

PENGARUH NARSISME CEO, ENVIRONMENTAL SOCIAL AND GOVERNANCE DAN PROVITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Reyqha Julia Arthamevia Davika Sari

reyqhaajuliaa@gmail.com

Fidiana

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of CEO narcissism, Environmental, Social, and Governance (ESG) risk, and profitability on firm value. Firm value reflects a company's performance and attractiveness to investors, measured using the Price to Book Value (PBV) ratio. CEO narcissism was measured through visual analysis in annual reports, ESG risk was assessed using Sustainalytics scores, and profitability was measured by Return on Equity (ROE). This quantitative study used multiple linear regression analysis, with a sample of companies listed in the SRI-KEHATI Index on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2022–2023 period. The results show that ESG risk has a negative effect on firm value, indicating that higher ESG risk leads to lower market perception of the firm. Meanwhile, profitability positively affects firm value, whereas CEO narcissism shows no significant effect. These findings contribute to investment and corporate strategy decisions, particularly in managing ESG risk and profitability as key factors influencing firm value in the capital market.

Keywords: CEO narcissism, ESG, profitability, firm value

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh narsisme CEO, kinerja Environmental, Social, and Governance (ESG), dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan mencerminkan kinerja dan daya tarik perusahaan di mata investor, yang diukur menggunakan rasio Price to Book Value (PBV). Narsisme CEO diukur melalui analisis visual dalam laporan tahunan, ESG dinilai berdasarkan skor risiko Sustainalytics, dan profitabilitas diukur menggunakan Return on Equity (ROE). Penelitian ini merupakan studi kuantitatif dengan pendekatan regresi linier berganda. Sampel penelitian terdiri dari perusahaan yang tergabung dalam indeks SRI-KEHATI di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022–2023. Hasil penelitian menunjukkan bahwa risiko ESG berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, mengindikasikan bahwa semakin tinggi risiko ESG, semakin rendah persepsi pasar terhadap perusahaan. Sementara itu, profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, narsisme CEO tidak menunjukkan pengaruh signifikan. Temuan ini memberikan kontribusi bagi investor dan manajemen perusahaan dalam pengambilan keputusan strategis, terutama dalam mengelola risiko ESG dan profitabilitas sebagai faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan secara langsung di pasar modal.

Kata Kunci: Narsisme CEO, ESG, profitabilitas, nilai perusahaan

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan merupakan indikator penting yang mencerminkan keberhasilan pengelolaan sumber daya dan strategi perusahaan dalam meningkatkan kesejahteraan pemegang saham. Perusahaan memiliki beberapa tujuan, di antaranya mencapai laba maksimal, meningkatkan kesejahteraan pemegang saham, serta meningkatkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga saham. Semakin tinggi minat investor terhadap saham perusahaan, maka harga saham akan meningkat dan berdampak pada naiknya nilai perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan menunjukkan adanya kepercayaan investor terhadap kinerja perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus menjaga keberlanjutan kinerja agar tetap menarik di mata investor dan mampu meningkatkan nilai pasar.

Dalam pasar modal, informasi yang relevan mengenai perusahaan sangat memengaruhi keputusan investasi. Investor akan cenderung memilih perusahaan yang mampu mengelola sumber

dayanya dengan baik dan memberikan keuntungan yang berkelanjutan. Dalam hal ini, karakteristik kepemimpinan CEO, kinerja ESG, serta profitabilitas menjadi faktor-faktor penting yang dapat memengaruhi persepsi pasar terhadap nilai perusahaan.

Karakteristik kepemimpinan CEO, terutama yang memiliki sifat narsistik, menjadi perhatian dalam studi manajemen strategis. CEO dengan sifat narsistik cenderung memiliki ambisi besar, percaya diri tinggi, dan sangat mementingkan pencitraan diri. Sifat ini dapat mendorong pengambilan keputusan yang agresif dan berisiko demi pencapaian pribadi. Dalam perspektif teori agensi, narsisme CEO dapat memperbesar konflik kepentingan antara manajemen dan pemegang saham karena orientasi keputusan lebih cenderung pada citra pribadi dibandingkan kepentingan jangka panjang perusahaan. CEO dengan tingkat narsisme tinggi juga berpotensi menggunakan ESG sebagai alat pencitraan semata, bukan sebagai bentuk komitmen nyata terhadap keberlanjutan.

Di sisi lain, ESG menjadi aspek penting dalam menilai komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. ESG mencakup tiga pilar utama: lingkungan, sosial, dan tata kelola. Pengungkapan ESG yang berkualitas dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan menambah kepercayaan investor. Namun, beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam, di mana pengaruh ESG terhadap nilai perusahaan belum menunjukkan konsistensi yang kuat, khususnya pada aspek lingkungan dan sosial.

Profitabilitas juga merupakan elemen penting dalam meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan teori sinyal, perusahaan yang mampu mencetak laba tinggi memberikan sinyal positif kepada investor mengenai kinerja dan prospek masa depan perusahaan. *Return on Equity* (ROE) menjadi indikator utama dalam menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari ekuitas yang tersedia. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas yang tinggi berdampak positif terhadap peningkatan nilai perusahaan karena menunjukkan efisiensi manajerial dan daya tarik investasi yang kuat.

Meskipun berbagai studi telah membahas pengaruh narsisme CEO, ESG, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, hasil penelitian sebelumnya masih menunjukkan inkonsistensi. Penelitian ini bertujuan untuk menjembatani gap tersebut dengan menguji ketiga variabel secara simultan menggunakan perusahaan yang tergabung dalam indeks SRI-KEHATI dan menggunakan skor ESG yang diperoleh dari *Sustainalytics* sebagai pengukuran objektif atas risiko ESG. Penelitian ini difokuskan pada periode 2022 hingga 2023, untuk melihat relevansi variabel-variabel tersebut dalam konteks terkini di Indonesia.

Berdasarkan uraian tersebut, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Apakah narsisme CEO berpengaruh terhadap nilai perusahaan?, (2) Apakah kinerja ESG berpengaruh terhadap nilai perusahaan?, dan (3) Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh narsisme CEO, kinerja ESG, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang tergabung dalam indeks SRI-KEHATI selama periode 2022 hingga 2023.

TINJAUAN TEORITIS

Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Menurut Spence (1973), teori sinyal menyatakan bahwa perusahaan memberikan sinyal kepada pasar melalui pengungkapan informasi, yang bertujuan untuk mengurangi asimetri informasi antara manajemen dan investor. Pengungkapan informasi seperti *Environmental, Social, and Governance* (ESG) serta profitabilitas dapat menjadi sinyal positif bagi investor tentang kondisi dan prospek perusahaan.

Profitabilitas yang tinggi, diukur melalui *Return on Equity* (ROE), menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari ekuitas, yang menjadi sinyal kekuatan keuangan perusahaan. Begitu pula, pengungkapan ESG yang baik memberi sinyal bahwa perusahaan peduli terhadap keberlanjutan, meskipun dalam beberapa konteks skor ESG yang tinggi justru merefleksikan tingginya risiko keberlanjutan.

Teori Keagenan (Agency Theory)

Teori ini menyatakan bahwa terdapat konflik kepentingan antara pemilik (prinsipal) dan manajer (agen). CEO sebagai agen memiliki potensi untuk bertindak atas dasar kepentingan pribadi. Dalam konteks ini, narsisme CEO dapat memperparah konflik keagenan jika CEO lebih mementingkan pencitraan diri dibandingkan tujuan utama perusahaan, yaitu memaksimalkan nilai perusahaan.

CEO dengan karakter narsistik cenderung mengutamakan keputusan strategis yang bersifat impresif di mata publik, seperti memperbesar eksposur ESG, meskipun belum tentu berdampak positif terhadap nilai perusahaan.

Teori Upper Echelons

Menurut Hambrick dan Mason (1984), teori *upper echelons* menyatakan bahwa karakteristik manajerial, seperti kepribadian, nilai, dan pengalaman, akan memengaruhi keputusan strategis yang diambil. Dalam penelitian ini, narsisme CEO dilihat sebagai bagian dari karakteristik psikologis yang dapat memengaruhi strategi pengungkapan ESG dan pengambilan keputusan korporat.

CEO narsistik cenderung memiliki ambisi tinggi, percaya diri berlebihan, dan kebutuhan akan pengakuan publik. Karakter ini bisa mendorong pengambilan keputusan yang berisiko tinggi atau berorientasi pada citra, yang berdampak langsung maupun tidak langsung terhadap nilai perusahaan.

Teori Stakeholder

Menurut Ghozali dan Chariri (2007), *stakeholder theory* menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham, tetapi juga kepada para pemangku kepentingan lainnya seperti karyawan, masyarakat, pemerintah, dan lingkungan. ESG merupakan salah satu wujud nyata dari tanggung jawab perusahaan kepada para *stakeholder*.

Melalui ESG, perusahaan diharapkan mampu membangun hubungan yang harmonis dengan lingkungan sekitar, meningkatkan reputasi, serta memenuhi ekspektasi sosial yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Narsisme CEO

Narsisme CEO adalah karakteristik kepribadian yang mencerminkan kebutuhan tinggi akan pengakuan, ambisi besar, dan orientasi pencitraan diri. CEO narsistik cenderung mengambil keputusan strategis yang menonjolkan diri, termasuk penggunaan ESG sebagai alat pencitraan, meskipun tidak selalu mencerminkan praktik keberlanjutan yang otentik (Triyani dan Setyahuni, 2020).

Penelitian menunjukkan bahwa CEO narsistik kerap menonjolkan peran mereka dalam laporan tahunan melalui visualisasi diri dan penggunaan kata ganti "saya" (Maduwu dan Simbolon, 2023). Karakter ini dapat berdampak positif jika ambisinya mendorong pertumbuhan perusahaan, namun juga berisiko bila keputusan didorong oleh kepentingan pribadi jangka pendek (Witanto dan Khairunnisa, 2023).

CEO narsistik juga cenderung terlibat dalam manajemen laba demi membentuk persepsi positif, yang dapat merusak nilai perusahaan dalam jangka panjang (Meiliya dan Rahmawati, 2022). Pengukuran narsisme dilakukan melalui analisis konten laporan tahunan, terutama frekuensi foto CEO dan penggunaan kata ganti diri (Pratiwi dan Subardjo, 2023).

Environmental, Social, and Governance

Environmental, Social, and Governance (ESG) merupakan indikator kinerja keberlanjutan perusahaan yang mencakup tiga aspek utama, yaitu lingkungan, sosial, dan tata kelola. Aspek lingkungan berkaitan dengan kebijakan perusahaan dalam mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, seperti emisi karbon dan pengelolaan limbah (Xaviera dan Rahman, 2023). Aspek sosial mencakup kesejahteraan karyawan, hak asasi manusia, dan tanggung jawab terhadap komunitas

(Mauliddin dan Subardjo, 2024). Sedangkan aspek tata kelola mencerminkan transparansi, akuntabilitas, serta kepatuhan terhadap regulasi (Adrian dan Hermi, 2023).

Pengukuran ESG dalam penelitian ini menggunakan skor dari *Sustainalytics*. Skor yang rendah menunjukkan risiko ESG yang lebih kecil dan mencerminkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan (Aboud dan Diab, 2018). Pengungkapan ESG yang baik juga meningkatkan reputasi dan kepercayaan investor (Wulandari et al., 2023).

Profitabilitas

Profitabilitas, diukur dengan *Return on Equity* (ROE), mencerminkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari ekuitas pemegang saham. ROE yang tinggi memberi sinyal positif kepada pasar tentang efisiensi manajerial dan stabilitas keuangan, sehingga meningkatkan nilai perusahaan (Oktiwiati dan Nurhayati, 2020; Wurdani, 2024). Selain itu, profitabilitas juga mendukung komitmen terhadap ESG, yang turut memperkuat nilai perusahaan (Utami dan Champaca, 2024).

Nilai Perusahaan

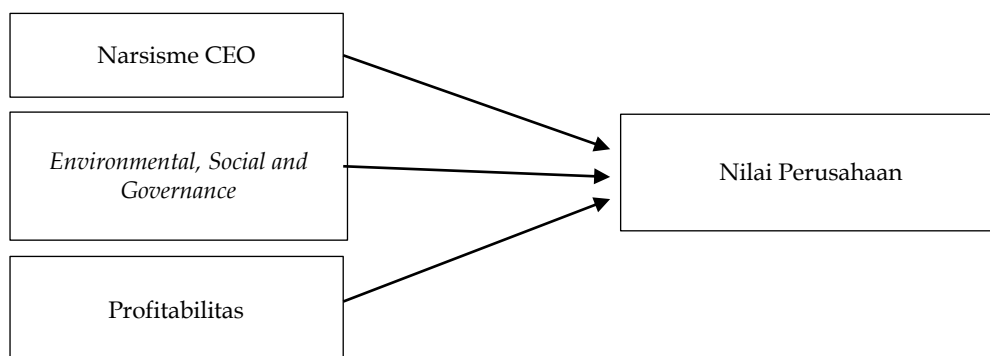
Nilai perusahaan mencerminkan persepsi pasar terhadap kinerja dan prospek masa depan, termasuk efisiensi pengelolaan aset dan potensi pertumbuhan jangka panjang (Mauliddin dan Subardjo, 2024). Penelitian ini menggunakan *Price to Book Value* (PBV) sebagai indikator nilai perusahaan. PBV yang tinggi menunjukkan persepsi positif pasar terhadap prospek perusahaan, sedangkan PBV yang rendah mencerminkan penilaian negatif (Xaviera dan Rahman, 2023). Nilai perusahaan yang tinggi meningkatkan daya tarik bagi investor karena mencerminkan stabilitas dan efisiensi (Oktiwiati dan Nurhayati, 2020). Selain faktor internal, nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh kinerja ESG, di mana perusahaan dengan praktik keberlanjutan yang baik cenderung lebih dihargai oleh pasar (Qodary dan Tambun, 2021).

Penelitian Terdahulu

Pertama, Maduwu dan Simbolon (2023) serta Witanto dan Khairunnisa (2023) menunjukkan bahwa narsisme CEO tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Sebaliknya, Sari et al. (2022) menemukan bahwa narsisme CEO berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Kedua, Mauliddin dan Subardjo (2024) menyimpulkan bahwa kinerja ESG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, namun hasil berbeda ditemukan oleh Paramitha dan Devi (2024) yang menunjukkan pengaruh negatif. Ketiga, Oktiwiati dan Nurhayati (2020), serta Utami dan Champaca (2024), menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil berbeda ditunjukkan oleh Muharramah dan Hakim (2021) yang menemukan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Rerangka Konseptual

Berdasarkan yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat dibuat model penelitian sebagai berikut:



Gambar 1
Kerangka Konseptual

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Narsisme CEO Terhadap Nilai Perusahaan

Narsisme CEO merupakan karakteristik kepribadian yang mencerminkan ambisi tinggi, kebutuhan akan pengakuan, dan kecenderungan pencitraan diri. CEO narsistik kerap menggunakan strategi perusahaan, termasuk praktik ESG, untuk membangun reputasi pribadi (Kind et al., 2023). Namun, keputusan yang diambil sering kali berisiko dan berorientasi jangka pendek (Maduwu dan Simbolon, 2023). Berdasarkan teori sinyal, pencitraan diri CEO dapat menjadi sinyal positif bagi investor tentang kepemimpinan yang ambisius, sehingga berpotensi meningkatkan nilai perusahaan (Meiliya dan Rahmawati, 2022).

H1: Narsisme CEO berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Environmental, Social and Governance* Terhadap Nilai Perusahaan

Environmental, Social, and Governance (ESG) mencerminkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan melalui tanggung jawab lingkungan, sosial, dan tata kelola (Aboud dan Diab, 2018). Berdasarkan teori *stakeholder* dan teori sinyal, kinerja ESG yang baik memberi sinyal positif kepada investor, meningkatkan kepercayaan dan nilai perusahaan. Penelitian Cecilia dan Putri (2025) menunjukkan bahwa risiko ESG yang rendah berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H2: Risiko ESG berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari ekuitas, yang diukur melalui *Return on Equity* (ROE). Dalam teori sinyal, ROE yang tinggi menunjukkan kinerja dan prospek yang baik, sehingga meningkatkan kepercayaan investor dan nilai perusahaan (Oktiwiati dan Nurhayati, 2020; Wurdani, 2024). Penelitian sebelumnya juga mendukung bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, karena mencerminkan efisiensi operasional dan stabilitas keuangan (Utami dan Champaca, 2024).

H3: Profitabilitas yang diukur dengan ROE berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran Populasi

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan kausal komparatif untuk menguji pengaruh narsisme CEO, ESG, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Penelitian didasarkan pada teori sinyal, agensi, *upper echelons*, dan *stakeholder*. Populasi penelitian adalah perusahaan yang secara berturut-turut terdaftar dalam indeks SRI-KEHATI di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling yaitu dengan menetapkan ciri-ciri atau kriteria-kriteria khusus yang ditentukan, dan untuk mendapatkan sampel yang akan dipergunakan, sampel harus memenuhi kriteria-kriteria yang sudah ditentukan tersebut. Adapun pertimbangan atau kriteria yang dapat digunakan dalam pengambilan sampel tertera pada Tabel 1 :

Tabel 1
Kriteria Pemilihan Sampel

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan yang tergabung dalam indeks SRI-KEHATI	25
2	Perusahaan yang berturut-turut tidak masuk dalam indeks SRI-KEHATI periode 2022-2023	(5)
Jumlah sampel sesuai kriteria		20

Sumber: Data sekunder, diolah 2025

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan. Skor ESG diperoleh dari situs resmi *Sustainalytics* dan laporan keberlanjutan. Narsisme CEO diukur berdasarkan frekuensi foto CEO dalam laporan tahunan. Profitabilitas diukur dengan rasio ROE, dan nilai perusahaan dengan rasio PBV, yang keduanya diambil dari laporan tahunan.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan penjabaran secara rinci mengenai masing-masing variabel, yang bertujuan untuk memberikan kejelasan serta mempertegas spesifikasi variabel tersebut. Dalam penelitian ini, variabel independent terdiri dari narsisme CEO, kinerja ESG, dan profitabilitas. Sementara itu, variabel dependen adalah nilai perusahaan.

Definisi Operasional Variabel

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan sebagai variabel dependen diukur menggunakan rasio *Price to Book* (PBV). PBV mencerminkan seberapa besar pasar menilai perusahaan dibandingkan nilai bukunya, di mana semakin tinggi PBV menunjukkan prospek pertumbuhan yang positif. Data PBV diperoleh dari laporan keuangan dalam laporan tahunan perusahaan. Rumus yang digunakan untuk mengukur PBV adalah:

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}}$$

Narsisme CEO

Tingkat narsisme CEO diukur berdasarkan ukuran foto CEO dalam laporan tahunan, merujuk pada metode Pratiwi dan Subardjo (2023). Skor diberikan dari 1 hingga 5, dengan skor tertinggi mencerminkan foto CEO sendiri yang menempati lebih dari setengah halaman, dan skor terendah jika tidak ada foto CEO.

Environmental, Social and Governance

ESG merupakan variabel yang mencerminkan komitmen perusahaan terhadap aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola. Pengukuran didasarkan pada skor ESG dari *Sustainalytics*, yang tersedia di laporan keberlanjutan, situs resmi *Sustainalytics*, dan sumber terpercaya lainnya. Skor ESG dikategorikan dari sangat rendah (0-10) hingga sangat tinggi (>40), di mana skor lebih rendah menunjukkan kinerja keberlanjutan yang lebih baik. Indeks SRI-KEHATI juga digunakan sebagai indikator karena menilai perusahaan berdasarkan prinsip ESG yang diakui di pasar modal Indonesia.

Profitabilitas

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari ekuitas yang dimiliki. Profitabilitas dalam penelitian ini diukur menggunakan *Return on Equity* (ROE). *Return on Equity* (ROE) adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari ekuitas yang dimiliki pemegang saham. ROE dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$ROE : \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Teknik Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran awal data penelitian, meliputi nilai rata-rata, standar deviasi, minimum, dan maksimum dari variabel narsisme CEO, ESG, profitabilitas, dan nilai perusahaan (Martias, 2021).

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk memastikan residual berdistribusi normal, sesuai asumsi regresi linear berganda. Pengujian menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*.

Residual dianggap normal jika *p-value* > 0,05, jika $\leq 0,05$, maka distribusi tidak normal dan dapat memengaruhi validitas model.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk memastikan tidak terdapat hubungan kuat antar variabel independen yang dapat mengganggu kestabilan model regresi. Deteksi dilakukan melalui nilai VIF dan Tolerance, di mana tidak terjadi multikolinieritas jika $VIF < 10$ dan $Tolerance > 0,10$.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk memastikan varian residual bersifat homogen. Model dianggap bebas dari heteroskedastisitas jika *p-value* > 0,05; sebaliknya, *p-value* $\leq 0,05$ menunjukkan adanya heteroskedastisitas yang dapat memengaruhi validitas hasil regresi.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk mendeteksi hubungan antar residual dalam model regresi, menggunakan uji *Durbin-Watson*. Nilai *Durbin-Watson* mendekati 2 menunjukkan tidak adanya autokorelasi; nilai < 2 mengindikasikan autokorelasi positif, dan nilai > 2 menunjukkan autokorelasi negatif.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh narsisme CEO, ESG, dan profitabilitas secara individu maupun simultan terhadap nilai perusahaan.

Persamaannya adalah sebagai berikut:

$$PBV = \alpha + \beta_1 NAR + \beta_2 ESG + \beta_3 ROE + e$$

Keterangan:

PBV	: Nilai Perusahaan
α	: Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien Regresi Variabel Independen
NAR	: Narsisme CEO
ESG	: <i>Environmental, Social, and Governance</i>
ROE	: Profitabilitas

Uji Kelayakan Model

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur sejauh mana variabel independen secara bersama-sama dapat menjelaskan variabilitas variabel dependen. Nilai R^2 mendekati 1 menunjukkan kemampuan penjelasan yang kuat, sedangkan nilai mendekati 0 menunjukkan sebaliknya.

Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil anova, model dinyatakan signifikan jika *p-value* < 0,05, yang berarti

variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (Nasution, 2020).

Pengujian Hipotesis

Uji t digunakan untuk menganalisis pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan tabel koefisien, variabel dianggap berpengaruh signifikan jika $p\text{-value} < 0,05$ (Prilano *et al.*, 2020).

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Hasil Statistik Deskriptif adalah sebagai berikut:

Tabel 2
Hasil Analisis Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
NAR	40	3.00	5.00	4.1897	.54473
ESG	40	.14	.50	.3109	.10030
ROE	40	-.82	1.42	.1603	.27453
PBV	40	.06	7.04	1.8462	156.648

Sumber: Data sekunder, diolah 2025

Tabel 2 menunjukkan angka deskriptif dari masing-masing variabel dengan jumlah sampel sebanyak 40 data. Interpretasi dari analisis deskriptif adalah sebagai berikut: (1) Variabel narsisme CEO memiliki nilai minimum sebesar 3,00 dan maksimum sebesar 5,00. Secara keseluruhan, mean variabel narsisme CEO sebesar 4,1897 dengan standar deviasi sebesar 0,54473. (2) Variabel ESG memiliki nilai minimum sebesar 0,14 dan maksimum sebesar 0,50. Secara keseluruhan, mean variabel ESG sebesar 0,3109 dengan standar deviasi sebesar 0,10030. (3) Variabel profitabilitas yang diproksikan dengan ROE memiliki nilai minimum sebesar -0,82 dan maksimum sebesar 1,42. Secara keseluruhan, mean profitabilitas sebesar 0,1603 dengan standar deviasi sebesar 0,27453. (4) Variabel nilai perusahaan yang diproksikan dengan PBV memiliki nilai minimum sebesar 0,06 dan maksimum sebesar 7,04. Secara keseluruhan, mean nilai perusahaan sebesar 1,8462 dengan standar deviasi sebesar 1,56648.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan analisis hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas
One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.000000
	Std. Deviation	.41488046
Most Extreme Differences	Absolute	.70
	Positive	.70
	Negative	-.068
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig	.696
	99% Confidence Interval	Lower Bound .684
		Upper Bound .708

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data sekunder, diolah 2025

Hasil uji normalitas di atas menunjukkan bahwa nilai signifikan sebesar 0,200. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data telah terdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, ditemukan adanya korelasi yang sempurna antar variabel narsisme CEO, ESG, dan profitabilitas. Hasil uji multikolinieritas adalah sebagai berikut:

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinieritas

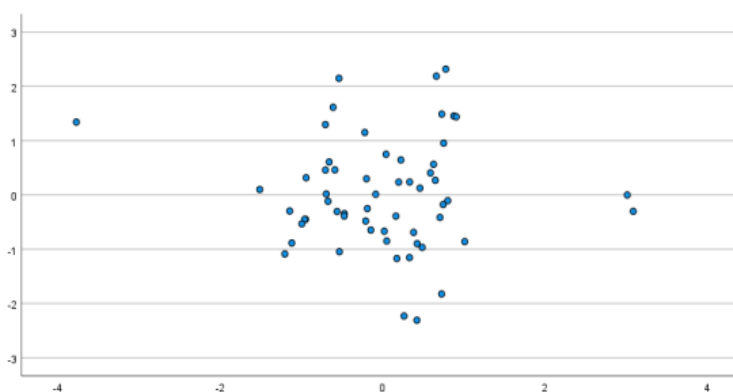
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
NAR	.991	1.009
ESG	.924	1.083
ROE	.930	1.075

Sumber: Data sekunder, diolah 2025

Hasil pada tabel di atas menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada model penelitian ini karena nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan VIF kurang dari 10. Dari sini dapat disimpulkan bahwa model regresi bebas dari multikolinieritas atau tidak terjadi multikolinieritas antara variabel independen.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan melalui *scatterplot*. Titik-titik yang tersebar acak tanpa pola di sekitar sumbu Y menunjukkan bahwa model bebas dari gejala heteroskedastisitas



Sumber: Data sekunder, diolah 2025

Gambar 3
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas melalui *scatterplot* pada gambar 3 menunjukkan sebaran titik yang acak tanpa pola tertentu di sekitar sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa model bebas dari gejala heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan uji DurbinWatson (DW-test). Hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada Tabel 4 berikut:

Tabel 5
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.529 ^a	.280	.240	.42625	1.415

Sumber: Data sekunder, diolah 2025

Nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,415 menunjukkan bahwa model regresi bebas dari autokorelasi karena berada dalam rentang -2 hingga +2.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh narsisme CEO, ESG, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hasil analisis regresi linier yaitu:

Tabel 6
Hasil Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.161	.923		-.174	.862
NAR	.889	.536	.192	1.659	.103
ESG	-1.659	.775	-.257	-2.139	.037
ROE	.582	.204	.341	2.846	.006

Sumber: Data sekunder, diolah 2025

Tabel 6 menerangkan bahwa persamaan regresi pada penelitian ini adalah:

$$PBV = -0,161 + 0,889 \text{ NAR} - 1,659 \text{ ESG} + 0,582 \text{ ROE} + e.$$

Hasil regresi linier berganda menunjukkan bahwa konstanta sebesar -0,161 mengindikasikan nilai perusahaan saat variabel independen bernilai nol. Narsisme CEO memiliki koefisien positif 0,889 namun nilai signifikan variabel tersebut adalah 0,103 yang mana lebih besar dari 0,05 sehingga tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan atau H_1 ditolak. ESG menunjukkan arah negatif yaitu berkoefisien negatif -1,659 dan nilai signifikan 0,037, menunjukkan bahwa semakin rendah resiko ESG, semakin tinggi nilai perusahaan. Profitabilitas menunjukkan arah positif yaitu berkoefisien positif 0,582 dan nilai signifikan 0,006, yang berarti peningkatan profitabilitas akan meningkatkan nilai perusahaan.

Uji Kelayakan Model

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen menjelaskan variabel dependen. Nilai *R Square* menunjukkan tingkat pengaruh tersebut, di mana semakin mendekati 1, semakin besar kontribusinya terhadap nilai perusahaan:

Tabel 7
Hasil Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.529 ^a	.280	.240	.42625	1.415

Sumber: Data sekunder, diolah 2025

Nilai *R Square* sebesar 0,28 menunjukkan bahwa variabel narsisme CEO, ESG, dan profitabilitas mampu menjelaskan 28% variasi nilai perusahaan, sementara 72% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Uji Kelayakan Model (F)

Uji ini bertujuan menilai kelayakan model regresi. Jika nilai signifikansi < 0,05, maka model dinyatakan layak untuk diuji lebih lanjut.

Tabel 8
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.820	3	1.273	7.008	.000b
	Residual	9.811	54	.182		
	Total	13.631	57			

Sumber: Data sekunder, diolah 2025

Tabel 8 di atas memperlihatkan bahwa nilai F adalah 7,008 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi ini layak untuk digunakan.

Pengujian Hipotesis (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan variabel narsisme CEO, ESG, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian adalah sebagai berikut: a) Variabel narsisme CEO memperoleh nilai t sebesar 1,659 dengan signifikansi 0,103 > 0,05 serta koefisien 0,889, yang menunjukkan pengaruh positif tetapi tidak signifikan, sehingga hipotesis pertama ditolak. b) Variabel ESG memperoleh nilai t sebesar -2,139 dengan signifikansi 0,037 ≤ 0,05 serta koefisien -1,659, yang menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan, sehingga hipotesis kedua diterima. c) Variabel profitabilitas (ROE) memperoleh nilai t sebesar 2,846 dengan signifikansi 0,006 ≤ 0,05 serta koefisien 0,582, yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan, sehingga hipotesis ketiga diterima.

Pembahasan

Narsisme CEO tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian, nilai signifikansi variabel narsisme CEO sebesar 0,103 > 0,05, sehingga tidak terdapat pengaruh signifikan narsisme CEO terhadap nilai perusahaan, dan hipotesis pertama ditolak. Narsisme CEO diukur melalui dominasi foto CEO dalam laporan tahunan, namun karakteristik ini tidak berdampak langsung pada nilai perusahaan. Temuan ini sejalan dengan teori agensi, yang menyatakan bahwa CEO narsistik cenderung fokus pada pencitraan diri tanpa memengaruhi kinerja perusahaan secara signifikan, terutama jika tata kelola dan pengawasan perusahaan kuat. Dari perspektif teori sinyal, narsisme CEO bukan sinyal penting bagi investor, yang lebih memprioritaskan aspek fundamental seperti profitabilitas dan kebijakan keberlanjutan. Hasil ini mendukung penelitian Meiliya (2022) dan Pratiwi dan Subardjo (2023), namun berbeda dengan Sari *et al.* (2022). Kesimpulannya, narsisme CEO bukan indikator utama dalam penilaian investasi oleh investor.

Pengaruh Negatif *Environmental, Social and Governance* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian, nilai signifikansi variabel ESG sebesar 0,037 < 0,05, sehingga berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan hipotesis kedua diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa kinerja ESG berperan penting dalam membentuk persepsi investor, karena mencerminkan keberlanjutan dan manajemen risiko yang baik. Hal ini sejalan dengan teori sinyal dan teori *stakeholder*, di mana perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan cenderung lebih dipercaya oleh investor serta memiliki prospek pertumbuhan jangka panjang. Hasil

ini diperkuat oleh penelitian Mauliddin dan Subardjo (2024), namun bertentangan dengan Qodary dan Tambun (2021) yang menyatakan bahwa ESG tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Positif Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan ROE memiliki nilai signifikansi sebesar 0,006 ($< 0,05$), sehingga berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan hipotesis ketiga diterima. Temuan ini sejalan dengan teori sinyal, di mana profitabilitas tinggi menjadi indikator kinerja yang baik dan memberikan sinyal positif kepada investor. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi dinilai mampu menghasilkan laba secara konsisten, meningkatkan kepercayaan investor, serta mendorong kenaikan nilai perusahaan. Hasil ini didukung oleh penelitian Halimah dan Fidiana (2020), namun berbeda dengan Muharramah dan Hakim (2021) yang menyatakan tidak ada pengaruh signifikan. Secara keseluruhan, profitabilitas terbukti menjadi faktor penting yang memengaruhi minat investor dan nilai pasar perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh narsisme CEO (diukur melalui intensitas foto dalam laporan tahunan), skor ESG (berdasarkan data *Sustainalytics*), dan profitabilitas (ROE) terhadap nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan yang terdaftar secara konsisten dalam indeks SRI-KEHATI tahun 2022–2023. Sampel diperoleh melalui metode *purposive sampling* dengan total 40 data, dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan: (1) Narsisme CEO tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan ($p = 0,103$), sehingga H_1 ditolak. (2) Skor ESG berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan ($\beta = -1,659$; $p = 0,037$), sehingga H_2 diterima. (3) Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan ($\beta = 0,582$; $p = 0,006$), sehingga H_3 diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa ESG dan profitabilitas merupakan faktor penting dalam menentukan nilai perusahaan.

Keterbatasan

Keterbatasan penelitian ini meliputi: (1) Nilai *R Square* sebesar 28% menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen terhadap nilai perusahaan masih tergolong rendah; (2) Pengukuran narsisme CEO hanya menggunakan indikator visual berupa intensitas foto dalam laporan tahunan; dan (3) Periode observasi terbatas pada dua tahun, yaitu 2022–2023.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penulis menyarankan: (1) Peneliti selanjutnya disarankan menggunakan proksi lain untuk variabel narsisme CEO dan menambah variabel independen lain serta memperluas sampel dan periode penelitian; (2) Perusahaan diharapkan meningkatkan skor ESG dan profitabilitas guna mendorong nilai perusahaan; (3) Investor diimbau menganalisis prospek perusahaan secara cermat karena profitabilitas tinggi mencerminkan potensi *return* yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Aboud, A. dan A. Diab. 2018. *The Impact of Social, Environmental and Corporate Governance Disclosures on Firm Value: Evidence from Egypt*. *Journal of Accounting and Public Policy*.
- Adrian, S. dan Hermi. 2023. Pengaruh *Good Corporate Governance, Environmental Social Governance, dan Capital Structure* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 3909-3918.
- Cecilia, L. dan W. R. E. Putri. 2024. Pengaruh Kinerja *Environmental, Social, Governance (ESG)* Terhadap Tingkat Profitabilitas Perusahaan dan Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar Dalam Indeks Indonesian Stock Exchange ESG Leaders Tahun 2020-2022). *Economics and Digital Business Review*, 6(1), 196-213.

- Halimah, S. N. dan Fidiana. 2020. Pengaruh Manajemen Resiko, Modal Intelektual dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 9(7).
- Kind, F. L., J. Zeppenfeld, dan R. Lueg. 2023. *The Impact of Chief Executive Officer Narcissism on Environmental, Social, and Governance Reporting. Business Strategy and the Environment*, 32, 4448-4466.
- Maduwu, B. dan R.F. Simbolon. 2023. Pengaruh Perilaku CEO Narsisme dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Sub Sektor Otomotif 2019 – 2021. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 3(1), 157-165.
- Martias, L. D. 2021. Statistika Deskriptif Sebagai Kumpulan Informasi. Fihris: *Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 16(1), 40.
- Mauliddin, J. A. dan A. Subardjo. 2024. Pengaruh Leverage, Profitabilitas, *Environmental Social* dan *Governance* (ESG) terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 15(5), 19590.
- Meiliya, E. dan M. I. Rahmawati. 2022. Pengaruh Narsisme CEO Terhadap Nilai Perusahaan dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 11(4), 102-117.
- Muharramah, R. dan M. Z. Hakim. 2021. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis* 567-576.
- Oktiwiati, D. E. dan N. Mafizatun. 2020. Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(2), 196-209.
- Paramitha, I. A. P. C. dan S. Devi. 2024. Pengaruh *Environmental Social Governance* (ESG) Score dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 15(1), 166-180.
- Pratiwi, M. P. dan A. Subardjo. (2023). Pengaruh Narsisme CEO, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, STIESIA Surabaya, 12(2), 201-210.
- Prilano, K., A. Sudarso, dan F. Fajrillah. 2020. Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal Of Business and Economics Research* (JBE), 1(1), 1-10
- Qodary, H. F. dan S. Tambun. 2021. Pengaruh *Environmental, Social, and Governance* Dan Retention Rasio Terhadap *Return Saham* Dengan Nilai Perusahaan Sebagai Variabel Moderating. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(2), 159-172
- Sari, I. K., L. L. Fuadah, Yasnaini. 2022. CEO Narcissism, Company Value and Earnings Management in Industrial Sector of Indonesia. *Journal Of Accounting, Finance and Auditing Studies*. 8(4):334-357
- Triyani, A. dan S. W. Setyahuni. 2020. Pengaruh karakteristik CEO terhadap pengungkapan informasi *Environmental, Social, and Governance* (ESG). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 21(2), 72-83.
- Utami, N. K. I. dan M. Champaca. 2024. *Jurnal Management Risiko dan Keuangan*, 3(1).
- Witanto, M. dan Khairunnisa. 2023. Pengaruh CEO narsisme dan ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan yang terdaftar dalam subsektor food and beverage. *Jurnal Informasi Akuntansi*, 2(3), 215-223.
- Wulandari, R., Nofryanti, dan I. Rosini. 2023. Pengaruh Kinerja *Environmental, Social, Governance* Terhadap Kinerja Keuangan Serta Implikasinya Terhadap Nilai Perusahaan. *Accountthink: Journal of Accounting and Finance*, 8(1), 56-70.
- Wurdani, E. M. 2024. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan yang Terdaftar di BEI Periode 2018-2022. *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*.
- Xaviera, A., dan A. Rahman. 2023. Pengaruh Kinerja ESG terhadap Nilai Perusahaan dengan Siklus Hidup Perusahaan sebagai Moderasi: Bukti dari Indonesia. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 16(2), 226-247.