

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam perkembangan industri yang terus berubah akibat persaingan global, kemajuan teknologi, dan dinamika pasar, efisiensi dan profitabilitas menjadi kunci keberlangsungan dan daya saing perusahaan. Menurut (Rizqullah & Mujiyati, 2024) mendefinisikan efisiensi sebagai kemampuan memaksimalkan sumber daya tanpa pemborosan untuk menciptakan nilai tambah dan meningkatkan laba. Strategi efisiensi menjadi krusial untuk menekan biaya, meningkatkan produktivitas, dan memenuhi kebutuhan konsumen. Di sektor manufaktur barang konsumsi, tekanan meningkat akibat naiknya harga bahan baku dan ketidakpastian rantai pasok. Professional Review (2025) mencatat lonjakan harga bahan baku sebagai tantangan besar, sementara Kemenperin (2024) menilai penerapan Industri 4.0 mampu mendorong efisiensi dan keberlanjutan operasional. Fenomena menarik terlihat pada manufaktur sektor konsumsi, khususnya di subsektor makanan, di mana profitabilitas antar perusahaan berbeda bergantung pada gaya kepemimpinan CEO. PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, di bawah kepemimpinan Anthoni Salim, mencatat pertumbuhan laba melalui diversifikasi produk dan ekspansi pasar, yang membawanya meraih penghargaan *The Best CEO 2024*. PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk, mengalami penurunan profitabilitas karena lemahnya respons manajerial dan masalah tata kelola. Kedua kasus ini menegaskan pentingnya kepemimpinan yang adaptif dan visioner dalam memastikan efisiensi dan profitabilitas jangka panjang.

*Firm Efficiency* dapat diukur dari berbagai perspektif, salah satunya dengan menggunakan pendekatan *Data Envelopment Analysis* (DEA). Menurut (Huda & Sabur, 2025) *Data Envelopment Analysis* (DEA) adalah metode yang menggunakan informasi keuangan dan non-keuangan untuk melengkapi analisis indikator tradisional untuk efisiensi operasional dan teknis. Metode ini menilai sejauh mana suatu perusahaan mampu mengoptimalkan penggunaan seluruh sumber daya yang dimilikinya untuk menghasilkan *output* maksimal dibandingkan perusahaan sejenis. Penggunaan DEA dalam penelitian ini didasarkan pada kemampuannya dalam menangkap efisiensi operasional secara menyeluruh, terutama pada perusahaan manufaktur barang konsumsi yang memiliki struktur biaya dan proses produksi yang beragam. (Majumdar & Asgari,

2017), membuktikan bahwa DEA cocok digunakan untuk mengukur efisiensi di industri barang konsumsi, karena DEA mampu mengukur efisiensi teknis dengan menggunakan *input* dan *output* tanpa perlu data harga atau model fungsi tertentu. Industri barang konsumsi memiliki proses produksi yang kompleks dan beragam sehingga DEA dapat membantu mengevaluasi kinerja perusahaan, membandingkan efisiensi antar perusahaan, serta memberikan tolok ukur untuk perbaikan. Dengan demikian, DEA menjadi alat yang relevan untuk mengevaluasi seberapa efektif strategi operasional dan manajemen sumber daya diterapkan dalam mencapai daya saing dan keberlanjutan usaha di pasar yang kompetitif.

Selain *Firm Efficiency*, Profitabilitas perusahaan juga menjadi fokus utama di tengah era persaingan bisnis yang semakin ketat. Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas operasionalnya, yang menjadi tolok ukur penting bagi para investor dan pemangku kepentingan. Menurut (Nurlila Hergianti & Endang Dwi Retnani, 2020), profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan serta memanfaatkan aset tetap, penjualan, dan modal untuk mencapai laba yang optimal. Meskipun efisiensi aset penting, tanpa profitabilitas yang memadai, perusahaan akan kesulitan bertahan dan berkembang. CEO yang memiliki tingkat narsistik tinggi cenderung memiliki kepercayaan diri berlebih dan keinginan kuat untuk tampil unggul, yang bisa mendorong pengambilan keputusan berisiko tinggi untuk mengejar profit jangka pendek (Kalbuana et al., 2022). Namun di sisi lain, sifat narsistik juga dapat memicu perilaku manipulatif dan pengambilan keputusan yang kurang rasional, yang justru dapat berdampak negatif terhadap profitabilitas perusahaan dalam jangka panjang (Meiliya & Rahmawati, 2022). Oleh karena itu, perusahaan harus mampu mengoptimalkan pendapatan dan memaksimalkan keuntungan agar tetap kompetitif dan memastikan keberlanjutan jangka panjang.

*Profitability* perusahaan dapat diukur menggunakan rasio *Return on Equity* (ROE), yang menggambarkan seberapa efektif perusahaan dalam menghasilkan laba dari ekuitas yang dimilikinya. Menurut (Wairisal, 2024), ROE adalah rasio yang mengukur efisiensi perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari total ekuitas yang digunakan, yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan modal sendiri untuk mencapai keuntungan. Penelitian ini menggunakan ROE karena rasio ini memberikan gambaran yang jelas mengenai sejauh mana ekuitas perusahaan berkontribusi terhadap

pencapaian profitabilitas. Tujuan utama dari penggunaan ROE adalah untuk mengukur efektivitas manajemen perusahaan dalam memanfaatkan ekuitas guna menghasilkan laba yang optimal, yang juga mencerminkan kualitas pengelolaan modal perusahaan. Dalam konteks perusahaan manufaktur barang konsumsi, penggunaan ROE sangat relevan karena perusahaan dalam sektor ini biasanya membutuhkan strategi pengelolaan ekuitas yang efisien untuk tetap kompetitif dan mengoptimalkan laba, yang akan menentukan daya saing dan keberlanjutan usaha di pasar.

Gaya kepemimpinan CEO merupakan elemen penting yang berpengaruh besar terhadap arah serta kinerja perusahaan, termasuk dalam aspek efisiensi perusahaan dan profitabilitas. Dalam beberapa situasi, tingkat narsisme yang tinggi pada diri seorang CEO justru dapat memberikan dampak positif. Rasa percaya diri yang kuat, ambisi besar, dan dorongan untuk selalu unggul mendorong mereka mengambil keputusan strategis yang berani dan inovatif. CEO dengan sifat narsistik cenderung menetapkan sasaran yang ambisius serta bersedia mengambil risiko demi memperluas pasar, meningkatkan reputasi perusahaan, dan mempercepat pertumbuhan bisnis. Menurut (Nurmayanti, 2020), CEO memiliki otoritas penuh dalam menentukan keputusan terkait perencanaan dan kinerja perusahaan. Sementara itu (Hambrick & Mason, 1984) menegaskan bahwa kebijakan dan tindakan CEO merupakan cerminan dari gaya kepemimpinan serta karakteristik pribadinya. CEO dengan sifat narsistik yang kerap mengambil keputusan strategis agresif dan berorientasi pada pencapaian tujuan pribadi, dapat terdorong untuk mengoptimalkan penggunaan ekuitas melalui peningkatan efisiensi operasional dan pemaksimalan profitabilitas, sehingga berpotensi meningkatkan ROE perusahaan (Jumliana, 2021).

Salah satu karakteristik CEO yang semakin mendapat perhatian dalam literatur manajemen adalah narsisme pada CEO. Karakter ini memiliki dua sisi yang dapat berdampak positif maupun negatif terhadap kinerja perusahaan. Di satu sisi, CEO yang memiliki tingkat narsisme tinggi cenderung memiliki rasa percaya diri yang kuat, ambisi besar, serta kebutuhan untuk tampil unggul. Karakteristik ini dapat mendorong pengambilan keputusan yang strategis, berani dan inovatif, seperti ekspansi pasar atau investasi dalam proyek-proyek berisiko tinggi yang bertujuan meningkatkan pertumbuhan dan visibilitas perusahaan. Penelitian (Kraft, 2022), menunjukkan bahwa narsisme CEO dapat mendorong inovasi yang berkontribusi pada peningkatan kinerja perusahaan. Selain itu, sifat agresif dalam pengambilan keputusan juga dapat memacu

efisiensi operasional dan maksimalisasi profitabilitas, sehingga berdampak positif terhadap *Return on Equity* (ROE) perusahaan. Namun di sisi lain CEO narsistik juga cenderung terlibat dalam perilaku oportunistik seperti perdagangan orang dalam yang tidak informatif, yang berpotensi merugikan kinerja jangka panjang perusahaan. Selain itu (Wang et al., 2025) mencatat bahwa narsisme dapat mendorong kecenderungan untuk mengejar kepentingan pribadi dibandingkan kepentingan organisasi, yang dapat mengganggu stabilitas keuangan dan mengurangi kepercayaan investor. Oleh karena itu, meskipun narsisme CEO dapat menjadi pendorong kemajuan, penting bagi perusahaan untuk mengelola karakter ini secara bijaksana guna meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan potensi positifnya terhadap keberlanjutan perusahaan.

Pengukuran CEO *Narcissism* dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung jumlah kemunculan foto CEO dalam *annual report* perusahaan. Menurut (Chatterjee & Hambrick, 2007), sifat narsisme dapat tercermin dari sejauh mana seorang CEO mencari eksposur dan pengakuan secara visual. Semakin sering foto CEO ditampilkan, khususnya dalam bagian-bagian penting seperti sambutan direksi atau halaman utama, maka semakin tinggi indikasi sifat narsistik yang dimilikinya. Pendekatan ini juga digunakan dalam berbagai penelitian lanjutan, termasuk oleh (Saputri & Kusumawardani, 2024), yang menyatakan bahwa frekuensi dan ukuran kemunculan foto CEO mencerminkan tingkat kebutuhan individu tersebut untuk memperoleh pengakuan di ruang publik perusahaan. Metode ini digunakan karena objektif dan mudah diobservasi, serta relevan dalam konteks perusahaan terbuka yang menjadikan *annual report* sebagai media utama komunikasi eksternal.

Selain itu, *Institutional ownership* juga dapat menjadi elemen sebagai variabel moderasi yang memengaruhi hubungan antara CEO *narcissism* terhadap *firm efficiency* dan *profitability*. *Institutional ownership* mengacu pada kepemilikan saham perusahaan oleh institusi keuangan seperti dana pensiun, perusahaan asuransi, atau manajer investasi, yang memiliki kekuatan signifikan dalam pengawasan manajemen. Menurut (Wardhani & Samrotun, 2020), *Institutional ownership* merupakan bentuk kepemilikan yang dapat memperkuat fungsi kontrol terhadap perilaku manajerial, termasuk dalam hal pengambilan keputusan strategis. Dalam konteks ini, keberadaan pemilik institusional dapat membatasi dampak negatif dari sifat narsistik CEO, seperti kecenderungan mengambil risiko tinggi demi pencitraan pribadi, dengan memberikan pengawasan yang

ketat terhadap efisiensi operasional dan tujuan profitabilitas perusahaan. Oleh karena itu, semakin tinggi kepemilikan institusional dalam suatu perusahaan, maka potensi perilaku narsistik CEO yang merugikan dapat diminimalkan. Dengan demikian, *Institutional ownership* dapat memperkuat hubungan antara CEO *narcissism* dengan *firm efficiency* dan *profitability*, tergantung pada arah dan kekuatan kontrol yang dilakukan institusi terhadap keputusan CEO.

Penelitian ini sangat menarik dan relevan karena gaya kepemimpinan CEO seperti narsisme, semakin mendapat perhatian terutama dalam pengambilan keputusan penting di perusahaan. Fokus pada industri manufaktur barang konsumsi juga semakin relevan, mengingat sektor ini berperan penting dalam perekonomian Indonesia. Di tengah persaingan bisnis yang ketat dan perubahan pasar yang cepat, perusahaan dituntut untuk bekerja lebih efisien dan tetap mendapatkan keuntungan. Harapannya, penelitian ini dapat membantu perusahaan dalam memahami dampak karakteristik pribadi CEO, khususnya narsisme, terhadap efisiensi perusahaan dan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan peran penting pemegang saham institusional dalam mengontrol dan menyeimbangkan pengaruh CEO yang cenderung lebih berisiko, sehingga keputusan yang diambil tetap sejalan dengan tujuan jangka panjang perusahaan.

Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh CEO *Narcissism* terhadap *Firm Efficiency* dan *Profitability*. CEO dengan tingkat narsisme tinggi umumnya menunjukkan ambisi besar, rasa percaya diri yang berlebihan, serta dorongan kuat untuk mendapatkan pengakuan. Karakteristik ini dapat memengaruhi pola pengambilan keputusan strategis yang bersifat besar dan inovatif, yang pada gilirannya berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Namun, dalam konteks perusahaan manufaktur barang konsumsi yang mayoritas sahamnya dimiliki oleh investor institusional (dengan kepemilikan lebih dari 50%), pengawasan yang ketat dari pihak investor institusional berpotensi menjadi mekanisme kontrol yang efektif. Pengawasan tersebut dapat menyeimbangkan atau mengarahkan kecenderungan narsistik CEO ke arah yang lebih konstruktif, sehingga memberikan dampak positif terhadap efisiensi operasional dan profitabilitas perusahaan.

## 1.2 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini ditetapkan sebagai berikut:

1. Penelitian ini berfokus pada perusahaan manufaktur sub-sektor barang konsumsi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan periode observasi tahun 2021 hingga 2024.
2. Data yang digunakan berupa laporan keuangan perusahaan untuk periode 2021 hingga 2024, yang seluruhnya disajikan dalam mata uang rupiah.

## 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh CEO *Narcissism* terhadap *Firm Efficiency*?
2. Bagaimana pengaruh CEO *Narcissism* terhadap *Profitability*?
3. Apakah *Institutional Ownership* dapat memoderasi hubungan antara CEO *Narcissism* terhadap *Firm Efficiency*?
4. Apakah *Institutional Ownership* dapat memoderasi hubungan antara CEO *Narcissism* terhadap *Profitability*?

## 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk membuktikan bahwa:

1. Menganalisis pengaruh sifat CEO *Narcissism* terhadap *Firm Efficiency*.
2. Menganalisis pengaruh sifat CEO *Narcissism* terhadap *Profitability*.
3. Menganalisis peran *Institutional Ownership* sebagai variabel moderasi yang berperan memperkuat keterkaitan antara CEO *Narcissism* dan *Firm Efficiency*.
4. Menganalisis peran *Institutional Ownership* sebagai variabel moderasi yang berperan memperkuat keterkaitan antara CEO *Narcissism* dan *Profitability*.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi seluruh pihak, seperti:

1. Akademisi

Penelitian ini dapat menjadi kontribusi bagi pengembangan literatur di bidang akuntansi, manajemen strategis, dan perilaku organisasi, khususnya yang membahas hubungan antara karakteristik psikologis pimpinan puncak dan kinerja perusahaan. Hasilnya dapat menjadi rujukan bagi studi lanjutan yang meneliti hubungan CEO *Narcissism* dengan indikator kinerja lain, serta memperluas kajian peran *Institutional Ownership* sebagai mekanisme tata kelola.

2. Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan dalam proses seleksi, evaluasi, maupun pengembangan CEO dengan mempertimbangkan aspek kepribadian, khususnya tingkat narsisme, yang dapat memengaruhi efisiensi dan profitabilitas perusahaan. Selain itu, perusahaan dapat memahami pentingnya optimalisasi peran pemegang saham institusional sebagai pihak yang mampu memberikan pengawasan strategis.

3. Pemegang Saham

Penelitian ini memberikan wawasan bagi investor mengenai relevansi *Institutional Ownership* dalam mempengaruhi hubungan antara karakteristik CEO dan kinerja perusahaan. Investor dapat mempertimbangkan aspek kepemimpinan serta mekanisme pengawasan dalam strategi investasinya untuk meminimalkan risiko yang terkait dengan gaya kepemimpinan CEO.

## 1.6 Ruang Lingkup Penelitian

Objek penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang ada di industri manufaktur barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan rentang waktu 2021-2024. Dengan mengolah data sekunder yaitu laporan keuangan dan laporan tahunan yang diterbitkan tahun 2021, 2022, 2023 dan 2024.

## 1.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan pada penelitian ini, adalah:

### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memaparkan latar belakang yang mendasari permasalahan penelitian antar hubungan variabel yang diuji, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat, serta ruang lingkup penelitian, disertai dengan sistematika penulisan penelitian.

### BAB II TINJAUAN LITERATUR

Bab ini menguraikan pemahaman terkait *grand theory* penelitian yang menjadi landasan penelitian, dalam bab ini juga menyajikan kerangka teoritis, serta pengembangannya hingga perumusan hipotesis.

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini memaparkan rancangan pelaksanaan penelitian, meliputi penentuan populasi dan sampel, metode pengukuran variabel, serta teknik analisis data yang diterapkan yang digunakan meliputi pengujian hipotesis yang mendukung analisis penelitian ini.

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil yang mencakup pemilihan sampel, analisis hipotesis beserta pembahasannya, di mana pengujian hipotesis dilakukan untuk mendukung pengujian dalam pembahasan penelitian ini.

### BAB V KESIMPULAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian yang mencakup proses pemilihan sampel beserta kriteria yang digunakan, deskripsi karakteristik variabel penelitian, serta analisis statistik untuk menguji hipotesis, baik pada model tanpa moderasi maupun model dengan moderasi.