

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Meningkatnya persaingan bisnis pada masa pesatnya digitalisasi menjadi tantangan bagi perusahaan dalam menjaga eksistensi, keberlangsungan bisnis serta keberhasilan perusahaan. Salah satu indikator yang mampu mengukur keberhasilan suatu perusahaan ialah kinerja perusahaan. Di antara faktor-faktor yang dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan, dewan direksi menjalankan peran penting dalam keberlangsungan dan pertumbuhan sebuah perusahaan. Direksi memimpin, menentukan visi, misi, dan arah perusahaan untuk menghadapi krisis dan juga dalam mengembangkan perusahaan untuk jangka panjang, salah satu yang paling penting dapat diwakili oleh CEO atau *Chief Executive Officer* yang merupakan pengambil keputusan utama di perusahaan. CEO memiliki peran yang besar dalam mencapai kinerja perusahaan yang baik melalui kebijakan-kebijakan yang akan dibuatnya.

CEO yang berkualitas adalah kunci keberlangsungan sebuah organisasi. Karakter seorang CEO mempengaruhi kinerja perusahaan secara keseluruhan. CEO dengan latar belakang atau karakteristik tertentu diyakini mampu meningkatkan kinerja perusahaan melalui pengambilan keputusan strategis yang tepat bagi perusahaan. Oleh karena itu, Peneliti tertarik untuk

mencari tahu mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi kinerja perusahaan dari sisi internalnya, khususnya kepribadian CEO.

Fenomena FOMO atau *fear of missing out* yang memicu *flexing* atau perilaku pamer semakin marak terjadi di media sosial belakangan ini. Dalam psikologi dikatakan bahwa *flexing* atau pamer merupakan bentuk dari perilaku narsisme, karena dilakukan untuk mendapatkan validasi atau pengakuan dari orang lain dengan cara menunjukkan pencapaian, prestasi, maupun harta yang dimiliki (Kowalchuk *et al.*, 2021). Semakin tinggi FOMO yang dialami oleh seseorang, maka semakin tinggi pula kecenderungan orang tersebut berperilaku narsistik (Pristaliona *et al.*, 2022). Media sosial sebagai ruang digital menjadi media yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia dalam melakukan *flexing*, hal ini terlihat dari tingginya pengguna media sosial di Indonesia. Berdasarkan data dari *We Are Social* periode tahun 2023 menunjukkan 167 juta orang penduduk Indonesia aktif menggunakan media sosial, mulai TikTok, Instagram, Facebook, Messenger, YouTube, Twitter, LinkedIn, dan sejenisnya dengan rata-rata penggunaan aplikasi selama 3 jam 18 menit perhari (Kemp, 2023). Penggunaan media sosial yang berlebihan atau bersifat adiktif dapat membentuk kecenderungan seseorang memiliki perilaku narsis (Sabekti *et al.*, 2019). Dengan kebebasan dan kemudahan mengekspresikan diri pada media sosial ini membuatnya memiliki kaitan dan menjadi salah satu penunjang dari perilaku narsis.

Narsisme atau *narcissism* sendiri merupakan suatu ciri kepribadian yang spesifik, yang dapat ditemukan di dalam banyak kelompok orang, termasuk CEO (Ahn *et al.*, 2020). Narsisme diidentifikasi sebagai salah satu ciri kepribadian yang memengaruhi keyakinan dan tindakan CEO dan semakin banyak dipelajari oleh para ahli. Orang yang narsis biasanya menaruh minatnya untuk menantang suatu hal dan bekerja lebih keras ketika ada kesempatan. Sesuai dengan harapan dan kebutuhan mereka mengenai kekuasaan, harga diri, dan glamor, akhirnya berakhir untuk mencari posisi pada level kepemimpinan (Suhardoyo, 2022). Teori *Upper Echelon* adalah teori yang memberikan penjelasan terkait dampak sifat narsisme CEO terhadap kinerja keuangan perusahaan. Teori ini menghubungkan motivasi dan atribut CEO dengan hasil organisasi. Selain itu, dari sisi prespektif teori keuangan, teori keagenan menjelaskan tentang hubungan antara manajer (*agent*) dan pemilik perusahaan (*principal*). Dalam konteks ini, sifat narsis yang dimiliki CEO sebagai agen membuatnya mungkin memiliki motivasi dan kepentingan pribadi yang berbeda dengan kepentingan pemilik perusahaan sehingga hal ini lebih mungkin berpotensi memicu timbulnya konflik kepentingan yang dapat berdampak signifikan pada kinerja keuangan perusahaan.

Menurut Kusiyah *et al.* (2022), inovasi yang dikembangkan oleh perusahaan menunjukkan hubungan antara CEO narsisme dengan perusahaan. CEO yang narsis merupakan sumber kreativitas dan dukungan untuk ide-ide yang inovatif, akan menggunakan segala cara untuk

meningkatkan pendapatan perusahaan, menciptakan citra yang baik dan mendapatkan pujian dari orang lain sehingga gaya kepemimpinan CEO yang narsistik mendorong peningkatan kinerja perusahaan (Christian & Sulistiawan, 2022). CEO yang memiliki sifat narsisme seringkali memiliki strategi manajemen yang dapat berdampak pada kinerja keuangan perusahaan (Syahrani, 2023).

Perbankan adalah salah satu basis utama pertumbuhan ekonomi dan stabilitas keuangan di suatu negara. Sektor perbankan menjadi salah satu pilar penting dalam perekonomian Indonesia, memiliki peran kunci guna menunjang pemerataan pendapatan nasional, sehingga performanya sangat diperhatikan. Kinerja yang baik dari sektor perbankan akan berdampak positif pada stabilitas sistem keuangan secara keseluruhan. Industri perbankan memiliki fungsi utama sebagai penghimpun dan penyalur dana dalam masyarakat serta bertujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan pembangunan dan hasil-hasilnya, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional, kearah peningkatan taraf hidup rakyat banyak.

Ketua Dewan Komisioner OJK, Mahendra Siregar menilai, kondisi perbankan Indonesia saat ini tetap resilien atau memiliki daya tahan yang kuat dalam menghadapi dinamika perekonomian. Kepala Eksekutif Pengawas Perbankan OJK Dian Ediana Rae menyampaikan juga bahwa kinerja industri perbankan selama 2022 terjaga baik dan tumbuh positif serta mampu menahan tekanan perekonomian global. Berdasarkan data OJK, pada

November 2022 kredit perbankan tumbuh 11,16 persen (*yoy*) sedangkan penghimpunan Dana Pihak Ketiga (DPK) tumbuh sebesar 8,78 persen (*yoy*), kondisi likuiditas yang *ample* tercermin dari Alat Likuid/Non-Core Deposit (AL/NCD) dan Alat Likuid/Dana Pihak Ketiga (AL/DPK) masing-masing sebesar 134,97 persen dan 30,42 persen, permodalan bank juga tergolong kuat dan diyakini mampu menyerap risiko yang dihadapi dengan *Capital Adequacy Ratio* (CAR) sebesar 25,49 persen, risiko kredit cenderung menurun tercermin dari rasio *Non Performing Loan* (NPL) baik *gross* dan *nett* masing-masing sebesar 2,65 persen dan 0,75 persen, sementara itu *Loan at Risk* sebesar 15,12 persen (Otoritas Jasa Keuangan, 2023).

Kondisi kinerja yang terjaga dan tumbuh positif ini salah satunya didorong oleh digitalisasi perbankan akibat perubahan pola aktivitas dalam masyarakat. Hal ini semakin memperkuat sengitnya persaingan bank dan terus berinovasi atas produknya. Menteri Koordinator Bidang Perekonomian, Airlangga Hartarto mengatakan, kehadiran digitalisasi membuat perbankan sebelumnya bermasalah kini menjadi sehat (Deny, 2022). Hal itu tidak terlepas dari berbagai kemudahan layanan yang ditawarkan oleh digitalisasi. Dilansir dari CNBC Indonesia, perubahan perilaku dan preferensi konsumen mendorong investasi dalam teknologi dan inovasi untuk memenuhi perubahan tersebut (Aprilia, 2024). Untuk membiayai kegiatan-kegiatan ini, banyak perusahaan yang menggunakan pinjaman perbankan sehingga berkontribusi terhadap pertumbuhan kredit.

Penelitian dengan menggunakan variabel CEO *Narcissism* di Indonesia masih tergolong sedikit dan kebaruannya terletak pada konteks perusahaan sebagai objek penelitian, yaitu penelitian ini menggunakan perusahaan subsektor perbankan, sepengetahuan peneliti, belum ada penelitian yang meneliti terkait hubungan CEO *narcissism* terhadap kinerja keuangan secara khusus pada perusahaan subsektor perbankan di Indonesia. Peneliti juga menggunakan indikator ukuran tanda tangan CEO dalam mengukur narsisme CEO yang mana indikator ini masih jarang digunakan. Selain itu, pengukuran variabel kinerja keuangan selain menggunakan rasio *Return On Asset* dan *Return On Equity*, peneliti menggunakan rasio *Net Interest Margin* (NIM) yang mana sepengetahuan peneliti belum terdapat penelitian terkait narsisme CEO terhadap kinerja keuangan yang diukur dengan rasio NIM. Sehingga menurut peneliti variabel ini masih sangat menarik untuk diteliti dan memotivasi peneliti untuk menambah literatur terkait pengaruh karakteristik CEO khususnya *Narcissism* terhadap kinerja keuangan perusahaan. Oleh karena itu, mengacu pada uraian sebelumnya, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh CEO *Narcissism* terhadap Kinerja Keuangan Bank (Studi pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2019-2022)”**.

## 1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, pertanyaan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah CEO *Narcissism* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2019-2022?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh CEO *Narcissism* terhadap kinerja keuangan perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2019-2022.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memberikan sumbangan pengembangan ilmu, menambah literatur mengenai studi manajemen keuangan. Khususnya, dapat memberikan bukti empiris

tentang bagaimana karakteristik narsisme CEO mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan perbankan di Indonesia.

#### **1.4.2 Manfaat Praktisi**

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut :

##### **1. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi perusahaan perbankan di Indonesia sebagai acuan dalam membantu memilih CEO dengan karakteristik yang tepat untuk meningkatkan kinerja perusahaan yang mana nantinya guna meningkatkan kepercayaan investor.

##### **2. Bagi Investor**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para investor sebagai pandangan tentang bagaimana karakteristik narsisme CEO mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan dan memberikan informasi tambahan yang berguna dalam mempertimbangkan keputusan dalam berinvestasi.