

**NARSISME CEO TERHADAP AMBIDEKSTERITAS
INOVASI PERAN MODERASI KEKUATAN CEO DAN
REPUTASI PERUSAHAAN**

***CEO NARCISSISM ON INNOVATION
AMBIDEXTERITY: THE MODERATING ROLE OF CEO
POWER AND FIRM REPUTATION***

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mengikuti Ujian Oral Comprehensive
Sarjana Lengkap Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Lancang Kuning

RIRI NUR AFRIYENI

2162201052

PROGRAM STUDI AKUNTANSI



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LANCANG KUNING
PEKANBARU
2025**

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : RIRI NUR AFRIYENI
NIM : 2162201052
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN : AKUNTANSI
JUDUL : "NARSISME CEO TERHADAP AMBIDEXTERITAS INOVASI PERAN
MODERASI KEKUATAN CEO DAN REPUTASI PERUSAHAAN"

DISETUJUI:

PEMBIMBING I

RIZQA ANITA, S.E., M.M., M. Ak., Ak., Ph. D
NIDN: 1023088901

PEMBIMBING II

FAIZAH KAMILAH, S. E, M. Ak, Ak.
NIDN: 1012088901

DEKAN



Dr. DINI ONASIS, S.E., S.H., M.M., M.H., AK., CA., ACPA
NIDN: 1006067101

KETUA JURUSAN

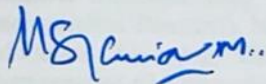


Dr. NENE NG. S. ALMIAH, S.E., M.M., Ak., CA
NIDN: 1012096801

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : RIRI NUR AFRIYENI
NIM : 2162201052
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN : AKUNTANSI
JUDUL : "NARSISME CEO TERHADAP AMBIDEXTERITAS INOVASI PERAN
MODERASI KEKUATAN CEO DAN REPUTASI PERUSAHAAN"

KETUA



Dr. NENENG SALMIAH, S.E., M.M., Ak., CA
NIDN: 1012096801

SEKRETARIS



SERLY NOVIANI, S.E., M.Ak
NIDN: 1007118903

ANGGOTA



RIZQA ANITA, S.E., M.M., M. Ak., Ak., Ph. D
NIDN: 1023088901



FAIZAH KAMILAH, S. E., M. Ak, Ak.
NIDN: 1012088901



SATRIA TRI NANDA, SE., M.Si., Ph.D
NIDN: 1019029001



Dr. BURHAN PHIL, S. E., M. Ak., Ak., CA
NIDN: 1028056901

**NARSISME CEO TERHADAP AMBIDEKSTERITAS INOVASI PERAN
MODERASI KEKUATAN CEO DAN REPUTASI PERUSAHAAN**

OLEH :

RIRI NUR AFRIYENI
2162201052

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji bagaimana pengaruh Narsisme CEO terhadap Ambidekteritas Inovasi perusahaan serta peran Moderasi Kekuatan CEO dan Reputasi Perusahaan dalam mempengaruhi hubungan tersebut. Berdasarkan literatur dari penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku narsistik CEO dapat berdampak negatif maupun positif terhadap proses inovasi, tergantung pada variabel moderasi yang ada. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisa Pengaruh Narsisme CEO Terhadap Ambidekteritas Inovasi Peran Moderasi Kekuatan CEO Dan Reputasi Perusahaan. Populasi penelitian menganalisa 636 perusahaan yang tercatat di papan utama Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021–2023. Hasil penelitian menemukan bahwa Narsisme CEO berdampak negatif terhadap Ambidekteritas Inovasi, Kekuatan CEO dapat memoderasi pengaruh narsisme CEO terhadap Ambidekterity inovasi, dan Reputasi perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh narsisme CEO terhadap *Ambidekterity* inovasi

Kata Kunci: Narsisme CEO, Ambidexteritas Inovasi, Kekuatan CEO, dan Reputasi Perusahaan

***CEO NARCISSISM ON INNOVATION AMBIDEXTERITY: THE
MODERATING ROLE OF CEO POWER AND FIRM REPUTATION***

BY:

RIRI NUR AFRIYENI

2162201052

ABSTRACT

This study reviews how CEO narcissism affects corporate innovation ambidexterity and the moderating role of CEO power and firm reputation in influencing this relationship. Based on the literature, this study shows that CEO narcissistic behavior can have both negative and positive effects on the innovation process, depending on the moderating variables present. This study aims to identify and analyze the influence of CEO narcissism on innovation ambidexterity, the moderating role of CEO power, and firm reputation. The study population analyzed 636 companies listed on the main board of the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the period 2021–2023. The results of the study found that CEO narcissism has a negative impact on innovation ambidexterity, CEO power can moderate the influence of CEO narcissism on innovation ambidexterity, and firm reputation cannot moderate the influence of CEO narcissism on innovation ambidexterity.

Keywords: *CEO narcissism, innovation ambidexterity, CEO power, and Firm reputation*

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis dalam bentuk skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana, Magister, dan atau Doktor) baik di Universitas Lancang Kuning maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian sendiri tanpa bantuan dari pihak lain, kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dari dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya tulis ini, serta lainnya sesuai dengan norma yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Pekanbaru, 10 Juli 2025

Yang Membuat Pernyataan,

RIRI NUR AFRIYENI

NIM: 2162201052

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan bimbingan-Nya, sehingga skripsi berjudul “Narsisme CEO Terhadap Ambidexteritas Inovasi Peran Moderasi Kekuatan CEO dan Reputasi Perusahaan” dapat diselesaikan dengan baik sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lancang Kuning.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Program Studi Strata-1 Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lancang Kuning. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini mendapat banyak bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar- besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Dini Onasis, S.E., S.H., M.M., M.H., Ak., CA., ACPA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning, atas kepemimpinan yang inspiratif dan kontribusi luar biasa dalam menciptakan lingkungan akademik yang mendukung.
2. Bapak Zaharman, S.E., M.Si., Ak., CA, selaku Wakil Dekan I, atas arahan dan bimbingan akademik yang sangat membantu dalam perjalanan studi.
3. Bapak Aljufri, S.E., M.Ak., Ak., CA, selaku Wakil Dekan II, atas dukungan fasilitas dan administrasi yang memudahkan proses perkuliahan.

4. Bapak Dr. Fatkhurahman, S.E., M.Si., M.M., selaku Wakil Dekan III, atas kepedulian dan peran aktif dalam pengembangan mahasiswa secara menyeluruh.
5. Ibu Dr. Neneng Salmiah, S.E., M.M., Ak., CA, selaku Ketua Program Studi Akuntansi dan selaku Pembimbing Akademik, atas arahan bijak dan kepemimpinan yang membimbing kami sepanjang studi.
6. Ibu RIZQA ANITA, S.E., M.M., M.Ak., Ak., Ph.D selaku dosen pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu, memberikan masukan, arahan, serta bimbingan dengan penuh kesabaran sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan.
7. Ibu FAIZAH KAMILAH, SE, M.Ak, Ak. selaku dosen pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, memberikan masukan, arahan, serta bimbingan dengan penuh kesabaran sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
8. Seluruh dosen pengajar di Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning, terima kasih atas ilmu, dedikasi, dan inspirasi yang telah membentuk pola pikir dan wawasan saya, serta Staf administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, atas pelayanan yang ramah dan sigap yang turut memperlancar proses akademik dan penyusunan tugas akhir.
9. Kepada kedua Orang Tua penulis Bapak Syafril dan ibu Repi Elpita, terima kasih banyak untuk doa dan dukungan yang selalu mengiringi dan memberi kekuatan kepada penulis. Saudari Yuri Prastika, Suci Amelia Putri dan Syafira Nuraini yang telah memberikan semangat dan dukungan

10. Kepada sahabat DEPURINNA yang telah mendukung memberikan semangat, solusi, saran, dan motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
11. Kepada sahabat dan teman seperjuangan yang telah mendukung memberikan semangat, solusi, saran, dan motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Dhea Nova Lyramadhani, Sisca, Naomi, Salma , Sasi, Silvi, Aisyah, Melati, Cindy, dan Shelly serta teman-teman lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
12. Kepada diri sendiri yang telah mampu menyelesaikan perkuliahan ini. Skripsi ini adalah awal yang baru dari perjalanan panjang penulis dalam mencari pengetahuan dan wawasan, dengan rasa syukur dan bangga saya menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu langkah penting dalam mencapai gelar akademis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, baik dari segi isi maupun teknis, yang merupakan bagian dari keterbatasan penulis sebagai pembelajar. Untuk itu, penulis terbuka terhadap saran dan kritik yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat, memperluas wawasan, dan menjadi referensi bagi pembaca maupun peneliti selanjutnya.

Pekanbaru, 11 Juli 2025
Yang Membuat Pernyataan,

RIRI NURAFRIYENI
NIM: 2162201052

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN.....	1
1.2 PERUMUSAN MASALAH.....	8
1.3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	8
1.3.1 TUJUAN PENELITIAN	8
1.3.2 MANFAAT PENELITIAN	9
1.4 SISTEMATIKA PENULISAN	10
BAB II	12
TELAAH PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	12
2.1 TELAAH PUSTAKA	12
2.1.1 T EORI <i>UPPER ECHELONS</i>	12
2.1.2 AMBIDEXTERITAS INOVASI	14
2.1.2.1 PENGERTIAN	14
2.1.2.2 KARAKTERISTIK AMBIDEXTERITAS	16
2.1.2.3 FAKTOR PENENTU AMBIDEXTERITAS	18
2.1.3 NARSISME CEO	19
2.1.3.1 PENGERTIAN NARSISME.....	19
2.1.3.2 KARAKTERISTIK NARSISME.....	21
2.1.3.3 DAMPAK NARSISME DALAM KEPEMIMPINAN	21
2.1.4 KEKUATAN CEO	22
2.1.4.1 PENGERTIAN	22
2.1.4.2 SUMBER KEKUATAN CEO	23
2.1.5 REPUTASI PERUSAHAAN	24

2.1.5.1	PENGERTIAN	24
2.1.5.2	ASPEK- ASPEK REPUTASI PERUSAHAAN.....	25
2.1.6	PENELITIAN TERDAHULU	27
2.2	KERANGKA PEMIKIRAN.....	33
2.2.1	NARSISME CEO TERHADAP AMBIDEXTERITAS CEO.....	33
2.2.2	KEKUATAN COE MEMODERASI HUBUNGAN ANTARA NARSISME CEO TERHADAP AMBIDEXTERITAS INOVASI.....	36
2.2.3	REPUTASI PERUSAHAAN MEMODERASI HUBUNGAN ANTARA NARSISME CEO TERHADAP AMBIDEXTERITAS.....	37
BAB III		40
METODE PENELITIAN		40
3.1	OBJEK PENELITIAN	40
3.2	POPULASI DAN SAMPEL	40
3.2.1	POPULASI	40
3.2.2	SAMPEL.....	40
3.3	TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL.....	40
3.4	JENIS DAN SUMBER DATA.....	41
3.4.1	JENIS DATA.....	41
3.4.2	SUMBER DATA.....	41
3.5	TEKNIK PENGUMPULAN DATA	42
3.6	IDENTIFIKASI DAN OPERASIONALISASI VARIABEL.....	42
3.7	ANALISIS DATA	45
BAB IV		47
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN		47
4.1	SEJARAH SINGKAT PERUSAHAAN	47
1.	<i>BASIC MATERIALS</i> (BAHAN DASAR)	47
2.	<i>INDUSTRIALS</i> (INDUSTRI).....	50
3.	<i>INFRASTRUCTURES</i> (INFRASTRUKTUR)	52
4.	<i>FINANCIALS</i> (KEUANGAN).....	55
5.	SEKTOR <i>CONSUMER NON-CYCLICALS</i>	59
6.	<i>HEALTHCARE</i> (KPELAYANAN KESEHATAN).....	62
7.	SEKTOR TECHNOLOGY	65
8.	TRANSPORTASI DAN LOGISTIK	67

9. PROPERTI & REAL ESTAT	70
10. ENERGI.....	73
BAB V.....	76
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	76
5.1 HASIL PENELITIAN.....	76
5.1.1 ANALISIS DESKRIPTIF	76
5.1.2 MATRIK KORELASI.....	78
5.1.3 MODEL STRUKTURAL	80
5.1.4 MODEL FIT.....	81
5.1.5 PENGUJIAN HIPOTESIS.....	82
5.1.6 GRAFIK MODERASI.....	84
5.2 PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	86
5.2.1 PENGARUH NARSISME CEO TERHADAP AMBIDEKTERITY INOVASI	86
5.2.2 PERAN MODERASI CEO POWER PADA PENGARUH NARSISME CEO TERHADAP AMBIDEKTERITY INOVASI.....	87
5.2.3 PERAN MODERASI REPUTASI PERUSAHAAN PADA PENGARUH NARSISME CEO TERHADAP AMBIDEKTERITY INOVASI	88
BAB VI.....	90
KESIMPULAN DAN SARAN	90
6.1 KESIMPULAN	90
6.2 SARAN.....	91
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN.....	1

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3. 1 Kriteria Sampel.....	41
Tabel 3. 2 Matriks Operasionalisasi Variabel	43
Tabel 5. 1 Analisis Deskriptif.....	76
Tabel 5. 2 Matriks Korelasi	78
Tabel 5. 3 Model Fit.....	81
Tabel 5. 4 Hasil Pengujian Hipotesis	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka pemikiran	39
Gambar 5. 1 Inner Model.....	80

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN

Di era persaingan bisnis yang sangat kompetitif, setiap perusahaan dituntut terus berinovasi untuk mempertahankan eksistensi perusahaannya. Selain itu, faktor lain juga sangat mempengaruhi agar suatu perusahaan terus berinovasi seperti peningkatan peran penggunaan teknologi, kemudahan akses informasi, globalisasi, dan kecenderungan konsumen. Hal ini sejalan dengan pernyataan Chen & Liu (2020) yang berbunyi bahwa tekanan dari faktor-faktor eksternal ini mendorong perusahaan untuk terus berinovasi dalam berbagai aspek, seperti produk, proses, layanan, pasar serta pengembangan pengetahuan dan kemampuan. Namun, yang menjadi kunci agar suatu perusahaan mampu mempertahankan eksistensinya yaitu dengan melakukan inovasi eksploratif dan eksploitasi. Dengan semakin berkembangnya teknologi, penerapan industri 4.0 yang mengintegrasikan Internet of Things (IoT), big data, dan otomatisasi menjadi sangat penting bagi perusahaan manufaktur di Indonesia. Namun, banyak perusahaan menghadapi kesulitan dalam mengimplementasikan teknologi ini karena ketidakpastian infrastruktur dan keterbatasan sumber daya manusia. Sementara itu, konsumen menuntut produk yang lebih cepat, inovatif, serta mampu disesuaikan dengan preferensi pribadi agar perusahaan tetap relevan di pasar yang kian kompetitif.

Salah satu contoh nyata adalah PT Steadfast Marine Tbk (KPAL), perusahaan galangan kapal yang didirikan sejak 2005 dan kini mengalami suspensi perdagangan saham oleh BEI akibat ketidakmampuan memenuhi kewajiban serta ketidakpastian kelangsungan usaha. Pengembangan inovasi teknologi di KPAL

belum optimal dan masih tertinggal dibanding kompetitor nasional maupun regional. Output produk perusahaan masih didominasi kapal konvensional, sehingga inovasi untuk kapal ramah lingkungan atau berbasis teknologi modern kurang berkembang. Isu utama yang dihadapi KPAL adalah kurangnya eksplorasi inovasi dan teknologi dalam proses produksi, yang membuat produknya menjadi kurang kompetitif di pasar domestik maupun internasional.

Dalam konteks ini, ambidekteritas inovasi kemampuan perusahaan menyeimbangkan eksplorasi (pengembangan ide serta R&D) dan eksploitasi (peningkatan produk dan efisiensi proses yang ada) menjadi faktor penting dalam keberhasilan bisnis. Ambidekteritas inovasi akan tercermin dalam data keuangan perusahaan, khususnya terkait biaya dan potensi pendapatan dari kegiatan eksplorasi dan eksploitasi

Di sinilah peran akuntansi manajemen sangat krusial. Akuntansi manajemen menyediakan alat untuk mengukur biaya dan manfaat dari setiap aktivitas inovasi, baik eksplorasi (seperti riset dan pengembangan, ide baru) maupun eksploitasi (pengembangan produk atau layanan yang ada, efisiensi proses). Salah satu indikator keuangan yang dapat digunakan adalah rasio intensitas R&D (pengeluaran R&D terhadap pendapatan), yang diukur langsung dari laporan keuangan dan menjadi indikator konkret komitmen perusahaan terhadap inovasi.

Penelitian menunjukkan bahwa CEO yang memiliki karakteristik narsistik cenderung lebih berani dalam mengambil keputusan yang berisiko, yang dapat mendorong eksplorasi inovatif (Xiao et al., 2022). CEO narsistik mungkin sering kali mengambil Keputusan keuangan yang bisa dikatakan berisiko atau sedikit

agresif dalam mendukung proyek inovasi “mencolok” untuk meningkatkan citra dirinya. Narsisme CEO juga dapat mempengaruhi kualitas pelaporan keuangan terkait inovasi dan kinerja Perusahaan secara keseluruhan, yang dapat dikatakan menjadi ranah penting akuntansi. Akuntansi mencatat dan melaporkan biaya R&D, investasi asset, dan potensi kerugian terkait proyek inovasi.

Hal ini sejalan dengan pernyataan Lavie, Stettner, & Tushman (2010) yang mengungkapkan bahwa perusahaan menghadapi tekanan untuk terus menyempurnakan serta meningkatkan berbagai aspek internal yang berhubungan dengan eksploitasi, sambil tetap mengeksplorasi peluang baru. Eksplorasi dikaitkan dengan perspektif eksternal yang melibatkan pencarian, pengambilan risiko, serta eksperimen dengan inovasi baru. Sebaliknya, eksploitasi berfokus pada optimalisasi sumber daya yang telah ada, peningkatan efisiensi, serta pengembangan kompetensi inti perusahaan (Amjad & Nor, 2020).

Kashmiri *et al.*, 2017; You *et al.*, (2023) menyatakan bahwa keberanian dalam pengambilan keputusan menjadi aspek yang sangat penting, terutama bagi perusahaan yang sedang berkembang, Dimana peran *Chief Executive Officer* (CEO) menjadi krusial, karena sebagai pemimpin tertinggi, CEO memiliki pengaruh besar dalam menentukan arah strategi seperti inovasi perusahaan. Salah satu karakteristik kepemimpinan yang semakin mendapat perhatian adalah narsisme CEO. Narsisme ini telah lama dianggap sebagai ciri kepribadian mendasar dalam kepemimpinan. Namun, sifat CEO yang terlalu narsistik ini juga dapat membawa dampak negatif, dalam pengambilan suatu keputusan.

Narsisme merupakan sifat kepribadian yang ditandai dengan rasa percaya diri yang tinggi, kecenderungan implusif, serta pandangan yang berlebihan terhadap diri sendiri. Individu narsistik sering kali memiliki keinginan besar untuk mendapatkan pengakuan dan merasa berhak untuk mendapatkan perlakuan istimewa. Dalam konteks kepemimpinan, narsisme CEO dapat mempengaruhi perilaku pengambilan keputusan strategis dalam perusahaan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa CEO dengan tingkat narsisme tinggi lebih cenderung mengambil risiko besar dan menerapkan strategi yang agresif, yang dapat berdampak baik maupun buruk bagi Perusahaan (Ernawan & Daniel, 2020; You et al., 2023).

Berdasarkan gagasan Morf dan Rhodewalt (2001), narsisme dapat dilihat sebagai sebuah "paradoks," di mana seorang individu memiliki kepercayaan diri yang sangat besar, tetapi pada saat yang sama juga memiliki ketidakstabilan emosional yang tinggi. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa perilaku CEO narsistik didorong oleh dua kebutuhan yang saling bertentangan, yaitu kebutuhan untuk mengontrol pengambilan keputusan dan kebutuhan untuk mendapatkan pujian serta pengakuan (Arijit Chatterjee & Pollock, 2017). Hal ini membuat CEO narsistik cenderung membuat keputusan yang berisiko tinggi demi mendapatkan validasi dari pemangku kepentingan, yang dapat berpengaruh terhadap Ambidexteritas inovasi dalam Perusahaan. Fenomena ini dapat ditemukan dalam berbagai perusahaan besar yang dipimpin oleh CEO dengan kepribadian narsistik, seperti kegagalan WeWork yang terjadi di era kepemimpinan Adam Neumann menjadi studi kasus yang relevan, dimana gaya kepemimpinannya yang eksentrik dan tidak profesional.

Hubungan antara narsisme CEO dan Ambidexteritas inovasi ini masih menjadi perdebatan dalam literatur akademik. O'Reilly & Thusman (2011) menyatakan bahawa CEO yang narsistik tinggi cenderung tidak akan memimpin perusahaan mereka untuk mencapai *ambidexterity innovation* karena hal ini berlawanan dengan hal-hal yang diperlukan untuk mencapai *ambidexterity innovation* (You et al., 2023). Sebaliknya, dalam kondisi tertentu CEO dengan sifat yang narsistik juga menjadi pemimpin visioner yang mampu membawa terobosan bagi perusahaan (Cragun, Olsen, & Wright, 2020).

Untuk mengatasi ketidakkonsistenan dalam penelitian ini, diperlukan pendekatan yang lebih integratif dalam memahami bagaimana CEO dengan karakteristik narsistik mengambil keputusan dalam menyeimbangkan eksplorasi dan eksploitasi. Inovasi perusahaan terjadi ketika organisasi berhasil mengkomersialkan produk atau layanan baru yang mampu mengubah perilaku konsumen dengan cara yang inovatif dan menguntungkan (Pan et al., 2024).

Salah satu faktor yang dapat memoderasi dampak narsisme CEO terhadap Ambidexteritas inovasi adalah kekuatan CEO. Selain karakteristik individu CEO, faktor eksternal seperti kekuatan CEO dan reputasi perusahaan juga berperan penting dalam memoderasi hubungan antara narsisme CEO dan *ambidexterity innovation*. CEO *power* dapat didefinisikan sebagai kekuatan CEO dalam mengatasi hambatan untuk mencapai hasil yang diinginkan dapat mempengaruhi keputusan strategis dan implementasi inovasi (Wei, 2021), sementara reputasi perusahaan sering kali menentukan tingkat kepercayaan investor dan pemangku kepentingan lainnya. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi

bagaimana kekuatan CEO dan reputasi perusahaan dapat memoderasi pengaruh narsisme CEO terhadap Ambidexteritas inovasi (You et al., 2023).

Dalam beberapa kasus, dampak negatif narsisme terhadap inovasi telah terbukti merugikan perusahaan. contohnya adalah kegagalan beberapa teknologi yang dipimpin oleh CEO dengan sifat narsistik yang kuat, seperti Theranos dibawah Elizabeth Holmes. Keputusan inovatif yang diambil tanpa dasar yang kuat serta kecenderungan untuk mengabaikan kritik dari pihak eksternal menyebabkan kejatuhan perusahaan tersebut.

Dalam sektor perbankan, contoh menarik dapat ditemukan pada skandal Wells Fargo di bawah kepemimpinan John Stumpf. Stumpf menerapkan strategi agresif dengan inovasi produk keuangan yang dirancang untuk meningkatkan jumlah rekening nasabah secara masif. Namun, tekanan yang berlebihan terhadap karyawan untuk mencapai target tanpa memperhitungkan dampak jangka panjang menyebabkan skandal akun palsu yang mengguncang reputasi bank tersebut. Narsisme dalam kepemimpinan yang mengutamakan pertumbuhan instan tanpa evaluasi yang matang dapat menyebabkan dampak negatif bagi perusahaan dan industri perbankan secara keseluruhan.

Fenomena ini menimbulkan pertanyaan penelitian yang penting: Apakah narsisme CEO berpengaruh negatif terhadap ambidexterity inovasi perusahaan? Untuk menjawab pertanyaan ini, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara narsisme CEO terhadap ambidexterity inovasi serta peran moderasi kekuatan CEO dan reputasi perusahaan dalam hubungan tersebut. Dari sudut pandang praktis, penelitian ini dapat memberikan rekomendasi bagi perusahaan dalam

merancang sistem tata kelola yang dapat menyeimbangkan pengaruh CEO narcissistik terhadap inovasi. Dewan direksi, pemegang saham, dan pemangku kepentingan lainnya dapat menggunakan temuan penelitian ini untuk menetapkan mekanisme pengawasan yang lebih efektif dalam mengelola kepemimpinan eksekutif.

Dalam hal ini ilmu akuntansi memegang peran fundamental sebagai instrumen untuk mentransformasikan aspek-aspek kuantitatif seperti gaya kepemimpinan CEO, strategi inovasi yang diterapkan (ambidexteritas), tingkat kekuasaan CEO, serta reputasi perusahaan menjadi ukuran-ukuran finansial yang terukur. Melalui analisis laporan keuangan dan metrik akuntansi terkait, kita dapat memahami bagaimana interaksi kompleks antara variabel-variabel tersebut dapat mempengaruhi kinerja keuangan dan nilai perusahaan secara keseluruhan.

Dengan semakin kompleksnya dinamika bisnis di era digital, pemahaman yang lebih dalam tentang dampak narcissisme CEO terhadap inovasi menjadi semakin penting. Perusahaan perlu menyadari bahwa kepemimpinan yang kuat harus disertai dengan keseimbangan yang baik antara eksplorasi dan eksploitasi inovasi. Serta diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam literatur akademik serta memberikan wawasan praktis bagi dunia bisnis. Dengan demikian, perusahaan dapat mengembangkan strategi kepemimpinan yang lebih efektif untuk mencapai kesuksesan jangka panjang.

Peneliti akan mereplikasi penelitian dari You *et al.*, (2023), Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang berfokus pada 132 perusahaan yang diambil dari 17 kota industri di provinsi timur Tiongkok. Data yang digunakan di kumpulkan melalui survei lapangan pada tahun 2015, sedangkan dalam penelitian

ini secara khusus meneliti seluruh perusahaan-perusahaan pada papan utama yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021-2023 untuk merefleksikan dinamika terkini dalam penerapan narsisme CEO dan Ambidexteritas inovasi. Fokus pada perusahaan tersebut memberikan perspektif baru, mengingat karakteristik unik dari pemimpin perusahaan yang ada di Indonesia. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ Narsisme CEO Terhadap Ambidexteritas Inovasi Peran Moderasi Kekuatan CEO dan Reputasi Perusahaan”

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang yang telah disampaikan, peneliti merumuskan permasalahan penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah Narsisme CEO berpengaruh negatif terhadap Ambidexteritas inovasi perusahaan ?
2. Apakah Kekuatan CEO memoderasi hubungan antara Narsisme CEO terhadap Ambidexteritas Inovasi perusahaan ?
3. Apakah Reputasi Perusahaan memoderasi hubungan antara Narsisme CEO terhadap Ambidexteritas Inovasi perusahaan ?

1.3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1.3.1 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui Narsisme CEO berpengaruh negatif terhadap Ambidexteritas inovasi perusahaan.

2. Untuk mengetahui kekuatan CEO memoderasi hubungan antara narsisme CEO terhadap Ambidexteritas inovasi perusahaan.
3. Untuk mengetahui reputasi perusahaan memoderasi hubungan antara narsisme CEO terhadap Ambidexteritas inovasi.

1.3.2 MANFAAT PENELITIAN

1.3.2.1 MANFAAT TEORITIS

Penelitian ini dapat digunakan sebagai pengembangan referensi dan sebagai sarana untuk membangkitkan minat, kreatifitas dan daya pemikiran ilmiah dalam mengembangkan ilmu pengetahuan yang diperoleh di bangku kuliah khususnya yang berkaitan dengan Pengaruh Narsisme CEO terhadap Ambidexteritas Inovasi Peran Moderasi Kekuatan CEO dan Reputasi Perusahaan.

1.3.2.2 MANFAAT PRAKTIS

Bagi penulis

1. Diharapkan dapat memahami lebih dalam mengenai Pengaruh Narsisme CEO dan Ambidexteritas Inovasi Peran Moderasi Kekuatan CEO dan Reputasi Perusahaan.
2. Dapat menambah wawasan dan memperluas pengetahuan mengenai Narsisme Ceo Dan Ambidekteritas Inovasi.

Bagi Instansi

Hasil penulisan ini diharapkan mampu menjadi bahan masukan untuk mendukung tercapainya tujuan perusahaan dalam memaksimalkan kinerja perusahaan , pengembangan pemimpin dalam pengambilan keputusan yang baik untuk perusahaan.

Bagi pembaca

Diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam literatur akademik serta memberikan wawasan praktis bagi dunia bisnis mengenai Narsisme CEO dan Ambidexteritas inovasi pada suatu perusahaan.

1.4 SISTEMATIKA PENULISAN

Agar dapat memudahkan dalam memahami pembahasan penelitian ini pada sistem penulisan, maka penulis akan menyusun dalam beberapa bab. Adapun yang akan diuraikan pada masing-masing bab adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang uraian latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Pada bab ini membahas tentang landasan teori yang berisi penjabaran teori-teori, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang metode penelitian, seperti objek penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, indentifikasi operasionalisasi variabel serta analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Pada bab ini mendeskripsikan tentang gambaran umum perusahaan berisi penjelasan singkat yang digunakan dalam penelitian.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menyajikan tentang hasil penelitian dan pembahasannya yang meliputi hasil pengujian hipotesis serta pembahasannya.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menguraikan beberapa kesimpulan dari hasil penelitian dan saran sesuai hasil penelitian penulis.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 KESIMPULAN

Penelitian ini mengkaji bagaimana sifat Narsistik pada CEO memengaruhi Ambidexteritas Inovasi Perusahaan, serta peran Kekuatan CEO dan Reputasi Perusahaan sebagai faktor moderasi dalam hubungan tersebut. Berdasarkan hasil Analisa dan pembahasan yang telah dilakukan terhadap penelitian yang menggunakan aplikasi warpPLS versi 7.0 menghasilkan temuan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh negatif yang kuat antara Narsisme CEO terhadap *Ambidexterity innovation*, dengan nilai beta -0,54 dan nilai p-value <0.01 ($<0,05$). Hal menunjukkan semakin tinggi tingkat narsisme, akan semakin kuat pengaruh negatifnya terhadap *Ambidexterity innovation*.
2. CEO Power dapat memoderasi pengaruh narsisme CEO terhadap *Ambidekterity* inovasi, dengan nilai path coefficient sebesar 0.12 dan p-Value 0.04 hal ini menunjukkan CEO power secara signifikan memperkuat pengaruh narsisme CEO terhadap *Ambidekterity* inovasi. Dengan dampak narsistik yang lebih lemah terhadap *Ambidekterity* inovasi jika perusahaan dipimpin oleh CEO yang tidak memiliki kekuatan (*power*).
3. Reputasi perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh narsisme CEO terhadap *Ambidekterity* inovasi, dengan nilai path coefficient 0.01 dan p-Value yang lebih kecil dari batas signifikan. Hal ini bisa terjadi karena reputasi Perusahaan lebih berperan sebagai hasil dari inovasi, bukan sebagai faktor yang memperkuat hubungan narsisme CEO dengan ambidekteritas Inovasi.

4. Variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, intensitas R & D, dan *leverage*.

6.2 SARAN

Penelitian ini telah disusun dan dilaksanakan dengan usaha yang maksimal sesuai dengan kemampuan dan pengetahuan penulis. Namun demikian, penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki berbagai keterbatasan, baik dari segi data, metode, maupun ruang lingkup pembahasan. Oleh karena itu, saran yang dapat penulis berikan bagi peneliti selanjutnya dalam upaya memperbaiki dan mengembangkan penelitian serupa di masa mendatang. Berdasarkan temuan penelitian dan sejumlah keterbatasan yang ada, peneliti memberikan beberapa rekomendasi yang ditujukan kepada berbagai pihak:

1. Untuk penelitian yang akan datang, disarankan agar pendekatan dalam mengukur Narsisme CEO lebih beragam dan tepat sasaran, seperti dengan memanfaatkan analisis pemberitaan media, survei kepada karyawan, atau kombinasi antara metode kuantitatif dan kualitatif. Selain itu, penambahan variabel mediasi seperti tata kelola perusahaan, gaya kepemimpinan dalam pengambilan keputusan, atau arah strategi perusahaan dapat membantu menjelaskan hubungan antar variabel secara lebih mendalam. Penelitian berikutnya juga dapat melakukan perbandingan lintas industri atau mencakup perusahaan non-publik guna meningkatkan relevansi dan keberlakuan hasil secara lebih luas.
2. Bagi kalangan perusahaan dan praktisi bisnis, penting untuk mempertimbangkan aspek kepribadian CEO, terutama terkait kecenderungan narsistik, dalam proses perekrutan dan evaluasi jabatan. Untuk mencegah

pengaruh negatif dari kepemimpinan narsistik, dibutuhkan sistem pengawasan yang efektif dari dewan komisaris maupun komite audit agar keputusan inovatif yang diambil CEO tidak semata-mata demi kepentingan pribadi. Selain itu, perusahaan sebaiknya menilai efektivitas proyek inovasi berdasarkan indikator kinerja yang objektif, guna menghindari fokus pada proyek-proyek yang hanya menarik secara visual atau citra namun kurang menguntungkan secara strategis.

3. Untuk Investor dan pemangku kepentingan, profil psikologis CEO sebaiknya menjadi bagian dari evaluasi risiko saat mempertimbangkan keputusan investasi. Perusahaan yang dipimpin oleh CEO dengan karakter narsistik cenderung melakukan manuver berisiko tinggi, sehingga memerlukan pengawasan yang lebih intensif demi menjaga kestabilan keuangan jangka panjang.
4. Bagi kalangan akademik dan lembaga pendidikan, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori di bidang akuntansi manajerial dan kepemimpinan strategis. Topik tentang Narsisme CEO dan pengaruhnya terhadap inovasi dapat dijadikan bahan ajar dalam mata kuliah terkait, seperti tata kelola perusahaan atau perilaku kepemimpinan, guna memperluas pemahaman mahasiswa mengenai dinamika kepemimpinan dalam konteks strategis dan organisasi.

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(May 2018), 106–117. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.005>
- Amjad, A., & Nor, K. M. (2020). *A Bibliometric Analysis of Two Decades of Global Research on Organizational Ambidexterity using the Scopus Database*. *International Journal of Engineering and Advanced Technology*, 9(4), 385–390. <https://doi.org/10.35940/ijeat.d6728.049420>
- Anita, R., Abdillah, M. R., Sari S, P. S., Rizki, S., & Arlendhea, W. (2024). *Corporate social responsibility and firm performance: the role of firm reputation*. *Journal of Global Responsibility*. <https://doi.org/10.1108/JGR-11-2023-0181>
- Arijit Chatterjee & Pollock, T. G. (2017). *MASTER OF PUPPETS: HOW NARCISSISTIC CEOS CONSTRUCT THEIR PROFESSIONAL WORLDS*, 42(4), 703–725.
- Bear, S., Rahman, N., & Post, C. (2010). *The Impact of Board Diversity and Gender Composition on Corporate Social Responsibility and Firm Reputation*. *Journal of Business Ethics*, 97(2), 207–221. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0505-2>
- Chatterjee, A., & Hambrick, D. C. (2011). *Executive personality, capability cues, and risk taking: How narcissistic CEOs react to their successes and stumbles*. *Administrative Science Quarterly*, 56(2), 202–237.
- Chen, J., & Liu, L. (2020). *Reconciling temporal conflicts in innovation ambidexterity: the role of TMT temporal leadership*. *Journal of Knowledge Management*, 24(8), 1899–1920. <https://doi.org/10.1108/JKM-10-2019-0555>
- Cragun, O. R., Olsen, K. J., & Wright, P. M. (2020). *Making CEO Narcissism Research Great: A Review and Meta-Analysis of CEO Narcissism*. *Journal of Management*, 46(6), 908–936. <https://doi.org/10.1177/0149206319892678>
- Doho, S. Z., & Santoso, E. B. (2020). *Pengaruh Karakteristik Ceo, Komisaris Independen, Dan Kualitas Audit Terhadap Penghindaran Pajak*. *Media Akuntansi Dan Perpajakan Indonesia*, 1(2), 169–184. <https://doi.org/10.37715/mapi.v1i2.1408>.
- Dr. Drs. Ismail Nurdin, M. S., & Dra. Sri Hartati, M. S. (2023). *Metodologi Penelitian Sosial Dasar*. *Metodologi Penelitian Sosial Dasar*. <https://doi.org/10.11594/ubpress9786232967496>

- Ernawan, K., & Daniel, D. R. (2020). **Pengukuran Narsisme Ceo Dalam Penelitian Di Bidang Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi: Sebuah Studi Literatur.** *JURNAL AKUNTANSI DAN BISNIS: Jurnal Program Studi Akuntansi*, 6(1), 46–58. <https://doi.org/10.31289/jab.v6i1.2861>
- Galasso, A., & Simcoe, T. S. (2010). *CEO Overconfidence and Corporate Innovation.*
- Gallego-Álvarez, M. C. P.-M. & I. (2023). Bus Strat Env - 2023 - Pucheta-Martínez - *Firm innovation as a business strategy of CEO power Does national culture matter.pdf.* <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/bse.3574>
- Guitart, I. A., Schwaiger, M., & Eberhardt, J. (2024). *How and Why Does Corporate Reputation Moderate Mass Media News' Impact On Market Value?* *Schmalenbach Journal of Business Research*, 76(1), 1–28. <https://doi.org/10.1007/s41471-023-00175-x>
- Hamidlal, K. E., & Harymawan, I. (2021). *Relationship Between CEO Power and Firm Value: Evidence from Indonesian Non-Financial Companies.* *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 8(1), 15–26. <https://doi.org/10.24815/jdab.v8i1.17942>
- Haneul, G. N. A. dan M. (2023). **Pengaruh CEO Characteristics terhadap Firm Performance pada Masa Pandemi COVID-19.** *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–19.
- Hirshleifer, D., Low, A., & Teoh, S. H. (2012). *Are overconfident CEOs better innovators?* *The Journal of Finance*, 67(4), 1457–1498.
- Kashmiri, S., Nicol, C. D., & Arora, S. (2017). *Me, myself, and I: influence of CEO narcissism on firms' innovation strategy and the likelihood of product-harm crises.* *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45(5), 633–656. <https://doi.org/10.1007/s11747-017-0535-8>
- Kassotaki, O. (2022). *Review of Organizational Ambidexterity Research.* *SAGE Open*, 12(1). <https://doi.org/10.1177/21582440221082127>
- Li, M., & Patel, P. C. (2019). *Jack of all, master of all? CEO generalist experience and firm performance.* *Leadership Quarterly*, 30(3), 320–334. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2018.08.006>
- Lin, F., Lin, S. W., & Fang, W. C. (2020). *How CEO narcissism affects earnings management behaviors.* *North American Journal of Economics and Finance*, 51, 101080. <https://doi.org/10.1016/j.najef.2019.101080>
- Mu, T., van Riel, A., & Schouteten, R. (2022). *Individual ambidexterity in SMEs:*

- Towards a typology aligning the concept, antecedents and outcomes. Journal of Small Business Management*, 60(2), 347–378. <https://doi.org/10.1080/00472778.2019.1709642>
- Pan, J., Hmieleski, K. M., Ma, B., Lysova, E. I., Tang, Z., & Huang, X. (2024). *The Power of Calling: How Founder CEOs Drive Ambidexterity and Innovation in Firms. Journal of Management Studies*. <https://doi.org/10.1111/joms.13144>
- Raisch, S., Birkinshaw, J., Probst, G., & Tushman, M. L. (2009). *Organizational ambidexterity: Balancing exploitation and exploration for sustained performance. Organization Science*, 20(4), 685–695. <https://doi.org/10.1287/orsc.1090.0428>
- Roche, M. J., Pincus, A. L., Lukowitsky, M. R., Ménard, K. S., & Conroy, D. E. (2013). *An integrative approach to the assessment of narcissism. Journal of Personality Assessment*, 95(3), 237–248. <https://doi.org/10.1080/00223891.2013.770400>
- Saidu, S. (2019). *CEO characteristics and firm performance: focus on origin, education and ownership. Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-019-0153-7>
- Sariol, A. M., & Abebe, M. A. (2017). *The influence of CEO power on explorative and exploitative organizational innovation. Journal of Business Research*, 73, 38–45. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.11.016>
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian, variabel moderasi. Bab III Metoda*
- Suhardoyo, S. (2022). *The narcissistic leadership style perspective in terms of factors, roles and influences in the organization. Jurnal Pendidikan, Sains Sosial, Dan Agama*, 8(2), 449–462. <https://doi.org/10.53565/pssa.v8i2.551>
- Wang, Z., Hu, X., & Yu, F. (2024). *How does CEO narcissism affect enterprise ambidextrous technological ... 1 Introduction How does CEO narcissism affect enterprise ambidextrous technological ..., (2013), 1–13.*
- Wei, Q. (2021). *CEO Power and Nonprofit Financial Performance: Evidence from Chinese Philanthropic Foundations. Voluntas*, 32(2), 460–476. <https://doi.org/10.1007/s11266-019-00187-4>
- Wijaya, R. E., & Mansula Kweniati, C. A. (2024). *The unfavorable effect of ceo narcissism: The role of the audit committee. The Indonesian Accounting Review*, 14(2), 187–202. <https://doi.org/10.14414/tiar.v14i2.4581>
- Wilden, R., Hohberger, J., Devinney, T. M., & Lavie, D. (2018). *Revisiting James*

March (1991): Whither exploration and exploitation? *Strategic Organization*, 16(3), 352–369. <https://doi.org/10.1177/1476127018765031>

Xiao, P., Zhang, H., Sun, X., Zhang, F., Du, X., & Liu, G. (2022). ***International ambidexterity and innovation performance: The moderating role of the host country's institutional quality.*** *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(3), 100218. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100218>

You, S., Li, Z., Jia, L., & Cai, Y. (2023). ***CEO narcissism and innovation ambidexterity: The moderating roles of CEO power and firm reputation.*** *Journal of Product Innovation Management*, 40(2), 175–194. <https://doi.org/10.1111/jpim.12653>