

SURAT TUGAS

Nomor: 017.A/ST/LPPM-Ikopin.Univ/II/2025

Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Koperasi Indonesia (LPPM-Universitas Koperasi Indonesia) menugaskan kepada:

No	Nama	Jabatan
1.	Dr. Eka Setiajatnika, S.E., M.Si.	Narasumber/Tenaga Ahli LPPM, Dosen Ikopin University

Untuk melaksanakan tugas menulis Karya Ilmiah dengan judul ***“Narsisme Dalam Menyusun Laporan Keuangan: Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2022-2023”*** pada Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen Vol.16, No.1.

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Jatinangor, 4 Februari 2025
Ketua LPPM Ikopin University,



Dr. Hj. Yuanita Indriani, Ir., M.Si., CIPA.

Tembusan:

1. Yth. Wakil Rektor III
2. Yth. Ka. Bag. Kepegawaian
3. Arsip

Narsisme Dalam Menyusun Laporan Keuangan:

Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2022-2023

Eka Setiajatnika

Universitas Koperasi Indonesia

Heri Nugraha

Universitas Koperasi Indonesia

Trida Gunadi

Universitas Koperasi Indonesia

DOI: <https://doi.org/10.32670/coopetition.v16i1.5161>

Keywords: Narcissism, Financial Statements, Indonesia Stock Exchange

Abstract

Financial reports serve as a key tool in economic decision-making, but can be influenced by psychological factors such as narcissism, which has the potential to change the way reports are prepared to highlight company performance. This study examines the influence of narcissism on the



Published
2025-03-01



Journal Policies

Open Access Policy

Online Submissions

Focus and Scope

Author Guidelines

Editorial Team

Reviewer List

Publication Ethics
Statement

Indexing

Contact Us

Indexed In



Link Jurnal: <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/coopetition/article/view/5161>

PDF: <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/coopetition/article/view/5161/4148>



COOPETITION : JURNAL ILMIAH MANAJEMEN

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN INSTITUT KOPERASI INDONESIA

P-ISSN : 20864620 <> E-ISSN : 26154978



6.52439
Impact



4605
Google Citations



Sinta 4
Current Accreditation

Google Scholar Garuda Website Editor URL

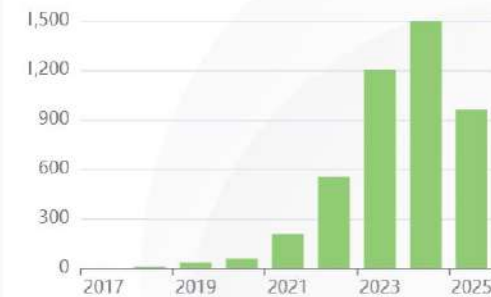
History Accreditation



Garuda

Google Scholar

Citation Per Year By Google Scholar



Journal By Google Scholar

	All	Since 2020
Citation	4605	4527
h-index	34	34
i10-index	100	100

Index SINTA: <https://sinta.kemdiktisaintek.go.id/journals/profile/5581>

COOPETITION

Jurnal Ilmiah Manajemen

Volume 16 No.1 (2025)

P-ISSN : 2088-4620

E-ISSN : 2615-4978



Higher Learning Community

Editorial Team

EDITORIAL TEAM

Editor in Chief

- [Dr. Trida Gunadi, M.Si.](#) (SINTA ID : [6043387](#)) Universitas Koperasi Indonesia

Managing Editor

- [Drs. Suryana Yusuf](#), Universitas Koperasi Indonesia, Indonesia

Editorial Board

- [Prof. Dr. Amir Machmud, SE, M.Si.](#) (ID Scopus : [57192704791](#)) Universitas Pendidikan Indonesia
- [Dr. Rima Elya Dasuki, M.Sc.](#) (ID Scopus : [57191192979](#)) Universitas Koperasi Indonesia
- [Dr. Wawan Lulus Setiawan, M.Sc.](#) (ID Scopus : [57211534576](#)) Universitas Koperasi Indonesia
- [Dr. Indra Firmansyah, SE, MM, Ak, CA](#) (SINTA ID : [6716858](#)) Politeknik Pos Indonesia, Bandung, Indonesia
- [Dr. Muhamad Ardi Nupi Hasyim, SE, M.A.B](#) (Scopus ID : [57217045312](#)) Universitas Koperasi Indonesia
- [Dr. Yuanita Indriani, M.Si.](#) ([Google Scholar](#)) (SINTA ID : [6422620](#)) Universitas Koperasi Indonesia
- [Dr. Ami Purnamawati, M.Si.](#) ([Google Scholar](#)) (SINTA ID : [6586842](#)) Universitas Koperasi Indonesia
- [Dr. Ery Supriyadi, M.T.](#) ([Google Scholar](#)) (SINTA ID : [6039720](#)) Universitas Koperasi Indonesia
- [Enjang Rukanda, S.Sos](#) Universitas Koperasi Indonesia, Indonesia

Reviewer List

[Prof. Dr. Tuhpawana Priatna Sendiaia, Ir.](#) (Scopus ID [57194275294](#)) Universitas Padiadarian



Journal Policies

Open Access Policy
Online Submissions
Focus and Scope
Author Guidelines
Editorial Team
Reviewer List
Publication Ethics Statement
Indexing
Contact Us

Indexed In



Editorial Team: <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/coopetition/about/editorialTeam>

Articles

How Investor Sentiment and Trading Behavior affect Stocks Return:

Analyzing from Taiwan Index Series that Traded on The Main Market

Ni Asa Rembokowati

1 - 16

 PDF

CAGR Analysis of Micro and Small Industries in West Java

Mohammad Fahreza, Shofwan Azhar Solihin

17 - 30

 PDF

Economic And Poverty Indicators In Indonesia

A Simulation of The Impact of Rice Price Changes

Iqbal Banyu Sunarya

31 - 44

 PDF

Human Resource Management in National Defense Policy:

Reserve Component Management Strategy

Arman Maulana

45 - 58

 PDF

Pengaruh Ukuran Koperasi, Profitabilitas, dan Pertumbuhan Terhadap Struktur Modal

Indra Winata, Yuanita Indriani, Rosti Setiawati

59 - 86

 PDF

Science and Technology Index



Visitors



00156050 View Coopetition
Stats

Sugessted Tools



Daftar Isi: <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/coopetition/issue/view/191>



Narsisme Dalam Menyusun Laporan Keuangan: Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2022-2023

Eka Setiajatnika, Heri Nugraha, Trida Gunadi
Universitas Koperasi Indonesia

ekasetiajatnika@ikopin.ac.id, herinugraha@ikopin.ac.id, tridagunadi@ikopin.ac.id

ABSTRAK

Laporan keuangan merupakan alat utama dalam pengambilan keputusan ekonomi, namun dapat dipengaruhi oleh faktor psikologis seperti narsisme, yang berisiko mempengaruhi cara penyusunan laporan untuk menonjolkan kinerja perusahaan. Penelitian ini meneliti dampak narsisme terhadap pembuatan laporan keuangan pada lima perusahaan manufaktur besar yang terdaftar di BEI, yakni PT Astra International Tbk, PT Unilever Indonesia Tbk, PT Gudang Garam Tbk, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, dan PT Semen Indonesia Tbk, selama periode 2022-2023. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis apakah narsisme memengaruhi proses penyusunan laporan keuangan, serta mengidentifikasi indikator narsisme dalam laporan yang dapat memengaruhi pandangan pemangku kepentingan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menganalisis data sekunder berupa laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan, serta menerapkan regresi untuk mengukur hubungan antara narsisme dan kualitas laporan keuangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa narsisme memiliki potensi untuk mempengaruhi penyusunan laporan keuangan, yang sering dikaitkan dengan upaya untuk meningkatkan citra perusahaan. Temuan ini penting sebagai pengingat bagi perusahaan mengenai pentingnya transparansi dan etika dalam penyusunan laporan keuangan, demi menjaga integritas informasi yang diberikan kepada pemangku kepentingan.

ABSTRACT

Financial reports are the main tool in economic decision making, but can be influenced by psychological factors such as narcissism, which risks influencing the way reports are prepared to highlight company performance. This study examines the impact of narcissism on the preparation of financial statements in five large manufacturing companies listed on the IDX, namely PT Astra International Tbk, PT Unilever Indonesia Tbk, PT Gudang Garam Tbk, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, and PT Semen Indonesia Tbk, during the period 2022-2023. The purpose of this study is to analyze whether narcissism affects the process of preparing financial statements, as well as identifying indicators of narcissism in reports that can influence the views of stakeholders. This study uses a quantitative approach by analyzing secondary data in the form of annual reports and company financial reports, and applying regression to measure the relationship between narcissism and financial report quality. The results show that narcissism has the potential to influence the preparation of financial statements, which is often associated with efforts to improve the company's image. This finding is an important reminder to companies of the importance of transparency and ethics in the preparation of financial statements, in order to maintain the integrity of the information provided to stakeholders.

Keywords: Narcissism, Financial Statements, Indonesia Stock Exchange

LATAR BELAKANG

Laporan keuangan adalah salah satu alat utama yang digunakan perusahaan untuk menyampaikan kinerja finansialnya kepada berbagai pihak yang berkepentingan, seperti investor, regulator, dan masyarakat umum. Dalam konteks perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), laporan keuangan tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk mengungkapkan kinerja finansial, tetapi juga memainkan peran penting dalam membangun citra perusahaan dan menciptakan persepsi positif di mata investor dan publik.

Namun, dalam praktik penyusunannya, laporan keuangan sering kali dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah perilaku individu dalam organisasi, termasuk perilaku pemimpin perusahaan. Salah satu perilaku yang dapat mempengaruhi bagaimana laporan keuangan disusun adalah narsisme. Dalam konteks ini, narsisme merujuk pada kecenderungan pemimpin perusahaan untuk menampilkan gambaran yang lebih menguntungkan atau ideal tentang perusahaan, meskipun kenyataan yang ada mungkin berbeda. Hal ini sering kali tercermin dalam cara pemimpin perusahaan menyoroti pencapaian yang diraih dan berusaha mengecilkan atau menyembunyikan masalah yang tengah dihadapi.

Narsisme dalam manajemen merujuk pada kecenderungan individu, khususnya CEO, untuk terlalu menonjolkan citra diri mereka dengan cara yang berlebihan, serta membuat keputusan yang lebih mengutamakan kepentingan pribadi daripada kepentingan perusahaan. Dalam konteks perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2022 hingga 2023, fenomena ini sangat relevan karena dapat memengaruhi kualitas dan integritas laporan keuangan yang disampaikan kepada publik. Dengan kata lain, laporan keuangan yang disusun dengan dipengaruhi oleh perilaku narsistik mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan kenyataan dan berpotensi menyesatkan pemangku kepentingan yang mengandalkan informasi tersebut.

Perilaku narsistik dalam penyusunan laporan keuangan ini perlu mendapat perhatian lebih, mengingat banyaknya perusahaan yang mungkin terlibat dalam penyajian informasi yang tidak sepenuhnya mencerminkan kenyataan demi menjaga citra perusahaan atau menarik investor. Perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEI diharapkan dapat menyusun laporan keuangan yang akurat dan dapat dipercaya oleh para investor dan pemangku kepentingan lainnya. Namun, sering kali terdapat pengaruh subjektivitas dalam proses penyusunan laporan yang dapat mendorong terjadinya manipulasi data, baik dalam bentuk pengaturan angka-angka kinerja atau penyajian informasi yang lebih positif daripada yang sebenarnya.

Fenomena narsisme dalam dunia korporasi ini juga sangat relevan dengan sektor manufaktur di Indonesia, yang kerap menghadapi tekanan untuk menunjukkan kinerja keuangan yang optimal guna memenuhi ekspektasi pasar dan menarik investor. CEO dengan sifat narsistik, misalnya, mungkin terlibat dalam praktik manajemen laba atau manipulasi laporan keuangan untuk menciptakan kesan yang lebih baik dari kinerja perusahaan. Praktik semacam ini tentunya merugikan investor yang mengandalkan informasi yang akurat dalam pengambilan keputusan, dan dapat merusak kepercayaan publik terhadap pasar modal Indonesia secara keseluruhan.

Dalam konteks perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, seperti PT Astra International Tbk, PT Unilever Indonesia Tbk, PT Gudang Garam Tbk, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, dan PT Semen Indonesia Tbk, fenomena ini menjadi semakin penting untuk dianalisis. Sektor manufaktur di Indonesia menghadapi berbagai tantangan yang dapat memengaruhi kinerja finansial perusahaan, seperti fluktuasi harga bahan baku, biaya produksi yang meningkat, serta ketidakpastian ekonomi global. Dalam kondisi semacam ini, perilaku narsistik dari para pemimpin perusahaan yang terlalu menekankan pencapaian perusahaan tanpa menggambarkan tantangan yang ada dapat memberikan gambaran yang keliru kepada investor dan pemangku kepentingan lainnya. Hal ini tentu dapat memengaruhi keputusan investasi mereka, yang pada akhirnya berpotensi memengaruhi kestabilan dan reputasi perusahaan tersebut di pasar.

Untuk itu, penting bagi perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEI untuk tetap menjaga integritas dan transparansi dalam menyusun laporan keuangan mereka, sehingga investor dan pemangku kepentingan lainnya dapat membuat keputusan yang lebih tepat berdasarkan informasi yang akurat dan tidak terdistorsi oleh kepentingan pribadi atau citra perusahaan yang dibangun secara berlebihan.

Dalam beberapa tahun terakhir, sektor manufaktur Indonesia telah mengalami perkembangan yang signifikan meskipun harus menghadapi berbagai tantangan dan dinamika ekonomi global. Berdasarkan data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) dan Bursa Efek Indonesia (BEI), kinerja sektor ini selama tahun 2022 hingga 2023 menunjukkan fluktuasi yang dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal, seperti inflasi, lonjakan harga energi, serta dampak pandemi COVID-19 yang masih berpengaruh hingga kini. Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur di BEI (2022-2023):

- **Pendapatan:** Pada 2022, pendapatan perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI secara keseluruhan mengalami kenaikan sebesar 8,3%, namun laju pertumbuhannya sedikit melambat menjadi 5,4% pada tahun 2023.
- **Laba Bersih:** Mayoritas perusahaan mengalami penurunan laba bersih pada 2023 jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya, dengan rata-rata penurunan mencapai 3,2%. Hal ini dipengaruhi oleh meningkatnya biaya operasional dan penurunan daya beli masyarakat.
- **Margin Laba:** Margin laba kotor rata-rata tercatat menurun, dari 25,1% pada tahun 2022 menjadi 22,3% pada 2023, yang menggambarkan tantangan yang dihadapi sektor manufaktur, seperti kenaikan biaya bahan baku dan logistik.
- **Capital Expenditure (CapEx):** Beberapa perusahaan tetap meningkatkan belanja modal mereka meskipun dihadapkan pada tantangan keuangan, untuk mendukung ekspansi dan inovasi produk.

Namun demikian, sering kali laporan keuangan yang dipublikasikan oleh perusahaan-perusahaan ini cenderung memaparkan narasi yang sangat optimistis mengenai prospek masa depan perusahaan, tanpa menggambarkan tantangan yang mereka hadapi. Beberapa perusahaan menggunakan istilah seperti "optimisme untuk masa depan" atau "strategi

efisiensi yang akan membuahkan hasil," tetapi sering kali tanpa memberikan penjelasan yang lebih rinci mengenai dampak nyata dari tantangan yang dihadapi.

Perilaku narsistik yang ditunjukkan oleh pemimpin perusahaan dalam konteks ini dapat memperburuk cara penyusunan laporan keuangan. Narsisme, dalam hal ini, tidak hanya terkait dengan bagaimana pemimpin menyajikan informasi, tetapi juga bagaimana mereka cenderung menonjolkan pencapaian dan kesuksesan perusahaan, serta menutupi atau meremehkan masalah yang ada. Meskipun laporan keuangan tampak solid dan menjanjikan, ada potensi bahwa informasi yang disampaikan dapat menyesatkan bagi pihak-pihak yang bergantung pada data tersebut.

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji hubungan antara narsisme dan perilaku perusahaan, baik dalam pengambilan keputusan, pengungkapan informasi keuangan, maupun komunikasi dengan investor. Penelitian Kernis (2011) menyebutkan bahwa narsisme dapat memengaruhi cara seorang pemimpin membuat keputusan yang lebih mencerminkan citra positif mereka, meskipun keputusan tersebut tidak selalu rasional. Dalam konteks ini, narsisme dapat memengaruhi pengungkapan laporan keuangan, di mana pemimpin perusahaan cenderung memperlihatkan citra yang lebih baik daripada kondisi sebenarnya.

Studi yang dilakukan oleh Rahmi dan Arza (2024) menunjukkan bahwa CEO dengan sifat narsistik cenderung terlibat dalam praktik manajemen laba, yang berpotensi memengaruhi kualitas laporan keuangan di perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Penelitian Kusiya et al. (2022) juga mengungkapkan bahwa CEO dengan tingkat narsisme tinggi dapat memengaruhi keputusan-keputusan manajerial, termasuk dalam penyusunan laporan keuangan, yang dapat menurunkan kualitas informasi yang disajikan kepada publik. Begitu juga dengan penelitian Kusiya et al. (2021), yang menemukan bahwa narsisme seorang CEO dapat mempengaruhi keputusan investasi dan praktik manajemen laba yang berdampak pada kualitas laporan keuangan perusahaan.

Penelitian Chatterjee dan Hambrick (2007) mengungkapkan bahwa CEO dengan kecenderungan narsistik cenderung lebih menonjolkan citra positif dan kesuksesan daripada mengakui atau menangani masalah yang ada, yang berisiko menciptakan gambaran yang tidak realistis mengenai kinerja perusahaan. Semua penelitian ini menunjukkan betapa pentingnya untuk memahami dampak perilaku narsistik dalam manajemen terhadap kualitas laporan keuangan perusahaan manufaktur, khususnya yang terdaftar di BEI, agar transparansi dan akurasi informasi tetap terjaga.

Adapun penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana narsisme mempengaruhi penyusunan laporan keuangan di perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama tahun 2022-2023. Selain itu, penelitian ini juga berfokus pada apakah pemimpin perusahaan lebih menonjolkan pencapaian (narsisme positif) atau lebih menekankan tantangan dan solusi ke depan (narsisme negatif). Penelitian ini juga akan mengidentifikasi implikasi dari narsisme dalam laporan keuangan terhadap persepsi investor dan keputusan investasi mereka.

Diharapkan, penelitian ini dapat memberikan pemahaman lebih dalam mengenai bagaimana narsisme dapat memengaruhi penyusunan laporan keuangan di sektor manufaktur Indonesia dan dampaknya terhadap pemangku kepentingan, khususnya investor. Dengan memetakan fenomena ini, penelitian ini dapat menjadi referensi penting bagi regulator, investor, dan

praktisi keuangan dalam meningkatkan kualitas transparansi dan akuntabilitas laporan keuangan perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama tahun 2022-2023.

KAJIAN TEORI

Narsisme dalam Kontek Manajemen

Narsisme dalam manajemen merujuk pada sifat atau perilaku individu dalam posisi pimpinan yang cenderung menonjolkan citra diri, merasa superior, dan berfokus pada pengakuan serta kekuasaan. Dalam ranah manajerial, narsisme ini memiliki potensi untuk memengaruhi pengambilan keputusan, termasuk dalam hal penyusunan laporan keuangan perusahaan. Chatterjee & Hambrick (2007) mengungkapkan bahwa sifat narsistik pada CEO dapat memengaruhi cara mereka menilai kinerja perusahaan dan bahkan manipulasi informasi untuk mempertahankan citra positif di hadapan publik serta para pemangku kepentingan.

Hogan & Hogan (2001) mengemukakan bahwa narsisme dapat mendorong perilaku yang lebih berisiko, dengan fokus yang berlebihan pada citra diri, yang seringkali mengarah pada keputusan-keputusan manajerial yang kurang tepat. CEO dengan sifat narsistik cenderung melihat laporan keuangan sebagai sarana untuk menunjukkan kesuksesan pribadi maupun perusahaan, tanpa memperhatikan akurasi data yang disajikan. Dalam hal ini, pengutamaan pencitraan pribadi dapat merusak integritas informasi yang diterima oleh pihak luar, termasuk investor dan publik.

Selain itu, O'Reilly et al. (2014) menambahkan bahwa narsisme di kalangan CEO sering mendorong mereka untuk lebih fokus pada pencapaian tujuan jangka pendek, seperti meningkatkan harga saham, ketimbang memastikan keberlanjutan dan kesehatan perusahaan dalam jangka panjang. CEO yang memiliki sifat narsistik mungkin lebih tertarik untuk mengoptimalkan pencapaian yang dapat meningkatkan citra mereka dalam waktu singkat, tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang yang dapat memengaruhi kestabilan dan kinerja perusahaan di masa depan.

Fenomena narsisme ini sangat relevan dalam pengelolaan perusahaan, khususnya dalam konteks penyusunan laporan keuangan yang bertujuan untuk mencerminkan keadaan finansial perusahaan yang sesungguhnya. Dalam banyak kasus, CEO yang narsistik cenderung mempersembahkan laporan keuangan yang terlalu positif, berfokus pada pencapaian dan keunggulan sementara mengecilkan atau mengabaikan tantangan yang dihadapi perusahaan. Hal ini dapat menciptakan gambaran yang menyesatkan bagi para investor dan pemangku kepentingan yang bergantung pada informasi tersebut untuk membuat keputusan yang strategis.

Keberadaan narsisme dalam perusahaan perlu mendapatkan perhatian serius, terutama karena dapat merusak objektivitas dan transparansi laporan keuangan. Praktik seperti ini tidak hanya berdampak pada integritas perusahaan, tetapi juga berpotensi mengganggu hubungan jangka

panjang dengan investor dan pemangku kepentingan lainnya yang mengharapkan informasi yang jujur dan akurat untuk mengambil keputusan yang informasional dan berdasarkan data yang kredibel.

Menghadapi pengaruh narsisme dalam manajemen, khususnya di tingkat CEO, perusahaan perlu mengembangkan sistem pengawasan dan kebijakan yang dapat memastikan bahwa laporan keuangan yang disusun benar-benar mencerminkan kondisi yang sesungguhnya. Dengan demikian, meskipun CEO mungkin memiliki dorongan untuk menjaga citra pribadi, penting untuk menjaga keseimbangan antara kepentingan individu dan transparansi informasi yang dibutuhkan untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan perusahaan dalam jangka panjang.

Manajemen Laba dan Manipulasi Laporan Keuangan

Manajemen laba merujuk pada praktik pengelolaan atau bahkan manipulasi data dalam laporan keuangan untuk mencapai hasil yang lebih sesuai dengan tujuan tertentu, seperti meningkatkan citra perusahaan di mata investor dan publik. CEO dengan sifat narsistik sering kali lebih terlibat dalam praktik manajemen laba karena dorongan mereka untuk mempertahankan citra kesuksesan pribadi dan perusahaan. Healy & Wahlen (1999) menjelaskan bahwa manajemen laba terjadi ketika manajer perusahaan mengaplikasikan kebijakan akuntansi tertentu yang dapat mempengaruhi penyajian laporan keuangan, dengan tujuan memberikan gambaran yang lebih baik dari kondisi yang sebenarnya.

Dechow et al. (2010) menambahkan bahwa praktik manajemen laba sering kali dilakukan dalam bentuk pengelolaan pendapatan dan pengeluaran untuk mencapai target laba yang telah ditetapkan. CEO dengan sifat narsistik, yang berusaha menunjukkan kinerja yang lebih baik dari kenyataan, dapat terlibat dalam manipulasi laporan keuangan dengan cara merubah estimasi akuntansi atau mengatur pengakuan pendapatan untuk menyajikan gambaran yang lebih positif mengenai kinerja perusahaan.

Penelitian Graham et al. (2005) menunjukkan bahwa perusahaan yang dipimpin oleh CEO narsistik memiliki kecenderungan lebih besar untuk terlibat dalam praktik manajemen laba demi memenuhi ekspektasi pasar, meskipun hal ini dapat merugikan transparansi dan akurasi laporan keuangan. CEO yang terfokus pada pencapaian tujuan jangka pendek, seperti meningkatkan harga saham atau meraih pengakuan publik, sering kali mengorbankan ketepatan informasi keuangan yang disajikan kepada investor dan pemangku kepentingan lainnya.

Manipulasi laporan keuangan semacam ini dapat memiliki dampak negatif yang besar bagi perusahaan dalam jangka panjang. Meskipun dapat menciptakan gambaran yang lebih menarik bagi investor atau publik dalam jangka pendek, praktik ini berisiko menurunkan kredibilitas perusahaan dan merusak hubungan dengan pemangku kepentingan. Investor yang bergantung pada informasi yang akurat dan transparan untuk membuat keputusan investasi mereka bisa dirugikan jika mereka memperoleh laporan yang terdistorsi.

Fenomena ini semakin relevan dalam konteks perusahaan-perusahaan yang terdaftar di pasar modal, di mana perusahaan berusaha memenuhi ekspektasi pasar dan menjaga harga saham tetap stabil atau meningkat. Di sisi lain, keberlanjutan perusahaan dan stabilitas jangka panjang sering kali terancam jika keputusan-keputusan manajerial lebih banyak didorong oleh kebutuhan untuk menjaga citra daripada menciptakan pertumbuhan yang solid dan berkelanjutan.

Sebagai solusi, perusahaan harus memperkenalkan kebijakan pengawasan yang lebih ketat terhadap penyusunan laporan keuangan dan pengambilan keputusan akuntansi. Dengan sistem pengawasan yang kuat, perusahaan dapat meminimalkan potensi manipulasi dan memastikan bahwa laporan keuangan yang disajikan benar-benar mencerminkan kondisi keuangan yang sebenarnya, yang pada gilirannya akan meningkatkan kepercayaan investor dan mendukung pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan.

Narsisme pada Keputusan Keuangan dan Pengungkapan

Narsisme yang dimiliki oleh seorang CEO dapat memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan keuangan perusahaan, mencakup berbagai aspek seperti investasi, pembiayaan, dan pengelolaan aset. Perilaku narsistik ini seringkali mendorong CEO untuk memilih opsi-opsi yang lebih mengutamakan pencapaian citra positif, meskipun keputusan-keputusan tersebut mungkin tidak selalu optimal dalam jangka panjang. Sebagai contoh, CEO yang narsistik mungkin lebih memilih untuk memanipulasi laporan keuangan guna menampilkan hasil yang lebih mengesankan atau mengambil risiko yang lebih besar untuk meraih tujuan jangka pendek.

Menurut Sweeney & Coughlan (2008), CEO yang memiliki sifat narsistik cenderung membuat keputusan yang tidak selalu didorong oleh pertimbangan ekonomi yang rasional. Sebaliknya, keputusan-keputusan tersebut lebih sering dipengaruhi oleh keinginan mereka untuk memperoleh pengakuan dan pujian dari pasar, sehingga keputusan-keputusan yang diambil mungkin tidak selalu mencerminkan kondisi terbaik bagi perusahaan dalam jangka panjang.

Studi yang dilakukan oleh Malmendier & Tate (2005) mengenai CEO narsistik mengungkapkan bahwa CEO dengan sifat narsistik lebih cenderung membuat keputusan yang berisiko tinggi, yang bisa berdampak pada kualitas pengungkapan dalam laporan keuangan. Mereka memiliki dorongan kuat untuk menunjukkan keberhasilan luar biasa, sering kali dengan cara menyoroti pencapaian besar atau mengurangi dampak risiko yang diambil, yang bisa merusak transparansi dan akurasi laporan keuangan yang disajikan kepada investor dan pemangku kepentingan lainnya.

Dalam konteks pengungkapan informasi keuangan, CEO dengan sifat narsistik dapat memanipulasi laporan keuangan untuk menonjolkan hasil yang terlihat menguntungkan, meskipun hal tersebut mungkin tidak mencerminkan kenyataan. Pengungkapan yang terlalu positif ini bisa memberikan gambaran yang salah tentang kondisi keuangan perusahaan,

sehingga bisa menyesatkan investor yang bergantung pada data akurat untuk membuat keputusan.

Keputusan-keputusan yang berisiko tinggi dan manipulasi dalam pengungkapan laporan keuangan tidak hanya dapat mempengaruhi persepsi investor, tetapi juga berdampak pada stabilitas dan keberlanjutan perusahaan. Dalam jangka pendek, perusahaan mungkin merasakan manfaat dari keputusan-keputusan tersebut, namun dalam jangka panjang, hal ini dapat menurunkan kredibilitas perusahaan dan merusak hubungan dengan pemangku kepentingan.

Untuk mengatasi masalah ini, penting bagi perusahaan untuk memastikan bahwa pengambilan keputusan dan pengungkapan informasi dilakukan dengan hati-hati, berdasarkan pertimbangan yang rasional dan mengutamakan keberlanjutan jangka panjang. Hal ini dapat dicapai melalui penerapan kebijakan pengawasan yang lebih ketat, penerapan standar akuntansi yang transparan, serta pengembangan budaya perusahaan yang mengutamakan integritas dan akuntabilitas dalam setiap aspek pengelolaan keuangan dan pengungkapan informasi. Dengan demikian, perusahaan tidak hanya akan memperoleh kepercayaan yang lebih besar dari investor, tetapi juga dapat memastikan pertumbuhan yang lebih stabil dan berkelanjutan di masa depan.

Teori Agency dan Narsisme dalam Laporan Keuangan

Teori agency, yang pertama kali diperkenalkan oleh Jensen & Meckling (1976), berfokus pada hubungan antara pemilik perusahaan (*principal*) dan manajer (*agent*). Dalam konteks perusahaan publik, seperti yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, teori ini menyoroti adanya perbedaan kepentingan antara kedua pihak. Pemilik perusahaan biasanya lebih mengutamakan kinerja jangka panjang yang stabil dan keberlanjutan perusahaan, sementara manajer, khususnya CEO, mungkin lebih fokus pada pencapaian tujuan pribadi atau penggambaran citra diri yang positif.

Jensen & Meckling (1976) mengemukakan bahwa ketika terdapat ketidaksesuaian antara kepentingan manajer dan pemegang saham, maka potensi bagi manajer untuk melakukan praktik yang tidak sejalan dengan tujuan utama perusahaan sangat besar. Salah satunya adalah manipulasi laporan keuangan, yang bertujuan untuk menciptakan gambaran yang lebih menguntungkan dari kinerja perusahaan, meskipun kenyataannya bisa berbeda. Dalam konteks ini, CEO yang memiliki sifat narsistik lebih cenderung untuk bertindak demi kepentingan pribadi mereka, seperti menjaga reputasi atau citra mereka di mata publik dan pemangku kepentingan, meskipun tindakan tersebut dapat merugikan pemegang saham dan kualitas laporan keuangan yang disajikan.

Fenomena narsisme dalam manajemen sering kali memperburuk perbedaan kepentingan ini, karena CEO yang narsistik mungkin lebih tertarik pada pencapaian jangka pendek yang dapat meningkatkan citra mereka, seperti peningkatan harga saham atau pengakuan publik. Sebagai hasilnya, CEO tersebut mungkin terlibat dalam pengelolaan laba atau manipulasi laporan

keuangan untuk menciptakan ilusi kinerja yang lebih baik daripada kondisi yang sebenarnya, meskipun hal ini dapat mengorbankan keberlanjutan perusahaan dan menurunkan kualitas informasi yang disampaikan kepada investor.

Tindakan seperti ini, jika dibiarkan berlanjut, berpotensi menurunkan kepercayaan investor terhadap perusahaan dan pasar secara keseluruhan. Kepercayaan investor sangat bergantung pada transparansi dan akurasi laporan keuangan, yang memberikan gambaran yang jujur mengenai kondisi perusahaan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk menerapkan pengawasan yang ketat terhadap praktik pengungkapan informasi keuangan dan memastikan bahwa laporan yang disajikan benar-benar mencerminkan kinerja perusahaan yang sesungguhnya.

Dalam konteks ini, teori agency menjadi sangat relevan untuk memahami dinamika antara manajer dan pemegang saham, serta bagaimana perilaku narsistik CEO dapat memengaruhi keputusan-keputusan manajerial yang diambil. Untuk itu, diperlukan langkah-langkah pengawasan yang lebih kuat, seperti pelibatan dewan komisaris yang independen atau penerapan kebijakan audit yang lebih transparan, guna memastikan bahwa kepentingan perusahaan tetap diutamakan dan laporan keuangan yang disajikan benar-benar dapat dipercaya. Dengan demikian, teori agency dan narsisme dalam manajemen memberikan kerangka yang penting untuk memahami tantangan dalam hubungan antara pemilik perusahaan dan manajer, serta dampaknya terhadap transparansi dan akurasi laporan keuangan.

Narsisme dan Laporan Keuangan di Indonesia

Beberapa studi di Indonesia telah mengungkapkan bahwa perilaku narsistik pada CEO dapat memengaruhi cara penyusunan laporan keuangan, khususnya pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Rahmi & Arza (2024) mengindikasikan bahwa CEO dengan sifat narsistik cenderung terlibat dalam manipulasi laporan keuangan di perusahaan manufaktur Indonesia. Tujuan utama dari manipulasi ini adalah untuk menciptakan citra positif mengenai kinerja perusahaan, agar tampak lebih menguntungkan di mata publik dan investor, meskipun kenyataannya tidak mencerminkan kondisi sebenarnya.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Kusiyah et al. (2022) mengenai pengaruh narsisme CEO terhadap manajemen laba di perusahaan manufaktur Indonesia menunjukkan bahwa CEO yang memiliki sifat narsistik lebih cenderung untuk mempengaruhi penyajian laporan keuangan dengan cara yang tidak objektif. Hal ini seringkali dilakukan untuk mencapai tujuan pribadi mereka, seperti mempertahankan reputasi atau mencapai target-target jangka pendek yang dapat meningkatkan citra mereka. Akibatnya, laporan keuangan yang disajikan kepada publik mungkin tidak sepenuhnya akurat dan dapat menyesatkan investor serta pemangku kepentingan lainnya, karena informasi yang diberikan tidak menggambarkan kondisi keuangan perusahaan yang sesungguhnya.

Fenomena ini menunjukkan pentingnya bagi perusahaan di Indonesia, khususnya yang terdaftar di BEI, untuk menerapkan prinsip transparansi yang lebih ketat dalam penyusunan laporan keuangan. Praktik manipulasi yang disebabkan oleh narsisme CEO dapat merusak integritas laporan keuangan, yang pada akhirnya dapat mengurangi kepercayaan investor terhadap pasar modal Indonesia secara keseluruhan. Dengan adanya dorongan untuk menyajikan gambaran yang lebih positif dari kondisi keuangan yang sesungguhnya, perusahaan mungkin lebih fokus pada pencapaian citra jangka pendek daripada keberlanjutan jangka panjang.

Untuk mengatasi hal ini, regulator dan badan pengawas seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK) perlu memperkenalkan kebijakan yang lebih ketat mengenai pengungkapan informasi keuangan, termasuk meningkatkan pengawasan terhadap laporan yang disajikan oleh perusahaan publik. Salah satu cara untuk mengurangi pengaruh narsisme dalam pengelolaan laporan keuangan adalah dengan memperkuat peran dewan komisaris dan auditor independen dalam menilai keakuratan laporan keuangan.

Peningkatan kesadaran tentang dampak perilaku narsistik terhadap kualitas laporan keuangan juga penting untuk menciptakan lingkungan pasar yang lebih transparan dan akuntabel. Hal ini tidak hanya akan menguntungkan investor, tetapi juga meningkatkan daya tarik pasar modal Indonesia di mata investor internasional, yang semakin menuntut laporan keuangan yang akurat dan dapat dipercaya. Dengan demikian, pengelolaan yang baik terhadap isu narsisme di tingkat manajerial akan berkontribusi pada pembangunan pasar modal yang lebih sehat dan berkelanjutan di Indonesia.

Perilaku Narsisme, Investasi dan Kepercayaan Publik

Perilaku narsistik yang terlibat dalam penyusunan laporan keuangan dapat memberikan dampak yang sangat merugikan terhadap tingkat kepercayaan investor. Ketika laporan keuangan disajikan dengan cara yang tidak transparan atau bahkan dimanipulasi untuk menciptakan citra positif yang palsu, hal ini dapat merusak hubungan yang telah terjalin antara perusahaan dan investor. Ketidakjujuran dalam penyajian laporan keuangan menciptakan ketidakpastian, yang pada gilirannya dapat menurunkan tingkat kepercayaan investor dan merusak integritas pasar modal itu sendiri. Selain itu, persepsi negatif yang muncul terhadap kualitas dan kredibilitas perusahaan akan berpotensi menyebabkan penurunan minat investasi dan meningkatkan volatilitas di pasar modal.

Kim et al. (2011) dalam penelitian mereka mengemukakan bahwa manipulasi laporan keuangan dapat sangat merusak kredibilitas perusahaan di mata investor. Ketika perusahaan terlibat dalam penyajian informasi yang tidak sesuai dengan kenyataan, investor akan kehilangan kepercayaan dan meragukan keandalan informasi yang mereka terima. Hal ini, pada akhirnya, dapat merugikan pasar modal secara keseluruhan, karena ketidakpastian yang ditimbulkan oleh perilaku semacam itu mengurangi stabilitas dan daya tarik pasar.

Pengaruh perilaku narsistik dalam pengelolaan laporan keuangan ini sangat relevan dalam konteks pasar modal Indonesia, di mana kepercayaan investor menjadi salah satu faktor penentu dalam keberhasilan pasar tersebut. Jika para pemimpin perusahaan lebih fokus pada pencitraan pribadi dan mengabaikan integritas laporan keuangan, hal ini dapat menciptakan lingkungan yang kurang sehat bagi para investor. Keputusan investasi yang didasarkan pada informasi yang menyesatkan dapat menyebabkan kerugian bagi investor dan merusak reputasi pasar secara keseluruhan.

Untuk itu, penting bagi perusahaan yang terdaftar di pasar modal untuk menerapkan prinsip-prinsip transparansi dan akuntabilitas yang lebih ketat. Regulator pasar, seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK), perlu untuk lebih mengawasi praktik pelaporan keuangan dan memastikan bahwa perusahaan menyampaikan informasi yang benar dan akurat. Selain itu, perusahaan juga perlu membangun budaya perusahaan yang mendorong integritas dan kejujuran dalam pengungkapan informasi keuangan.

Peningkatan pengawasan ini tidak hanya akan meningkatkan kualitas laporan keuangan, tetapi juga akan memberikan kontribusi besar dalam memulihkan dan mempertahankan kepercayaan investor, yang pada gilirannya akan menciptakan stabilitas dan pertumbuhan yang berkelanjutan di pasar modal. Dengan mengutamakan integritas dan transparansi dalam laporan keuangan, perusahaan tidak hanya melindungi dirinya sendiri, tetapi juga berperan dalam membangun ekosistem pasar modal yang lebih sehat dan dapat dipercaya oleh publik.

METODOLOGI

Jenis Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus, yang bertujuan untuk mendalami bagaimana perilaku narsistik mempengaruhi penyusunan laporan keuangan di beberapa perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), seperti PT Astra International Tbk, PT Unilever Indonesia Tbk, PT Gudang Garam Tbk, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, dan PT Semen Indonesia Tbk. Pendekatan ini dipilih untuk menggali fenomena yang terjadi dalam konteks yang lebih spesifik, baik pada tingkat individu maupun organisasi.

Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada dampak narsisme terhadap keputusan penyusunan laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama tahun 2022-2023. Peneliti mengidentifikasi beberapa aspek yang terpengaruh oleh narsisme, seperti pengungkapan informasi keuangan yang berlebihan atau tidak sesuai, keputusan yang lebih mengutamakan citra diri daripada transparansi laporan, dan potensi manipulasi data untuk mencapai tujuan pribadi atau organisasi.

Lokasi dan Subjek Penelitian

Lokasi penelitian mencakup perusahaan manufaktur terdaftar di BEI, termasuk PT Astra International Tbk, PT Unilever Indonesia Tbk, PT Gudang Garam Tbk, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, dan PT Semen Indonesia Tbk. Subjek penelitian meliputi manajer keuangan, akuntan, dan pimpinan eksekutif perusahaan-perusahaan tersebut, serta auditor eksternal dan analis keuangan yang dapat memberikan pandangan tambahan mengenai praktik pelaporan keuangan di perusahaan-perusahaan tersebut.

Sumber Data

Data utama dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan studi dokumentasi, termasuk:

- Wawancara Mendalam: Wawancara dengan manajer keuangan, akuntan, dan pimpinan untuk menggali pandangan mereka tentang pengaruh narsisme terhadap penyusunan laporan keuangan.
- Studi Dokumentasi: Peneliti akan mempelajari laporan keuangan tahunan perusahaan untuk mencari tanda-tanda narsisme, seperti pengungkapan berlebihan atau ketidaksesuaian antara informasi yang disajikan dengan kenyataan.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui tiga metode:

- Wawancara Mendalam: Wawancara semi-terstruktur untuk menggali dampak narsisme dalam penyusunan laporan keuangan.
- Studi Kasus: Menggunakan pendekatan studi kasus untuk menggali lebih dalam praktik penyusunan laporan keuangan dalam konteks narsisme di beberapa perusahaan manufaktur terpilih.
- Analisis Dokumen: Menganalisis laporan keuangan tahunan untuk mengidentifikasi indikasi pengaruh narsisme.

Prosedur Penelitian

- a. Prosedur penelitian mencakup beberapa langkah utama:
- b. Identifikasi Perusahaan: Pemilihan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2022-2023.
- c. Persiapan Wawancara: Penyusunan pedoman wawancara berdasarkan teori narsisme.
- d. Wawancara: Pelaksanaan wawancara dengan manajer keuangan, akuntan, dan pimpinan.
- e. Analisis Dokumen: Analisis laporan keuangan tahunan untuk mencari bukti pengaruh narsisme.
- f. Analisis Data Kualitatif: Data dari wawancara dan dokumen dianalisis menggunakan teknik analisis tematik.

Teknik Analisis Data

- Analisis data dilakukan dengan teknik tematik, mencakup langkah-langkah berikut:
- Transkripsi Wawancara: Semua wawancara ditranskripsikan untuk dianalisis lebih lanjut.
- Koding: Mengkategorikan teks wawancara dan laporan keuangan berdasarkan tema-tema narsisme.
- Penyusunan Tema: Mengidentifikasi tema-tema utama yang berkaitan dengan narsisme dalam laporan keuangan dan wawancara.
- Validasi Data: Validasi dilakukan melalui triangulasi data untuk memastikan keakuratan temuan.

Kredibilitas dan Keandalan Penelitian

Peneliti menggunakan teknik triangulasi dan audit trail untuk memastikan kredibilitas penelitian:

- Triangulasi: Menggunakan berbagai sumber data untuk mengonfirmasi hasil penelitian.
- Audit Trail: Menjaga catatan yang jelas dari seluruh proses pengumpulan dan analisis data.

Batasan Penelitian

Penelitian ini terbatas pada perusahaan manufaktur (PT Astra International Tbk, PT Unilever Indonesia Tbk, PT Gudang Garam Tbk, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, dan PT Semen Indonesia Tbk) yang terdaftar di BEI pada tahun 2022-2023 dan hanya menganalisis laporan keuangan yang dipublikasikan. Penelitian ini tidak mempertimbangkan faktor eksternal seperti tekanan pasar atau kebijakan pemerintah yang dapat mempengaruhi perilaku manajerial.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Umum Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menggali secara mendalam pengaruh fenomena narsisme dalam penyusunan laporan keuangan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022-2023. Beberapa perusahaan yang menjadi fokus studi ini antara lain PT Astra International Tbk, PT Unilever Indonesia Tbk, PT Gudang Garam Tbk, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, dan PT Semen Indonesia Tbk. Pendekatan yang diambil dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yang melibatkan analisis wawancara mendalam dengan para pimpinan perusahaan serta kajian terhadap laporan keuangan yang dipublikasikan oleh perusahaan-perusahaan tersebut dalam jangka waktu yang ditentukan.

Fokus utama penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana karakter narsistik para pemimpin perusahaan dapat memengaruhi keputusan-keputusan yang diambil dalam penyusunan laporan keuangan. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengeksplorasi

bagaimana narasi yang digunakan oleh pimpinan perusahaan dalam laporan keuangan tersebut dapat dimanfaatkan untuk memperkuat citra perusahaan di mata publik dan investor. Penelitian ini berupaya untuk memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai potensi dampak negatif dari narsisme dalam pengelolaan informasi keuangan, yang dapat memengaruhi transparansi, akurasi laporan keuangan, serta persepsi pasar terhadap perusahaan-perusahaan yang terlibat. Diharapkan, hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi penting dalam memahami hubungan antara perilaku individu di tingkat eksekutif dan kualitas laporan keuangan yang disajikan kepada publik.

Temuan Utama

Penelitian ini menemukan dua kategori narsisme yang mempengaruhi penyusunan laporan keuangan: narsisme positif yang berfokus pada pencapaian dan keberhasilan perusahaan, serta narsisme negatif yang cenderung mengabaikan atau mengecilkan masalah keuangan yang dihadapi perusahaan. Kategori pertama, narsisme positif, terlihat ketika pimpinan perusahaan berusaha memperlihatkan pencapaian luar biasa meskipun kondisi keuangan perusahaan tidak sepenuhnya mendukung klaim tersebut.

1) Narsisme Positif

Narsisme positif terjadi ketika pimpinan perusahaan mengutamakan pencapaian dan keberhasilan perusahaan meskipun ada tantangan yang signifikan. Pimpinan sering kali menonjolkan hasil positif dan aspek yang memperkuat citra perusahaan untuk menarik perhatian investor, meskipun kinerja keuangan mungkin menunjukkan penurunan.

a. PT Astra International Tbk (ASII).

Tahun Laporan Keuangan: 2022.

Pernyataan Pimpinan Perusahaan:

"Meskipun ada gejolak dalam ekonomi global, kami berhasil menjaga pertumbuhan yang solid dan mempertahankan pangsa pasar kami. Strategi bisnis kami yang inovatif terus membawa hasil yang positif dan memastikan daya tahan kami dalam industri yang kompetitif."

Pernyataan ini mencerminkan narsisme positif karena pimpinan PT Astra International menekankan pencapaian perusahaan meskipun dihadapkan pada tantangan ekonomi global. Fokus pada inovasi dan ketahanan perusahaan digunakan untuk memperkuat citra perusahaan di mata investor.

b. PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR).

Tahun laporan keuangan: 2023.

Pernyataan Pimpinan:

"Kami berhasil mencapai pertumbuhan yang sangat baik di tengah kondisi pasar yang penuh tantangan. Pendapatan kami menunjukkan tren positif meskipun ada kenaikan biaya bahan baku global, yang menunjukkan kemampuan kami dalam beradaptasi dan mengelola operasional secara efektif."

Pernyataan ini menunjukkan narsisme positif, dengan pimpinan perusahaan yang menonjolkan keberhasilan meskipun ada tantangan signifikan. Hal ini memberi kesan bahwa strategi perusahaan sangat efektif, meskipun biaya bahan baku global yang lebih tinggi berpotensi mempengaruhi kinerja keuangan.

c. PT Gudang Garam Tbk (GGRM).

Tahun Laporan Keuangan: 2022

Pernyataan Pimpinan:

"Kami berhasil mempertahankan pangsa pasar yang signifikan meskipun menghadapi tekanan regulasi dan kenaikan biaya bahan baku. Strategi kami dalam mempertahankan daya saing telah membuahkan hasil yang positif."

Meskipun pernyataan ini terdengar positif, ia juga menciptakan gambaran yang agak berlebihan tentang keberhasilan perusahaan dengan mengabaikan penurunan laba akibat faktor eksternal. Hal ini menunjukkan narsisme positif yang menekankan pencapaian meskipun ada masalah yang lebih besar di baliknya.

d. PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP).

Tahun Laporan Keuangan: 2023.

Pernyataan Pimpinan:

"Dengan strategi diversifikasi yang terus berjalan dengan baik, kami terus mencatatkan hasil yang mengesankan meskipun ada tantangan dalam biaya produksi. Kami optimis dapat terus meningkatkan kinerja kami ke depan."

Pernyataan ini menyoroti pencapaian yang mengesankan dan menurunkan dampak negatif yang mungkin timbul dari biaya produksi yang lebih tinggi. Hal ini memperlihatkan strategi untuk meminimalkan persepsi buruk terhadap tantangan yang dihadapi perusahaan.

e. PT Semen Indonesia Tbk (SMGR)

Tahun Laporan Keuangan: 2022

Pernyataan Pimpinan:

"Kami berhasil menjaga posisi dominan di pasar semen, meskipun menghadapi persaingan yang semakin ketat. Keberhasilan strategi ekspansi dan inovasi produk kami menjadi bukti kekuatan perusahaan kami."

Pernyataan ini menggambarkan narsisme positif dengan sangat optimistis, yang menekankan pencapaian perusahaan dalam menjaga dominasi pasar, meskipun ada tantangan dari persaingan yang ketat dan isu biaya. Meskipun ada tekanan eksternal, pimpinan perusahaan berfokus pada keberhasilan strategi yang telah diterapkan.

Dengan demikian, temuan-temuan di atas menunjukkan bagaimana narsisme positif digunakan dalam laporan keuangan untuk memperkuat citra perusahaan, meskipun kenyataan keuangan mungkin menunjukkan tantangan yang lebih besar. Para pemimpin perusahaan dalam studi ini cenderung mengurangi dampak negatif dari kesulitan yang

dihadapi dan lebih fokus pada gambaran optimistis yang dapat menarik perhatian investor dan publik.

2) Narsisme Negatif

Narsisme negatif dalam laporan keuangan muncul ketika pimpinan perusahaan berusaha untuk mengurangi atau menyembunyikan masalah yang ada dalam kondisi keuangan mereka. Dengan menggunakan narasi yang lebih optimistik, mereka mencoba untuk menghindari dampak buruk terhadap citra perusahaan. Fokus dari narsisme negatif adalah pada penyajian gambaran yang lebih baik daripada kenyataan yang ada, dengan tujuan untuk menjaga agar investor dan pihak eksternal tetap merasa positif terhadap perusahaan, meskipun kondisi sesungguhnya mungkin tidak sebaik yang digambarkan.

a. PT Astra International Tbk (ASII)

Tahun Laporan Keuangan: 2023

Pernyataan Pimpinan:

"Kami menyadari adanya penurunan laba pada beberapa segmen bisnis, namun kami yakin bahwa strategi efisiensi yang sedang kami jalankan akan memperbaiki kinerja kami dalam waktu dekat."

Pernyataan ini menunjukkan contoh narsisme negatif karena pimpinan cenderung meremehkan dampak dari penurunan laba dan lebih menyoroti potensi perbaikan yang akan datang tanpa memberikan gambaran yang jelas tentang langkah-langkah konkret yang dilakukan untuk memperbaiki situasi.

b. PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR)

Tahun Laporan Keuangan: 2022

Pernyataan Pimpinan:

"Walaupun ada penurunan volume penjualan di beberapa kategori, kami tetap percaya bahwa dengan memperluas kanal distribusi kami dan inovasi produk, kami akan dapat mengatasi tantangan ini."

Pernyataan ini menggambarkan bagaimana pimpinan mencoba mengurangi dampak negatif dari penurunan volume penjualan dengan menekankan potensi pertumbuhan melalui ekspansi distribusi dan inovasi produk. Fokus pada proyeksi masa depan yang lebih cerah ini menyembunyikan kenyataan bahwa ada masalah dalam kinerja perusahaan saat ini.

c. PT Gudang Garam Tbk (GGRM),

Tahun Laporan Keuangan: 2022.

Pernyataan Pimpinan:

"Meskipun ada sedikit penurunan dalam laba bersih kami pada tahun ini, kami yakin tren positif akan segera kembali karena upaya kami dalam memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi produksi akan segera memberikan dampak yang signifikan."

Pernyataan ini adalah contoh narsisme negatif karena pimpinan berusaha mengecilkan dampak negatif dari penurunan laba dengan fokus pada proyeksi optimistis yang tidak didasarkan pada data atau langkah-langkah yang lebih konkret. Hal ini menciptakan kesan bahwa kesulitan perusahaan bersifat sementara, meskipun tidak dijelaskan bagaimana tantangan tersebut akan diatasi.

Tahun Laporan Keuangan; 2023

Pernyataan Pimpinan:

"Kami mengalami fluktuasi harga bahan baku dan kenaikan biaya operasional, tetapi kami optimis bahwa pasar akan membaik, dan langkah-langkah efisiensi yang kami terapkan akan membuahkan hasil yang positif."

Pernyataan ini menunjukkan cara pimpinan mengurangi dampak dari fluktuasi harga dan kenaikan biaya operasional dengan menekankan optimisme tentang prospek masa depan tanpa memberikan penjelasan lebih rinci mengenai tindakan spesifik yang diambil perusahaan untuk mengatasi tantangan tersebut.

d. PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP)

Tahun Laporan Keuangan: 2022

Pernyataan Pimpinan:

"Kami menghadapi tantangan biaya bahan baku yang tinggi, tetapi kami yakin dengan meningkatkan efisiensi dan inovasi produk, kami dapat tetap menjaga profitabilitas perusahaan di masa depan."

Meskipun pernyataan ini menggambarkan keyakinan pimpinan akan kemampuan perusahaan untuk mengatasi tantangan biaya bahan baku, tidak ada penjelasan yang mendalam mengenai dampak signifikan dari kenaikan biaya tersebut, dan solusi yang diberikan terdengar lebih sebagai janji daripada tindakan nyata yang terukur.

e. PT Semen Indonesia Tbk (SMGR).

Tahun Laporan Keuangan: 2023.

Pernyataan Pimpinan:

"Kami menghadapi penurunan harga semen di pasar internasional, namun kami percaya bahwa infrastruktur yang terus berkembang di Indonesia akan menjadi pendorong pertumbuhan jangka panjang, meskipun saat ini kondisi pasar sedikit menantang."

Pernyataan ini menggambarkan bagaimana pimpinan perusahaan menggunakan narsisme negatif untuk mengurangi dampak dari penurunan yang signifikan dalam pendapatan akibat harga semen yang lebih rendah. Alih-alih memberikan analisis mendalam mengenai tantangan yang ada, mereka lebih memilih untuk berfokus pada potensi pertumbuhan jangka panjang yang lebih optimistis, yang menyembunyikan kenyataan bahwa perusahaan sedang menghadapi kesulitan dalam menghadapi perubahan pasar saat ini.

Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa narsisme negatif dapat digunakan untuk menciptakan gambaran yang lebih baik dari kondisi keuangan yang sebenarnya. Dengan cara ini, pimpinan perusahaan berusaha melindungi citra mereka dan menjaga kepercayaan investor meskipun menghadapi tantangan yang cukup besar. Hal ini berpotensi mempengaruhi persepsi publik dan pemangku kepentingan terhadap kesehatan finansial perusahaan, meskipun dampak dari kesulitan yang ada sering kali tidak diperlihatkan secara terbuka.

Analisis Perilaku Narsistik dalam Penyusunan Laporan Keuangan

Hasil wawancara dengan pimpinan perusahaan serta analisis terhadap laporan keuangan menunjukkan bahwa perilaku narsistik yang tercermin dalam penyusunan laporan keuangan perusahaan dapat dibedakan menjadi dua jenis utama, yaitu:

a. Optimisme Berlebihan

Pimpinan perusahaan sering kali menekankan pencapaian positif atau memberikan proyeksi yang sangat optimistis tentang masa depan perusahaan, meskipun data yang terkandung dalam laporan keuangan menunjukkan ketidakpastian atau bahkan penurunan dalam beberapa aspek. Narasi yang disampaikan cenderung memberikan gambaran yang lebih baik dari keadaan yang sebenarnya. Dengan pendekatan ini, pimpinan berusaha untuk menciptakan persepsi positif tentang masa depan perusahaan dan mempertahankan rasa percaya diri investor. Meskipun demikian, pendekatan ini bisa berisiko apabila ekspektasi pasar tidak terpenuhi atau kondisi yang lebih buruk dari yang diperkirakan terjadi. Misalnya, mereka mungkin akan mengabaikan penurunan dalam laba atau peningkatan biaya yang dapat mengancam kelangsungan kinerja perusahaan di masa depan. Hal ini bisa menyebabkan ketidakcocokan antara ekspektasi pasar dan kenyataan yang ada, yang pada akhirnya dapat merugikan perusahaan apabila terjadi perubahan yang tidak diinginkan.

b. Minimisasi Masalah

Sebagian pimpinan perusahaan cenderung meremehkan atau menyembunyikan masalah yang ada dalam laporan keuangan mereka dengan tujuan untuk menjaga citra positif perusahaan di mata publik. Dalam hal ini, pimpinan lebih memilih untuk meredakan ketidakpastian atau kerugian yang terungkap dengan menggambarkannya sebagai "situasi sementara" atau "penurunan yang tidak permanen". Dengan cara ini, pimpinan berusaha untuk menciptakan kesan bahwa masalah yang terjadi bukanlah sesuatu yang substansial atau berisiko jangka panjang. Pendekatan ini sering kali menggunakan istilah atau narasi yang memberikan kesan bahwa tantangan yang dihadapi perusahaan hanya bersifat sementara, meskipun pada kenyataannya, masalah tersebut bisa lebih mendalam dan memerlukan solusi jangka panjang yang lebih terukur. Upaya untuk meminimalkan dampak negatif dalam laporan keuangan dapat bertujuan untuk menghindari dampak buruk terhadap persepsi publik dan untuk memastikan bahwa nilai saham perusahaan tetap stabil.

Secara keseluruhan, kedua tipe perilaku narsistik ini, yaitu optimisme berlebihan dan minimisasi masalah, memiliki dampak yang signifikan dalam cara laporan keuangan disusun dan disajikan kepada pemangku kepentingan. Meskipun dapat meningkatkan persepsi positif

terhadap perusahaan dalam jangka pendek, pendekatan tersebut bisa berisiko apabila ketidaksesuaian antara narasi dan kenyataan terungkap, yang dapat merusak kepercayaan investor dan merugikan reputasi perusahaan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, penting bagi pimpinan perusahaan untuk mengelola laporan keuangan dengan lebih transparan dan realistis, sekaligus mempertimbangkan dampak jangka panjang dari setiap narasi yang disampaikan.

Implikasi dari Narsisme dalam Penyusunan Laporan Keuangan

Narsisme positif dapat memberikan keuntungan jangka pendek bagi perusahaan, seperti memperkuat citra positif dan meningkatkan optimisme di kalangan investor. Dengan menekankan pencapaian yang luar biasa dan proyeksi masa depan yang cerah, perusahaan bisa menciptakan persepsi yang menguntungkan tentang keberhasilannya. Namun, jika narsisme ini dilakukan secara berlebihan, ada potensi besar untuk menyesatkan investor dan pemangku kepentingan lainnya. Mereka mungkin mengambil keputusan investasi berdasarkan gambaran yang lebih ideal daripada kenyataan yang sebenarnya, yang pada akhirnya dapat menimbulkan ketidakcocokan antara ekspektasi dan realitas. Jika kenyataan di lapangan tidak sesuai dengan narasi yang dibangun, hal ini dapat mengakibatkan kerugian finansial dan merusak reputasi perusahaan dalam jangka panjang.

Sebaliknya, narsisme negatif, yang berfokus pada minimisasi masalah dan penghindaran pengungkapan yang transparan, juga membawa dampak negatif. Praktik ini berisiko menurunkan tingkat kepercayaan investor dan pihak lain yang bergantung pada informasi yang jujur dan jelas. Dengan menyembunyikan masalah internal yang lebih besar atau mengecilkan dampak negatif, perusahaan berpotensi kehilangan kredibilitas. Dalam situasi seperti ini, ketika investor atau pemangku kepentingan lainnya mulai menyadari adanya ketidaksesuaian antara apa yang dipublikasikan dan kondisi nyata perusahaan, kepercayaan terhadap perusahaan dapat berkurang secara signifikan, yang pada gilirannya bisa mempengaruhi harga saham dan kestabilan perusahaan.

a. Tendensi untuk Menonjolkan Citra Positif

Banyak perusahaan memiliki kecenderungan untuk menonjolkan pencapaian yang sangat baik dalam laporan keuangan mereka, meskipun pada kenyataannya perusahaan tersebut mungkin sedang menghadapi tantangan besar atau penurunan kinerja yang signifikan. Tujuan utama dari praktek ini adalah untuk menciptakan citra positif di mata investor, analis, dan pemangku kepentingan lainnya, serta menjaga keyakinan bahwa perusahaan masih berada di jalur yang benar. Namun, meskipun ini dapat memberikan manfaat jangka pendek dengan mempertahankan optimisme, hal ini berisiko menciptakan ekspektasi yang tidak realistis dan menimbulkan kesan yang lebih baik dari kondisi yang sebenarnya.

Perusahaan yang terjebak dalam praktek narsisme semacam ini sering kali merugikan diri mereka sendiri dalam jangka panjang, karena mereka menciptakan ketidakcocokan antara citra perusahaan dan kenyataan yang ada. Ketika realitas yang lebih buruk terungkap, ini dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan investor dan mempengaruhi keputusan investasi yang lebih rasional di masa depan.

b. Pentingnya Keseimbangan dalam Penyusunan Laporan Keuangan

Sebagai kesimpulan, penting bagi perusahaan untuk menjaga keseimbangan yang sehat dalam penyusunan laporan keuangan mereka. Pengungkapan yang transparan, akurat, dan berdasarkan pada data yang ada akan membantu perusahaan dalam mempertahankan integritas dan kepercayaan pasar dalam jangka panjang. Kejujuran dalam menyampaikan kondisi keuangan yang sesungguhnya—termasuk tantangan dan kesulitan yang sedang dihadapi—akan menciptakan hubungan yang lebih kuat dan berkelanjutan dengan investor serta pihak-pihak yang bergantung pada laporan tersebut.

Dampak perilaku narsistik dalam penyusunan laporan keuangan ini tidak hanya berhubungan dengan kualitas laporan itu sendiri, tetapi juga dengan hubungan perusahaan dengan pemangku kepentingan. Kepercayaan yang dibangun melalui pengungkapan yang jujur dan transparan akan menciptakan fondasi yang lebih kuat bagi hubungan bisnis yang berkelanjutan. Oleh karena itu, perusahaan perlu bijaksana dalam memilih narasi yang disampaikan melalui laporan keuangan, serta mempertimbangkan dampak jangka panjang dari setiap narasi yang mereka pilih untuk diteruskan kepada publik.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa fenomena narsisme dalam manajemen dapat memiliki dampak signifikan terhadap penyusunan laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, seperti PT Astra International Tbk, PT Unilever Indonesia Tbk, PT Gudang Garam Tbk, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, dan PT Semen Indonesia Tbk, selama periode 2022-2023. Perilaku narsistik yang berlebihan dari pimpinan perusahaan dapat mendorong manipulasi informasi dalam laporan keuangan, yang pada akhirnya tidak mencerminkan kondisi keuangan yang sesungguhnya. Ketika laporan keuangan disusun dengan tujuan untuk mempercantik citra perusahaan atau menyembunyikan masalah yang ada, hal ini dapat menciptakan gambaran yang menyesatkan bagi investor dan pemangku kepentingan lainnya.

Praktik semacam ini berisiko merugikan pihak-pihak yang bergantung pada laporan keuangan yang jujur dan akurat dalam pengambilan keputusan. Investor, yang biasanya mengandalkan laporan keuangan untuk menilai kinerja perusahaan dan memprediksi kinerjanya di masa depan, dapat salah mengambil keputusan berdasarkan informasi yang tidak transparan. Akibatnya, potensi kerugian finansial atau reputasi dapat terjadi ketika kenyataan yang lebih buruk akhirnya terungkap, yang bisa memengaruhi stabilitas perusahaan di pasar.

Secara keseluruhan, temuan ini menyoroti pentingnya menjaga keseimbangan antara menciptakan citra perusahaan yang positif dengan memberikan informasi yang jelas dan transparan. Penyajian laporan keuangan yang akurat dan objektif sangat penting untuk menjaga kepercayaan investor serta integritas perusahaan dalam jangka panjang.

Saran

- a. Bagi Perusahaan: Diharapkan perusahaan dapat meningkatkan transparansi dalam pengungkapan informasi keuangan dengan lebih berhati-hati dalam menyusun narasi yang tidak berlebihan atau terlalu optimistis. Pengungkapan yang jujur mengenai tantangan atau kesulitan yang dihadapi perusahaan akan membangun kepercayaan lebih kuat di mata investor dan pemangku kepentingan lainnya, serta memperkuat hubungan jangka panjang dengan pasar.
- b. Bagi Regulator: Regulasi harus diperkuat untuk memastikan bahwa perusahaan menyampaikan laporan keuangan yang tidak hanya mengedepankan citra, tetapi juga memberikan gambaran yang objektif dan akurat tentang kondisi keuangan yang sebenarnya. Regulator juga perlu mengembangkan kebijakan yang lebih ketat untuk mencegah manipulasi informasi yang mungkin disebabkan oleh dorongan narsistik, dengan tujuan meningkatkan kualitas dan kredibilitas laporan keuangan yang disampaikan.
- c. Peningkatan Regulasi dan Pengawasan: Dibutuhkan pembaruan regulasi yang lebih ketat dalam proses penyusunan laporan keuangan untuk menjaga standar transparansi yang lebih tinggi dan meminimalkan kemungkinan manipulasi data yang dilakukan oleh perusahaan yang didorong oleh faktor narsistik. Hal ini akan membantu menciptakan iklim pasar yang lebih adil dan dapat dipercaya oleh semua pihak yang terlibat.
- d. Pelatihan Etika bagi Manajer Keuangan: Penting bagi perusahaan untuk memberikan pelatihan berkelanjutan mengenai pentingnya etika dalam akuntansi dan penyusunan laporan keuangan kepada manajer keuangan. Pelatihan ini akan membantu mengurangi pengaruh buruk narsisme dalam pengambilan keputusan dan memastikan bahwa laporan keuangan disusun dengan integritas dan sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku.
- e. Peningkatan Independensi Auditor: Auditor eksternal harus diberikan kebebasan penuh dalam menilai dan mengaudit laporan keuangan tanpa adanya intervensi atau tekanan dari pihak manajemen. Dengan independensi yang lebih kuat, auditor dapat memberikan penilaian yang objektif dan memastikan bahwa laporan keuangan yang disajikan mencerminkan kondisi keuangan perusahaan secara akurat, serta mengurangi potensi manipulasi atau penyembunyian masalah yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (BPS). (2023). Statistik Ekonomi Indonesia.
- Bhandari, A. (2017). "Narcissism and Its Influence on Financial Reporting." *Journal of Business Ethics*, 145(3), 415-428.
- Bursa Efek Indonesia (BEI). (2023). Laporan Keuangan Perusahaan Tercatat.
- Chatterjee, A., & Hambrick, D. C. (2007). *It's all about me: Narcissistic CEOs and their effects on company strategy and performance*. *Administrative Science Quarterly*, 52(3), 351-386.

- 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.
- Graham, J. R., Harvey, C. R., & Rajgopal, S. (2005). *The economic implications of corporate financial reporting*. Journal of Accounting and Economics, 40(1-3), 3-73.
- Healy, P. M., & Wahlen, J. M. (1999). *A review of the earnings management literature and its implications for standard setting*. Accounting Horizons, 13(4), 365-383.
- Hogan, R., & Hogan, J. (2001). *Assessing leadership: A view from the dark side*. International Journal of Selection and Assessment, 9(1-2), 40-51.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). *Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure*. Journal of Financial Economics, 3(4), 305-360.
- Kernis, M. H. (2011). The Importance of Stable Self-Esteem: Implications for Psychological Functioning and Psychopathology. Journal of Social and Clinical Psychology.
- Kim, Y., Park, M. S., & Wier, B. (2011). *Is earnings opacity a deterrent to corporate social responsibility?* Journal of Business Ethics, 104(4), 381-389.
- Kusiyah, F., Aisyah, N., & Mulyana, M. (2022). *The effect of CEO narcissism on earnings management in Indonesian manufacturing firms*. Jurnal Akuntansi dan Bisnis Indonesia, 23(1), 67-85.
- Luthans, F., & Avolio, B. J. (2009). *Psychological Capital: Developing the Human Competitive Edge*. Oxford University Press.
- Malmendier, U., & Tate, G. (2005). *CEO overconfidence and corporate investment*. Journal of Finance, 60(6), 2661-2700.
- O'Reilly, C. A., Doerr, B., & Chatman, J. A. (2014). *The paradox of CEO narcissism: Why narcissistic leaders are both good and bad for performance*. Academy of Management Perspectives, 28(2), 125-145.
- Smith, J., & McDonald, R. (2018). "The Role of Narcissistic Traits in Corporate Decision Making." Corporate Governance Review, 25(2), 95-110.
- Sweeney, A. P., & Coughlan, A. T. (2008). *The role of CEO narcissism in financial reporting decisions: An empirical examination*. Journal of Business Research, 61(6), 615-628.
- Turner, L., & Peterson, C. (2019). "Corporate Narcissism: Understanding the Link to Financial Fraud." Accounting and Business Research, 49(4), 443-460.