan dalam menentukan strategi perusahaan dan akan berdampak pada kinerja keuangan perusahaan. CEO Narsisme yang kuat juga secara umum diketahui mengkompensasi harga diri dengan menunjukkan bahwa mereka lebih unggul dari orang lain. Dengan kata lain, menekankan pada keyakinan diri dan mengabaikan pendapat dan perasaan orang lain untuk menghindari dikritik oleh orang lain (Kim, 2018). Terdapat beberapa contoh CEO yang berkarakter unik seperti Mark Zuckerberg CEO *Facebook*, Jack Dorsey CEO *Twitter*, dan Bill Gates CEO *Microsoft*. Beberapa CEO tersebut dapat mengangkat kinerja keuangan perusahaannya menuju valuasi tertinggi dunia (Melsa Jumliana, 2021). Nadenka (2020), mengatakan seorang CEO narsisme yang tinggi akan berusaha dalam melindungi nama baik perusahaan dan nama baiknya sendiri dari hal-hal yang dapat menurunkan nilai dan kinerja suatu perusahaan. CEO narsisme memiliki sisi negatif dan sisi positif, sisi negatif CEO narsisme dapat merugikan perusahaan jika terlibat dalam kasus

hukum karena kepercayaan dirinya dalam mengambil keputusan yang beresiko untuk perusahaan. Dalam sisi positif CEO Narsisme dalam manajemen perusahaan dengan memotivasi para karyawan dalam meningkatkan *performance* melalui semangat dan energy yang diberikan oleh CEO dengan kepercayaan yang tinggi (Muttiarni et al., 2022). CEO narsisme dapat diukur dengan beberapa proksi meliputi CEO *photograph*, kompensasi tunai CEO dan gelar akademik CEO. Dalam CEO *photograph*, Olsen & Stekelberg (2016), berargumen bahwa foto dapat merefleksikan sifat narsisme dari seseorang. Dalam kompensasi tunai CEO, jika kompensasi tunai CEO meningkat diprediksi kinerja keuangan juga dapat meningkat (Azmi & Riyadi, 2021). Dalam gelar akademik CEO, semakin tinggi gelar akademik yang dimiliki seorang CEO maka orang tersebut lebih mampu untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Keputusan strategis penting yang baru-baru ini dikaitkan dengan CEO Narsisme adalah keterlibatan perusahaan dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR) menekankan bahwa inisiatif CSR dihasilkan dari kebutuhan pribadi pemimpin untuk perhatian dan penguatan citra dalam hal kinerja keuangan. CSR merupakan suatu konsep terintegrasi yang menggabungkan aspek bisnis dan sosial dengan selaras agar perusahaan dapat membantu tercapainya kesejahteraan para stakeholder, serta dapat mencapai profit maksimum sehingga dapat meningkatkan harga saham (Yunelia et al., 2019). CEO narsis terus-menerus mencari pujian dan pengakuan yang tinggi, ketika sebuah perusahaan dinilai oleh masyarakat, CEO narsisme sering secara pribadi diekspos, dan menjadi pusat pujian. CEO narsisme dapat memperoleh keinginan sosial dari peningkatan reputasi sosial perusahaan mereka dengan mempromosikan CSR. Akibatnya, keputusan CEO untuk menghabiskan sumber daya organisasi untuk meningkatkan inisiatif CSR memberi mereka manfaat yang signifikan dan pribadi, seperti perhatian media dan pujian positif dari karyawan, komunitas lokal, dan publik (Yook & Lee, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Kim, (2018); Wales et al, (2013), menunjukkan hasil bahwa CEO yang narsis berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Al-Abrow et al, (2019); Kalbuana et al, (2022), hasil penelitian menyebutkan bahwa adanya pengaruh negatif dari CEO narsistik terhadap kinerja keuangan perusahaan. Karakteristik seperti itu dapat menghambat keberhasilan proyek, karena CEO yang narsistik memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk memaksakan pendapatnya kepada karyawan, sambil memonopoli proses pengambilan keputusan.

Penelitian Al-Shammari et al, (2019); Chen et al, (2019), menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh positif secara keseluruhan antara narsisme CEO dan CSR. Penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahn et al (2020), hasil menunjukkan bahwa CEO narsisme berpengaruh negatif pada hasil organisasi. Namun, hanya sedikit perhatian yang diberikan pada pengaruhnya terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

Penelitian dilakukan oleh Siueia et al, (2019); Wulansari et al, (2017), hasil menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Namun penelitian tersebut tidak sejalan dengan Bruna & Lahouel (2022), hasil menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Perusahaan BUMN yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia merupakan objek dari penelitian ini. Perusahaan BUMN dipilih untuk menjadi objek penelitian disebabkan oleh fenomena laba bersih perusahaan BUMN dan harga saham beberapa perusahaan BUMN menurun. Objek tersebut juga berdasarkan referensi jurnal Kim (2018) yang menggunakan objek BUMN atau lembaga publik di Korea Selatan, dalam penelitiannya dengan objek BUMN menunjukan bahwa CEO narsisme berpengaruh positif terhadap kinerja BUMN, maka dari itu, penelitian menggunakan objek BUMN di Indonesia. Perusahaan BUMN juga memiliki gejolak pro dan kontra ketika pengangkatan CEO. Contohnya isu mengenai pengangkatan Sunarso sebagai pemimpin di salah satu perusahaan

BUMN karena dinilai memiliki kinerja yang baik, pemimpin terpopuler di media sosial dan memiliki tingkat percaya diri yang kuat dalam melaksanakan tugasnya ([www.cnbcindonesia.com](http://www.cnbcindonesia.com)).

BUMN merupakan salah satu pelaku utama perekonomian yang diandalkan oleh Negara sebagai sumber penggerak perekonomian nasional. Peningkatan *return* saham dapat dicapai melalui terciptanya tata kelola yang baik dalam perusahaan, maka dari itu seorang CEO harus dapat mengelola perusahaan agar laba perusahaan meningkat. Dalam perkembangannya, kinerja perusahaan BUMN dinilai masih belum optimal dan cenderung fluktuatif, sebagaimana dilaporkan oleh kementerian BUMN, laba bersih BUMN turun dari tahun 2019 sebesar Rp. 124 triliun menjadi Rp. 28 triliun pada tahun 2020 ([www.cnbcindonesia.com](http://www.cnbcindonesia.com)).

Harga saham pada beberapa perusahaan BUMN pada tahun 2019 hingga penutupan perdagangan terakhir pada 24 Maret 2020 mengalami penurunan, meliputi PT. Adhi Karya Tbk. (ADHI), pada perdagangan 30 Desember 2019 harga saham ADHI berada di level Rp. 1.210 per lembarnya lalu pada penutupan perdagangan terakhir harga saham menjadi Rp. 386 per lembarnya. PT. Semen Indonesia Tbk (SMGR), pada perdagangan 30 Desember 2019 harga saham SMGR berada di level Rp. 12.000 per lembarnya lalu pada penutupan perdagangan terakhir harga saham menjadi Rp. 6.125 per lembarnya. PT. Jasa Marga Tbk. (JSMR), pada perdagangan 30 Desember 2019 harga saham JSMR berada di level Rp. 1.485 per lembarnya lalu pada penutupan perdagangan terakhir harga saham menjadi Rp. 398 per lembarnya. PT. Wijaya Karya Tbk. (WIKA), pada perdagangan 30 Desember 2019 harga saham WIKA berada di level Rp. 1.990 per lembarnya lalu pada penutupan perdagangan terakhir harga saham menjadi Rp. 725 per lembarnya. Dengan adanya fenomena tersebut membuat peneliti tertarik untuk meneliti apakah seorang CEO yang narsis dapat mempengaruhi kinerja keuangan dengan melalui kegiatan CSR karena investor cenderung tertarik dengan perusahaan yang melakukan CSR, semakin tinggi kualitas CSR maka kelangsungan hidup perusahaan lebih terjamin ([www.money.kompas.com](http://www.money.kompas.com)).

Penelitian ini mengembangkan penelitian yang telah dilakukan oleh Kim (2018) dan Chen et al., (2019), akan tetapi dalam penelitian mereka tidak menggunakan variabel mediasi dalam penelitiannya, sehingga adanya keterbaruan penelitian terletak pada variabel baru yaitu variabel mediasi dengan menggunakan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Selain itu adanya hasil penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti tidak konsisten, maka dari itu peneliti tertarik untuk mengangkat topic utama dalam penelitian ini yaitu kinerja keuangan.

Berdasarkan fenomena dan *research gap* diatas maka penulis tertarik mengkaji penelitian dengan judul **“PENGARUH CEO NARSISME TERHADAP KINERJA KEUANGAN DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) SEBAGAI VARIABEL MEDIASI”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah yang dapat disimpulkan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah CEO narsisme yang diproksi dengan CEO *photograph*, kompensasi tunai CEO dan gelar akademik CEO berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan yang diproksi dengan *return on asset* pada perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah CEO narsisme yang diproksi dengan CEO *photograph*, kompensasi tunai CEO dan gelar akademik CEO berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan yang diproksi dengan *return on asset* pada perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
4. Apakah CEO narsisme yang diproksi dengan CEO *photograph*, kompensasi tunai CEO dan gelar akademik CEO berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan yang diproksi dengan *return on asset* melalui *corporate social responsibility* (CSR) sebagai pemediasi pada perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

### 1.3 Ruang Lingkup Penelitian

#### 1. Ruang Lingkup Subjek

Ruang lingkup subjek dalam penelitian ini adalah CEO Narsisme, Kinerja Keuangan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

#### 2. Ruang Lingkup Objek

Ruang lingkup objek dalam penelitian ini adalah perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2021.

#### 3. Ruang Lingkup Tempat

Ruang lingkup tempat dalam penelitian ini yaitu Bursa Efek Indonesia (BEI).

#### 4. Ruang Lingkup Waktu

Penelitian ini dilaksanakan selama 4 bulan yaitu bulan Oktober 2022 sampai dengan bulan Januari 2023.

### 1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pokok permasalahan diatas maka diambil tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh CEO narsisme yang diproksi dengan CEO *photograph*, kompensasi tunai CEO dan gelar akademik CEO terhadap kinerja keuangan yang diproksi dengan *return on asset* pada perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk menganalisis pengaruh CEO narsisme yang diproksi dengan CEO *photograph*, kompensasi tunai CEO dan gelar akademik CEO terhadap *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan yang diproksi dengan *return on asset* pada perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. Untuk menganalisis pengaruh CEO narsisme yang diproksi dengan CEO *photograph*, kompensasi tunai CEO dan gelar akademik CEO terhadap kinerja keuangan yang diproksi dengan *return on asset* melalui *corporate social responsibility* (CSR) sebagai pemediasi pada perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

## 1.5 Manfaat Penelitian

### 1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pengaruh CEO narsisme terhadap kinerja keuangan dengan *corporate social responsibility* (CSR) sebagai variabel mediasi, sehingga para investor lebih mudah untuk menentukan perusahaan mana yang memiliki kinerja yang baik untuk menginvestasikan modalnya.

### 2. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya agar lebih kritis dalam menganalisis untuk mengetahui pengaruh CEO narsisme terhadap kinerja keuangan dengan *corporate social responsibility* (CSR) sebagai variabel mediasi.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini diuraikan sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini berisikan latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Berisi landasan teori sebagai kerangka acuan pemikiran dalam pembahasan masalah yang akan diteliti dan sebagai dasar analisis yang diambil dari berbagai literatur. Selain berisi landasan teori, bab ini juga meliputi penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini, kerangka pikir teoritis, dan hipotesis.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Berisi jenis dan sumber data, teknik pengambilan data, populasi dan sampel, variabel penelitian dan definisi operasional variabel, serta metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini.

**BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berisi hasil penelitian yang dianalisa dengan metode penelitian yang telah ditetapkan untuk selanjutnya diadakan pembahasan tentang hasilnya.

**BAB V : PENUTUP**

Dalam bab ini berisi penjelasan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.

**DAFTAR PUSTAKA****LAMPIRAN**