

RINGKASAN

Penelitian ini menyelidiki peran karakteristik narsisme yang terdapat pada *Chief Executive Officer* (CEO) dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan terhadap manajemen laba. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dan diperoleh 187 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dengan tahun pengamatan penelitian ini adalah 5 tahun, 2018 hingga tahun 2022, maka total keseluruhan data yang dapat diolah sebanyak 935 sampel.

Analisis menggunakan regresi berganda menunjukkan hasil bahwa: (1) CEO *narcissism* berpengaruh positif terhadap manajemen laba, (2) pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap manajemen laba, (3) adanya kepemilikan keluarga dalam perusahaan akan memperlemah hubungan positif antara CEO *narcissism* dan manajemen laba, (4) adanya kepemilikan keluarga tidak terbukti memperkuat hubungan positif antara pengungkapan CSR dan manajemen laba.

Penelitian ini mengkonfirmasi teori eselon atas, teori keagenan, dan teori legitimasi. Selain itu, melalui hasil penelitian ini ditunjukkan bahwa praktik manajemen laba pada perusahaan keluarga di Indonesia cenderung membawa pengaruh *alignment* daripada *entrenchment*. Dengan demikian, investor perlu mempertimbangkan banyaknya foto CEO yang termuat di laporan tahunan sebagai pertanda awal karakteristik narsisme yang mengarah pada manajemen laba untuk pemenuhan ego pribadi. Selain itu investor perlu kehati-hatian dalam menggunakan tingkat pengungkapan CSR sebagai indikator etika perusahaan, khususnya yang berkaitan dengan perusahaan keluarga.

Kata kunci: CEO *narcissism*, pengungkapan CSR, kepemilikan keluarga, teori eselon atas, teori keagenan, teori legitimasi

SUMMARY

This study investigates the role of narcissism characteristics in the Chief Executive Officer (CEO) and the disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) of the company on earnings management. The sampling technique for this study used purposive sampling and obtained 187 manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange. Using 5 years of observation, 2018 to 2022, the total data that can be processed is 935 samples.

Analysis using multiple regression shows the results that: (1) CEO narcissism has a positive effect on earnings management, (2) CSR disclosure has a positive effect on earnings management, (3) the existence of family ownership in the company will weaken the positive relationship between CEO narcissism and earnings management, (4) the existence of family ownership is not proven to strengthen the positive relationship between CSR disclosure and earnings management.

This study confirms the upper echelon theory, agency theory, and legitimacy theory. In addition, the results of this study show that earnings management practices in family companies in Indonesia tend to provide an alignment effect rather than entrenchment. Therefore, investors need to consider the number of CEO photos included in the annual report as an early sign of narcissistic characteristics that lead to earnings management to satisfy personal ego. Investors also need to be careful in using the level of CSR disclosure as an indicator of corporate ethics, especially in relation to family businesses.

Keywords: CEO narcissism, spreading CSR, family ownership, upper echelon theory, agency theory, legitimacy theory