

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *CEO power* terhadap kinerja *Environmental, Social, and Governance* (ESG) pada perusahaan yang terdaftar dalam indeks LQ45 di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2024 serta menguji peran *firm visibility* dalam memoderasi hubungan tersebut. Dengan mengintegrasikan *upper echelons theory* dan teori legitimasi, penelitian ini berupaya menjelaskan bagaimana karakteristik *CEO power* dan tekanan eksternal memengaruhi kinerja ESG perusahaan di Indonesia.

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder yang diperoleh dari Bloomberg Terminal dan Bursa Efek Indonesia. Sampel ditentukan melalui metode *purposive sampling* dan menghasilkan 132 data observasi. Kinerja ESG diukur menggunakan *overall ESG score* dari Bloomberg. *CEO power* diukur melalui tiga dimensi, yaitu *ownership power* berdasarkan kepemilikan saham, *expert power* berdasarkan masa jabatan, dan *prestige power* berdasarkan tingkat pendidikan CEO. *Firm visibility* diproksikan menggunakan ukuran perusahaan berdasarkan total aset. Data dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics 25 melalui regresi linear berganda dan *Moderated Regression Analysis* (MRA) yang diestimasi menggunakan pendekatan *Robust Standard Error*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *CEO ownership power* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja ESG. Sebaliknya, *CEO expert power* berpengaruh negatif dan signifikan, sedangkan *CEO prestige power* berpengaruh negatif terhadap kinerja ESG, tetapi tidak signifikan. Hasil uji moderasi dengan MRA mengungkapkan bahwa *firm visibility* memoderasi secara negatif pengaruh *CEO ownership power* terhadap kinerja ESG. Namun di sisi lain, *firm visibility* memoderasi secara positif pengaruh *CEO expert power* dan *CEO prestige power* terhadap kinerja ESG. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingginya visibilitas perusahaan mendorong CEO yang memiliki pengalaman dan tingkat pendidikan yang tinggi untuk mengoptimalkan kapasitas strategisnya dalam meningkatkan kinerja ESG guna memenuhi ekspektasi pemangku kepentingan sekaligus mempertahankan legitimasi perusahaan.

Kata Kunci: *CEO Power*, Kinerja ESG, *Firm Visibility*, *Upper Echelons Theory*, Teori Legitimasi, Indeks LQ45