

# Pengaruh Technological Capital Terhadap Narsisme Ceo di Perusahaan Manufaktur

Zulfikar Ikhsan Pane<sup>1</sup>, Lenra Romel<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Kwik Kian Gie School of Business, Jakarta, Indonesia

<sup>2</sup>Alumni Magister Akuntansi Universitas Trisakti, Jakarta, Indonesia

[rayakahyan@gmail.com](mailto:rayakahyan@gmail.com)

## ABSTRAK

Keberhasilan transformasi digital di perusahaan diduga dapat meningkatkan rasa percaya diri CEO untuk mampu berkompetisi di era disrupsi saat ini sehingga tujuan penelitian ini menguji apakah pengungkapan technological capital atau hasil adaptasi teknologi dan latar belakang pendidikan teknologi direksi berpengaruh terhadap narsisme CEO. Kajian ini menggunakan data sekunder perusahaan manufaktur di Indonesia dari tahun 2015 - 2020 dengan observasi valid sebanyak 272. Hasilnya pengungkapan technological capital positif signifikan terhadap narsisme CEO, artinya kemampuan perusahaan beradaptasi dengan teknologi dan adanya latar belakang pendidikan teknologi direksi memberikan CEO rasa percaya diri sekaligus memberikan keyakinan bila upaya digitalisasi akan terus dilakukan. Implikasi praktis dari penelitian ini ada dua. Pertama, menjadi bukti pentingnya melihat rekam jejak latar belakang pendidikan teknologi ketika melakukan rekrutmen atau penunjukan CEO untuk program digitalisasi yang berkelanjutan. Kedua, memberikan optimisme awal untuk mencari pendanaan untuk membiayai program digitalisasi tersebut.

Volume 9

Nomor 2

Halaman 390-402

Makassar, Desember 2024

p-ISSN 2528-3073

e-ISSN 24656-4505

Tanggal masuk

22 November 2024

Tanggal Revisi

9 Desember 2024

Tanggal diterima

9 Desember 2024

**Kata kunci :**

**Teknologi, Narsisme, CEO, Digitalisasi**

**Keywords :**

**Technology, Narcissism, CEO, Digitalization**

## ABSTRACT

*The success of digital transformation in companies is believed could increase the CEO's self-confidence to compete in the disruption era. So, this research is to determine whether technological capital disclosure that contain technological adaptation and CEO technological education background have an impact on CEO narcissism. With 272 reliable observations, secondary data from Indonesia manufacturing companies between 2015 and 2020 show that technological capital disclosure significantly increase CEO narcissism. This means technology adaptation and technological education background will give the CEO sense of self-confidence as well as provide confidence to continue companies digitalization. The practical implications of this study are twofold. First, it provides evidence for looking track record of technology education backgrounds when recruiting or appointing CEOs for sustainable digitisation programmes. Second, it provides initial optimism to seek funding to support digitisation programme.*



Mengutip artikel ini sebagai : Pane, Z., I. Romel, L. 2024. Pengaruh Technological Capital terhadap Narsisme Ceo di Perusahaan Manufaktur. Tangible Jurnal, 9, No. 2, Desember 2024, Hal. 390-402. <https://doi.org/10.53654/tangible.v9i2.549>.

## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi mewajibkan perusahaan untuk terus beradaptasi dan berinovasi agar sejalan dengan perkembangan teknologi. Contoh pengembangan aplikasi. Sebagian besar konsumen telah memilih bertransaksi melalui layanan digital *e-banking* karena memberikan kenyamanan (*convience*) dan kepercayaan (*trust*) (Oktaviani & Sarkawi, 2017). Dalam melakukan pembelian, sebagian konsumen juga menggunakan *e-commerce* karena memberikan kemudahan serta menawarkan produk yang lebih beragam (Faiza et al., 2022). Perusahaan juga mengembangkan teknologi untuk memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen contohnya aplikasi *mobile PLN* (Tambunan & Hapsari, 2022), *Enseval mobile order system* (Yuliana et al., 2019), aplikasi pendaftaran *online* di rumah sakit (Rahmadhani et al., 2022) serta aplikasi *Prodia Health*

*Care* (Christina & Hartini, 2020). Contoh kedua yaitu adaptasi terhadap ancaman. PT Toyota mengevaluasi tim Manajemen Resiko dan Keamanan Siber (CSRM) untuk menghambat serangan *cyber* kepada data – data pribadi karyawan melalui penggunaan *firewall* serta memberikan pelatihan bila serangan *cyber* terjadi (Novemba et al., 2024). Contoh ketiga efektivitas dan efisiensi. Bank Syariah Indonesia memanfaatkan *artificial intelligence* melalui *chatting platform* untuk memberikan informasi produk, layanan dan promo terbaru dari bank tersebut (Samsuri, 2022).

Seluruh upaya digitalisasi diatas memberikan manfaat ekonomi bagi perusahaan yaitu meningkatkan nilai perusahaan (Muchlis et al., 2021), meningkatkan kinerja rantai pasok (Shahadat et al., 2023) karena mempersingkat waktu memprosesan produk dan jasa (Goldberg et al., 2021), mempersingkat waktu memprosesan transaksi (Ali et al., 2023), memperkuat daya saing (Alazzawi et al., 2018) serta meningkatkan kemampuan analisis perusahaan dalam pengambilan keputusan (Muchlis et al., 2021). Dampak positif ini berpotensi meningkatkan narsisme CEO karena CEO turut berperan dalam aktivitas di perusahaan.

Narsisme CEO banyak dihubungkan dengan kinerja internal perusahaan. Pertama, tanggung jawab sosial. Satu penelitian menunjukkan, narsisme CEO akan meningkat bila perusahaan mampu memberikan kontribusi positif bagi lingkungan eksternal melalui kontribusi filantropi, aktivitas berbasis komunitas serta kegiatan yang berdampak positif bagi lingkungan (Al-shammari et al., 2019). Kedua, narsisme CEO meningkatkan kinerja keuangan karena memberikan CEO keberanian untuk mengambil risiko dan menciptakan keuntungan jangka pendek (Sari & Cahyaningtyas, 2024) serta meningkatkan keuntungan perusahaan melalui manajemen laba (Meiliya & Rahmawati, 2022). Narsisme CEO juga akan meningkatkan terjadinya aliansi, merger dan akuisisi bahkan cenderung meluncurkan teknologi terbaru melalui program riset dan pengembangan untuk mendominasi pasar (Wang et al., 2023)

Berdasarkan penjelasan diatas terlihat narsisme CEO dapat berkaitan dengan aspek finansial maupun non-finansial yang dihasilkan perusahaan. Adaptasi terhadap teknologi oleh perusahaan merupakan bagian dari aspek non-finansial sehingga tujuan penelitian ini menguji apakah teknologi yang berhasil diadaptasi dapat meningkatkan narsisme CEO. Manfaat dari penelitian ini ada tiga. Pertama, memperkuat alasan CEO untuk terus fokus berinovasi terhadap perkembangan teknologi agar citra personalnya semakin baik. Kedua, memperkaya kajian akuntansi dan teknologi sehingga penilaian kinerja perusahaan semakin komprehensif. Ketiga, menambah keterbaruan (*novelty*) dalam penelitian akuntansi dari berspektif teknologi yaitu variabel *technological capital*.

Penelitian ini juga penting diteliti karena tiga alasan. Pertama, untuk membuktikan bila adaptasi terhadap teknologi dapat memberikan kepercayaan diri seorang CEO di dalam perusahaan. Rasa percaya diri ini penting agar CEO memiliki keyakinan kuat untuk selalu melakukan inovasi di bidang teknologi secara berkelanjutan. Kedua, rasa percaya diri ini juga dapat menjadikan optimisme CEO ketika mencari sumber pembiayaan serta mengelolanya. Ketiga, rasa percaya diri CEO akan teknologi yang dikelolanya juga dapat memberikan keyakinan kepada investor melalui narasi yang di bangun di dalam laporan tahunan sehingga nilai perusahaan berpotensi meningkat.

### **Teori Upper Echelon**

Dua kajian merangkum teori ini sebagai berikut. Pertama, Hambrick dan Mason di tahun 1984 menunjukkan bila karakteristik manajerial dapat digunakan untuk memprediksi *outcome* perusahaan berdasarkan pilihan dari CEO berdasarkan kemampuan kognitif dan nilai yang dianutnya karena pendekatan konstruktif secara psikologi sulit diwujudkan. Kemampuan kognitif dan nilai tersebut ditelusuri melalui beberapa elemen contohnya umur, gaya kepemimpinan, pendidikan termasuk

lingkungan disekitarnya (Hiebl, 2014). Kedua, teori ini juga menyatakan keputusan strategis di pegang oleh manajemen level atas sehingga setiap tindakannya akan berdampak kepada kesuksesan organisasi. CEO (*Chief Executive Officer*) merupakan pelaku utama yang dapat menentukan arah dan kebijakan perusahaan ke depan (Berlian et al., 2022).

Teori ini digunakan untuk menjelaskan narsisme CEO dan *technological capital* karena dua alasan. Pertama, narsisme CEO merupakan kondisi psikologis CEO dan berkaitan dengan kemampuan kognitif serta nilai yang dianut yang dapat ditelusuri dari elemen tertentu contohnya umur, gaya kepemimpinan dan pendidikan. Kedua, upaya digitalisasi tidak lepas dari kepribadian CEO yang dapat ditelusuri dari pendidikannya. Di dalam *technological capital* terdapat elemen latar belakang pendidikan teknologi direksi sehingga berkaitan dengan kemampuan kognitif dari CEO tersebut.

### **Narsisme CEO**

CEO merupakan orang yang bertanggung jawab menjalankan operasional dan kepemimpinan di dalam perusahaan. Kepribadiannya dapat mempengaruhi strategi, kebijakan dan praktek yang berjalan (Sari & Cahyaningtyas, 2024). Narsisme merujuk kepada kondisi psikologis yang dapat menciptakan ciri - ciri pribadi seperti kesuksesan, keyakinan diri bila dirinya istimewa, bermartabat dan memiliki harga diri bahkan memperkuat citra dirinya melalui pujian - pujian yang diperoleh dari luar (Syahrani, 2023). Narsisme ini dapat berkaitan dengan karakteristik positif contohnya memiliki rasa percaya diri, berkarisma, memiliki otoritas dan superior sehingga wajar pribadi seperti ini cocok untuk dijadikan pemimpin namun narsisme juga dapat berkaitan dengan karakteristik negatif contohnya arogan, mementingkan diri sendiri, eksibionisme, tidak mampu belajar dari kesalahan, mengagumi diri sendiri secara berlebihan sehingga wajar pribadi seperti ini bertindak diluar aturan (*reckless action*) khususnya dikaitkan dengan usahanya untuk meraih tujuan maupun memanfaatkan kesempatan (Zudana et al., 2022).

Kepribadian narsisme ini erat kaitannya dengan kondisi yang ada dalam perusahaan contohnya terjadinya manajemen laba karena CEO merupakan orang yang berada di level atas dan mengendalikan strategi maupun praktik akuntansi (Sari & Cahyaningtyas, 2024) dan cenderung memilih metode akuntansi yang meningkatkan laba sekaligus kompensasi bagi dirinya (Rusydi, 2021). Contoh kedua, tanggung jawab sosial. Kepribadian narsis CEO ternyata juga mementingkan eksistensi perusahaan di masyarakat luas dan tetap peduli dengan isu ekonomi, sosial dan lingkungan sekitar (Kurnianto et al., 2023) khususnya yang berorientasi pada aktivitas komunitas, kegiatan lingkungan hidup serta kontribusi yang bersifat filantropi (Al-shammari et al., 2019). Contoh ketiga, kondisi finansial. Kepribadian narsis CEO menjadikannya percaya diri untuk mengelola asset menjadi lebih baik (Syahrani, 2023) dan lebih cenderung menggunakan ekuitas dibandingkan utang (Candy & Delfina, 2023).

Untuk mengukur narsisme CEO, dapat dilakukan dengan banyak cara yaitu melalui kuesioner yang diberikan kepada CEO dengan merujuk kepada *Narcissistic Personality Inventory* (NPI) - 16 (She et al., 2019; Uppal, 2020), luasan tanda tangan yang ada di laporan tahunan dibagi dengan jumlah karakter China yang ada di dalam nama CEO (Chen et al., 2021) serta ukuran foto CEO yang ada di dalam laporan tahunan (Cao & Xu, 2022; Meiliya & Rahmawati, 2022).

### **Pengungkapan *Technological Capital***

Sejarahnya, di tahun 1800an terdapat perbedaan upah yang signifikan antara kaum buruh dan kaum pekerja profesional. Ini disebabkan keduanya memiliki perbedaan pendidikan, keahlian serta penguasaan terhadap teknologi. Kondisi ini

diperkuat dengan munculnya energi listrik sebagai pengganti tenaga manusia contohnya di industri surat kabar *The Times* dimana proses cetak yang awalnya mengandalkan tenaga manusia tergantikan oleh tenaga uap (Ljungberg & Smits, 2004). Ini menunjukkan setiap orang wajib beradaptasi terhadap teknologi baik dalam bentuk fisiknya maupun pendidikannya. Untuk itu, kajian ini menggunakan istilah *technological capital* yang merujuk kepada hasil adaptasi terhadap teknologi dan pendidikan teknologi yang dimiliki.

*Technological capital* memiliki dua elemen. Pertama, hasil adaptasi terhadap teknologi. Satu kajian menunjukkan perusahaan yang mengungkapkan penggunaan *blockchain* dapat meningkatkan nilai perusahaan karena pelaku pasar mengindikasikan perusahaan tersebut menjalankan operasional secara efisien dan efektif (Ali et al., 2023). Perusahaan yang menggunakan teknologi *big data* juga dapat meningkatkan nilai perusahaan karena dengan teknologi tersebut dapat membantu perusahaan ketika melakukan inovasi melalui pengintegrasian antara orang (human), institusi, entitas dan proses (Muchlis et al., 2021). Perusahaan yang menggunakan *3D printing* berdampak signifikan terhadap nilai perusahaan karena memperpendek waktu imaging dan pencetakan produk (Goldberg et al., 2021).

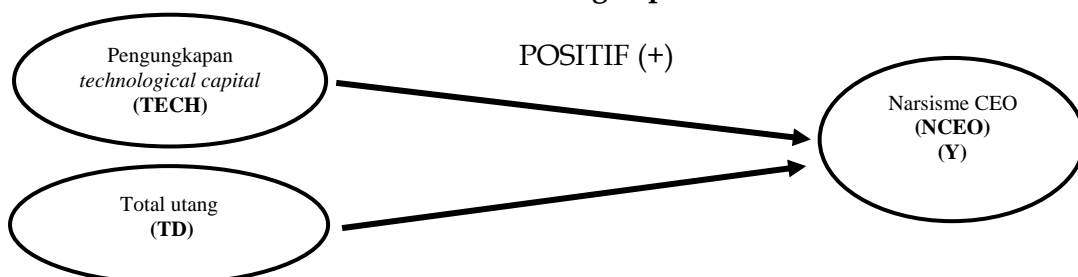
Perusahaan yang banyak melakukan riset dan mengakui hak kekayaan intelektual dapat meningkatkan kinerja keuangan karena perusahaan memiliki daya saing yang lebih baik (Alazzawi et al., 2018). Kedua, pendidikan teknologi. Satu penelitian menunjukkan CEO yang memiliki pendidikan teknologi berpengaruh positif signifikan terhadap jumlah pendanaan karena mereka memahami trend teknologi, mampu mengidentifikasi dan merekrut karyawan yang tepat, mampu membangun kemitraan yang tepat untuk mengembangkan teknologi serta mampu mengidentifikasi kebutuhan teknologi perusahaan (Yavuz & Iacoviello, 2023). Penelitian lain juga menunjukkan perusahaan yang memiliki CEO dengan latar belakang pendidikan dapat meningkatkan kinerja perusahaan karena dianggap mereka memberikan ruang untuk bertumbuh (Celikyurt & Donmez, 2017).

Penelitian ini mengajukan satu hipotesis yaitu bila perusahaan memiliki hasil adaptasi terhadap teknologi dan memiliki direksi dengan latar belakang pendidikan teknologi maka dapat meningkatkan narsisme seorang CEO karena tiga alasan. Pertama, narsisme CEO dapat meningkat karena mampu mengelola beragam isu contohnya isu lingkungan dan kemasyarakatan (Al-shammari et al., 2019) termasuk isu mengenai pemanfaatan teknologi yang terus berkembang. Kedua, CEO merupakan pihak yang mengendalikan strategi sekaligus operasional perusahaan (Sari & Cahyaningtyas, 2024) dan teknologi merupakan bagian strategis dari perusahaan. Ketiga, pemanfaatan teknologi dapat meningkatkan nilai dan kinerja perusahaan (Ali et al., 2023; Celikyurt & Donmez, 2017; Goldberg et al., 2021) dan juga mampu meningkatkan narsisme CEO. Untuk itu hipotesis yang diajukan ialah :

**H : *technological capital* berpengaruh positif signifikan terhadap narsisme CEO.**

Kerangka penelitian dari hipotesis yang diajukan sebagai berikut :

**Gambar 1. Kerangka pemikiran**



Sumber : Data Penelitian (2024)

## METODE PENELITIAN

Kajian ini merupakan penelitian kuantitatif dan deskriptif, artinya menarasikan fenomena dan data yang diperoleh serta membangun formula baru melalui estimasi data dengan alat bantu statistik (Sekaran, 2011 seperti dikutip Saputra, 2016). Data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan tahunan yang dipublikasi oleh perusahaan. Sumber data berasal dari Bursa Efek Indonesia (BEI) yang ada di website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

Populasi penelitian ini ialah perusahaan manufaktur dengan kategori JASICA (*Jakarta Stock Industrial Classification*) dari tahun 2015 - 2020. Untuk memperoleh sampel yang sesuai, maka penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan tiga kriteria. Pertama, memiliki laporan keuangan berurutan selama 6 tahun. Kedua, pelaporan dengan mata uang rupiah dan tidak memiliki ekuitas negatif. Ketiga, perusahaan telah beroperasi minimal 20 tahun karena memiliki kapabilitas pelayanan lebih baik (Valtakoski & Witell, 2018) sehingga dapat menjadi acuan untuk perusahaan yang belum lama beroperasi. Data yang diperoleh merupakan data panel yaitu gabungan antara data runut waktu (*time series*) dan data silang (*cross section*) dan diolah menggunakan *software* Eviews versi 10.

Penelitian ini menggunakan satu variabel dependen, satu variabel independen dan satu variabel pengendali. Variabel dependen yaitu narsisme CEO yang diukur melalui ukuran foto direksi di laporan tahunan dengan lima ukuran (Kontesa et al., 2021; Rusydi, 2021; Syahriani, 2023; Zudana et al., 2022). Pengukuran ini digunakan karena ukuran foto tersebut mencerminkan bila CEO tersebut merupakan pihak yang memiliki posisi penting di perusahaan serta memperlihatkan superioritas dan level status yang dimilikinya (Rijsenbilt dan Commander 2013; Lin et al, 2020 seperti dikutip Christian & Sulistiawan, 2022)

Variabel independen pertama yaitu *technological capital* yang terdiri dari dua elemen yaitu hasil adaptasi teknologi dan latar belakang pendidikan teknologi. Pengukurannya dilakukan melalui *scoring* pengungkapan di dalam laporan tahunan yaitu 0, bila tidak diungkapkan; 1, bila diungkapkan secara singkat; 2, bila diungkapkan lebih detail. *Score* kumulatif yang ditetapkan bernilai 3. Pengukuran ini berbeda dengan dua penelitian sebelumnya yang menggunakan rangking yang diterbitkan majalah *InformationWeek* 500 (Arora & Rahman, 2017) dan penjumlahan biaya riset dan hak kekayaan intelektual (Alazzawi et al., 2018). Variabel ini digunakan karena dua alasan. Pertama, dampak positif elemen adaptasi teknologi. Tiga penelitian sebelumnya menyatakan adaptasi teknologi dapat meningkatkan nilai perusahaan yaitu ketika perusahaan tersebut menggunakan teknologi big data (Muchlis et al., 2021), blockchain (Ali et al., 2023) dan teknologi 3D printing (Goldberg et al., 2021). Kedua, hadirnya CEO atau direktur dengan latar belakang teknologi juga memberikan dampak positif signifikan yaitu meningkatkan inovasi (Li et al., 2019), memperkaya kinerja digitalisasi (Luo et al., 2024), memberikan perusahaan ruang bertumbuh (Celikyurt & Donmez, 2017) serta meningkatkan jumlah pendanaan yang diperoleh untuk pengembangan teknologi (Yavuz & Iacoviello, 2023). Variabel pengendali yang digunakan yaitu total utang karena merupakan karakteristik perusahaan (Setiawan & Christiawan, 2017) serta berpotensi dibutuhkan untuk meningkatkan teknologi dan berkorelasi dengan kepribadian CEO.

Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji kelayakan model dan kualitas data dengan model regresi sebagai berikut :

$$NCEO_{it} = \alpha + TECH_{it} + TD_{it} + \varepsilon$$

dimana,

NCEO = narsisme CEO perusahaan i periode t

TECH = pengungkapan *technological capital* perusahaan i periode t

TD = rasio utang perusahaan i periode t

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

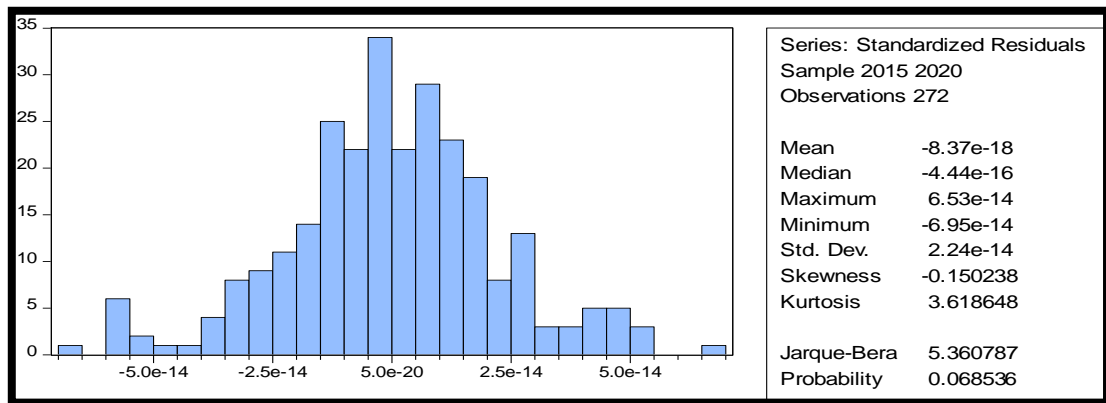
**Tabel 1. Hasil uji model data panel**

Metode	Pengujian	Nilai	Hasil
Uji Chow	Common effect vs Fixed effect	Prob : 0,0000	Fixed effect
Uji Haustmann	Fixed effect vs Random effect	Prob : 0,0000	Fixed effect

Sumber : Data Penelitian (2024)

Dari tabel 1 diperoleh kesimpulan bila model yang dipilih yaitu *Fixed effect*.

**Gambar 2. Hasil uji normalitas  
Jacque-Bera Test**



Sumber : Data Penelitian (2024)

Gambar 1 menunjukkan nilai *Jacque-Bera* 5,360787 > 0,1 dan *probability* 0,068536 > 0,05, artinya nilai residual berdistribusi normal.

**Tabel 2. Hasil uji heteroskedastisitas  
Spearman Rho test**

Variabel	t-statistik	Probability	Hasil
TECH	0,5794	0,5629	Tidak terjadi heteroskedastisitas
TD	1,0448	0,2973	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber : Data Penelitian (2024)

Tabel 2 menunjukkan *technological capital* (*Prob* 0,5629 > 0,05) dan rasio utang (*Prob* 0,2973 > 0,05), artinya tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

**Tabel 3. Uji multikolinearitas  
Nilai Tolerance**

	TECH	TD
TECH	1.0000	-0.07437
TD	-0.07437	1.0000

Sumber : Data Penelitian (2024)

Tabel 3 menunjukkan tidak ada korelasi antar variabel yang memiliki nilai diatas 0,8 artinya tidak terdapat multikolinearitas antar indepeden dalam model regresi.

**Tabel 4. Uji autokorelasi  
Durbin Watson Test**

Uji	Nilai
<i>Durbin Watson</i>	1,248010

Sumber : Data Penelitian (2024)

Tabel 4 menunjukkan nilai *Durbin Watson* sebesar  $1,288010 < D_U 1,80792$  artinya terdapat masalah autokorelasi namun penelitian ini masih dapat dilanjutkan karena autokorelasi lebih sesuai untuk data *time series* (Basuki & Prawoto, 2017).

**Tabel 5. Hasil pemilihan sampel**

Keterangan	Jumlah
Populasi perusahaan manufaktur	180
Perusahaan beroperasi < 20 tahun	( 64 )
Laporan keuangan dengan mata uang asing	( 22 )
Memiliki nilai ekuitas negatif	( 8 )
Laporan tahunan tidak lengkap	( 20 )
Jumlah perusahaan valid	66
Jumlah observasi	396
Jumlah outlier	(124)
Jumlah observasi valid	272

Sumber : Data Penelitian (2024)

Tabel 5 menunjukkan observasi data valid sebesar 272 atau 68% dari data awal sebesar 396 sedangkan 124 atau 32% merupakan data outlier yang dihilangkan untuk memenuhi uji asumsi klasik.

**Tabel 6. Statistik deskriptif**

	N	Minimum	Maksimum	Rata - rata	Std. Dev
Narsisme CEO	272	1	5	3.452206	1.441835
<i>Technological capital</i>	272	0	1	0.300245	0.283711
Total utang	272	0.091718	0.915088	0.431210	0.200893

Sumber : Data Penelitian (2024)

Tabel 6 menunjukkan :

- Variabel narsisme CEO memiliki nilai minimum 1, artinya di dalam laporan tahunan tidak terdapat foto direksi sedangkan nilai maksimum 5 menunjukkan foto direksi terdapat di laporan tahunan dengan ukuran 1 halaman penuh. Rata - rata variabel ini bernilai 3 artinya ukuran foto CEO sendiri kurang dari setengah halaman.
- Variabel *technological capital* memiliki nilai minimum 0, artinya ada perusahaan yang tidak mengungkapkan sama sekali elemen adaptasi terhadap teknologi maupun latar belakang pendidikan teknologi direksinya sedangkan nilai maksimum 1 menunjukkan perusahaan mengungkapkan hasil adaptasi terhadap teknologi serta pendidikan teknologi yang dimiliki direksinya
- Variabel total utang memiliki nilai minimum 0.091718, menunjukkan nilai utang terendah dimiliki oleh PT Indospring, Tbk (INDS) tahun 2020 sebesar Rp.

262.519.771.935 sedangkan nilai maksimum sebesar 0.915088 menunjukkan nilai utang tertinggi dimiliki oleh PT Sarana Central Bajatama (BAJA) tahun 2018 sebesar Rp. 824.660.447.657.

**Tabel 7. Uji Hipotesis**

Variabel	Koefisien	Prediksi	Signifikansi	Hasil
Konstanta	3.452206			
TECH	3.61E-14	+	0,0008	Signifikan
TD	5.31E-13	-	0,0000	Signifikan
<i>Adjusted R Square</i>			1,000	
<b>Variabel dependen : Narsisme CEO</b>				
<b>Tingkat signifikansi : 1% (*), 5% (**), 10% (***)</b>				

Sumber : Data Penelitian (2024)

Tabel 7 menunjukkan tiga pembahasan yang dapat diuraikan sebagai berikut :

- Nilai *adjusted R-Square* sebesar 1,000 artinya *technological capital* dan total utang mampu menjelaskan adanya narsisme CEO seluruhnya dan tidak ada faktor lain yang mempengaruhi. Narsisme CEO pada perusahaan yang diteliti 100% dipengaruhi oleh hasil adaptasi teknologi yang telah dilakukan selama ini, direksi yang memiliki latar belakang teknologi serta jumlah utang yang dimiliki perusahaan.
- Technological capital* berpengaruh positif signifikan ( $p\text{-value } 0,0008 < 0,1$ ) terhadap narsisme CEO, artinya hasil adaptasi terhadap teknologi dan latar belakang pendidikan teknologi yang diungkapkan dalam laporan tahunan meningkatkan rasa percaya diri, kemampuan memimpin dari CEO tersebut. Hasil ini sejalan dan melengkapi kajian sebelumnya yang menunjukkan narsisme CEO dapat meningkat karena kemampuan perusahaan mengelola isu sosial dan lingkungan (Al-shammari et al., 2019; Kurnianto et al., 2023). Teknologi yang berhasil diciptakan antara lain pemasangan mesin *digital printing* oleh PT Arwana Citramulia, Tbk (ARNA) di tahun 2015 untuk untuk efisiensi penggunaan gas dan meningkatkan fungsi *heat recovery*, aplikasi E-Learning Sistem Informasi berbasis website oleh PT Semen Indonesia, Tbk (SMGR) di tahun 2016 untuk sarana training karyawan agar dapat diakses dimanapun, implementasi "U-Studio" oleh PT Unilever Indonesia, Tbk (UNVR) tahun 2017 untuk penciptaan kreasi digital dan pengembangan aplikasi serta konten terbaru, implementasi sistem *Sales Force Automation (SFA)* oleh PT Tempo Scan, Tbk (TSPC) tahun 2018, implementasi gudang penyimpanan yang dioperasikan dengan teknologi Automatic Storage & Retrieval System (AR / AS ) oleh PT Ultrajaya Milk Industry, Tbk (ULTI) tahun 2019 serta optimalisasi *roadmap* perdagangan digital di *e-grocery* oleh PT Multi Bintang Indonesia, Tbk (MLBI) di tahun 2020. Demikian juga latar belakang pendidikan teknologi yang dimiliki direksi contohnya sarjana teknologi pangan dan gizi yang dimiliki salah satu direksi PT Nippon Sari Corporindo, Tbk (ROTI) dan sarjana teknik informatika yang dimiliki oleh salah satu direksi Indofarma, Tbk (INAF).
- Total utang berpengaruh positif signifikan ( $p\text{-value } 0,0008 < 0,1$ ) terhadap narsisme CEO, artinya semakin tinggi utang maka narsisme CEO semakin tinggi. Hasil ini menunjukkan CEO akan semakin percaya diri dengan jumlah yang tinggi karena dengan jumlah dana yang cukup maka CEO tidak merasa khawatir untuk mengimplementasikan kebijakan strategisnya agar seluruh tujuannya tercapai. Dengan rasa percaya diri ini, *Return On Equity (ROE)* meningkat karena investor



- merasa CEO tersebut mampu mengelola perusahaan (Candy & Delfina, 2023) dan meningkatkan nilai perusahaan karena CEO berani mengambil risiko dan mencari keuntungan jangka pendek (Sari & Cahyaningtyas, 2024).
- d. Pengungkapan *technological capital* dan jumlah utang yang signifikan mengindikasikan kedua variabel tersebut secara bersama – sama meningkatkan rasa percaya diri CEO untuk mampu berkompetisi di era disrupsi teknologi dan meneruskan upaya digitalisasi karena meningkatkan nilai perusahaan (Muchlis et al., 2021), meningkatkan kinerja rantai pasok (Shahadat et al., 2023) mempersingkat waktu memprosesan produk dan jasa (Goldberg et al., 2021), mempersingkat waktu memprosesan transaksi (Ali et al., 2023), memperkuat daya saing (Alazzawi et al., 2018) serta meningkatkan kemampuan analisis perusahaan dalam pengambilan keputusan (Muchlis et al., 2021) seperti teknologi yang telah diterapkan sebelumnya contohnya teknologi big data (Muchlis et al., 2021), blockchain (Ali et al., 2023) serta 3D printing (Goldberg et al., 2021).
  - e. Pengungkapan *technological capital* dan jumlah utang yang signifikan juga meyakinkan CEO bila latar belakang pendidikan dibidang teknologi dapat memberikan keyakinan bila CEO mampu bersaing di era digital karena latar belakang pendidikan tersebut memberikan ruang untuk bertumbuh (Celikyurt & Donmez, 2017), mampu memahami trend teknologi, mengidentifikasi dan merekrut karyawan yang tepat, tepat ketika membangun kemitraan untuk pengembangan teknologi serta cakap mengidentifikasi kebutuhan teknologi perusahaan (Yavuz & Iacoviello, 2023).
  - f. Hasil kajian ini juga dapat digunakan untuk memberikan tiga pertimbangan praktis. Pertama, keberlanjutan upaya digitalisasi. Rasa percaya diri CEO karena adaptasi yang dimiliki serta direksi dengan pengetahuan dan pendidikan di bidang teknik / teknologi akan meningkat sehingga memberikan keyakinan bila seluruh upaya yang telah dilakukan akan berjalan di masa datang. Rasa percaya diri ini penting karena CEO sebagai pihak terdepan dalam perusahaan memiliki otoritas penuh untuk mengelola dana serta memilih strategi yang tepat untuk implementasi digitalisasi di masa datang. Kedua, pendanaan. Rasa percaya diri CEO ini juga memberikan optimisme bila seluruh proyek pendanaan digitalisasi akan disetujui oleh perbankan maupun investor karena melihat hasil yang telah berjalan saat ini di perusahaan. Ketiga, penunjukan CEO. Melihat hasil pengujian yang ada, maka latar belakang pendidikan teknik / teknologi wajib menjadi pertimbangan bagi perusahaan ketika melakukan rekrutmen atau penunjukan CEO agar seluruh keputusan strategis dapat terus di lanjutkan.

## SIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bila pengungkapan hasil teknologi yang diadaptasi dan latar belakang pendidikan teknik / teknologi direksi (*technological capital*) mampu meningkatkan rasa percaya diri CEO ditambah dengan jumlah utang yang dimiliki dapat memperluas CEO untuk mengimplementasikan seluruh tujuannya. Dampaknya, dengan *technological capital*, jumlah utang dan rasa percaya diri CEO diharapkan mampu meningkatkan nilai dan kinerja perusahaan. Selain itu, rasa percaya CEO juga akan memberikan optimisme ketika mengajukan pendanaan kepada perbankan maupun investor sekaligus meyakinkan pemangku kepentingan bila upaya digitalisasi akan terus berkelanjutan. Latar belakang teknologi yang dimiliki CEO juga menjadi pertimbangan bagi perusahaan ketika memilih atau menunjuk seorang CEO.

Hasil penelitian ini juga memberikan kontribusi literatur yaitu adanya *technological capital* sebagai variabel baru untuk memetakan hasil adaptasi terhadap teknologi dan dukungan latar belakang pendidikan teknik / teknologi yang dimiliki CEO. Variabel ini menjadi penting sebagai alternatif pengukuran teknologi di

perusahaan menggunakan data sekunder serta memberikan analisis yang lebih menyeluruh.

Untuk itu saran yang dapat diberikan yaitu pengukuran narsisme CEO dapat lebih dilengkapi contohnya melalui wawancara langsung atau kuesioner psikologi sehingga penilaiannya lebih komprehensif. Kedua, pengukuran *technological capital* dapat ditambahkan dengan cara lain contohnya jumlah investasi teknologi sehingga pengungkapannya dapat lebih baik. Ketiga, penelitian lanjutan yang menghubungkan pengungkapan *technological capital* dengan nilai perusahaan dan narsisme CEO sebagai variabel intervening untuk mendapatkan hasil yang lebih optimal

#### DAFTAR PUSTAKA

- Al-shammari, M., Rasheed, A., & Al-shammari, H. A. (2019). CEO narcissism and corporate social responsibility : Does CEO narcissism affect CSR focus? *Journal of Business Research*, 104, 106–117. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.005>
- Alazzawi, A. A., Upadhyaya, M., El-Shishini, H. M., & Alkubaisi, M. (2018). Technological capital and firm financial performance: Quantitative investigation on intellectual capital efficiency coefficient. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 22(2), 1–10.
- Ali, H. S., Jia, F., Lou, Z., & Xie, J. (2023). Effect of blockchain technology initiatives on firms ' market value. *Financial Innovation*, 9(48), 35. <https://doi.org/10.1186/s40854-023-00456-8>
- Arora, B., & Rahman, Z. (2017). Information technology capability as competitive advantage in emerging markets: Evidence from India. *International Journal of Emerging Markets*, 12(3), 447–463. <https://doi.org/10.1108/IJoEM-07-2015-0127>
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2017). Analisis Regresi Dalam penelitian Ekonomi dan Bisnis (dilengkapi Aplikasi SPSS & Eviews). In *Rajawali Press*.
- Berlian, S., Sumarsono, H., & Wahyuningsih, D. W. (2022). The Importance of The Chief Executive Officer ( CEO ) Characteristics in relation to Firm Value. *Jurnal Ilmu Keuangan Dan Perbankan (JIKA)*, 12(1), 128–136.
- Candy, & Delfina. (2023). CEO Narcissism and CEO Overconfidence on Firm Performance : The Role of Capital Structure as Mediating Variable. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 27(2), 231–249. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v27i2.9767>
- Cao, Z., & Xu, K. (2022). CEO narcissism, brand acquisition and disposal, and stock returns. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 50(1), 777–799.
- Celikyurt, U., & Donmez, B. N. (2017). Engineer CEOs and Firm Performance in BIST Manufacturing Firms. *The Journal of Accounting and Finance*, 207–229. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2943710>
- Chen, J., Zhang, Z., & Jia, M. (2021). How CEO narcissism affects corporate social responsibility choice? *Asia Pacific Journal of Management*, 38(1), 897–924.
- Christian, P. G., & Sulistiawan, D. (2022). When Narcissus Became a CEO : CEO Narcissism and Its Effect on Earnings Management. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 9(2), 135–148. <https://doi.org/10.24815/JDAB.V9I2.24947>
- Christina, & Hartini, S. (2020). The Impact Of Service Innovation On Customer Satisfaction In Prodia Health. *KBM (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*,

- 7(November), 107–116. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v7i1.4434>
- Faiza, I., Nurani, L., Permatasari, I., & Adinugraha, H. H. (2022). Fitur Halal Shopee Barokah sebagai preferensi belanja online Muslim di era digital. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis*, 1(1). <https://doi.org/10.55606/jupsim.v1i1.198>
- Goldberg, D. M., Deane, J. K., Rakes, T. R., & Rees, L. P. (2021). 3D Printing Technology and the Market Value of the Firm. *Information System Frontiers*. <https://doi.org/10.1007/s10796-021-10143-7>
- Hiebl, M. R. W. (2014). Upper echelons theory in management accounting and control research. *Journal Management Control*, 23, 223–240. <https://doi.org/10.1007/s00187-013-0183-1>
- Kontesa, M., Brahmana, R., & Tong, A. H. H. (2021). Narcissistic CEOs and their earnings management. *Journal of Management and Governance*, 25(1), 223–249. <https://doi.org/10.1007/s10997-020-09506-0>
- Kurnianto, B., Abdusshomad, A., & Kalbuana, N. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Sustainability Report. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(4), 3620–3628.
- Li, Y., Liu, Y., & Xie, F. (2019). Technology directors and firm innovation. *Journal of Multinational Financial Management*, 50, 76–88.
- Ljungberg, J., & Smits, J. P. (2004). Technology and human capital in historical perspective. In *Technology and Human Capital in Historical Perspective*. <https://doi.org/10.1057/9780230523814>
- Luo, Y., Cui, R., Ma, J., Jin, Y., Li, M., & Lin, S. (2024). Impact of CEO's scientific research background on the enterprise digital level. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1). <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03283-z>
- Meiliya, E., & Rahmawati, M. I. (2022). Pengaruh Narsisme CEO terhadap nilai perusahaan dengan Manajemen laba sebagai variabel mediasi. *Jurnal Ilmu Riset Akuntansi*, 11(2).
- Muchlis, Agustia, D., & Narsa, I. M. (2021). Pengaruh Teknologi Big Data terhadap Nilai Perusahaan melalui Kinerja Keuangan Perusahaan di Bursa Efek Indonesia. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(2), 139–158. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i2.4928>
- Novemba, D., Soesanto, E., Pratama, H. R., & Nurhidayah, T. L. (2024). Analisis Tingkat Rasa Aman Lingkungan Kerja pada Karyawan Terhadap Keamanan Cyber Security di Perusahaan Toyota. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 2(1), 178–186.
- Oktaviani, A., & Sarkawi, D. (2017). Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Untuk Tetap Menggunakan Fasilitas Internet Banking Pada Bank Central Asia. *PILAR Nusa Mandiri*, 13(2), 267–274. <http://ejournal.nusamandiri.ac.id/ejurnal/index.php/pilar/article/view/724>
- Rahmadhani, Oktamianiza, Yulia, Y., & Aisyah, N. Y. (2022). Analisis Penerapan Aplikasi Sistem Pendaftaran Online(E-Health) pada Rumah Sakit Analysis of the Application of the Online Registration System (E-Health) in Hospitals. *Indonesian Journal of Health Information Management (IJHIM)*, 2(3), 1.
- Rusydi, M. (2021). The Impact of CEO Narcissism Behavior on Firm

- Performance through Earnings Management. *Atestasi: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 4(1), 53–60.
- Samsuri. (2022). Strategi Keunggulan bersaing melalui digitalisasi layanan produk pada Bank Syariah Indonesia KCP Rogojampi. *Ribhuna: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 1(1).
- Saputra, S. E. (2016). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Dan Size Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Di Bursa Efek Indonesia. *Journal of Economic and Economic Education*, 5(1), 75–89. <https://doi.org//dx.doi.org/10.22202/economica.2016.v5.il.817>
- Sari, A. M., & Cahyaningtyas, S. R. (2024). The Role of Financial Performance in Mediating the Relationship of CEO Narcissism and Free Cash Flow on Earnings Management. *Asian Journal of Management Entrepreneurship and Social Science*, 04(02).
- Setiawan, E., & Christiawan, Y. J. (2017). Pengaruh Penerapan Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan dan Leverage sebagai Variabel Kontrol. *Business Accounting Review*, 5(2), 373–384.
- Shahadat, M. M. H., Hena, A., Yeaseen, M., Nathan, R. J., & Fekete-farkas, M. (2023). Digital Technologies for Firms ' Competitive Advantage and Improved Supply Chain Performance. *Journal of Risk and Financial Management*, 16.
- She, Z., Yang, B., & Yang, B. (2019). Effects of CEO narcissism on comprehensiveness and speed. *Journal of Managerial Psychology*, 35(1). <https://doi.org/10.1108/JMP-01-2019-0042>
- Syahriani, A. T. (2023). Efek CEO Narcisme Terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)*, 3(3), 1089–1095.
- Tambunan, H. B., & Hapsari, T. W. D. (2022). Analisis Opini Pengguna Aplikasi New PLN Mobile Menggunakan Metode Text Mining. *PETIR: Jurnal Pengkajian Dan Penerapan Teknik Informatika*, 15(1), 121–134.
- Uppal, N. (2020). CEO narcissism , CEO duality , TMT agreeableness and firm performance An empirical investigation in auto industry. *European Business Review*, 32(4), 573–590. <https://doi.org/10.1108/EBR-06-2019-0121>
- Valtakoski, A., & Witell, L. (2018). Service capabilities and servitized SME performance : contingency on firm age. *International Journal of Operations & Production Management*. <https://doi.org/10.1108/IJOPM-06-2016-0328>
- Wang, Z., Hu, X., & Yu, F. (2023). How does CEO narcissism affect enterprise ambidextrous technological innovation ? The mediating role of corporate social responsibility. *PLOS ONE*, 1–22. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0280758>
- Yavuz, R. I., & Iacoviello, A. (2023). The effect of founder CEOs ' technical and business education on the amount of entrepreneurial financing in the global fintech industry. *METU Studies in Development*, 50, 429–456.
- Yuliana, T., Soegiarto, E., & Nurqamarani, A. S. (2019). Pengaruh E - Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi Emos (Enseval Mobile Order System) Pada Pt. Enseval Putera Megatrading, Tbk Cabang Samarinda. *Research Journal of Accounting and Business Management*, 3(2), 283. <https://doi.org/10.31293/rjabm.v3i2.4430>

Zudana, A. E., Novian, K., Setiawan, R. P., & Sherlin. (2022). Tax Footnotes Readability and CEO Narcissism: Evidence from Indonesia. *Business Economic, Communication, and Social Sciences*, 4(1), 35-46. <https://doi.org/10.21512/becossjournal.v4i1.7786>