



**PENGARUH PERILAKU CEO NARSISME DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP
KINERJA KEUANGAN PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR OTOMOTIF
2019 – 2021**

Berkat Maduwu^a, Richard F. Simbolon^b

^a Universitas Advent Indonesia, 1932022@unai.edu,

^b Universitas Advent Indonesia, richardsymbolon@unai.edu,

ABSTRAK

The most important part that will be the handle of the Automotive company is to maximize its financial performance. The most important part to improve and achieve the goals of a company is to improve financial performance. The type of research data used is quantitative data using data that collects samples because it uses the approach explanatory reseach method to analyze and test the relationship to two variables, namely CEO behavior, Company Size being an independent variable and Company Performance being a dependent variable. The subject of this study data is to take a sample population of the automotive sub-sector & its components collected through the company's website and IDX from 2019 to 2021. Company performance is measured by ROE. The behavior of the CEO of Narcissism can be seen and assessed through the annual report of a company by posting photos. While the size of the company is calculated by natural logarithm multiplied by total sales (LnTotalSale). The conclusion was obtained that there is no influence of CEO Narcissism on company performance and Company Size on the Company Performance of the Automotive sub-sector and its components in 2019 – 2021.

Keywords: CEO Narcissism, Company Size, Company Performance, Ln(total sales), ROE.

ABSTRAK

Bagian terpenting yang akan menjadi pegangan perusahaan Otomotif adalah memaksimalkan kinerja keuangannya. Bagian terpenting untuk meningkatkan dan mencapai tujuan sebuah perusahaan adalah meningkatkan Kinerja keuangan. Tipe data penelitian yang dipakai adalah data quantitative menggunakan data yang mengumpulkan sampel karna memakai metode approach explanatory reseach untuk menganalisis dan uji hubungan ke dua variabel yaitu perilaku CEO, Ukuran Perusahaan menjadi variabel independent dan Kinerja Perusahaan menjadi variabel dependent. Subjek dari data penelitian ini yaitu mengambil populasi sampel sektor anekaa industry sub-sektor automotive & komponennya yang dikumpulkan melalui website perusahaan dan IDX dari Tahun 2019 hingga tahun 2021. Kinerja perusahaan diukur dengan ROE. Perilaku CEO Narsisme dapat dilihat dan dinilai melalui laporan tahunan suatu perusahaan dengan memasang foto. Sedangkan ukuran perusahaan dihitung dengan logaritma natural dikali dengan total penjualan (LnTotalSale). Kesimpulan yang diperoleh bahwa tidak ada pengaruh CEO Narsisme pada kinerja perusahaan dan Ukuran Perusahaan pada Kinerja Perusahaan sub sektor Otomotif dan komponennya tahun 2019 – 2021.

Kata Kunci: CEO Narsisme, Ukuran Perusahaan, Kinerja Perusahaan, Ln(total penjualan), ROE.

1. PENDAHULUAN

Salah – satunya perusahaan yang amat berpengaruh di zaman teknologi yang makin canggih saat ini adalah perusahaan mobil. Dimana jika perusahaan ini tidak mengikuti kemajuan teknologi maka perusahaan ini akan ketinggalan dalam persaingan dengan perusahaan mobil lainnya yang akan menyebabkan kinerja keuangan perusahaan akan menurun dan bahkan bangkrut.

Situs berita Liputan6 yang ditulis oleh Arif Aszhari menyatakan betapa Narsisme seorang CEO perusahaan Toyota yang mempertahankan egonya dan caranya memimpin perusahaan. Dikatakan bahwa CEO perusahaan Toyota ini yang bernama Akio Toyoda merupakan cucu dari pemilik pabrik perusahaan Pabrik

Received Februari 30, 2023; Revised Maret 2, 2023; Accepted Maret 22, 2023

tersebut, Akio dianggap enggan merangkul kemajuan teknologi sehingga membuat perusahaan Toyota ini ketinggalan dalam persaingan dan kerap mendapatkan kecemasan dari investor. Pesatnya perkembangan perusahaan – perusahaan di Indonesia dimasa sekarang ini terlebih perusahaan otomotif yang merupakan salah satu sektor perusahaan yang memberikan pendapatan bagi negara. Salah satu faktor penting yang harus di pegang oleh perusahaan Otomotif adalah memaksimalkan kinerja keuangannya.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Signalling

Signalling theory (Teori sinyal) pada awalnya dikemukakan pada tahun 1973 didalam (Putri, 2011) tulisan Spence memaparkan bahwa bagian yang mengirim atau yang memberi information menunjukkan sebuah kode atau sinyal yang menggambarkan keadaan perusahaan yang dapat digunakan oleh para investasi. Informasi itu berupa aktivitas kinerja manajemen untuk mewujudkan keinginan pemilik serta dapat menjadi parameter penting bagi pemangku kepentingan seperti para investasi dan pembisnis untuk berinvestasi. Miller & Whiting, (2005) dalam (Permana, 2018) menjelaskan bahwa teori sinyal mengakomodasi perusahaan yang akan berusaha menyampaikan sinyal; berupa pengungkapan laporan keuangan yang berisi informasi positive untuk dilihat oleh para investasi. Jika dikaitkan dengan kinerja perusahaan maka teori signall ialah jika suatu entitas atau perseroan mempunya peforman perusahaan yang baik dan itu akan memiliki nilai positive pada saham dan terum saham, setelah itu entitas dapat mengabarkan informasi atau sinyal penting yang berguna bagi pihak yang membutuhkan terlebih para investasi (Permana, 2018). Yang nantinya akan berguna bagi investor untuk memutuskan untuk diinvestasi. Jika dikaitkan dengan perilaku CEO narisme yang terlalu percaya diri akan mengambil suatu keputusan buat perusahaan dimasa yang akan datang maka investor mendapatkan sinyal terhadap perilaku CEO Narsisme yang dipublikasikan (Meiliya & Rahmawati, 2022). Yang nantinya akan berguna bagi investor untuk memutuskan berinvestasi. Sedangkan jika dikaitkan dengan ukuran perusahaan teori sinyalnya menurut Kettler dan Scholes (1970) dalam (Aru & ListyoriniWahyu Widati, 2022) mengatakan bahwa teori sinyal bilamana ukuran perusahaan semakin besar itu akan menarik perhatian para investasi untuk berinvestasi ke perusahaan karna dianggap menguntungkan. Jadi dapat dirangkum bahwa teori sinyal didalam penelitian ini tentang bagaimana perilaku CEO Narsisme, Ukuran Perusahaan dan Kinerja Perusahaan dalam memberikan informasi atau sinyal kepada investor untuk berinvestasi diperusahaan tersebut.

2.2 Kinerja Perusahaan

Kinerja keuangan merupakan tujuan dan alat suatu perusahaan untuk mengetahui perkembangan kedepan (Muttiarni et al., 2022). Menurut Onoyi et al.,2021, menerangkan bahwa kinerja perusahaan adalah suatu gambaran naik atau turunnya keuangan perusahaan dalam hal operasional didalam perusahaan. Karna itu bisa kita gambarkan bahwa company peforman memberi gambaran terkait pencapaian perusahaan atau manajemen dari setiap kegiatan keuangan. Lebih jelas pratiwi et al., 2020 mengatakan bahwa para investor maupun kreditur sangat membutuhkan kinerja perusahaan sebagai patokan mengetahui perusahaan. (Hutagaol & Hutabarat, 2021) juga menerangkan kinerja perusahaan yang baik itu dapat diamati melalui pertumbuhan profitabilitas seperti Retun on Equity (ROE).

(Aisyiah, N. Darminto. Husaini, A. 2013) menjelaskan dengan menggunakan metode ratio keuangan menjadi tolak ukur dalam menghitung peforman perusahaan. Aisyiah, N. Darminto. Husaini, A. (dalam Syamsuddin, 2009:37 menjelaskan bahwa financial ratio analysis is the calculation of ratios to assess financial conditions in the past, present and in the future. Analisis ratio keuangan umumnya dikelompokkan dalam 5 jenis kategori yakni: rasio liquidity, rasio activity, leverage ration, rasio profitability dan market rasio.

Dalam penelitian ini penulis memakai ratio profitability salah satunya ROE atau return on ekuitas. Return on ekuitas merupakan tolak ukur profitabilitas perseroan yang berkaitan dengan ekuitas perusahaan. Dalam penelitian (Shenurti et al., 2022) return on ekuitas adalah ratio profitability perseroan yakni mengukur sejauh mana perseroan tersebut dapat memberikan laba dengan memanfaatkan modal yang tersedia. ROE berdampak atas hasil yang diperoleh, yang artinya jika naik nilai yang diperoleh maka semakin baik perusahaan dalam peroleh net income dengan modal yang ada, terbukti dalam penelitian (Zuredah, 2010).

2.3 Perilaku CEO Narsisme

Masih ada yang dapat berdampak pada kinerja perusahaan seperti tindakan atau pekerjaan pemimpin perusahaan (Muttiarni et al., 2022). Yaitu perilaku seorang pemangku kepentingan paling utama atau sering disebut dengan CEO juga memiliki pengaruh pada kinerja perusahaan salah satu sikap CEO yang dapat berpengaruh pada kinerja perusahaan adalah sikap narsis. Mencintai diri sendiri dan mementingkan diri merupakan sikap narsis oleh Freud dalam (Sakinah et al., 2020). Sikap narsis berkaitan dengan mental dan psikologis seperti membanggakan diri, keberhasilan, kekuasaan, senang dipuji – puji merasa diri istimewa, dan melebihi – lebihkan diri Gogart et al., 2010 dalam (Muttiarni et al., 2022).

Pada dasarnya CEO Narsisme menjadi acuan atau nilai yang akan berdampak pada company atas sikapnya. Misalkan sikap CEO yang mengambil keputusan sendiri yang sangat beresiko ataupun berdampak hukum bagi perusahaan. Lebih lanjut Armenic and Craig (2010) dalam (Muttiarni et al., 2022) mengatakan bahwa CEO dapat dilihat memiliki sikap narsisme jika pribadi CEO tersebut mementingkan diri sendiri, beranggapan memiliki semuanya seperti kesuksesan, kekuasaan dan kecemerlangan, memiliki kepercayaan tinggi bahwa dia spesial, ingin dipuji – puji, ingin dibaik – baikin, terlalu mengekspos dirinya, tidak peduli dengan orang lain, iri dan sombong.

CEO didalam suatu perusahaan sangat mempunyai peran untuk memajukan kinerja perusahaan agar perusahaan tetap sehat dan dapat dipandang oleh investor. Oleh karna itu CEO tidak boleh memiliki sifat narsisme karna akan berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Chatterjee et al., 2007 dalam (Muttiarni et al., 2022) menerangkan bahwa perilaku CEO yang narsis akan berdampak pada dynamism dalam tujuan perusahaan. Pemimpin terdapat pengaruh pada peformen perusahaan (Olsen et al., 2014 didalam (Muttiarni et al., 2022). Dengan keterangan yang sudah dipaparkan diatas didapatkan hypothesis antara lain:

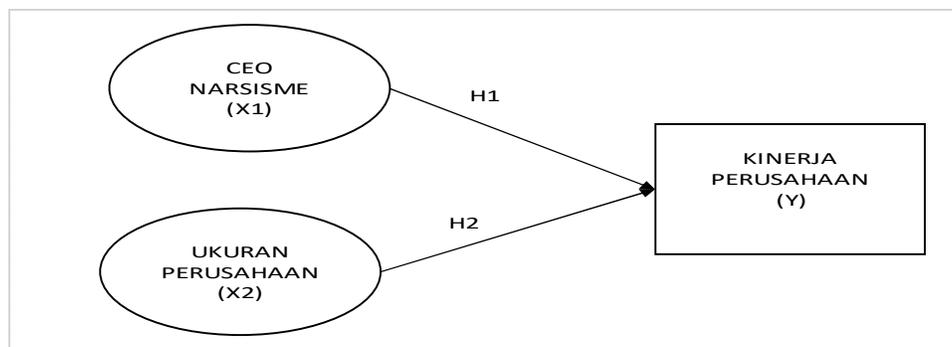
H1: Ada pengaruh CEO Narsisme (X1) terhadap Kinerja Perusahaan (Y)

2.4 Ukuran Perusahaan

Selain sikap CEO narsisme dapat mempengaruhi kinerja perusahaan ternyata ada juga yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan yakni ukuran perusahaan. Karna ukurann perusahaan akan menjadi tolak ukur para investor untuk meminimalkan resiko investasi dan juga ukuran perusahaan bisa menjadi strategi investor dalam berinvestasi. Pada tahun 2008 adanya krisis ekonomi yang berpengaruh pada kinerja perusahaan. Pada penelitian Putra dan Chabachib (2013) dalam (Carin et al., 2018) mengatakan jika ukuran perusahaan berpengaruh positive pada kinerja perusahaan. Dan menurut penelitian (Epi, 2017) menemukan tidak adanya effect firm size pada financial peforman. Beberapa penelaah sebelumnya menghitung ukuran perusahaan dengan total aktiva sehingga pada kali ini penulis menghitung besar kecilnya perusahaan dari penjualan. Menurut (Habsari & Akhmadi, 2018) mengatakan jika besar kecilnya ukuran perseroan dapat dilihat berdasarkan jumlah sales, rata-rata tingkat penjualan atau total aset. Diketahui peforman suatu perusahaan melihat dari total penjualan yang dicantumkan dilaporan annualy perusahaan tersebut. Karena menurut (Oktaviant, 2015) menggunakan total penjualan sebagai tolak ukur besarnya perusahaan. Dan didukung teori menurut Seftianne 2011 didalam (Oktaviant, 2015) penentuan sekala perusahaan dari besar maupun kecilnya total penjualan atau jumlah aktiva. Dengan keterangan yang sudah dipaparkan diatas maka diperoleh hypothesis antara lain:

H2: ada pengaruh ukuran perusahaan (X2) pada Kinerja Perusahaan (Y)

Maka bisa digambarkan hubungan variable independent dengan variable dependen dalam bentuk kerangka pemikiran berikut ini:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran 1

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif menggunakan pendekatan explanatory research ialah menguji dua hubungan variable independent dan dependen yaitu perilaku CEO atau pimpinan perusahaan dan ukuran suatu perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Subjek dari riset ini yaitu memakai populasi penarikan sampel perusahaan aneka industry Sub Sektor Otomotif & Komponennya yang terdaftar di BEI dari tahun 2019 - 2021. Sampel yang digunakan yakni menggunakan Teknik pengumpulan sampel dengan total sample 33 sample dari tahun 2019 – 2021. Adapun kriteria sample yang diambil yaitu a) perusahaan otomotif dan komponennya yang ada di IDX 2019 – 2021; b) perusahaan otomotif dan komponennya yang memublikasikan laporan keuangannya konsisten dari tahun 2019 – 2021; c) perusahaan otomotif dan komponennya yang mengadakan informasi lengkap yang dibutuhkan dalam mengukur variable penelitian.

Pada riset ini data sekunder digunakan oleh peneliti dan sudah dikumpulkan melalui IDX dan website perusahaan menjadi data yang dikelolah.

3.1. Perumusan Variabel

Untuk mengukur variable dependen menggunakan ROE. Menurut (Shenurti et al., 2022) untuk mengukur tingkat balik modal perusahaan atau efisiensi perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang akan bermanfaat bagi shareholder perusahaan. (Moshinsky, 1959) ROE, rasio ini mengukur kapabilitas perusahaan mendapatkan laba berdasarkan saham yang sudah ditanamkan. Berarti meningkatnya ROE maka perusahaan akan bagus dalam mendapatkan profit kebalikannya rendahnya ROE semakin rendah perusahaan memperoleh keuntungan.

ROE dirumuskan dengan net income dibagi dengan total ekuitas, yaitu :

Menurut Suwito dan Herawati (2005) dalam (Sumartono et al., 2020) menerangkan bahwa mengelompokkan besar atau kecilnya perusahaan itu ada beraneka macam antara lain ukuran besar, ukuran menengah dan ukuran kecil.

Jadi dalam riset tersebut menggunakan rumus dari artikel yang diterbitkan melalui website ekonomi.bunghatta.ac.id yang berjudul ukuran perusahaan (Firm Size) dan dari penelitian (Oktaviant, 2015) :

Sedangkan variable independent yaitu perilaku CEO Narsis, Chatterje et al., (2007) dalam (Muttiarni et al., 2022):

- a) Satu poin jika CEO tidak menampilkan fotonya dilaporan tahunan;
- b) Dua poin jika terdapat foto CEO beserta yang lain dilaporan tahunan;
- c) Tiga poin jika CEO menampilkan foto sendiri di laporan tahunan kurang dari setengah halaman;
- d) Empat poin jika CEO menampilkan foto sendiri di laporan tahunan lebih dari setengah halaman
- e) Lima poin jika CEO menampilkan foto sendiri dilaporan tahunan satu halaman.

Jadi didalam riset ini dilakukan untuk melihat ikatan antara kedua variabel penelitian yakni variabel independent dengan variabel dependent. Secara general menggunakan Persamaan berikut ini :

Ket :

Y = performa perusahaan
 a = Constanta
 X1 = Perilaku CEO
 X2 = Firm Size
 e = Standard Error

3.2. Uji T (Uji persial)

Uji persial (t) berguna sebagai cara mendapati hasil secara persial berpengaruh pada variable independent dengan variable dependen (Rai Prastuti & Merta Sudiarta, 2016). Menurut (Himawan & Venda,2020) dalam (Muttiarni et al., 2022) mengatakan bahwa didapatkan dalam uji persial memperlihatkan jarak model untuk menjelaskan variabel dependen. kriteria uji t antara lain: (a) jika hasil signifikan uji $t > 0.05$, maka H0 diterima dan H1 ditolak. Artinya tidak ada pengaruh variable independent dengan variable dependen. b) jika nilai signifikan $F > 0.05$ maka H0 diterima dan H1 tidak diterima. sehingga variable independent tanpa mempengaruhi variable dependen.

3.3. Uji F (uji kelayakan)

Melakukan uji F agar dapat melihat adakah hubungan antara variable independent terhadap variable dependen. Adapun kriteria menurut (Meiliya & Rahmawati, 2022) sebagai berikut : a) jika uji signifikan uji $t > 0.05$ maka H0 diterima dan H1 ditolak. Yang artinya variable independent ala serentak berpengaruh pada variable dependen. b) jika hasil signifikan $F > 0.05$ maka H0 diterima dan H1 ditolak. berarti adanya pengaruh antara variable independent dengan variable dependen.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

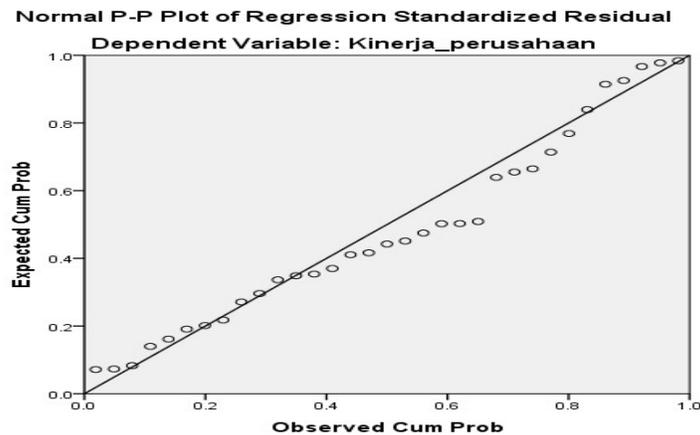
Beralaskan nilai yang sudah diperoleh melalui uji statistik rerata CEO narsisme yaitu 3.7273 memiliki nilai minimum 2 dengan maksimum yakni 5. Firm size memiliki nilai rerata 28.8177 memiliki nilai minimum yakni 25.20 dengan maksimum yakni 33.10. Dan kinerja perusahaan memperoleh nilai rerata sebesar 6.9822 dengan nilai minimum yaitu -8.20 dan nilai maksimum yaitu 28.99.

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CEO_Narsisme	33	2.00	5.00	3.7273	1.28142
Ukuran_Perusahaan	33	25.20	33.10	28.8177	1.99300
Kinerja_perusahaan	33	-8.20	28.99	6.9822	9.79578
Valid N (listwise)	33				

Tabel 1. Statistik Deskriptif

Dengan data yang diperoleh maka dilakukan pengujian untuk melihat data teralokasi normal atau valid maka digunakan grafik histogram pp plot untuk melihat data normal atau tidak. Apabila titik – titik tersebar searah garis diagonal maka data yang di uji terdistribusi normal (Muttiarni et al., 2022).



Grafik 1. Uji Normalitas

Jadi hasil dari penelitian ini menunjukkan titik – titik yang menyebar searah garis yang menghubungkan kedua titik dengan demikian dapat disimpulkan data normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		33	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	9.59096231	
Most Extreme Differences	Absolute	.159	
	Positive	.159	
	Negative	-.071	
Test Statistic		.159	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.034 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.346 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.334
	Upper Bound	.358	

a. Test distribution is Normal.

Tabel 2. Uji Normalitas

Dengan menggunakan pengujian data normal Kolmogorov-Smirnov Test yang digambar data diperoleh terdistribusi dengan normal karna Monte Carlo Signifikan (2-tal) lebih besar dari 0.05 yaitu 0.346.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-21.961	26.093		-.842	.407		
	CEO_Narsisme	.525	1.368	.069	.383	.704	.999	1.001
	Ukuran_Perusahaan	.937	.880	.191	1.065	.296	.999	1.001

a. Dependent Variable: Kinerja_perusahaan

Tabel 3. Koefisien

Berdasarkan data tabel 3 diatas, didapatkan hasil persamaan regression linier berganda antra lain:

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2$$

$$= (-21.961) + (0.525) + (0.937)$$

Maka diperoleh hasil regression linier diatas antara lain:

1. Nilai constant (a) yaitu -21.961 yang artinya jika nilai ROE sama dengan 0 maka nilai kinerja perusahaan sama dengan -21.961

Pengaruh Perilaku CEO Narsisme dan Ukuran Perusahaan terhadap kinerja keuangan pada perusahaan sub sektor otomoti(Berkat Maduwu, Richard F Simbolon)

2. CEO narsisme memiliki nilai 0.525 yang artinya CEO narsisme memiliki pengaruh positive pada kinerja perusahaan 0.525
3. Ukuran perusahaan memiliki nilai 0.937 yang artinya memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan sebesar 0.937.

Melalui pengujian persial (uji t) pada tabel 3 diatas diperoleh nilai signifikansi CEO narsisme sebesar 0.704 dimana jika $t > 0.05$ maka H1 ditolak, maka hypotesis yang satu tidak diterima, yang artinya bahwa CEO narsisme tidak mempengaruhi secara signifikansi terhadap kinerja perusahaan. Dan Ukuran perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0.296 yang artinya H2 ditolak, yang artinya tidak ada pengaruh secara signifikansi terhadap kinerja perusahaan.

4.2 Pembahasan

4.2.1. Perilaku CEO Narsisme

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah diperoleh dengan metode pengambilan data metode purposive sampling dengan skala nominal 1 – 5, didapatkan bahwa perilaku pemimpin perusahaan tidak ada pengaruh pada kinerja perusahaan karna sikap seorang CEO yang narsisme tidak dapat mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan melainkan hanya bisa berpengaruh terhadap motivasi karyawan yang berurusan terhadap CEO yang narsisme tersebut. Dan yang perlu kita tahu juga bahwa sikap CEO yang narsis tidak ada pengaruh di dalam kinerja perusahaan dalam hal pendanaan dan investasi karna para investor dan kreditor tidak melihat CEO nya agar bisa berinvestasi atau menyuntikan dana ke perusahaan tersebut melainkan para investor dan kreditor hanya perlu melihat laporan keuangan perusahaan tersebut. Laba yang diperoleh yang akan menjadi cerminan kinerja perusahaan dengan melihat tingkat likuiditas, solvabilitas serta profitabilitas perusahaan (Kawengian et al., 2018).

4.2.2 Ukuran Perusahaan

Berdasarkan data yang diperoleh dalam riset ini diperoleh tidak ada pengaruh ukuran perusahaan terhadap kinerja perusahaan dengan menggunakan rumus logaritma natural total penjualan (LN_{total} penjualan), karna ukuran perusahaan tidak bisa menjadi acuan dan menjamin baik buruknya peforman perusahaan tersebut. Misalkan entitas yang kecil pasti ukuran perusahaan juga kecil tidak dapat nilai bahwa kinerja perusahaannya tidak bagus begitu juga dengan perusahaan besar belum tentu kinerja perusahaannya bagus. Dalam pembahasan ini rata – rata ukuran perusahaan yang digunakan dengan ukuran besar yang memiliki aktiva diatas Rp 10 miliar dan penjualan diatas Rp 50 miliar pertahun. Seperti yang sudah ada didalam peraturan UU RI No. 20 tahun 2008, yang memaparkan ke 4 bentuk ukuran perusahaan (Sumartono et al., 2020). Meskipun pada umumnya besarnya suatu perusahaan akan memiliki finansial yang lebih kuat untuk mendukung sebuah kinerja perusahaannya serta memiliki masalah keagenan yang besar karna lebih sulit buat dikelola.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian diatas pada akhirnya dapat dirangkumkan atau disimpulkan didalam beberapa bagian dibawah ini:

- Banyak teori yang menguatkan bahwa adanya pengaruh variable independent dengan variable dependent antara lain CEO Narsisme serta ukuran perusahaan sebagai variable independent dan performan perusahaan variable dependent tetapi setelah dicermati dan diteliti dengan rumus yang berbeda antara lain : menghitung ukuran perusahaan dengan $LN(Total \text{ penjualan})$ sedangkan kinerja perusahaan dengan ROE setelah itu diolah kedalam SPSS maka didapatkan tidak ada pengaruh perilaku CEO narsisme, ukuran entitas pada kinerja perusahaan industri sub sektor otomotif dan komponennya
- CEO narsisme tidak memiliki pengaruh pada kinerja perusahaan perusahaan berarti H1 ditolak karna berdasarkan data yang sudah diperoleh dan diolah ke dalam SPSS didapatkan nilai uji $t > 0.05$ yaitu 0.525 karna sikap CEO tidak bisa menjadi tolak ujur dalam menentukan kinerja perusahaan
- Ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh pada kinerja perusahaan berarti H2 ditolak karna berdasarkan data yang sudah diperoleh dan diolah kedalam SPSS didapatkan nilai uji $t > 0.05$ yaitu

0.937 karna ukuran perusahaan tidak bisa menjadi tolak ukur dalam menentukan baik atau tidaknya kinerja perusahaan berdasarkan ukurannya

- Dan tidak ada pengaruh signifikan perilaku CEO Narsisme pada kinerja perusahaan dan tidak memiliki pengaruh signifikansi ukuran perusahaan pada kinerja perusahaan otomotif dan komponennya.

Penelitian ini tidak lumpur dari ketidak sempurnaan tetapi dengan adanya peneliti berikutnya mungkin bisa membuat penelitian ini bisa menjadi lebih baik lagi. Selanjutnya diharapkan bisa mencoba lagi berbagai rumus yang bisa digunakan dalam mengukur CEO narsisme, ukuran perusahaan dan kinerja keuangan perusahaan agar bisa mendapatkan titik terang berpengaruh atau tidaknya terhadap kinerja perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aru, Y. A. P., & Listyorini Wahyu Widati. (2022). Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan di BEI. *Kompak : Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 15(1), 110–121. <https://doi.org/10.51903/kompak.v15i1.623>
- Carin, A. A., Sund, R. ., & Lahkar, B. K. (2018). No Covariance Structure Analysis of Health-Related Indices in the Elderly at Home with a Focus on Subjective Feelings of Health. *Journal of Controlled Release*, 11(2), 430–439.
- Epi, Y. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Kepemilikan Manajerial dan Manajemen Laba Terhadap Kinerja Perusahaan Property dan Real Estate. *Jurnal Riset Akuntansi*, 1(1), 1–7.
- Habsari, A., & Akhmadi. (2018). Ukuran Perusahaan , Profitabilitas dan Nilai Perusahaan. *Tirtayasa Ekonomi*, 13(2), 300–319. <https://doi.org/10.35448/jte.v13i2>
- 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>
- Kawengian, L. Y., Tarore, H. S., & Keles, D. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan Pada PT. Astra Internasional Daihatsu, Tbk. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(4), 80–86.
- Meiliya, E., & Rahmawati, M. I. (2022). Pengaruh Narsisme Ceo Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 11(2), 1–22.
- Muttiarni, M., Mira, M., Putri, L. N., Nurmagfirah, N., Indrayani, S., & Arman, A. (2022). Pengaruh CEO Narsisme dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 5(1), 15–22. <https://doi.org/10.35326/jiam.v5i1.2045>
- Oktaviant, S. (2015). Analisis Ukuran Perusahaan, Modal Kerja, Arus Kas terhadap Likuiditas. *Fakultas Ekonomi Universitas Widyatama*, 12–39. <https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/5759/Abstrak.pdf?sequence=3>
- Permana, G. R. (2018). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Pertambangan Yang Tercatat Di Bei Periode 2013-2017. *Skripsi*, 8–27. <http://eprintslib.ummgl.ac.id/1740/>
- Putri, 2011. (2011). *Analisis Struktur Kovarian Indeks Terkait Kesehatan pada Lansia di Rumah dengan Fokus pada Perasaan Subjektif tentang Kesehatan*. 45(July), 1–7.
- Rai Prastuti, N., & Merta Sudiarta, I. (2016). Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Dividen, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur. *None*, 5(3), 254202.

- Sakinah, U., Zatrachadi, M. F., & Darmawati, D. (2020). Fenomena Narsistik di Media Sosial Sebagai Bentuk Pengakuan Diri. *Al-Ittizaan: Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, 2(1), 34. <https://doi.org/10.24014/0.8710544>
- Shenurti, E., Erawati, D., & Nur Kholifah, S. (2022). Analisis Return on Asset (ROA) , Return on Equity (ROE) dan Corporate Social Responsibility (CSR) yang mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 19(01), 01–10. <https://doi.org/10.36406/jam.v19i01.539>
- Sumartono, F. A. P., Wijayanti, A., & Fajri, R. N. (2020). Pengaruh Struktur Asset, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Economic, Public, and Accounting (JEPA)*, 2(2), 86–102. <https://doi.org/10.31605/jepa.v2i2.700>