

DAPATKAH NARSISME CEO MEMPENGARUHI PERILAKU PRAKTIK *EARNING MANAGEMENT* PERUSAHAAN NON KEUANGAN DI INDONESIA?

Sayekti Endah Retno Meilani¹, Indriyana Puspitosari², Wahyu Pramesti³, Imanda Firmantyas Putri Pertiwi⁴, Wiyadi⁵

^{1,2,3} Prodi Akuntansi Syariah, FEBI UIN RM Said Surakarta

⁴ Prodi Akuntansi Syariah, FEBI IAIN Salatiga

⁵ Universitas Muhammadiyah Surakarta
meylanie2305@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to explore the role of management personalities in corporate governance in the context of corporate accounting decisions. Specifically, the study examined the relationship between CEO narcissism and the extent of the company's earnings management practices. This research was conducted on non-financial companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2019. In this study, the sampling technique used was purposive sampling so that samples were obtained as many as 259 non-financial companies. The results concluded that CEO Narcissism had no effect on a company's earnings management practices. This means that CEO narcissism (CEOs with high-self confidence) will not use accounting policies to practice earnings management or it can be conveyed that more narcissistic CEOs will not distort the financial information available to investors by managing income (earnings management practices).

Keywords: *CEO Narcissism; Earning Management; Upper Echelon Theory*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran kepribadian manajemen dalam tata kelola perusahaan dalam konteks keputusan akuntansi perusahaan. Secara khusus, penelitian ini menguji hubungan antara narsisme CEO dan sejauh mana praktik manajemen laba yang dilakukan perusahaan. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling sehingga diperoleh sampel sebanyak 259 perusahaan non keuangan. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Narsisme CEO tidak berpengaruh terhadap praktik manajemen laba perusahaan. Hal ini berarti bahwa narsisme CEO (CEO dengan kepercayaan diri tinggi) ternyata tidak akan menggunakan kebijakan akuntansi untuk mempraktikkan manajemen laba atau dapat disampaikan bahwa CEO yang lebih narsis tidak akan mendistorsi informasi keuangan yang tersedia bagi investor dengan mengelola pendapatan (praktik manajemen laba).

Kata kunci: *Narsisme CEO; Manajemen Laba; Upper Echelon Theory*

PENDAHULUAN

Fenomena mengenai praktik manajemen laba meskipun bukan merupakan sebuah

masalah baru, popularitasnya tetap menarik perhatian dari berbagai pihak diantaranya yaitu regulator, investor, analis keuangan dan

peneliti akademis. Hal ini memiliki alasan karena praktik manajemen laba semakin meningkat seiring perkembangan dunia bisnis selama beberapa dekade tahun terakhir ini (Eny, 2019). Kasus praktik manajemen laba telah banyak terjadi baik di Indonesia maupun di dunia Internasional. Laporan keuangan merupakan parameter utama yang digunakan untuk menggambarkan kinerja perusahaan. Karena pengaruhnya yang signifikan, beberapa perusahaan diketahui melakukan tindakan 'memanipulasi' laporan keuangan perusahaan. Aksi akrobat ini biasanya dilakukan untuk memperindah kinerja agar tetap menarik di mata pemegang saham dan pemangku kepentingan, termasuk investor, apalagi berstatus perusahaan terbuka yang laporan keuangan tahunan (LKT) bisa dilihat secara transparan oleh publik.

Isu manipulasi laporan keuangan emiten kembali ramai setelah Bursa Efek Indonesia (BEI) dikejutkan dengan adanya dugaan manipulasi LKT tahun 2019 yang menerpa salah satu emiten di bidang jasa dan perdagangan di bidang teknologi informasi, PT Envy Technologies Indonesia Tbk (ENVY) dan anak usahanya. ENVY diduga melakukan manipulasi atas laporan keuangan anak usahanya, PT Ritel Global Solusi (RGS) tahun 2019. RGS adalah anak usaha ENVY dengan porsi kepemilikan 70% yang bergerak bidang jasa perdagangan dengan berbasis online melalui aplikasi "KO-IN". Fenomena manajemen laba yang menarik akhir-akhir ini adalah salah satu perusahaan jasa yaitu Garuda Indonesia yang melakukan manipulasi laporan keuangan tahun 2018. PPPK dan OJK memutuskan bahwa ada yang salah dalam sajian laporan keuangan GIAA 2018. Perusahaan diminta untuk menyajikan ulang laporan keuangannya dan perusahaan kena denda Rp 100 juta berikut dengan direksi dan komisaris yang menandatangani laporan keuangan tersebut. Otoritas Jasa keuangan (OJK) melakukan investigasi atas kasus ini hingga akhirnya pada pertengahan Juni 2019, OJK memberikan teguran kepada KAP yang

melakukan audit serta menjatuhkan denda kepada direksi Garuda Indonesia.

Berdasarkan contoh kasus diatas dapat disimpulkan bahwa praktik manajemen laba bukanlah hal yang baru di tengah-tengah perekonomian dunia. Maraknya kasus Manajemen Laba menimbulkan rasa ketidakpercayaan dari investor terhadap laporan keuangan yang disajikan oleh perusahaan. Manajemen laba dapat digambarkan sebagai penggunaan kebijakan oleh manajer untuk menyusun transaksi keuangan dan mengubah informasi akuntansi untuk menyesatkan pengguna laporan keuangan (Dawar, 2014). Meskipun, manajemen laba bisa positif, netral atau berbahaya, efek berbahayanya telah bermanifestasi dalam skandal akuntansi perusahaan pada tingkat yang mengkhawatirkan. Sebenarnya, di balik setiap skandal akuntansi perusahaan, eksekutif puncak seperti chief executive officer (CEO) dan Chief Financial Officer (CFO) telah terlibat (Taleatu et al., 2020). Literatur yang ada menunjukkan bahwa CEO adalah kekuatan pendorong di balik keterlibatan perusahaan dalam manipulasi akuntansi (Feng et al., 2011). Direktur eksekutif bertanggung jawab atas strategi organisasi perusahaan, yang terkait dengan kinerja organisasi. Penelitian empiris yang ada memberikan bukti bahwa *Chief Executive Officer* (CEO) memainkan peran sentral dalam tim eksekutif puncak. CEO dapat memiliki pengaruh yang tidak proporsional dan terkadang mendominasi. Karakteristik pribadi CEO membantu menentukan sejauh mana pengaruh CEO dalam tim eksekutif puncak.

Upper Echelon Theory berpendapat bahwa hasil organisasi seperti kualitas laba adalah cerminan dari pengambilan keputusan *Chief Executive Officer* (CEO) yang dipengaruhi oleh karakteristik CEO (Hambrick & Mason, 1984). Secara khusus, karakteristik CEO yang dapat diamati seperti masa jabatan, usia, atau jenis kelamin serta karakteristik psikologis seperti nilai atau kepribadian memengaruhi pengambilan keputusan mereka (Bromiley & Rau, 2016); (Carpenter et al.,

2004). Dimensi kepribadian narsistik adalah karakteristik pribadi yang penting dari CEO karena kemampuannya yang melekat untuk menjalankan kekuasaan dan memanipulasi orang lain. Ada variasi yang luas diantara para CEO mengenai kecenderungan narsistik mereka. Narsisme adalah persyaratan yang diperlukan untuk kepemimpinan yang efektif dan dapat memiliki pengaruh yang produktif, tetapi juga membentuk ancaman potensial. Secara lebih spesifik, (Buchholz et al., 2020) secara teoritis mengusulkan bahwa narsisme CEO sebagai ciri kepribadian terkait dengan kualitas laba perusahaan.

Manajemen laba dilakukan oleh eksekutif tidak hanya melalui peningkatan laba tetapi juga untuk menurunkan pendapatan (Capalbo et al., 2018). Aktivitas tersebut semakin menunjukkan bahwa CEO yang narsis tidak hanya mempengaruhi persepsi pemangku kepentingan atas kinerja saat ini tetapi juga dapat menilai potensi CEO untuk mengubah persepsi pendapatan saat ini dan masa depan (Buchholz et al., 2020); (Capalbo et al., 2018); (F. Lin et al., 2020). Pilihan akuntansi CEO yang sangat narsis sangat didorong oleh perilaku egois untuk tidak memberikan informasi tambahan kepada pasar (Plöckinger et al., 2016). Menurut (Combs et al., 2007), CEO memiliki kekuasaan yang cukup besar atas sumber daya perusahaan, hal ini menunjukkan bahwa, CEO dapat memiliki pengaruh lebih besar dalam hal meningkatkan atau mengurangi tingkat manipulasi laba. Lebih lanjut, (Chen, 2010) berpendapat bahwa penyebab utama skandal akuntansi sebagian besar dikaitkan dengan kepemimpinan CEO yang tidak etis. Sifat kepribadian ini mencakup penilaian dan keputusan CEO baik dan buruk dalam penyusunan dan keakuratan laporan keuangan.

Analisis kritis terhadap literatur mengungkapkan bahwa, ada tiga alasan mengapa CEO dapat menentukan besarnya tingkat manajemen laba dalam suatu organisasi. Pertama, hasil akuntansi keuangan bertindak sebagai refleksi pribadi atau rapor atas keberhasilan dan kegagalan suatu

organisasi (Koh, 2011); (Mande & Son, 2012); (Rickling & Sharma, 2017). Oleh karena itu CEO narsis akan selalu memastikan kinerja yang baik dilaporkan untuk mempertahankan egonya (Amernic & Craig, 2010). Kedua, CEO memahami lebih banyak tentang organisasi dan dalam banyak kasus mereka membahas masalah yang perlu didiskusikan dan disetujui oleh dewan. Oleh karena itu, dalam kasus di mana dewan tidak independen, keputusan akan dilakukan sesuai dengan kebutuhan CEO (Zorn et al., 2019). Ketiga, CEO bertanggung jawab atas keseluruhan operasi harian organisasi, oleh karena itu ia memiliki mandat untuk memastikan pelaksanaan yang tepat dari sistem pengendalian internal yang membantu dalam mencapai laporan keuangan yang lengkap dan akurat (Y. C. Lin et al., 2014); (Zhang et al., 2008).

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa narsisme CEO dapat mendorong terjadinya tindakan tidak etis di perusahaan. Perilaku tidak etis ini berhubungan dengan karakter kepribadian, norma-norma, dan nilai-nilai yang dimiliki oleh seorang individu (Rijsenbilt & Commandeur, 2013). Individu-individu narsistik cenderung menyusun target terlalu tinggi dan tidak realistis untuk mempertahankan reputasi mereka. Narsisme yang dimiliki oleh individu-individu tersebut juga dapat mendorong mereka melakukan tindakan tidak etis untuk mencapai target demi melindungi reputasi mereka (Duchon & Drake, 2009). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara CEO Narsisme terhadap manajemen laba pada perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian (Kontesa et al., 2021). Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk memverifikasi beberapa fakta tentang peran narsisme dalam manajemen laba sebagaimana pada hasil penelitian (Kontesa et al., 2021) yang menyarankan untuk melakukan validasi lebih lanjut di negara berkembang lain selain Malaysia.

Oleh karenanya, penelitian ini juga mengusulkan psikologi manusia sebagai motif

manajemen laba, dan narsisme CEO sebagai pendorongnya. Hal ini juga sejalan dengan berkembangnya arus penelitian perilaku yang menunjukkan bahwa karakteristik pribadi eksekutif perusahaan memiliki peran yang signifikan terhadap kebijakan perusahaan. Misalnya, beberapa penelitian lain telah menemukan hubungan yang signifikan antara Narsisme CEO dengan kualitas laba perusahaan di Indonesia (Rispanyo, 2019), narsisme CEO berdampak pada perilaku manajemen laba, tetapi juga berdampak pada kinerja perusahaan melalui praktik atau tindakan manajemen laba (Rusydi, 2021), karakteristik eksekutif yang meliputi usia CEO dan CFO, masa jabatan CEO, dan tingkat pendidikan CEO berpengaruh secara positif terhadap manajemen laba dan masa jabatan CFO berpengaruh negatif terhadap manajemen laba (Dewi & Damayanti, 2020), Karakteristik CEO (jenis kelamin, tenur, pengalaman kerja keuangan CEO, pengetahuan bisnis, dan CEO pendiri) dan Kualitas Akrua (Nurmawati, 2020). Namun, serentetan penelitian tersebut belum banyak yang mengkaji mengenai hubungan antara karakteristik psikologis (narsisme CEO) dan manajemen laba. Kebanyakan dari penelitian tersebut mengkaji mengenai karakteristik demografis (jenis kelamin, pengalaman kerja keuangan, kecakapan bisnis, tenur, dan CEO pendiri) terhadap kualitas laba (manajemen laba).

Penelitian ini dimotivasi karena masih terbatasnya literatur yang membahas narsisme CEO dan dampaknya terhadap praktik manajemen laba di Indonesia. Hal ini cukup menarik mengingat kasus CEO narsis yang populer di negara berkembang seperti Indonesia, yang dapat memberikan gambaran berbeda tentang bagaimana faktor psikologis mempengaruhi manajemen laba. Menurut (Kontesa et al., 2021), penelitian saat ini juga menyimpulkan bahwa CEO narsis dapat menggunakan kemampuan dan kompetensi mereka untuk mendorong kinerja perusahaan dengan memanipulasi pendapatan berdasarkan keinginan mereka

untuk superioritas, dan nama besar. Selain itu, melalui kajian penelitian ini diharapkan dapat memperluas prinsip dasar di bidang keuangan dengan menyatakan bahwa masalah keagenan mungkin terjadi karena psikologi CEO sebagaimana hasil penelitian (Kontesa et al., 2021) di Malaysia. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada penambahan literatur mengenai karakteristik kepribadian CEO, yaitu narsisme, sebagai salah satu aspek yang menentukan kualitas laba sebuah perusahaan..

TINJAUAN PUSTAKA

1. *Upper Echelon Theory*

Upper Echelon Theory berpendapat bahwa hasil organisasi seperti kualitas laba merupakan cerminan dari pengambilan keputusan *Chief Executive Officers* (CEO) dan akibatnya berasal dari karakteristik CEO (Hambrick & Mason, 1984). Secara khusus, karakteristik CEO yang dapat diamati seperti masa jabatan, usia, atau jenis kelamin serta karakteristik psikologis seperti nilai atau kepribadian memengaruhi pengambilan keputusan mereka (Bromiley & Rau, 2016); (Carpenter et al., 2004). Secara lebih spesifik, (Amernic & Craig, 2010) secara teoritis mengusulkan bahwa narsisme CEO sebagai ciri kepribadian terkait dengan kualitas laba perusahaan. Oleh karena itu, CEO yang sangat narsis cenderung membuat pilihan akuntansi yang untuk menyajikan status keuangan perusahaan dengan sebaik mungkin. Literatur *upper echelon* telah mengidentifikasi narsisme sebagai dimensi kepribadian yang mendasari yang dapat mempengaruhi keputusan strategis di perusahaan (Chatterjee & Hambrick, 2007); (Gerstner et al., 2013). Seperti yang diusulkan oleh *upper echelon theory* (Hambrick & Mason, 1984), pemimpin perusahaan yang narsis akan mengubah kebutuhan dan kepentingan organisasi yang dipimpinnya (Rosenthal & Pittinsky, 2006) sesuai dengan minat mereka yang dapat memiliki kemungkinan efek khusus pada perusahaan. (Dutzi & Rausch, 2016) mengemukakan bahwa untuk memiliki pemahaman yang

lebih baik tentang perilaku manajemen laba di perusahaan, faktor psikologis seperti sifat kepribadian manajemen puncak harus dipertimbangkan. Ciri kepribadian yang khas dalam Psikologi adalah sifat narsistik. Pengaruh sifat narsistik upper echelon telah diperluas ke dalam studi manajemen laba (Carpenter et al., 2004); (Duchon & Drake, 2009).

2. *Agency Theory*

Hubungan atau kontrak antara prinsipal dan agen dijelaskan oleh teori keagenan. Prinsipal mempekerjakan agen untuk melakukan tugas demi kepentingan terbaik prinsipal, seperti mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agen. Pemegang saham bertindak sebagai prinsipal di perusahaan dengan modal saham, dan CEO (*Chief Executive Officer*) bertindak sebagai agen mereka. Para pemegang saham mempekerjakan CEO untuk bertindak demi kepentingan terbaik perusahaan. Dalam penelitian ini, istilah “teori keagenan” menggambarkan hubungan kontraktual antara agen dan prinsipal. Agen berkewajiban untuk melaksanakan tugas demi kepentingan terbaik prinsipal. Masing-masing pihak dalam suatu hubungan keagenan dimotivasi oleh motivasi yang berbeda-beda berdasarkan kepentingannya masing-masing. Asumsikan bahwa masing-masing pihak dalam hubungan ini berusaha mencapai atau mempertahankan tingkat kemakmuran yang diinginkan. Dapat terjadi konflik kepentingan antara manajemen sebagai agen dan pemilik perusahaan sebagai prinsipal dalam kasus tersebut. Perbedaan kepentingan antara prinsipal dan agen dapat menimbulkan masalah keagenan, dimana masing-masing pihak mengutamakan kepentingannya. Sebagai manusia rasional, agen memprioritaskan kepentingannya (sambil mengabaikan kepentingan prinsipal), seperti memanipulasi laporan laba rugi (Rusydi, 2021). Perusahaan yang dipimpin oleh CEO narsistik cenderung lebih sering menggunakan metode akuntansi secara tidak etis untuk meningkatkan kinerja perusahaan,

memanipulasi pajak, dan meningkatkan kompensasi CEO (Amernic & Craig, 2010); (Olsen et al., 2013). Narsisme yang dimiliki oleh seorang CEO dapat menyebabkan CEO tersebut memiliki keinginan lebih untuk melakukan tindakan berani (agresif) yang kemungkinan menimbulkan kerugian di kemudian hari (Rijsenbilt & Commandeur, 2013).

3. *Earning Management*

(Nugroho & Eko, 2011) mengartikan *earnings management* sebagai tindakan memanipulasi dalam akuntansi serta pelaporan keuangan. Manajemen laba merupakan campur tangan manajemen dalam proses penyusunan laporan keuangan eksternal guna mencapai tingkat laba tertentu dengan tujuan menguntungkan diri sendiri (perusahaan sendiri). Tujuannya adalah untuk mendapatkan bonus dan kompensasi dan sebagainya. Manajemen laba adalah intervensi dalam proses pelaporan keuangan eksternal dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan-keuntungan pribadi. Dapat disimpulkan, bahwa manajemen laba mencakup usaha manajemen untuk memaksimalkan atau meminimumkan laba, termasuk perataan laba sesuai dengan keinginan manajemen. Manajemen laba merupakan salah satu faktor yang dapat mengurangi kredibilitas laporan keuangan, manajemen laba menambah bias dalam laporan keuangan dan dapat mengganggu para pemakai laporan keuangan yang mempercayai angka laba hasil rekayasa tersebut sebagai angka laba tanpa rekayasa (Puji Asih, 2014).

Perusahaan menggunakan manajemen laba untuk memperlancar fluktuasi laba dan menyajikan laba yang lebih konsisten setiap bulan, kuartal, atau tahun. Manajemen dapat merasakan tekanan untuk mengelola laba dengan memanipulasi praktik akuntansi perusahaan untuk memenuhi ekspektasi keuangan dan menjaga harga saham perusahaan tetap tinggi (Alquhaif et al., 2017). Manajemen laba, oleh karena itu, dapat disebut sebagai tindakan memaksimalkan celah dalam

undang-undang pelaporan keuangan, untuk memaksimalkan tujuan pribadi, kelompok, atau organisasi dengan merugikan kelompok individu lain yang mungkin secara langsung atau tidak langsung terpengaruh oleh keputusan tersebut (Obigbemi et al., 2016).

Ada tiga alasan utama yang menjadi faktor penyebab seorang CEO untuk melakukan manajemen laba. Pertama, target kinerja berbasis akuntansi membantu dalam membenarkan bonus CEO dan sistem penghargaan (Mande & Son, 2012); (Zorn et al., 2019). Hal ini mempengaruhi bagaimana seorang CEO menggambarkan dan mendiskusikan kinerja akuntansi yang diwakili oleh laba per saham (EPS) dan laba atas investasi (ROI). Kedua, CEO memiliki mandat untuk menggunakan pengaruh signifikan atas sistem pengendalian internal yang memvalidasi persiapan dan pelaporan laporan keuangan (Y. C. Lin et al., 2014). Ketiga, ketika seseorang ditunjuk sebagai CEO sebuah organisasi, ada banyak potensi bagi mereka untuk mengambil kepemilikan pribadi atas target akuntansi dan untuk mempertimbangkan hasil akuntansi keuangan perusahaan secara luas sebagai refleksi pribadi atau laporan tentang keberhasilan dan kegagalan suatu organisasi (Koh, 2011); (Mande & Son, 2012); (Rickling & Sharma, 2017).

4. CEO Narsisme

Narsisme didefinisikan sebagai keyakinan yang berlebihan tentang kemampuan dan pencapaian diri sendiri (Buchholz et al., 2020), berpikir bahwa dirinya lebih baik dari yang lain (Roberts et al., 2018), fokus pada penghargaan pribadi dan kecenderungan untuk mengejar strategi berisiko karena kepercayaan diri yang berlebihan (James et al., 2019). Sebuah organisasi adalah cerminan dari prioritas eksekutif dan nilai-nilai CEO. Kepribadian CEO akan mendorong hasil organisasi dan mempengaruhi strategi, kebijakan, dan praktik yang terjadi di perusahaan. Kepribadian CEO memiliki dampak signifikan terhadap keberlangsungan

perusahaan (Merkl & Brennan, 2017); (Zolotoy et al., 2019).

CEO narsis dipandang sebagai orang yang kreatif, inspiratif, dan siap menghadapi tantangan (Reilly et al., 2014). Juga, mereka tampil asertif, kompeten (Back et al., 2013), dianggap lebih antusias (Goncalo et al., 2010) dan dapat menginspirasi pengikut (Grijalva & Harms, 2014). Pemimpin narsis dikenal karena mencari sensasi (Emmons, 1981) oleh karena itu, CEO narsis cenderung mengambil tindakan yang lebih berani dan berisiko (Campbell et al., 2004). Menurut penelitian, kepemimpinan narsistik menghasilkan perilaku kerja yang kontraproduktif (O'Boyle et al., 2012). Di atas segalanya, narsis dikenal karena terlalu percaya diri (Campbell et al., 2004) yang dalam bentuk optimisme manajerial jelas buruk, menyebabkan over atau underinvestment (Heaton, 2005), peningkatan kecurangan (Rijsenbilt & Commandeur, 2013), peningkatan perilaku pengambilan risiko (Chatterjee & Hambrick, 2007), serta hasil positif, seperti peningkatan tanggung jawab sosial perusahaan (Petrenko et al., 2015), inovasi (Galvin et al., 2010), dan *earning per share* (Olsen et al., 2013). CEO yang narsis cenderung mendominasi dalam menentukan strategi perusahaan (Zhu & Chen, 2015). Perilaku narsisme pada pimpinan puncak berdampak pada dinamisme dalam tindakan strategis perusahaan (Chatterjee & Hambrick, 2007).

5. Perumusan Hipotesis

(Capalbo et al., 2018) menguji hubungan antara narsisme CEO dan manajemen laba. Penelitian ini mengukur narsisme CEO sebagai rasio penggunaan kata ganti orang pertama tunggal dengan total kata ganti orang pertama—ukuran non-intrusif yang berkorelasi dengan skor *Narcissistic Personality Inventory* (NPI) dikembangkan oleh Raskin dan Terry (1988) dan Raskin dan Shaw (1988). Dengan menggunakan sampel perusahaan yang mencakup semua sekuritas yang terdaftar di NYSE selain perusahaan di industri jasa keuangan dan asuransi tahun 2007-

2013, menemukan bahwa terdapat hubungan positif antara narsisme CEO dan manajemen laba. Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa perusahaan dengan CEO narsis terlibat dalam manajemen akrual untuk mengelola laba secara positif. Temuan penelitian ini memberikan dukungan empiris pertama untuk (Amernic & Craig, 2010) yang mengusulkan bahwa CEO narsis menggunakan pilihan akuntansi untuk memanjakan ego mereka dan meningkatkan harga diri mereka. Hasil penelitian ini menemukan bahwa CEO yang lebih narsis mendistorsi informasi keuangan yang tersedia bagi investor dengan mengelola pendapatan secara positif, yang konsisten dengan pandangan bahwa narsisme terletak di jantung kepemimpinan dan bahwa CEO di tugas kepemimpinan mereka bertindak atas kebijaksanaan yang diberikan kepada mereka dalam penerapan kebijakan akuntansi untuk mencapai tujuan mereka. Selain itu, analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa hubungan positif antara narsisme CEO dan manajemen laba tidak bergantung pada verbositas CEO atau dualitas CEO/Chair. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa asimetri informasi yang disebabkan oleh manajemen laba dapat diidentifikasi pada tahap awal berdasarkan kepribadian CEO.

Penelitian yang dilakukan oleh (Rispanyo, 2019) yang menguji hubungan antarahubungan narsisme CEO dengan kualitas laba dengan melakukan observasi terhadap 341 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dari tahun 2015-2017, menemukan bahwa narsisme CEO berhubungan positif signifikan dengan manajemen laba. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat narsisme CEO mengarahkan pada semakin tingginya manajemen laba yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Dengan kata lain, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa narsisme CEO dapat menurunkan kualitas laba perusahaan. Penelitian ini sekaligus memberikan bukti bahwa narsisme CEO dapat mengarahkan CEO tersebut ke dalam perilaku non etis, salah satunya dengan melakukan manajemen laba.

(F. Lin et al., 2020) menguji apakah *Chief Executive Officer* (CEO) dengan kecenderungan narsistik lebih cenderung melakukan perilaku manajemen laba karena tekanan untuk memenuhi ambang batas laba. Data bersumber dari database Jurnal Ekonomi Taiwan dari tahun 2015 hingga 2017 dan penelitian menggabungkan CEO yang muncul dalam foto dalam laporan tanggung jawab sosial (CSR) tahunan dan perusahaan. Peneliti mengemukakan bahwa CEO yang fotonya muncul dalam laporan CSR mungkin lebih cenderung menganggap diri mereka penting, memiliki rasa memiliki, menunjukkan sikap superior, dan menuntut lebih banyak perhatian dan status yang lebih tinggi. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa CEO yang menunjukkan narsisme tinggi lebih cenderung terlibat dalam manajemen laba untuk mengkompensasi kinerjanya. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa narsisme CEO secara langsung memengaruhi keputusan keuangan. Mempertimbangkan ambang pendapatan, perusahaan dengan CEO yang lebih narsis mengalami efek regulasi pada perilaku manajemen laba riil. Studi telah menunjukkan bahwa CEO memanipulasi pendapatan untuk memenuhi tiga ambang pendapatan utama: laba yang dilaporkan tahun sebelumnya, laba nol, dan perkiraan analisis. Hasil empiris penelitian ini memberikan bukti lebih lanjut bahwa CEO terlibat dalam manajemen laba untuk memenuhi ambang batas pendapatan positif dan perkiraan analisis. Penelitian ini menyimpulkan bahwa CEO menggunakan metode biaya produksi abnormal sebagai mekanisme yang mendasari untuk meningkatkan laba yang dilaporkan.

(Buchholz et al., 2020) menganalisis pengaruh kepribadian pada keputusan yang melibatkan kualitas laba dengan mengeksplorasi apakah CEO mengelola laba bergantung pada narsisme mereka. Menggunakan sampel 671 perusahaan S&P 500 dengan 1126 CEO selama periode 1992 hingga 2012, hasil penelitian ini menemukan bahwa CEO yang sangat narsis terlibat dalam manajemen laba berbasis akrual (ABEM).

CEO yang sangat narsis tidak hanya berusaha untuk mempengaruhi persepsi pemangku kepentingan terhadap kinerja saat ini. Penelitian menyimpulkan bahwa CEO mampu mempengaruhi persepsi pendapatan saat ini dan masa depan. Pilihan akuntansi CEO yang sangat narsis didorong oleh perilaku melayani diri sendiri daripada niat untuk memberikan informasi tambahan ke pasar. Ketika teknik manajemen laba digunakan untuk memperoleh keuntungan pribadi pada penyajian laba perusahaan, literatur menyimpulkan bahwa hal ini merupakan kasus kualitas laba rendah yang mencerminkan perilaku tidak etis. Temuan ini memberikan kontribusi pada bidang etika bisnis dengan menunjukkan bahwa narsisme CEO terkait dengan kualitas laba perusahaan yang rendah.

(Kontesa et al., 2021) meneliti peran narsisme dalam kepemimpinan perusahaan terhadap manajemen laba untuk sampel 514 perusahaan yang terdaftar di Bursa Malaysia antara tahun 2009 dan 2015. Dengan menggunakan metode unobtrusive dan robust panel regression menemukan bahwa CEO narsis memiliki hubungan positif dengan manajemen laba. Artinya CEO yang narsis memiliki kecenderungan untuk mengelola laba perusahaan dalam rangka memenuhi egonya, yang membawa perspektif baru pada teori keagenan. Bagi pemegang saham, jumlah foto CEO dalam laporan tahunan mungkin merupakan tanda peringatan dini dari manajemen laba yang berpusat pada diri sendiri.

Penelitian yang dilakukan (Rusydi, 2021) melihat tanda-tanda praktik manajemen CEO Narsis dan bagaimana kaitannya dengan kinerja perusahaan di 19 Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI dari tahun 2017 hingga 2019. Temuan, narsisme CEO, berdampak pada perilaku manajemen laba, tetapi juga berdampak pada kinerja perusahaan melalui praktik atau tindakan manajemen laba. CEO adalah penjaga data dan memiliki kekuatan untuk membuat keputusan, termasuk kebijakan. Akuntansi akan berupaya semaksimal mungkin untuk

menggambarkan kinerja yang baik melalui citra positif dan pencapaian laba seperti yang diharapkan investor sebagai indikator pengukuran kinerja; akibatnya, CEO dengan kepercayaan diri tinggi akan menggunakan kebijakan akuntansi untuk mempraktikkan manajemen laba dengan menambahkan angka laba sesuai kebutuhan dan keinginan investor atau menurunkan tingkat laba seperlunya untuk mencapai hasil yang diinginkan. Sehingga hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1: CEO Narsisme berpengaruh terhadap Manajemen Laba.

METODE PENELITIAN

1. Populasi, Teknik Pengambilan Sampel dan Sampel Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019. Konsisten dengan studi empiris oleh (Burgstahler et al., 2006) dan (Stubben, 2009), penelitian ini mengecualikan perusahaan di industri jasa keuangan dan asuransi, karena distorsi dalam hubungan antara pendapatan dan akrual yang disebabkan oleh kepatuhan terhadap peraturan. Data dapat diakses melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia di alamat website www.idx.co.id. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan non keuangan yang terdaftar dan telah melakukan pelaporan keuangannya di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019 yang berjumlah 572 perusahaan. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Perusahaan pada sektor non keuangan yang terdaftar di BEI periode 2019.
- 2) Perusahaan yang telah menerbitkan laporan tahunan untuk periode yang berakhir pada 31 Desember.
- 3) Perusahaan yang menghasilkan laba positif
- 4) Perusahaan yang telah menyajikan data yang berkaitan dengan variabel-variabel yang akan diteliti pada penelitian ini.

Pengambilan sampel penelitian dilakukan dengan *purposive sampling* diperoleh sebanyak 259 perusahaan non keuangan.

2. Definisi Opreasional Variabel

Manajemen Laba

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah manajemen laba. *Earnings management* sendiri merupakan sebagai suatu tindakan yang dipilih oleh manajemen suatu perusahaan untuk menentukan kebijakan terkait akuntansi keuangan dan untuk meraih tujuan perusahaan (Scott, 2015). Manajemen laba merupakan suatu kegiatan manipulasi informasi laba yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan sesuai dengan keinginan manajemen untuk memaksimalkan atau meminimalkan laba dalam laporan keuangan (Dewi & Damayanti, 2020). Manajemen laba digunakan untuk memuluskan fluktuasi pendapatan untuk memenuhi proyeksi pendapatan analisis saham (P. M. Dechow & Skinner, 2000). Operasi perusahaan memiliki fluktuasi pendapatan dan pengeluaran yang besar, namun stabilitas dan pertumbuhan perusahaan lebih disukai investor. Oleh karena itu, harga saham perusahaan selalu naik atau turun setelah pengumuman laba. Umumnya, manajemen laba diukur menggunakan akrual diskresioner (lihat (P. M. Dechow et al., 1995), (P. Dechow et al., 2010)). Oleh karena itu, peneliti menggunakan model akrual *Modified Jones* untuk mengukur manajemen laba (P. M. Dechow et al., 1995); (Hashmi et al., 2018). Akrual yang lebih tinggi dari model ini menunjukkan manajemen laba yang tinggi (Kontesa et al., 2021). Nilai akrual diambil dari model berikut:

$$TAit/Ait-1 = \beta_0 + \beta_1 (1/Ait-1) + \beta_2 (\Delta REVit - \Delta RECit / Ait-1) + \beta_3 (PPEit / Ait-1) + eit$$

Untuk alasan *robustness*, peneliti menggunakan proksi lain dari manajemen laba yaitu: *Performance-*

Matched Discretionary Accrual Model (Kontesa et al., 2021). Model ini dipopulerkan oleh (Kothari et al., 2005), di mana ia memperkenalkan kinerja sebagai salah satu faktor untuk nilai akrual. Peneliti mengikuti (Kothari et al., 2005), dan (Hashmi et al., 2018) dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$TAit/Ait-1 = \beta_0 + \beta_1 (1/Ait-1) + \beta_2 (\Delta REVit - \Delta RECit / Ait-1) + \beta_3 (PPEit / Ait-1) + \beta_4 ROAit + eit$$

Sebagaimana diketahui, ada banyak proksi lain untuk manajemen laba. Namun, tidak ada konsensus tentang ukuran manajemen laba terbaik. Penelitian ini memilih Jones yang dimodifikasi karena merupakan model dasar untuk setiap proksi manajemen laba. Peneliti mengabaikan perdebatan dan argumen tentang manajemen laba terbaik untuk perluasan penelitian lebih lanjut (Kontesa et al., 2021).

Akrual diskresioner positif menunjukkan manipulasi laba ke atas, sedangkan akrual diskresioner negatif menunjukkan manipulasi laba ke bawah. (Yu, 2008) melaporkan manipulasi negatif digunakan untuk mengelola ekspektasi. Pada tahun-tahun yang baik, manipulasi laba negatif digunakan untuk menyembunyikan laba untuk periode pelaporan masa depan. Di tahun-tahun yang buruk, perusahaan melakukan metode *take a bath* untuk membuat target pendapatan masa depan yang layak. Konsisten dengan (Amernic & Craig, 2010) hasil penelitian ini mengharapkan CEO yang lebih narsis untuk menunjukkan perilaku bias positif dan memanipulasi pendapatan ke atas.

Narsisme CEO

Variabel independen dalam penelitian ini adalah narsisme CEO. Narsisme adalah karakteristik yang terkait dengan ciri-ciri kepribadian seperti cinta diri yang berlebihan, rasa mementingkan diri sendiri yang penting,

rasa sukses yang tidak terbatas, kekuatan, rasa ingin tahu hingga kekaguman yang berlebihan (Emmons, 1981). Narsisme sebagai ciri kepribadian dapat diukur dengan menggunakan *Narcissistic Personality Inventory* (NPI) ((Reilly et al., 2014); (Petrenko et al., 2015); (Raskin & Terry, 1988)). Namun tidak mudah melakukan survei menggunakan NPI, apalagi survei terhadap CEO ((Capalbo et al., 2018); (Reilly et al., 2014); (Olsen & Stekelberg, 2016)). Eksekutif puncak perusahaan besar sangat enggan untuk berpartisipasi dalam survei pertanyaan penelitian tentang sifat-sifat seperti narsisme yang sangat sensitif sehingga menghasilkan tingkat respons yang sangat rendah (Cycyota & Harrison, 2006). Mengingat sulit dan sensitifnya pengukuran narsisme menggunakan NPI, peneliti menggunakan metode lain yang lebih efektif dan efisien dalam mengidentifikasi sifat, perilaku, dan karakteristik narsisme (pengamatan non-partisipan). (Chatterjee & Hambrick, 2007), (Olsen et al., 2013), (Reilly et al., 2014) mengembangkan dan memvalidasi ukuran narsisme menggunakan ukuran foto CEO. Foto-foto tersebut diukur dengan menggunakan ukuran dan keunggulan foto CEO dalam laporan tahunan perusahaan. Secara khusus, mengacu pada penelitian (Kontesa et al., 2021), peneliti menilai setiap foto CEO dalam skala dari satu (1) hingga lima (5) sebagai berikut:

- 1) Laporan tahunan tidak memuat foto CEO;
- 2) CEO difoto dengan eksekutif lain;
- 3) CEO difoto sendirian dan foto itu menempati kurang dari setengah halaman;
- 4) CEO difoto sendirian dan foto itu menempati setidaknya setengah halaman, dan foto itu berbagi halaman dengan teks;
- 5) CEO difoto sendirian dan foto itu menempati seluruh halaman.

Variabel Kontrol

Konsisten dengan literatur sebelumnya, Narsisme CEO bukan satu-satunya penentu untuk manajemen laba, oleh karenanya penelitian ini menambahkan beberapa karakteristik spesifik perusahaan dalam model regresi penelitian ini, sebagaimana variabel yang digunakan pada penelitian (Kontesa et al., 2021) yaitu meliputi ukuran perusahaan (SIZE), leverage perusahaan (LEVERAGE), pertumbuhan perusahaan (GROWTH), auditor Big-4 (BIG4), dewan komite audit perusahaan (AUDIT), profitabilitas perusahaan (PROFITABILITY), dan standarisasi arus kas (CFO). Variabel kontrol merupakan variabel bebas lain yang telah terbukti berhubungan/berpengaruh terhadap variabel terikat. Variabel kontrol diperlukan untuk memperjelas hubungan antara variabel independen dan dependen (Oosterle et al., 2016).

3. Teknik Analisis Data

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara narsisme CEO dan manajemen laba di perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2019. Hubungan antara narsisme CEO terhadap manajemen laba perusahaan diuji melalui metode analisis regresi berganda. Oleh karena itu, model estimasi lengkap dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$EM = \beta_0 + \beta_1 \text{Narsisme CEO} + \beta_2 \text{SIZE} + \beta_3 \text{LEVERAGE} + \beta_4 \text{GROWTH} + \beta_5 \text{BIG4} + \beta_6 \text{AUDIT} + \beta_7 \text{PROFITABILITY} + \beta_8 \text{CFO} + e$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Statistik Deskriptif

Tabel 1. Proses Pemilihan Sampel

No	Keterangan	Jumlah
1	Perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019	572

2	Perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan tahunan pada tahun 2019	(39)
3	Perusahaan yang menghasilkan laba negative selama periode 2019	(157)
4	Perusahaan yang tidak memiliki kelengkapan data sesuai dengan variabel yang dibutuhkan	(56)
4	Sampel yang memenuhi kriteria	320
5	Outlier data	(61)
Jumlah data penelitian		259

Sumber: Data Diolah, 2021

Untuk mendapatkan model yang lolos uji asumsi klasik, peneliti melakukan outlier data sebanyak 61 data yang menyebabkan pengamatan berkurang menjadi 259 pengamatan. Data outlier adalah data yang memiliki perbedaan yang ekstrim atau jauh berbeda dibandingkan observasi lainnya (Ghozali, 2018). Menurut Ghozali (2018) penyebab penelitian adanya suatu data outlier dikarenakan empat hal, yang pertama terdapat data yang salah dalam pengentrian, kedua kesalahan pada program komputer yang missing value, ketiga data yang menjadi

outlier adalah data yang tidak seharusnya digunakan sebagai sampel dan terakhir data tersebut sebagai sampel tetapi memiliki nilai ekstrim dan tidak berdistribusi normal.

Statistik deskriptif adalah menganalisis data untuk menggambarkan data yang telah dikumpulkan sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Ernawan & Daniel, 2020). Statistik deskriptif memberikan gambaran atau gambaran data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), median, dan maksimum, minimum. Tabel 2 menyajikan ringkasan informasi deskriptif untuk sampel penelitian yaitu, Manajemen Laba, Narsisme CEO, Ukuran Perusahaan, Leverage Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Reputasi KAP, Ukuran Dewan Komite Audit, profitabilitas perusahaan, dan arus kas operasi perusahaan dari 259 perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2019. Tabel 2 menunjukkan nilai mean, standar deviasi, nilai minimum, dan nilai maksimum. Tabel 3 menunjukkan proporsi nilai variabel Narsisme CEO.

Tabel 2. Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Manajemen Laba	259	-,21025	,35923	,0201329	,09570851
Narsisme CEO	259	1	5	3,92	1,020
SIZE	259	24,45	33,49	28,7047	1,78814
Leverage	259	,00029	1,14408	,4375910	,21222795
Growth	259	-10,44321	15,02947	,0294269	1,80003742
BIG4	259	0	1	,32	,469
AUDIT	259	2	6	3,11	,408
PROFITABILITY	259	,00010	,41632	,0584951	,05788690
Valid N (listwise)	259				

Sumber: Data Diolah, 2021

Manajemen laba digunakan dalam penelitian untuk mengukur besarnya praktik penyimpangan manajemen laba yang dilakukan oleh eksekutif di dalam perusahaan. Tabel 2 diatas menunjukkan bahwa dapat dilihat bahwa nilai maksimum dari variabel manajemen laba adalah 0.35923 nilai minimum sebesar -0.21025, dan nilai

mean untuk variabel manajemen laba adalah 0.0201329 untuk model akrual yang sesuai dengan kinerja. Hasil ini menunjukkan bahwa sampel penelitian didominasi oleh perusahaan yang menggunakan manajemen laba yang meningkatkan laba. Sedangkan untuk variabel narsisme CEO memiliki nilai mean sebesar 3.92. Hal ini menunjukkan bahwa

rata-rata CEO memiliki tingkat narsis yang menggunakan fotonya seorang diri dalam cukup tinggi menandakan banyak CEO yang laporan tahunan perusahaan.

Tabel 3. Proporsi Narsisme CEO

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	1,9	1,9
	2	21	8,1	10,0
	3	52	20,1	30,1
	4	92	35,5	65,6
	5	89	34,4	100,0
Total	259	100,0	100,0	

Sumber: Data Diolah, 2021

Variabel narsisme memiliki rentang dari 1 sampai 5. Skor narsisme terbanyak untuk masing-masing CEO adalah pada nilai 4 dan 5, hal ini menunjukkan bahwa ada banyak CEO dengan narsisme tinggi di Indonesia. Hal ini berbeda dengan karakter CEO di Malaysia berdasarkan hasil penelitian (Kontesa et al., 2021) yang menunjukkan bahwa variabel narsisme memiliki rentang dari 1 sampai 5. Skor narsisme masing-masing 1 dan 3, menunjukkan bahwa ada perbedaan dalam hal narsisme di antara CEO di Malaysia. Ada banyak CEO dengan narsisme rendah, namun ada juga banyak CEO dengan narsisme tinggi.

2. Uji Asumsi Klasik

Hasil penelitian ini telah memenuhi semua unsur asumsi klasik yakni asumsi normalitas, asumsi multikolinieritas, dan asumsi heteroskedastisitas. Untuk memenuhi asumsi normalitas, penelitian ini menghapus nilai outlier. Untuk mengetahui apakah data normal atau tidak dapat menggunakan Uji *Kolmogorov-Smirnov* (Ghozali, 2018). Data residual digunakan sebagai nilai dalam pengujian *kolmogorov-smirnov*. Dengan program IBM SPSS versi 25 dalam pengujiannya memiliki tiga persamaan, menurut (Mehta & Patel, 2013) dapat menggunakan *extract P-values*, *monte carlo P-values*, dan *asymptotic P-values*. Dari kebanyakan penelitian memakai persamaan *asymptotic* dalam menguji normalnya suatu data, tetapi persamaan tersebut memiliki

beberapa kelemahan yang membuat hasil data menjadi tidak normal (Mehta & Patel, 2013). Maka dari itu selain menggunakan persamaan *asymptotic* salah satunya dapat menggunakan *monte carlo*. Kriteria dalam Uji *Kolmogorov-Smirnov* untuk menentukan hasil salah satunya dapat melihat nilai signifikan atas *Monte Carlo (2-tailed)*. Apabila nilai *Monte Carlo Sig(2-tailed)* yang dihasilkan lebih besar dari 0,05 maka residual berdistribusi normal ($\text{sig} > 0,05$) dan sebaliknya jika nilai *Monte Carlo Sig(2-tailed)* yang dihasilkan kurang dari 0,05 dapat dikatakan residual tidak berdistribusi normal ($\text{sig} < 0,05$). Hasil pengujian dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4. Uji Normalitas Data

		Unstandardized Residual	
N		259	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	,08933285	
Most Extreme Differences	Absolute	,070	
	Positive	,070	
	Negative	-,042	
Test Statistic		,070	
Asymp. Sig. (2-tailed)		,003 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,143 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,134
		Upper Bound	,152

Sumber: Data Diolah, 2021

Berdasarkan Tabel diatas, hasil dari uji normalitas untuk *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* 259 sampel dapat diketahui bahwa *nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed)*

sebesar 0.143 yang mana nilainya lebih dari 0.05 atau 5%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,072	,065		1,118	,265
Narsisme CEO	,007	,004	,117	1,833	,068
SIZE	-,003	,002	-,094	-1,278	,202
Leverage	,005	,018	,020	,300	,764
Growth	,003	,002	,098	1,547	,123
BIG4	-,007	,009	-,054	-,768	,443
AUDIT	,017	,009	,118	1,827	,069
PROFITABILITY	,089	,066	,089	1,354	,177

a. Dependent Variable: ABSRES

Sumber: Data Diolah, 2021

Dari tabel 5 diatas dapat dilihat bahwa seluruh variabel memiliki nilai signifikansi

lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, seluruh variabel tidak mengalami heteroskedastisitas.

Tabel 6. Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Tolerance	VIF
1 (Constant)	-,088	,102		
Narsisme CEO	,008	,006	,927	1,079
SIZE	,003	,004	,693	1,443
Leverage	-,059	,029	,852	1,174
Growth	,005	,003	,947	1,056
BIG4	-,059	,014	,755	1,325
AUDIT	,018	,014	,912	1,096
PROFITABILITY	-,275	,104	,878	1,140

Sumber: Data Diolah, 2021

Uji multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai VIF masing-masing variabel bebas < 10 dan nilai toleransi > 0,05. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai VIF masing-masing variabel bebas <10 dan nilai toleransi > 0,01; sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinieritas dalam model regresi.

3. Uji Ketepatan Model

Nilai F yang diperoleh pada model dengan nilai sig. 0.000. Nilai sig. yang kurang dari 0.05 menunjukkan bahwa model regresi merupakan model yang baik dan dapat menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen (praktik manajemen laba).

Tabel 6. Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,304	7	,043	5,301	,000 ^b
	Residual	2,059	251	,008		
	Total	2,363	258			

Sumber: Data Diolah, 2021

Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,359 ^a	,129	,104	,09056996

Sumber: Data Diolah, 2021

Koefisien determinasi merupakan ukuran yang dapat dipergunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda, diperoleh nilai Adjusted R² sebesar 0.104. Hal ini berarti bahwa 10.4% variasi dari perusahaan yang terindikasi melakukan praktik manajemen laba dapat dijelaskan oleh variasi variabel Narsisme CEO. Sedangkan sisanya 89.6% dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

4. Uji Hipotesis

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah CEO narsis lebih cenderung menggunakan EM untuk mencapai target kinerja perusahaan. Karena variabel Narsisme CEO memiliki tingkat signifikan > 0.05 atau sebesar 0.178 maka dapat disimpulkan bahwa Narsisme CEO tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba, dan hipotesis penelitian tidak terdukung. Penjelasan yang mungkin atas tidak terdukungnya hipotesis

penelitian yakni konsentrasi kekuasaan di tangan CEO (narsisme CEO) pada penelitian ini, tidak lantas memungkinkan CEO untuk mempraktikkan manajemen laba, baik dalam bentuk peningkatan pendapatan maupun penurunan pendapatan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat narsisme CEO tidak mengarahkan pada semakin tingginya praktik manajemen laba pada perusahaan yang bersangkutan. Dengan kata lain, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa narsisme CEO tidak menurunkan kualitas laba perusahaan. Penelitian ini sekaligus memberikan bukti bahwa narsisme CEO tidak mengarahkan CEO ke dalam perilaku non etis dimana salah satunya dengan melakukan manajemen laba. CEO yang narsis ternyata tidak memiliki kecenderungan untuk mengelola laba perusahaan dalam rangka memenuhi egonya, sehingga hasil penelitian ini belum membawa perspektif baru pada teori keagenan sebagaimana hasil penelitian (Kontesa et al., 2021).

Tabel 7. Uji Hipotesis

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-,088	,102			-,865	,388
	Narsisme CEO	,008	,006	,083		1,352	,178
	SIZE	,003	,004	,055		,770	,442
	Leverage	-,059	,029	-,132		-2,061	,040
	Growth	,005	,003	,090		1,492	,137
	BIG4	-,059	,014	-,290		-4,280	,000
	AUDIT	,018	,014	,076		1,231	,220
	PROFITABILITY	-,275	,104	-,166		-2,647	,009

Sumber: Data Diolah, 2021

Selain itu, studi di bidang akuntansi telah mendokumentasikan bahwa CEO narsis lebih memilih manajemen laba riil daripada manajemen laba berbasis akrual (Olsen et al., 2013). Penelitian ini, manajemen laba diukur dengan menggunakan manajemen laba berbasis akrual, sehingga hasil penelitian belum mendukung hipotesis yang diajukan pada penelitian ini. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian (Kontesa et al., 2021) yang menyatakan bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara narsisme CEO dan manajemen laba yang konsisten dengan hasil penelitian (Rijsenbilt & Commandeur, 2013). Hasil penelitian tersebut mampu memberikan implikasi pada teori eselon atas. Temuan penelitian tersebut menduga bahwa narsisme dalam psikologi CEO yang mempertahankan kebanggaan dan ego, dan sifat yang sama memaksa CEO mengelola pendapatan perusahaan. Hasil penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa CEO menempatkan reputasi pribadi mereka di atas kekayaan perusahaan dengan menjalankan manajemen laba; konfirmasi teori agensi.

KESIMPULAN

Hasil pengujian ini tidak mendukung H1 bahwa Narsisme CEO berpengaruh terhadap praktik manajemen laba perusahaan. Hal ini berarti bahwa narsisme CEO perusahaan di Indonesia tidak menurunkan kualitas laba perusahaan. Narsisme CEO di Indonesia tidak mengarahkan CEO ke dalam perilaku

non etis yaitu dalam praktik manajemen laba. Peneliti menyadari adanya beberapa keterbatasan dalam penelitian ini diantaranya yaitu, penelitian ini hanya menggunakan pengukuran manajemen laba akrual. Dengan demikian, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan pendekatan pengukuran manajemen laba yang lainnya sehingga akan mendapatkan hasil temuan yang lebih komprehensif. Penelitian selanjutnya sebaiknya dapat menguji dan membandingkan pengujian ini pada industri keuangan. Perilaku narsisme CEO di industri keuangan barangkali berbeda dikarenakan regulasi dan pengawasan yang lebih ketat. Inovasi akuntansi dan keuangan di industri keuangan juga barangkali relatif lebih kompleks sehingga dapat memicu CEO untuk melakukan praktik manajemen laba. Penelitian ini menggunakan pengukuran narsisme yang tidak langsung. Proksi yang digunakan pada penelitian ini telah banyak digunakan dan divalidasi dalam penelitian lain, namun pengukuran instrumen kepribadian yang cukup terkenal seperti *Narcissistic Personality Inventory* ((Reilly et al., 2014); (Petrenko et al., 2015); (Raskin & Terry, 1988)), barangkali dapat memberikan pengukuran narsisme yang lebih langsung, sehingga akan berpengaruh terhadap hasil temuan penelitian. Penelitian selanjutnya dapat melakukan pengujian lebih lanjut terkait karakteristik manajemen puncak terhadap berbagai keputusan strategis perusahaan atau kinerja perusahaan.

REFERENSI

- Alquhaif, A. S., Latif, R. A., & Chandren, S. (2017). Women in Board of Directors and Real Earnings Management: Accretive Share Buyback in Malaysia. *Asian Journal of Finance & Accounting*, 9(2), 48. <https://doi.org/10.5296/ajfa.v9i2.11752>
- Amernic, J. H., & Craig, R. J. (2010). Accounting as a Facilitator of Extreme Narcissism. *Journal of Business Ethics*, 96(1), 79–93. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0450-0>
- Back, M. D., Küfner, A. C. P., Dufner, M., Gerlach, T. M., Rauthmann, J. F., & Denissen, J. J. A. (2013). Narcissistic admiration and rivalry: Disentangling the bright and dark sides of narcissism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 105(6), 1013–1037. <https://doi.org/10.1037/a0034431>

- Bromiley, P., & Rau, D. (2016). Social, Behavioral, and Cognitive Influences on Upper Echelons During Strategy Process: A Literature Review. *Journal of Management*, 42(1), 174–202. <https://doi.org/10.1177/0149206315617240>
- Buchholz, F., Lopatta, K., & Maas, K. (2020). The Deliberate Engagement of Narcissistic CEOs in Earnings Management. *Journal of Business Ethics*, 167(4), 663–686. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04176-x>
- Burgstahler, D. C., Hail, L., & Leuz, C. (2006). The importance of reporting incentives: Earnings management in European private and public firms. *Accounting Review*, 81(5), 983–1016. <https://doi.org/10.2308/accr.2006.81.5.983>
- Campbell, W. K., Goodie, A. S., & Foster, J. D. (2004). Narcissism, Confidence, and Risk Attitude. *Journal of Behavioral Decision Making*, 17, 297–311. <https://doi.org/10.1002/bdm.475>
- Capalbo, F., Frino, A., Lim, M. Y., Mollica, V., & Palumbo, R. (2018). The Impact of CEO Narcissism on Earnings Management. *Abacus*, 54(2), 210–226. <https://doi.org/10.1111/abac.12116>
- Carpenter, M. A., Geletkancz, M. A., & Sanders, W. G. (2004). Upper echelons research revisited: Antecedents, elements, and consequences of top management team composition. *Journal of Management*, 30(6), 749–778. <https://doi.org/10.1016/j.jm.2004.06.001>
- Chatterjee, A., & Hambrick, D. C. (2007). It's all about me: Narcissistic chief executive officers and their effects on company strategy and performance. *Administrative Science Quarterly*, 52(3), 351–386. <https://doi.org/10.2189/asqu.52.3.351>
- Chen, S. (2010). The Role of Ethical Leadership Versus Institutional Constraints: A Simulation Study of Financial Misreporting by CEOs. *Journal of Business Ethics*, 93(SUPPL. 1), 33–52. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0625-8>
- Combs, J. G., Ketchen, D. J., Perryman, A. A., & Donahue, M. S. (2007). The moderating effect of CEO power on the board composition-firm performance relationship. *Journal of Management Studies*, 44(8), 1299–1323. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2007.00708.x>
- Cycyota, C. S., & Harrison, D. A. (2006). What (Not) to expect when surveying executives: A meta-analysis of top manager response rates and techniques over time. *Organizational Research Methods*, 9(2), 133–160. <https://doi.org/10.1177/1094428105280770>
- Dawar, V. (2014). Earnings persistence and stock prices: empirical evidence from an emerging market. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 12(2), 117–134. <https://doi.org/10.1108/jfra-06-2013-0044>
- 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., & Skinner, D. J. (2000). Earnings Management: Reconciling the Views of Accounting Academics, Practitioners, and Regulators. *Accounting Horizons*, 14(2), 235–250. <https://doi.org/10.2139/ssrn.218959>
- Dechow, P. M., Sloan, R. G., Sweeney, A. P., Sloan, R. G., & Sweeney, A. P. (1995). Detecting Earnings Management. *The Accounting Review*, 70(2), 193–225. <https://doi.org/10.1002/9781119204763.ch4>

- Dewi, W. R., & Damayanti, T. W. (2020). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 11(2), 316–329. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JAP/article/view/30763>
- Duchon, D., & Drake, B. (2009). Organizational narcissism and virtuous behavior. *Journal of Business Ethics*, 85(3), 301–308. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9771-7>
- Dutzi, A., & Rausch, B. (2016). Earnings Management before Bankruptcy: A Review of the Literature. *Journal of Accounting and Auditing: Research & Practice*, 2016, 1–21. <https://doi.org/10.5171/2016.245891>
- Emmons, R. A. (1981). Relationship between Narcissism and Sensation Seeking. *Psychological Reports*, 48(1), 247–250. <https://doi.org/10.2466/pr0.1981.48.1.247>
- Eny, N. (2019). Meta-Analysis: Satu Dekade Penelitian Manajemen Laba di Indonesia. *Akuntabilitas*, 12(1), 19–36. <https://doi.org/10.15408/akt.v12i1.10617>
- 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>
- 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>
- Galvin, B. M., Waldman, D. A., & Balthazard, P. (2010). Visionary Communication Qualities As Mediators Of The Relationship Between Narcissism And Attributions Of Leader Charisma. *Personnel Psychology*, 63, 509–537.
- Gerstner, W. C., König, A., Enders, A., & Hambrick, D. C. (2013). CEO Narcissism, Audience Engagement, and Organizational Adoption of Technological Discontinuities. *Administrative Science Quarterly*, 58(2), 257–291. <https://doi.org/10.1177/0001839213488773>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Spss 25 (9th Ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Goncalo, J. A., Flynn, F. J., & Kim, S. H. (2010). Are two narcissists better than one? the link between narcissism, perceived creativity, and creative performance. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 36(11), 1484–1495. <https://doi.org/10.1177/0146167210385109>
- Grijalva, E., & Harms, P. D. (2014). Narcissism: An integrative synthesis and dominance complementarity model. *Academy of Management Perspectives*, 28(2), 108–127. <https://doi.org/10.5465/amp.2012.0048>
- Hambrick, D. C., & Mason, P. A. (1984). The Organization as a Reflection of Its Top Managers. *The Academy of Management Review*, v. 9, n.2(2), 193–206. <https://doi.org/10.2307/258434>
- Hashmi, M. A., Brahmana, R. K., & Lau, E. (2018). Political connections, family firms and earnings quality. *Management Research Review*, 41(4), 414–432. <https://doi.org/10.1108/MRR-05-2017-0136>
- Heaton, J. B. (2005). Managerial optimism and corporate finance. *Advances in Behavioral Finance*, 2, 667–684. <https://doi.org/10.2307/3666221>
- James, B., Buyl, T., & Wade, J. B. (2019). CEO Narcissism , Risk-Taking , and Resilience : An

- Empirical Analysis in U . S . Commercial Banks. *Journal of Management*, XX(X), 1 –29. <https://doi.org/10.1177/0149206317699521>
- Koh, K. (2011). Value or Glamour? An empirical investigation of the effect of celebrity CEOs on financial reporting practices and firm performance. *Accounting and Finance*, 51(2), 517–547. <https://doi.org/10.1111/j.1467-629X.2010.00357.x>
- Kontesa, M., Brahmana, R., & Tong, A. H. H. (2021). Narcissistic CEOs and their earnings management. *Journal of Management and Governance*, 25(1), 223–249. <https://doi.org/10.1007/s10997-020-09506-0>
- Kothari, S. P., Leone, A. J., & Wasley, C. E. (2005). Performance matched discretionary accrual measures. *Journal of Accounting and Economics*, 39, 163–197. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2004.11.002>
- Lin, F., Lin, S. W., & Fang, W. C. (2020). How CEO narcissism affects earnings management behaviors. *North American Journal of Economics and Finance*, 51, 101080. <https://doi.org/10.1016/j.najef.2019.101080>
- Lin, Y. C., Wang, Y. C., Chiou, J. R., & Huang, H. W. (2014). CEO characteristics and internal control quality. *Corporate Governance: An International Review*, 22(1), 24–42. <https://doi.org/10.1111/corg.12042>
- Mande, V., & Son, M. (2012). CEO Centrality and Meeting or Beating Analysts' Earnings Forecasts. *Journal of Business Finance and Accounting*, 39(1–2), 82–112. <https://doi.org/10.1111/j.1468-5957.2011.02262.x>
- Mehta, C. R., & Patel, N. R. (2013). IBM SPSS Exact Tests. In 2013. <http://www.spss.co.jp/medical/tutorial/04.html> ???
- Merkl, D. M., & Brennan, D. N. M. (2017). A Theoretical Framework of External Accounting Communication: Research Perspectives, Traditions, and Theories. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 30(2). <https://doi.org/10.1108/qram.2012.31409caa.006>
- Nugroho, B. Y., & Eko, U. (2011). Board Characteristics and Earning Management. *Journal of Administrative Science & Organization*, 18(1), 1–10.
- Nurmayanti, P. (2020). Karakteristik Chief Executive Officer (CEO) dan Kualitas Akruar: Bukti Empiris dari Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Governance Andalas*, 3(1), 1–29. <http://jaga.fekon.unand.ac.id/index.php/jaga/article/view/42>
- Obigbemi, I. F., Omolehinwa, E. O., Mukoro, D. O., Ben-Caleb, E., & Olusanmi, O. A. (2016). Earnings Management and Board Structure: Evidence From Nigeria. *SAGE Open*, 6(3). <https://doi.org/10.1177/2158244016667992>
- O'Boyle, E. H., Forsyth, D. R., Banks, G. C., & McDaniel, M. A. (2012). A meta-analysis of the Dark Triad and work behavior: A social exchange perspective. *Journal of Applied Psychology*, 97(3), 557–579. <https://doi.org/10.1037/a0025679>
- Oesterle, M. J., Elosge, C., & Elosge, L. (2016). Me, myself and I: The role of CEO narcissism in internationalization decisions. *International Business Review*, 25(5), 1114–1123. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2016.02.001>
- Olsen, K. J., Dworkis, K. K., & Mark Young, S. (2013). CEO narcissism and accounting: A picture of profits. *Journal of Management Accounting Research*, 26(2), 243–267. <https://doi.org/10.2308/jmar-50638>

- Olsen, K. J., & Stekelberg, J. (2016). CEO narcissism and corporate tax sheltering. *Journal of the American Taxation Association*, 38(1), 1–22. <https://doi.org/10.2308/atax-51251>
- Petrenko, O. v, Aime, F., Ridge, J., & Hill, A. (2015). Corporate Social Responsibility Or Ceo Narcissism? CSR Motivations And Organizational Performance. *Strategic Management Journal*. <https://doi.org/10.1002/smj>
- Plöckinger, M., Aschauer, E., Hiebl, M. R. W., & Rohatschek, R. (2016). The influence of individual executives on corporate financial reporting: A review and outlook from the perspective of upper echelons theory. *Journal of Accounting Literature*, 37(December), 55–75. <https://doi.org/10.1016/j.acclit.2016.09.002>
- Puji Asih. (2014). Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Praktik Manajmen Laba.... *Tekun*, V(02), 191–201.
- Raskin, R., & Terry, H. (1988). A Principal-Components Analysis of the Narcissistic Personality Inventory and Further Evidence of Its Construct Validity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(5), 890–902. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.54.5.890>
- Reilly, C. A. O., Doerr, B., Caldwell, D. F., & Chatman, J. A. (2014). Narcissistic CEOs and executive compensation. *The Leadership Quarterly*, 25(2), 218–231. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2013.08.002>
- Rickling, M. F., & Sharma, D. S. (2017). Audit committee cash compensation and propensity of firms to beat earnings by a large margin: Conditional effects of CEO power and agency risks. *International Journal of Auditing*, 21(3), 304–323. <https://doi.org/10.1111/ijau.12098>
- Rijsenbilt, A., & Commandeur, H. (2013). Narcissus Enters the Courtroom: CEO Narcissism and Fraud. *Journal of Business Ethics*, 117(2), 413–429. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1528-7>
- Rispantyo. (2019). NARSISME CEO DAN KUALITAS LABA. *Research Fair Unisri 2019*, 3(1), 347–354.
- Roberts, R., Woodman, T., & Sedikides, C. (2018). Pass me the ball: narcissism in performance settings. *International Review of Sport and Exercise Psychology*, 11(1), 190–213. <https://doi.org/10.1080/1750984X.2017.1290815>
- Rosenthal, S. A., & Pittinsky, T. L. (2006). Narcissistic leadership. *Leadership Quarterly*, 17(6), 617–633. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2006.10.005>
- Rusydi, M. (2021). The Impact of CEO Narcissism Behavior on Firm Performance through Earnings Management. *ATESTASI: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 4(1), 53–60.
- Scott, R. William. 2015. *Financial Accounting Theory*. Seventh Edition. Pearson Prentice Hall: Toronto.
- Stubben, S. (2009). Discretionary Revenues as a Measure of Earnings Management. *SSRN Electronic Journal*, July. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1135811>
- Taleatu, T. A., Adetula, D. T., & Iyoha, F. O. (2020). Moderating effect of governance quality on the relationship between CFOs' narcissism and corporate earnings management in Nigeria. *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 23(Special Issue), 477–490.

- Yu, F. (Frank). (2008). Analyst coverage and earnings management. *Journal of Financial Economics*, 88(2), 245–271. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2007.05.008>
- Zhang, X., Bartol, K. M., Smith, K. G., Pfarrer, M. D., & Khanin, D. M. (2008). Ceos on the edge: Earnings manipulation and stock-based incentive misalignment. *Academy of Management Journal*, 51(2), 241–258. <https://doi.org/10.5465/AMJ.2008.31767230>
- Zhu, Y. Q., & Chen, H. G. (2015). Social media and human need satisfaction: Implications for social media marketing. *Business Horizons*, 58(3), 335–345. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2015.01.006>
- Zolotoy, L., O’Sullivan, D., Martin, G. P., & Veeraraghavan, M. (2019). The Role of Affect in Shaping the Behavioral Consequences of CEO Option Incentives. *Journal of Management*, 45(7), 2920–2951. <https://doi.org/10.1177/0149206318771179>
- Zorn, M. L., Shropshire, C., Martin, J. A., Combs, J. G., & Ketchen, D. J. (2019). Home Alone: The Effect Of Lone-Insider Boards On CEO Pay, Financial Misconduct, And Firm Performance. *Strategic Management Journal*, 13(13), 2623–2646. <https://doi.org/10.1002/smj.26>