



Pengaruh CEO Narcissism, Research and Development Investment terhadap Corporate Social Responsibility di Jakarta Islamic Index 70 dengan Ukuran Perusahaan sebagai Pemoderasi

Rista Reza Oktavianti ^{1*},

Imanda Firmantyas Putri Pertiwi ²,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Akuntansi Syariah, UIN Salatiga

ARTICLE INFO

ABSTRACT

ISSN: 2798-2688

Research Aims: Corporate social responsibility pays attention to researchers and predecessors. The increasingly widespread industrial activities are paying more attention to corporate social responsibility (CSR). The existence of industry in Indonesia causes demands on companies to become higher and every company is required not to prioritize profits, but companies must also have concern for the environment and the prosperity of the communities around the industry. Factors that can influence corporate social responsibility (CSR) are CEO Narcissism, Research and Development Investment and Company Size.

Design/methodology/approach: This research used secondary data in the form of financial reports and company annual reports and collected 28 samples from 124 populations.

Research Findings: This paper shows that CEO Narcissism has an influence on CSR, R&D Investment has no influence on CSR, Company Size has an influence on CSR, Company Size can moderate CEO Narcissism on CSR, but Company Size cannot moderate R&D Investment on CSR.

Theoretical Contribution/Originality: The researcher concluded the data that CEO Narcissism can have an influence on the company's broad social responsibility (CSR) decision, R&D Investment cannot have an influence on CSR with investment not being able to make the company cover CSR broadly, Company Size can have an influence on CSR by The presence of high assets in a company can reveal CSR. Researchers also added company size as a moderator. The results obtained using data show that company size can moderate CEO Narcissism towards CSR but cannot moderate R&D Investment towards CSR.

Keywords: CEO Narcissism, Research and Development (R&D) Investment, CSR, Firm Size

Introduction

Penelitian tentang tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) semakin memberikan perhatian pada peneliti dan pendahulu. semakin luasnya perkembangan industri akan memberikan dampak pada aktivitas organisasi serta

luas pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) (Al-Shammari et al., 2019). Banyak bencana serta dampak negatif yang diakibatkan oleh perkembangan industri di Indonesia. Hal ini yang menyebabkan tuntutan terhadap organisasi semakin tinggi, organisasi yang baik tidak hanya mementingkan keuntungan yang tinggi (*profit*) namun perusahaan juga memiliki kepedulian terhadap lingkungannya (*planet*) serta kemakmuran masyarakat yang ada disekitar industri (*people*) karena pelaksanaan kegiatan operasional industri berpengaruh secara langsung dan tidak langsung terhadap lingkungan serta sosial (Yanti et al., 2021).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan konsep entitas bisnis agar melaksanakan tanggungjawab sosial kepada semua *stakeholders* (Susilawati, 2019). Tujuan dari penerapan CSR ialah meningkatkan citra yang baik bagi entitas bisnis serta memberikan kepercayaan kepada pemangku kepentingan untuk keberlangsungan dan perkembangan usahanya. Dengan adanya CSR akan mendorong organisasi agar lebih bermoral dalam kegiatan operasionalnya serta tidak berpengaruh buruk terhadap lingkungan serta masyarakat (Ali, 2022). Tinggi rendahnya tingkat pengungkapan CSR perusahaan dapat berdampak bagi kemampuan kinerja ekonomi suatu perusahaan, sama halnya dengan peningkatan penjualan, bertambahnya calon investor dan meningkatkan kesejahteraan entitas serta organisasi perusahaan. Tanggungjawab sosial perusahaan merupakan sarana informasi dan pengambilan keputusan yang tidak hanya berdasarkan pada kinerja keuangan namun informasi sosial. Informasi tersebut menjadi sarana untuk investor dan calon investor dalam laporan tahunan perusahaan (*annual report*) (Ali, 2022).

Berbagai masalah dan dampak yang terjadi di Indonesia akibat perkembangan industri menjadi sorotan bagi Kementerian Lingkungan Hidup (KLH). Kementerian Lingkungan Hidup melakukan evaluasi serta penilaian hasil (kinerja) pengelolaan lingkungan perusahaan (PROPER). Selama periode 2019-2022 pada tahun 2019 memiliki tingkat ketaatan sebesar 85%, Tahun 2020 tingkat ketaatan meningkat sebesar 88%, sedangkan tahun 2021 mengalami penurunan tingkat ketaatan menjadi 75% dan pada tahun 2022 terus mengalami penurunan dengan tingkat ketaatan sebesar 72% (Ali, 2022).

Hal tersebut yang menunjukkan bahwa, program kinerja pengelolaan lingkungan suatu perusahaan belum berjalan secara maksimal. Sebelumnya program tanggungjawab sosial merupakan kesengajaan yang dilakukan perusahaan, namun semenjak dikeluarkannya peraturan UU No. 40 Tahun 2007 terkait Perseroan Terbatas (PT) tiap-tiap entitas yang melaksanakan kegiatan usaha serta berhubungan langsung dengan sumber daya alam (SDA) diwajibkan untuk melaksanakan dan melakukan tanggungjawab lingkungan serta sosial dan dapat ditarik kesimpulan bahwa luas pengungkapan tanggung jawab sosial bukan merupakan kesukarelaan perusahaan terhadap lingkungan dan pengungkapan CSR wajib dicantumkan kedalam laporan tahunan (*Annual Report*). Adanya peraturan serta ketentuan yang telah diputuskan oleh pemerintah, menyatakan bahwa pemerintah sebagai salah satu pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan, serta mengharuskan

perusahaan agar terlibat dalam pengelolaan lingkungan dan sosial (Prakoso & Fidiana, 2020).

Banyaknya fenomena yang berkaitan dengan CSR salah satunya perusahaan kelapa sawit yang berada di Kalimantan, baik kasus lingkungan maupun kasus sosial. Kasus sosial yaitu yang berkaitan dengan keberlangsungan hidup masyarakat, pada tahun 2020 terjadi 1.061 konflik yang mencakup pelanggaran HAM dalam bentuk kekerasan hingga ke tindakan kriminalitas di industri sawit dan hanya 1,2% atau 13 kasus yang dapat diselesaikan. Disebutkan juga bahwa 10,8% konflik terjadi antara masyarakat adat dengan pihak perusahaan, hal ini terjadi karena tidak adanya penerapan *free, prior, informed and consent* (FPIC) atau bentuk persetujuan (*agreement*) tanpa paksaan yang menyebabkan masyarakat sekitar dan penduduk asli banyak kehilangan sumber mata pencaharian serta penghidupan yang layak (Arumingtyas, 2021). Fenomena ini yang menunjukkan bahwa kepedulian suatu perusahaan terhadap pengaruh yang ditimbulkan dari kegiatan operasionalnya sangatlah rendah (Zahroh et al., 2023). Maka pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) perusahaan sangat dibutuhkan sebagai bentuk kepedulian organisasi terhadap *triple bottom line* (*Planet, People dan Profit*) serta sebagai alat komunikasi bagi *stakeholder* (Setianingrum, 2020).

Kegiatan tanggung jawab sosial (CSR) diungkapkan dalam laporan terpisah yaitu laporan keberlanjutan (*sustainability report*). *Sustainability Report* didalamnya memuat informasi aktivitas lingkungan serta sosial yang akan membantu perusahaan untuk melakukan dan mengelola perubahan operasi perusahaan yang berkelanjutan (Indriyani & Yuliandhari, 2020). Penelitian-penelitian terdahulu lebih berfokus pada aspek eksternal dan internal terkait tanggungjawab sosial perusahaan (Al-Shammari et al., 2019). Aspek eksternal seperti desakan dari investor, pihak terkait (pemangku kepentingan) dan pemerintah (regulator), sedangkan aspek internal seperti karakteristik CEO, manajemen terhadap etika dan ideologi politik. Tetapi sangat jarang dan sedikit penelitian meneliti terkait pengaruh kepribadian (*personal trait*) CEO dalam mempengaruhi tanggungjawab sosial perusahaan (Bernandus, 2022). Di Indonesia CEO sering disebut dengan manajemen puncak atau direktur utama yang memiliki peran penting terhadap keputusan dan rencana strategis serta sebagai pen jembatan antara pihak eksternal dan internal (Shinthia & Arisman, 2023).

Beberapa tahun terakhir sifat dan karakteristik CEO mulai diteliti dan dapatkah mempengaruhi kebijakan serta strategi perusahaan. Seperti *upper echelons theory* yang menjelaskan keterkaitan karakteristik personal CEO dalam mengambil keputusan dan kebijakan perusahaan. Berdasarkan teori *upper echelons* menyebutkan bahwa perusahaan dapat menjalankan aktifitasnya berdasarkan bagaimana CEO memiliki pandangan terhadap sesuatu (Candra & Mulyani, 2023). Karakteristik kepribadian tim manajemen puncak sangatlah beragam, salah satunya adalah *Narcissism*. *Narcissism* mengacu pada psikologis yang melibatkan kepribadian, seperti egoisme yang berlebihan, superioritas diri, tuntutan akan kekaguman, serta citra pada diri yang berasal dari pujian eksternal (Gao et al., 2023). CEO yang

narcissism akan selalu mencari pujian dan pengakuan tinggi, CSR memungkinkan memberikan mereka peluang agar mendapatkan pujian baik dari pemangku kepentingan internal maupun eksternal (Petrenko et al., 2016).

Ada beberapa perbedaan dalam penelitian terdahulu, penelitian oleh (Gao et al., 2023) menjelaskan adanya pengaruh positif dan signifikan narsisme CEO terhadap tanggung jawab sosial (CSR), semakin tinggi tingkat narsisme CEO maka semakin tinggi tingkat pengungkapan tanggungjawab sosial (CSR). Akan tetapi penelitian tersebut berbanding terbalik dengan (Lin et al., 2018) yang menjelaskan bahwa narsisme CEO berhubungan negatif dan signifikan terhadap CSR, yang artinya semakin tinggi tingkat narsisme CEO maka semakin rendah tingkat tanggungjawab sosial (CSR) perusahaan.

Alasan yang berhubungan antara narsisme CEO terhadap CSR mungkin dipengaruhi oleh faktor internal lainnya seperti *R&D Investment*. Menurut Petronila & Surjadi, (2021) investasi penelitian dan pengembangan dapat mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. *R&D Investment* merupakan hal penting bagi perusahaan jika ingin mengembangkan pengetahuan baru serta meningkatkan kemampuan dalam menciptakan dan melakukan aktivitas inovasi teknologi terutama bagi lingkungan saat ini (Alexy et al., 2013). Investasi penelitian dan pengembangan merupakan berbagai jenis sumber daya berwujud atau tidak berwujud, misalnya sumber daya keuangan, sumber daya teknologi serta personil penelitian dan pengembangan yang profesional (Yu et al., 2020). Dengan adanya investasi penelitian dan pengembangan menjadikan produk perusahaan tetap eksis dan trend agar selalu menemukan inovasi baru untuk memajukan perusahaan. *R&D Investment* yang diterapkan oleh suatu perusahaan untuk mengembangkan dan menjadikan keberlanjutan untuk produknya sejalan dengan kegiatan *corporate social responsibility* (CSR) untuk memperhatikan dampak produk serta jasa terhadap lingkungan sosialnya. *R&D Investment* digunakan untuk mengevaluasi serta menguji, mengukur serta dapat memperkecil resiko yang ditimbulkan oleh produk sehingga produk yang dihasilkan memiliki unsur yang ramah bagi lingkungan serta sosial (Citrayani, 2019).

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Citrayani, 2019) bahwa *R&D Investment* berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan (CSR), semakin tinggi tingkat investasi penelitian dan pengembangan maka semakin tinggi pengungkapan tanggungjawab sosial (CSR) perusahaan. Namun bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh (Damayanti, 2019) bahwa *R&D Investment* tidak berpengaruh terhadap tanggungjawab sosial (CSR). Semakin tinggi tingkat investasi penelitian dan pengembangan maka semakin rendah pengungkapan tanggungjawab sosial (CSR) perusahaan.

Hasil penelitian yang tidak sama antara pendahulu serta peneliti yang lain mengenai narsisme CEO, *R&D Investment* terhadap *corporate social responsibility* kemungkinan disebabkan terdapat variabel lain yang dapat mempengaruhi hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Peneliti mencoba untuk

menguji antar variabel tersebut dengan menambahkan variabel *moderating* yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan (*Firm Size*) sebagai variabel moderasi dapat diketahui dengan melihat total aset perusahaan. Ukuran perusahaan (*Firm Size*) adalah rasio yang digunakan untuk mengklasifikasi tinggi rendahnya suatu entitas bisnis dan rasio perusahaan akan mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keberlanjutan suatu perusahaan (Dewi & Budiasih, 2021).

Tingginya total aset perusahaan dapat menunjukkan bahwa ukuran perusahaan semakin besar (Fatwara et al., 2022). Hal tersebut menunjukkan bahwa prospek perusahaan sangatlah baik, serta tingginya suatu entitas dapat menarik calon investor untuk menanamkan serta mengembangkan modalnya dan mengetahui luas pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) perusahaan (Agata et al., 2021).

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan, peneliti ingin mencoba memperluas pembahasan mengenai pengaruh CEO *Narcissism*, R&D *investment* terhadap *corporate social responsibility* (CSR). Peneliti menggunakan ukuran perusahaan yang diharapkan dapat memoderasi pengaruh antar variabel independen dan dependen. Sehingga peneliti memutuskan penelitian ini dengan judul **“Pengaruh CEO *Narcissism*, *Research and Development Investment* Terhadap *Corporate Social Responsibility* di Jakarta Islamic Index 70 dengan Ukuran Perusahaan sebagai Pemoderasi”**

Literatur Review

Penulis menggunakan tiga teori dalam penelitian ini yaitu:

1) Teori *Upper Echelon*

Teori *upper echelon* diperkenalkan pertama kali oleh Hambrick & Mason, (1984) dimana menjelaskan mengenai manajemen puncak (*Top Level Management*) dalam mengambil keputusan perusahaan. Sifat dan karakteristik manajemen puncak dapat mempengaruhi keputusan serta langkah yang akan diambil (Bernandus, 2022). Manajemen puncak memiliki ciri khas salah satunya yaitu *narcissism* (Gao et al., 2023). Manajemen puncak terdiri dari *Chief Executive Officer* (CEO) beserta kepala divisi lainnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa keputusan yang telah ditetapkan CEO akan menjadi refleksi bagi perusahaan untuk mengungkapkan CSR (Candra & Mulyani, 2023).

Teori *upper echelon* dapat menjelaskan terkait sifat dan karakteristik personal CEO dimana dapat mempengaruhi pengambilan keputusan yang akan diambil dalam suatu perusahaan (Bernandus, 2022). Adanya keputusan yang bersifat eksternal serta karakteristik CEO yang *narcissism* akan mengungkapkan tanggung jawab sosial (CSR) untuk mendapatkan perhatian dari pihak eksternal dengan adanya timbal balik pujian serta popularitas dari keputusan CSR perusahaan. Berdasarkan penjelasan diatas yang sejalan

dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti Bernandus (2022), Gao et al., (2023), Al-Shammari et al.,(2019), Ernawan & Daniel, (2019) bahwa Narsisme CEO berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR. hal tersebut dikarenakan CEO yang bersifat narsisme ingin menarik perhatian agar mendapatkan pujian dari pihak eksternal melalui pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR), hipotesis dari rumusan diatas adalah **H1 : CEO Narcissim berpengaruh positif dan signifikan terhadap Corporate Social Responsibility**

2) Teori *Resources-Based View* (RBV)

Teori *Resources-Based View* (RBV) diperkenalkan oleh Warnerfelt, (1984) yang menjelaskan tentang R&D *Investment* terhadap CSR. dimana tujuan dari RBV untuk memperoleh *sustained competitive advantage* yaitu penggunaan serta pengembangan yang melibatkan sumber daya dan kegiatan ekonomi agar memperoleh keuntungan serta dapat bersaing (kompetitif) (Citrayani, 2019). Teori RBV digunakan untuk menganalisa sumber daya yang dimiliki perusahaan agar mampu mencapai keunggulan yang memberikan hasil berkelanjutan (Fu et al., 2020).

Padget & Galan (2010) menyatakan bahwa perusahaan yang membedakan dari perusahaan lain adalah dengan memperoleh keunggulan yang kompetitif melalui difrensiasi produk. dengan hal tersebut kebijakan CSR dapat membantu dalam proses pengembangan produk, yang mana dalam produk tersebut terdapat unsur yang mencakup karakteristik dan kebijakan CSR yang akan memberikan dampak kepada perusahaan.

Investasi penelitian dan pengembangan menjadi sangat relevan untuk keberlanjutan perusahaan karena berdasarkan penggunaan sumber daya alam dimana meminimalisir kerusakan lingkungan, menghemat konsumsi sumber daya serta pengurangan limbah dan aturan terhadap perlindungan lingkungan (Kholidah et al., 2021). R&D *Investment* merupakan kegiatan tentang investasi modal yang digunakan agar dapat meningkatkan kualitas serta kuantitas suatu produk yang baru dan terkini (Kutlaca et al., 2020). Output dari adanya investasi penelitian dan pengembangan adalah hal-hal serta trobosan baru yang akan memberikan keunggulan serta dapat meningkatkan daya saing suatu organisasi dan memberikan dampak positif bagi lingkungan serta sosial. Hal ini sejalan dengan penelitian Fu et al., (2020), Citrayani (2019) bahwa R&D *Investment* berpengaruh positif terhadap CSR, hipotesis dari rumusan diatas adalah **H2 : R&D *Investment* berpengaruh positif terhadap corporate social responsibility**

3) Teori Stakeholder

Teori Stakeholder diperkenalkan oleh Freeman & McVea., (1984) yang mengungkapkan bahwa teori ini merupakan teori tentang etika bisnis serta organisasi manajemen yang mencakup nilai serta moral didalam organisasi.

berdasarkan teori ini perusahaan bukan hanya entitas bisnis yang hanya mengedepankan kepentingan pribadi serta berorientasi pada keuntungan (*profit*) namun juga memiliki maksud untuk keberlangsungan bagi *stakeholder* (Setianingrum, 2020)

Teori Stakeholder dalam penelitian ini menjelaskan keterkaitannya antar variabel ukuran perusahaan terhadap CSR. Perseroan terbatas yang memiliki aset besar dapat dilihat dari total aset yang ada di laporan keuangan sehingga perusahaan dengan tingginya total aset maka akan semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) (Setianingrum, 2020). Dalam teori *Stakeholder* suatu organisasi dengan total aset yang tinggi akan memberikan keputusan untuk mengungkapkan CSR lebih luas guna mengikuti permintaan pemangku kepentingan (Sumahir et al., 2022). Berdasarkan hal tersebut menjadikan perusahaan untuk mengungkapkan informasi CSR lebih luas, agar menambah kepercayaan dari *stakeholder* serta tingginya total aset yang dimiliki oleh perusahaan akan memberikan dampak besar bagi CSR terhadap pihak eksternal, serta memberikan perhatian kepada lingkungan sekitar organisasi (Setianingrum, 2020). Hal ini sejalan dengan penelitian Ningsih & Suzan, (2021), Korniasari & Adi, (2021) dan Putra & Setiawan, (2022) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR. hipotesis dari rumusan diatas adalah **H3 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR**

Method

Pengambilan keputusan untuk mengasumsikan teknik pengambilan sampel adalah tentang besar kecilnya suatu sampel penelitian. Penelitian ini menggunakan 28 sampel dari pengambilan sampel yang dipilih dari populasi 124 sampel untuk diselidiki. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel dengan menggunakan kriteria tertentu (Sugiyono, 2019). Dalam pengambilan sampel didasarkan dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index 70* pada tahun 2019-2023
- 2) Perusahaan yang berturut-turut tidak terdaftar di *Jakarta Islamic Index 70* pada tahun 2019-2023
- 3) Perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan keuangan dan laporan keberlanjutan perusahaan tahun 2019-2023
- 4) Perusahaan yang memiliki data keseluruhan yang dibutuhkan oleh peneliti

Tabel 1 Kriteria

Kriteria	Jumlah
Perusahaan yang terdaftar di JII 70 tahun 2019-2023	124
Perusahaan yang tidak konsisten terdaftar di JII 70 tahun 2019-2023	96
Perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan keuangan dan/atau laporan keberlanjutan tahun 2019-2023	-
Perusahaan yang memiliki data yang dibutuhkan oleh peneliti	28
Total sampel sesuai dengan kriteria	28
Tahun pengamatan	5
Jumlah sampel	140

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yang bersifat kuantitatif, data tersebut berupa data sekunder yang berbentuk laporan keuangan tahunan dan diterbitkan oleh (www.idx.co.id). Selanjutnya sumber data pada penelitian ini menggunakan data sekunder yang berupa laporan keuangan tahunan dan tersedia di website resmi masing-masing perusahaan serta data statistik dari website resmi (www.idx.co.id).

Definisi operasional variabel :

a) *CEO Narcissism*

CEO Narcissism didefinisikan sebagai sifat manajemen puncak yang berkeyakinan berlebih terhadap keunggulan dalam pencapaian diri sendiri (Buchholz et al., 2020). *CEO Narcissism* diukur menggunakan profil foto-foto CEO disetiap perusahaan pada sampel. Apabila dalam laporan tahunan tidak menampilkan foto CEO maka bernilai (1), CEO berfoto dengan eksekutif lain maka bernilai (2), CEO difoto sendirian dan tidak memuat satu halaman penuh maka bernilai (3), CEO difoto sedirian dan foto tersebut berbagi dengan teks maka bernilai (4) dan CEO difoto sendiri dan memuat satu halaman penuh (5) (Meilani et al., 2021).

b) *R&D Investment*

Research and Development Investment merupakan langkah berkelanjutan yang dilakukan perusahaan untuk dapat terus unggul dan eksis agar mencapai keunggulan yang kompetitif (Sumahir et al., 2022). pengukuran *R&D Investment* adalah sebagai berikut :

$$\text{Investasi R\&D} = \frac{\text{Biaya R\&D}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

c) *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility adalah kegiatan tanggung jawab sosial bersifat komersial dan organisasi bertanggung jawab kepada para stakeholders sebagai bentuk kepedulian serta meningkatkan kesejahteraan para pemegang

saham yang memiliki imbal balik bagi lingkungan sekitar (Setianingrum, 2020).

Penelitian ini mengungkapkan CSR menggunakan GRI *Standard* yang memuat bidang ekonomi (9 item), bidang lingkungan (34 item), bidang sosial atau ketenagakerjaan (16 item), bidang hak asasi manusia (12 item), bidang kemasyarakatan (11 item) dan bidang tanggung jawab atas produk (9 item) sehingga terdapat 6 bidang dengan jumlah 91 item pengungkapan penilaian CSR (Setianingrum, 2020)

Skala pengukuran yang digunakan untuk menghitung CSR adalah dengan memberi nilai (1) jika diungkapkan sesuai dengan pengungkapan pada informasi yang dibutuhkan peneliti serta nilai (0) jika tidak diungkapkan. Menurut GRI 4, (2013) rumus pengukuran CSR adalah sebagai berikut:

$$CSRDi = \frac{\sum xy_i}{n_i}$$

d) Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah organisasi besar maupun kecil yang memiliki aset. Organisasi yang memiliki aset tinggi akan menarik calon investor untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut dibandingkan perusahaan kecil (Setianingrum, 2020).

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln} (\text{Total Aset})$$

Penelitian ini adalah penelitian yang meneliti organisasi yang tercatat di Jakarta Islamic Index (JII) 70 tahun 2019-2023. Jakarta Islamic Index merupakan saham yang memiliki keseluruhan daftar nilai saham yang memenuhi standar penetapan sesuai syariah yang ada di Indonesia. Instrumen syariah ini digunakan untuk membantu adanya pasar modal syariah yang telah diresmikan di Jakarta pada 17 Mei tahun 2018, saham yang ada pada JII 70 telah memenuhi standar syariah yang ada dan terdapat 70 saham syariah dan paling likuid yang tercantum di BEI. adanya JII 70 ini menjadi kerangka kerja untuk memposisikan sumber daya ke dalam penawaran yang berbasis syariah serta dapat memperluas kapasitas pendukung keuangan dan tidak takut tercampur dengan riba. JII 70 dapat memberikan keuntungan kepada para pendukung keuangan agar menjalankan sesuai dengan syariat islam didalam perdagangan saham. JII 70 merupakan keputusan portofolio saham halal dan diperbolehkan di Indonesia agar menjadi tolak ukur kinerja.

Variabel bebas pada penelitian ini ialah *CEO Narcissism*, *Research and Development Investment (R&D)* serta *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel terikat dan Ukuran Perusahaan sebagai variabel pemoderasi. populasi pada

penelitian ini menggunakan perusahaan yang terdaftar di JII 70 dengan jumlah 124 perusahaan. Sampel yang digunakan menggunakan metode *porposive sampling* terdapat hasil 28 perseroan terbatas yang menjadi sampel pada penelitian ini dalam kurun waktu lima (5) tahun periode pengamatan penelitian, sehingga didapatkan total sampel 140 perusahaan. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode dokumentasi laporan tahunan, laporan keuangan serta laporan keberlanjutan yang dipublikasikan oleh IDX serta situs web masing-masing perusahaan yang diteliti.

Result and Discussion

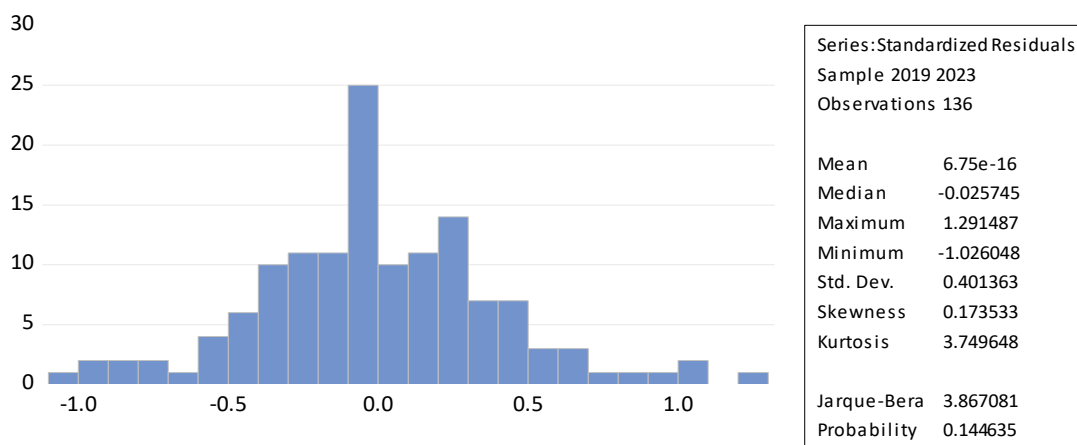
Uji Asumsi Klasik

Sesudah dilakukan uji pemilihan model dalam persemaan regresi data panel maka model yang tepat dan yang terpilih adalah *Common Effect Model (CEM)*, selanjutnya perlu dilakukan uji asumsi klasik. terdapat empat (4) macam pengujian dalam uji asumsi klasik yaitu, Uji Normalitas, Uji Multikolonieritas, Uji Autokorelasi dan Uji Heteroskedastisitas adalah berikut ini (Ali, 2022):

Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji kenormalan data yang di distribusi yang menggunakan analisis regresi linier (Ghazali, 2017). pengujian didalam penelitian ini menggunakan uji normalitas *Jaque-Bera*. Dasar keputusan yang akan diambil adalah jika nilai *Probability Jaque-Bera* > 0.05 maka dapat diartikan data berdistribusi normal, tetapi jika berbanding terbalik nilai *Probability Jaque-Bera* < 0.05 maka dapat diartikan data tidak berdistribusi normal. Berikut hasil uji normalitas ditampilkan dalam gambar dibawah ini:

Tabel 2 Hasil Uji Normalitas



Hasil yang didapatkan dari pengujian uji normalitas diatas menghasilkan nilai *Probability Jaque-Bera* sebesar 0.144635 yang artinya nilai tersebut > 0.05 dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas ialah uji yang menggambarkan ada atau tidaknya hubungan linier yang kuat antara variabel independennya (Bawono & Shina, 2018). Agar mengetahui ada tidaknya gejala multikolonieritas dapat diketahui melalui (Ghozali, 2011):

- 1) Dilihat dari nilai VIF. Jika nilai VIF (*Variance Inflation Factors*) < 10 maka tidak terjadi gejala multikolonieritas.
- 2) Dapat dilihat dari VIF. Jika nilai VIF > 10 maka terjadi multikolonieritas

Tabel 3 hasil Uji Multikolonieritas

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	0.344004	168.7807	NA
LOG_X1	0.006985	6.134039	1.063435
LOG_X2	0.000321	4.136283	1.016762
LOG_Z	0.032953	142.9135	1.065675

Berdasarkan hasil uji multikolonieritas diatas menunjukkan nilai VIF < 10 . Yang artinya penelitian ini terbebas dari masalah multikolonieritas.

Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi agar mengetahui ada atau tidaknya hubungan residual observasi satu dengan lainnya. Metode yang digunakan untuk menguji uji autokorelasi adalah *Durbin-Watson* (DW) kriteria pengambilan keputusan ada dan tidaknya autokorelasi menggunakan DW tabel dengan tingkat signifikansi sebesar 5% (Ghazali, 2016):

- 1) Nilai DW dibawah -2 maka dapat diartikan terjadi autokorelasi positif.
- 2) Nilai DW diantara -2 sampai 2 artinya tidak terjadi autokorelasi.
- 3) Nilai DW diatas 2 yang artinya terjadi autokorelasi negatif.

Tabel 4 Hasil Uji Autokorelasi

Root MSE	0.399884	R-squared	0.394531
Mean dependent var	-0.964992	Adjusted R-squared	0.371244
S.D. dependent var	0.515812	S.E. of regression	0.409008
Akaike info criterion	1.092952	Sum squared resid	21.74742
Schwarz criterion	1.221452	Log likelihood	-68.32076
Hannan-Quinn criter.	1.145171	F-statistic	16.94193
Durbin-Watson stat	1.271101	Prob(F-statistic)	0.000000

Berdasarkan hasil output diatas maka diperoleh nilai *Durbin-Watson* sebesar 1.271101 dimana angka DW diantara $-2 < 1.271101 < 2$ dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berfungsi agar dapat menampilkan hasil dari residual pengamatan satu lalu kepengamatan yang lainnya apakah terdapat ketidaksamaan dalam model regresi (Ghazali, 2018). Untuk itu agar dapat mengetahui ada dan tidaknya masalah tersebut dilakukan dengan menggunakan *Uji Breusch Pagan Godfrey* dalam uji heteroskedastisitas. Apabila hasil dari pengujian ini menunjukkan nilai *probability* > 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas, tetapi jika nilai *probability* < 0.05 maka terdapat gejala heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan *uji breusch pagan godfrey* adalah sebagai berikut:

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

F-statistic	1.196064	Prob. F(5,130)	0.3147
Obs*R-squared	5.981188	Prob. Chi-Square(5)	0.3081
Scaled explained SS	8.723506	Prob. Chi-Square(5)	0.1206

Berdasarkan tabel diatas nilai dari *uji breusch pagan godfrey* menghasilkan nilai *probability chi square* $0.3147 > 0.05$ maka dapat diartikan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Moderated Regression Analysis (MRA) atau uji interaksi merupakan aplikasi khusus regresi linear berganda dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen) (Sugiyono, 2017).

Tabel 6 Hasil Uji MRA

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1.187311	0.496450	-2.391603	0.0182
LOG_X1	0.663104	0.160106	4.141668	0.0001
LOG_X2	0.001042	0.058850	0.017706	0.9859
LOG_Z	0.340231	0.160042	2.125888	0.0354
LOG_X1Z	-0.436126	0.062724	-6.953062	0.0000
LOG_X2Z	-0.060745	0.062166	-0.977129	0.3303

Hasil dari output diatas menunjukkan bahwa variabel X1 (CEO) terhadap CSR yang dimoderasi oleh ukuran perusahaan mempunyai nilai probabilitas sebesar $0.0000 < 0.05$ dengan parameter negatif sebesar -0.436126. sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan dapat memoderasi CEO Narcissism

terhadap CSR. Selanjutnya Variabel X2 (R&D Investment) terhadap CSR yang dimoderasi oleh ukuran perusahaan mempunyai nilai probabilitas sebesar 0.3303 > 0.05 dengan parameter negatif sebesar -0.060745. sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi hubungan R&D Investment terhadap CSR.

Uji Hipotesis (Uji T)

Uji Hipotesis t bertujuan agar mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas secara individu ketika menjelaskan variabel dependen (Sugiyono, 2016). dasar pengambilan keputusan pada penelitian uji t ini adalah jika nilai probabilitas < 0.05 maka variabel bebas (independen) tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (dependen). Berikut hasil uji t:

Tabel 7 Hasil Uji T

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1.187311	0.496450	-2.391603	0.0182
LOG_X1	0.663104	0.160106	4.141668	0.0001
LOG_X2	0.001042	0.058850	0.017706	0.9859
LOG_Z	0.340231	0.160042	2.125888	0.0354
LOG_X1Z	-0.436126	0.062724	-6.953062	0.0000
LOG_X2Z	-0.060745	0.062166	-0.977129	0.3303

Conclusion

Berdasarkan hasil penelitian serta analisis data, penelitian yang mencakup pengaruh CEO *Narcissism*, R&D Investment terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan Ukuran Perusahaan sebagai pemoderasi, dapat disimpulkan yaitu :

1. CEO *Narcissism* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan yang terdaftar di JII70 tahun 2019-2023. Artinya semakin tinggi tingkat *narcissism* seorang CEO yang merupakan hasil dari penilaian dengan angka (1) sampai dengan (5) menggunakan foto yang ada pada laporan tahunan perusahaan dapat mempengaruhi *Corporate Social Responsibility*. Pada penelitian ini tingkat *narcissim* seorang CEO berada pada angka (4) dan (5). Hal tersebut yang menyebabkan CEO ingin tetap eksis dan unggul dengan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan secara luas.
2. R&D Investment tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan yang terdaftar di JII70 tahun 2019-2023. dapat diartikan bahwa tinggi rendahnya investasi penelitian dan pengembangan yang merupakan hasil dari biaya R&D dibagi dengan penjualan dikali 100% pada laporan keuangan tidak dapat mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pengungkapan biaya Investasi Penelitian dan Pengembangan didalam suatu

perusahaan tidak diungkapkan secara rinci sehingga tinggi rendahnya biaya R&D dalam suatu perusahaan tidak dapat mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* (CSR).

3. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan yang terdaftar di JII70 tahun 2019-2023. yang berarti tinggi rendahnya suatu aset yang dimiliki perusahaan dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) perusahaan secara luas serta ukuran perusahaan yang menggunakan pengukuran *logaritma natural* dapat mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* (CSR).
4. Ukuran Perusahaan dapat memoderasi (memperlemah) hubungan antara CEO *Narcissism* terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan yang terdaftar di JII70 tahun 2019-2023. tinggi rendahnya tingkat *narcissism* seorang CEO dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*. Namun, tinggi rendahnya tingkat *narcissim* tidak dapat menjamin besarnya suatu aset perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial (CSR) perusahaan secara luas. Sehingga, adanya ukuran perusahaan dapat memperlemah hubungan antara CEO *Narcisissm* terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan.
5. Ukuran Perusahaan tidak dapat memoderasi hubungan antara R&D *Investment* terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan yang terdaftar di JII70 tahun 2019-2023. tinggi rendahnya biaya investasi penelitian dan pengembangan yang dimiliki oleh perusahaan tidak dapat mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) perusahaan sehingga ukuran perusahaan tidak dapat menjadi indikasi terkait luas pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) perusahaan.

Berdasarkan Kesimpulan yang dilakukan oleh peneliti, peneliti dapat menyarankan sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel yang lain, sehingga dapat memperbaiki penelitian dan memperoleh hasil yang lebih akurat.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas sampel penelitian agar hasil yang diperoleh lebih akurat seperti ISSI banyaknya perusahaan yang terdaftar pada saham tersebut.
3. Bagi perusahaan diharapkan dapat memeperlihatkan serta mengungkapkan item-item yang ada pada laporan keberlanjutan secara luas dan jelas sehingga para pemangku kepentingan dan masyarakat dapat mengetahui bagaimana kinerja perusahaan dalam pengungkapan tanggung jawab sosial, lingkungan dan ekonomi yang dapat meningkatkan citra perusahaan.
4. Bagi perusahaan diharapkan dapat mengungkapkan biaya investasi penelitian dan pengembangan lebih jelas agar para pemangku kepentingan dapat melihat sejauh mana perusahaan berinvestasi dalam penelitian dan pengembangan untuk memajukan perusahaan.
5. Bagi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) diharapkan dapat menerbitkan entitas dan saham syariah. Hal tersebut menjadikan perusahaan memiliki kesadaran penuh

terhadap adanya indeks syariah. Sehingga adanya indeks syariah dapat menjadikan perusahaan melaksanakan kegiatan operasionalnya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang berguna bagi pemangku kepentingan yang beragama muslim termasuk pengungkapan *Coprorate Social Responsibility* (CSR).

Acknowledgment

Dalam penulisan artikel ini peneliti menyadari begitu banyak hambatan-hambatan yang terjadi, oleh karena itu peneliti mengucapkan terimakasih untuk semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan. Dalam kesempatan kali ini peneliti menyampaikan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Zakiyuddin, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Salatiga.
2. Dr. Imanda Firmantyas Putri Pertiwi, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah dan selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah membimbing penulis dengan sabar sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Ibu Rifda Nabila, M.Si. selaku Ketua Program Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Salatiga.
4. Seluruh Dosen dan Staff UIN Salatiga yang telah membantu penulis
5. Kedua orang tua saya Bapak Rukimin dan Ibu Nuryanti yang selalu mendoakan, memberi dukungan serta memberikan kasih sayang, pengorbanan dan perjuangan baik secara materiil dan non materiil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan mengantarkan penulis sampai pada pendidikan perguruan tinggi. Serta adik saya Muhammad Rafli Robbani.
6. Segenap mahasiswa seperjuangan Akuntansi Syariah S1 khususnya angkatan 2020 atas kebersamaannya selama perkuliahan sampai penyelesaian skripsi ini.
7. Almamaterku tercinta Universitas Islam Negeri (UIN) Salatiga yang menjadi tempat penulis untuk menuntut ilmu.
8. Kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan artikel ini memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Penulis berharap artikel ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca pada umumnya.

References

- Agata, A. C., Suhartini, D., & Widoretno, A. A. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Koflik kepentingan Terhadap Konservatisme Akuntansi dengan Resiko Litigas sebagai Pemoderasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 10, 86–94.
- Alexy, O., George, G., & Salter, A. J. (2013). Cui Bono? The Selective Revealing of Knowledge and Its Implications for Innovative Activity. *Academy of Management Review*, 38(2), 270–291. <https://doi.org/10.5465/amr.2011.0193>
- Ali, N. D. S. (2022). *Pengaruh Dewan Wanita, Komposisi Dewan Komisaris, dan Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility di Jakarta Islami Index*

Dengan Manajemen Laba sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada Jakarta Islamic Index Periode 2016-2020). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Stata Satu Manajemen Bisnis Syariah .

- 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>
- Aristananda, A., & Risman, A. (2022). The Effect of Firm Size, Profitability and Leverage on Corporate Social Responsibility (Case Study on Jakarta Islamic Index, 2016-2020). *Indikator: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, *6*(3), 105. <https://doi.org/10.22441/indikator.v6i3.15409>
- Arumingtyas, L. (2021, February 16). *Industri Sawit Masih Terlilit Persoalan Lingkungan dan HAM, Pemerintah Ingatkan Perbaikan Tata Kelola.* Mongabay Indonesia .
- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, *17*, 19–120.
- Bernandus, Y. A. P. (2022). Narsisme Ceo dan Csr. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis* , *20*, 86–96.
- Buchholz, F., Lopatta, K., & Maas, K. (2020). The Deliberate Engagement of Narcissistic CEOs in Earnings Management. *Journal of Business Ethics*, *167*(4), 663–686. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04176-x>
- Bawono, A.M.S., & Shina, A.F.I. (2018). Terapan untuk Ekonomi dan Bisnis Islam. Salatiga. Lembaga dengan pendekatan *Conditional Revenue Model.* *Manajemen*, *14*(1), 15-34.
- Candra, K. A., & Mulyani, S. D. (2023). Pengaruh Karakteristik Ceo Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Perusahaan Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, *3*(2), 3459–3468. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i2.18046>
- Carroll, A. B. (1999). Corporate Social Responsibility. *Business & Society*, *38*(3), 268–295. <https://doi.org/10.1177/000765039903800303>
- Citrayani, N. K. (2019). *Pengaruh Intensitas Research and Development (R&D) Dan Profitabilitas Terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) (Studi Empiris: Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode Tahun 2013-2016).*
- Damayanti, D. R. (2019). *Pengaruh Intensitas Riset dan Pengembangan (R and D) Terhadap Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan (CSR) di Indonesia (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2017).* Universitas Gadjah Mada.
- Dewi, M. A. B. C., & Budiasih, I. G. A. N. (2021a). Profitabilitas, Leverage dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, *31*(11), 2812. <https://doi.org/10.24843/EJA.2021.v31.i11.p11>

- Dewi, M. A. B. C., & Budiasih, I. G. A. N. (2021b). Profitabilitas, Leverage dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(11), 2812. <https://doi.org/10.24843/EJA.2021.v31.i11.p11>
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business*. Oxford: Capstone.
- Ernawan, K., & Daniel, D. R. (2019). The Influence of CEO Narcissism on Corporate Social Responsibility Disclosure. *Jurnal Akuntansi*, 23(2), 253. <https://doi.org/10.24912/ja.v23i2.587>
- Fatwara, M. D., Hasibuan, A. N., Nursalam, L., & Rahmadi, Z. T. (2022). Analisis Faktor Corporate Social Responsibility dipengaruhi Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan dan Profitabilitas. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2, 48–63.
- Freeman, R. E., & McVea, J. (1984). *Strategic management: A Stakeholder Approach to Strategic Management* (1; 46).
- Fu, L., Boehe, D., & Orlitzky, M. (2020). Are R&D-Intensive firms also corporate social responsibility specialists? A multicountry study. *Research Policy*, 49(8), 104082. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2020.104082>
- Gao, Q., Gao, L., Long, D., & Wang, Y. (2023). Influence of Narcissistic CEOs on Corporate Social Responsibility (CSR) Choices: The Moderating Role of the Legal Environment. *Psychology Research and Behavior Management, Volume 16*, 3199–3217. <https://doi.org/10.2147/PRBM.S414685>
- Guo, Z., Hou, S., & Li, Q. (2020). Corporate Social Responsibility and Firm Value: The Moderating Effects of Financial Flexibility and R&D Investment. *Sustainability*, 12(20), 8452. <https://doi.org/10.3390/su12208452>
- Hambrick, D. C., & Mason, P. A. (1984). Upper Echelons: The Organization as a Reflection of Its Top Managers. *The Academy of Management Review*, 9(2), 193. <https://doi.org/10.2307/258434>
- Harsanti, P. (2011). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Teori Legitimasi. *Majalah Ilmiah (Mawas)*.
- Indriyani, A. D., & Yuliandhari, W. S. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi*, 6(1), 1559–1568. <https://doi.org/10.33197/jabe.vol6.iss1.2020.466>
- Kholidah, H. R. S., Andewi, R., & Haryetti, H. (2021). Pengaruh R&D Investment dan Growth Opportunity Terhadap Kinerja Keuangan dan Environmental Disclosure Sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di BEI periode 2017-2020. *Jurnal Online Mahasiswa*, 2, 1–15.
- 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>

- Korniasari, S., & Adi, S. W. (2021). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Leverage dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Prosiding Seminar Nasional ITB AAS Indonesia*, 4, 695–705.
- Kutlača, Đ., Živković, L., & Popović-Pantić, S. (2020). Methodological approaches in the design of Smart Specialization Strategy in Serbia. *Industrija*, 48(2), 55–71. <https://doi.org/10.5937/industrija48-25209>
- Lin, H., Sui, Y., Ma, H., Wang, L., & Zeng, S. (2018). CEO Narcissism, Public Concern, and Megaproject Social Responsibility: Moderated Mediating Examination. *Journal of Management in Engineering*, 34(4). [https://doi.org/10.1061/\(ASCE\)ME.1943-5479.0000629](https://doi.org/10.1061/(ASCE)ME.1943-5479.0000629)
- Meilani, S. E. R., Puspitosari, I., Pramesti, W., Pertiwi, I. F. P., & Wiyadi, W. (2021). Dapatkah Narsisme CEO Mempengaruhi Perilaku Praktik Earning Management Perusahaan Non Keuangan di Indonesia? . *Daya Saing: Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 23, 120–139.
- Muttiarni, M., Mira, M., Putri, L. N., Nurmagfirah, N., Indrayani, S., & Arman, A. (2022). Pengaruh CEO Narsisme dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 5(1), 15–22. <https://doi.org/10.35326/jiam.v5i1.2045>
- Ningsih, A., & Suzan, L. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (csr) (Studi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2015-2019). *E-Proceeding of Management*, 8, 8427–8434.
- Padgett, R. C., & Galan, J. I. (2010). The Effect of R&D Intensity on Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 93(3), 407–418. <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0230-x>
- Petrenko, O. V., Aime, F., Ridge, J., & Hill, A. (2016). Corporate social responsibility or CEO narcissism? CSR motivations and organizational performance. *Strategic Management Journal*, 37(2), 262–279. <https://doi.org/10.1002/smj.2348>
- Petronila, T. A., & Surjadi, J. J. (2021). Dampak Moderasi Intensitas Research and Development Terhadap Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan. *Balance : Jurnal Akuntansi, Auditing Dan Keuangan*, 17(2), 101–124. <https://doi.org/10.25170/balance.v17i2.2259>
- Prakoso, W. Y., & Fidiana, F. (2020). Pengaruh Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Sertifikasi Lingkungan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 9, 1–15.
- Putra, P., & Setiawan, M. A. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 4(3), 611–625. <https://doi.org/10.24036/jea.v4i3.567>

- Rianty, M., & Rani, S. (2021). Pengaruh Narsisme CEO Terhadap Kualitas Laba dalam Laporan Keuangan dengan Variabel Kontrol Size dan Educ. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 6, 103–121.
- Setianingrum, V. A. K. (2020). *Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dengan Leverage Sebagai Variabel Moderating*. Ekonomi.
- Setiawan, Z. R., & Muljono, M. (2021). Pengaruh GCG dan Profitabilitas terhadap tanggung jawab sosial perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology, Konferensi Prosiding Bisnis dan Ekonomi ke-4 dalam Pemanfaatan Teknologi Modern 2021*.
- Shinthia, M., & Arisman, A. (2023). Manfaat dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba (Studi Kasus Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021). *Publikasi Riset Mahasiswa Akuntansi (Prima)*, 4, 62–71.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi Dengan Metode R&D* (Cetakan Kedua Puluh Tiga).
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. In Penerbit CV.
- Sumahir, G. N., Wahyudi, H., & Nirmala, T. (2022). Pengaruh Investasi Research and Development (R&D), Karyawan Perusahaan E-Commerce, dan Volume Transaksi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia 2010q1 – 2020q4. *E-Journal Field of Economics, Business and Entrepreneurship*, 1(1), 22–32. <https://doi.org/10.23960/efebe.v1i1.12>
- Susilatri, R. A., & Indirani, D. (2011). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Size, Umur Perusahaan dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi pada Perusahaan Pertambangan yang Listing di BEI tahun 2004-2008). *Pekbis Jurnal*, 3, 412–428.
- Susilawati. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Perbankan. *Akurasi : Jurnal Studi Akuntansi Dan Keuangan*, 2(1), 31–46. <https://doi.org/10.29303/akurasi.v2i1.13>
- Yanti, Endiana, I. D. M., & Pramesti, I. G. A. A. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (Kharisma)*, 3, 42–51.
- Yu, F., Shi, Y., & Wang, T. (2020). R&D investment and Chinese manufacturing SMEs' corporate social responsibility: The moderating role of regional innovative milieu. *Journal of Cleaner Production*, 258, 120840. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120840>

Zahroh, H., Hartono, Ainiyah, N., & Nugroho, T. R. (2023). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Leverage dan Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi (Jumia)*, 1, 96–109.