

**APAKAH PELAPORAN SDGS MEMEDIASI PENGARUH CEO YANG
NARSIS, CEO YANG TERLALU PERCAYA DIRI, DAN UKURAN
PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN?**

TESIS



NOPI HANDAYANI

122400993

**PROGRAM PASCASARJANA
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA**

2026



UJIAN TESIS

Tesis berjudul:

APAKAH PELAPORAN SDGS MEMEDIASI PENGARUH CEO YANG NARSIS, CEO YANG TERLALU PERCAYA DIRI, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN?

Telah diuji pada tanggal: 6 Agustus 2026

Tim Penguji:

Ketua

Baldric Siregar, Prof., Dr., M.B.A., C.M.A., Ak., CA.

Anggota

Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

Pembimbing

Rusmawan Wahyu Anggoro, Dr., M.S.A., Ak., CA.

APAKAH PELAPORAN SDGS MEMEDIASI PENGARUH CEO YANG NARSIS, CEO YANG TERLALU PERCAYA DIRI, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN?

dipersiapkan dan disusun oleh:

Nopi Handayani

Nomor Mahasiswa: 122400993

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal: 6 Agustus 2026 dan dinyatakan telah memenuhi syarat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Magister Akuntansi (M.Ak.) di bidang Akuntansi

Pembimbing

Rusmawan Wahyu Anggoro, Dr., M.S.A., Ak., CA.



Ketua Penguji

Baldric Siregar, Prof., Dr., M.B.A., C.M.A., Ak., CA.

Anggota Penguji

Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

Yogyakarta, 6 Agustus 2026
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN
Ketua,





SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA YOGYAKARTA
JL. SETURAN, YOGYAKARTA 55281, P.O. BOX 1014 YOGYAKARTA 55010
TELP. (0274) 486160, 486321, FAKS. (0274) 486155 www.stieykpn.ac.id

Pernyataan Keaslian Karya Tulis Tesis

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa tesis dengan judul:

APAKAH PELAPORAN SDGS MEMEDIASI PENGARUH CEO YANG NARSIS, CEO YANG TERLALU PERCAYA DIRI, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN?

diajukan untuk diuji pada tanggal 6 Agustus 2026, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam tesis ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian karya tulis orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan orang lain. Bila dikemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, maka saya bersedia menerima pembatalan gelar dan ijasah yang diberikan oleh Program Pascasarjana STIE YKPN Yogyakarta batal saya terima

Saksi 1, sebagai Ketua Tim Penguji

Baldric Siregar, Prof., Dr., M.B.A., C.M.A., Ak., CA.

Saksi 2, sebagai Anggota Penguji

Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

Yogyakarta, 6 Agustus 2026

Yang memberi pernyataan

Nopi Handayani

Saksi 3, sebagai Pembimbing

Rusnawan Wahyu Anggoro, Dr., M.S.A., Ak., CA.

Saksi 4, sebagai Ketua STIE YKPN Yogyakarta



Wisnu Prajogo, Dr., MBA.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

APAKAH PELAPORAN SDGS MEMEDIASI PENGARUH CEO YANG NARSIS, CEO YANG TERLALU PERCAYA DIRI, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN?

Nopi Handayani

Abstrak

Nilai perusahaan berperan penting dalam aktivitas bisnis perusahaan. Di era modern ini, determinan nilai perusahaan tidak hanya ditentukan oleh kinerja keuangan. Karakteristik pimpinan puncak, karakteristik perusahaan, dan komitmen perusahaan dalam mendukung capaian SDGs turut mempunyai andil dalam membentuk persepsi pasar. Studi ini bermaksud untuk menganalisis pengaruh CEO yang narsis (*CEO narcissism*), CEO yang terlalu percaya diri (*CEO overconfidence*), dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan menjadikan pelaporan SDGs sebagai mediator. Objek dalam studi ini terdiri dari perusahaan-perusahaan publik sektor energi, *basic material*, dan industri kategori papan utama di Bursa Efek Indonesia periode 2023-2025 yang secara konsisten menerbitkan laporan tahunan dan laporan keberlanjutan atau laporan tahunan terintegrasi. Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model Partial Least Square* (SEM-PLS). WarpPLS 8.0 dan SPSS 16.0 digunakan sebagai program olah data dalam penelitian ini. Sampel dalam studi ini ditentukan dengan kriteria khusus atau metode *purposive sampling* sehingga dapat diperoleh sampel penelitian sebanyak 43 perusahaan. Hasil penelitian membuktikan bahwa *CEO overconfidence* dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. *CEO narcissism* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. *CEO narcissism* dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pelaporan SDGs, sedangkan *CEO overconfidence* tidak berpengaruh terhadap pelaporan SDGs. Pelaporan SDGs berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan terbukti menurunkan nilai perusahaan melalui pelaporan SDGs. Namun, pelaporan SDGs tidak terbukti mampu memediasi pengaruh *CEO narcissism* dan *CEO overconfidence* terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: *narcissism*, *overconfidence*, ukuran perusahaan, pelaporan SDGs, nilai perusahaan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Nilai perusahaan mempunyai peran yang krusial dalam menunjang keberlangsungan dan pertumbuhan perusahaan (Gao et al., 2024). Nilai perusahaan merupakan gambaran persepsi para pemangku kepentingan atas kualitas transparansi, reputasi, dan citra perusahaan yang dicerminkan dalam penilaian pasar (Alatawi et al., 2025). Di era pasar modal modern, nilai perusahaan tidak sekedar ditentukan oleh performa keuangan perusahaan namun juga dapat dipengaruhi oleh banyak faktor meliputi karakteristik pimpinan eksekutif puncak perusahaan, karakteristik perusahaan, serta komitmen perusahaan dalam mendorong pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan atau *Sustainable Development Goals* (SDGs).

Teori *upper echelons* menjelaskan bahwa kebijakan strategis beserta kinerja perusahaan ditentukan oleh karakteristik pimpinan eksekutif tertinggi, yaitu nilai, kemampuan kognitif, dan pengalaman (Hambrick, 2007; Hambrick & Mason, 1984). Teori tersebut menggambarkan bahwa tindakan organisasi mencerminkan tindakan dari para pimpinan eksekutif tertingginya, sehingga tindakan tersebut tidak sepenuhnya bersifat rasional. Penelitian ini berfokus pada bias kognitif yang termasuk ke dalam karakteristik CEO, yaitu *narcissism* (narsis) dan *overconfidence* (terlalu percaya diri). Berthet (2022) menemukan bahwa bias kognitif berpengaruh secara langsung terhadap pengambilan keputusan profesional. Berbeda dengan penelitian-penelitian dengan konsep konvensional yang cenderung menilai bahwa *narcissism* dan *overconfidence* memberikan dampak buruk terhadap kinerja perusahaan. Penelitian ini mencoba untuk memandang bias CEO yang narsis (*CEO narcissism*) dan CEO yang terlalu percaya diri (*CEO overconfidence*) dari sudut pandang positif atau dari sisi kebermanfaatan dalam koridor tata kelola perusahaan yang baik karena keberadaan dua bias tersebut melekat pada individu pembuat keputusan dan sulit untuk dihilangkan keberadaannya.

CEO narcissism didefinisikan sebagai karakteristik CEO dengan kecenderungan ingin menonjolkan diri secara berlebihan serta mempunyai hasrat yang kuat untuk diakui, yang dapat memengaruhi persepsi CEO dalam pengambilan keputusan strategis dan tercermin ke dalam tindakan strategis yang berani dan bertujuan untuk mencari perhatian (Brunzel, 2021; Chatterjee & Hambrick, 2007). Uppal (2020) menemukan terdapat hubungan kurvilinear antara *CEO narcissism* dan kinerja perusahaan. *CEO narcissism* memberikan dampak positif terhadap kinerja perusahaan hingga titik tertentu, namun ketika telah melewati batas maka dapat menimbulkan dampak negatif. Selain itu, Awuah et al. (2024) menemukan bukti bahwa *CEO*

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

narcissism berhubungan positif terhadap pelaporan SDGs. Kemudian, Song et al. (2025) mengaitkan *CEO narcissism* dengan kinerja ESG dan keduanya terbukti berkorelasi negatif.

CEO overconfidence merupakan bias kognitif berkaitan dengan kemampuan prediktif CEO yang dilatarbelakangi oleh keyakinan berlebihan pada keahlian maupun pengetahuan yang dimiliki untuk pengambilan keputusan pada kondisi yang kompleks dan tidak menentu, sehingga cenderung overestimasi dan mengabaikan risiko yang melekat (Vitanova, 2021; Wang et al., 2023). Yilmaz & Mazzeo (2014) menemukan bahwa *overconfident CEO* berdampak negatif terhadap harga saham. Namun, Tang & Chang (2024) memberikan bukti empiris bahwa perusahaan dengan CEO yang mempunyai tingkat *overconfidence* akan cenderung lebih berani dalam pengambilan keputusan berisiko dan dapat meningkatkan nilai perusahaan dibandingkan perusahaan dengan CEO yang tidak *overconfidence*. Kouaib et al. (2022) menunjukkan bahwa CEO dengan *overconfidence* berkorelasi positif pada kinerja keberlanjutan perusahaan. Di sisi lain, Alexander & Tambunan (2025) menunjukkan bahwa *CEO overconfidence* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan ESG.

Ukuran perusahaan dapat ditafsirkan sebagai skala besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dapat dikategorikan sesuai dengan berbagai aspek meliputi total aset bersih, total aset, total penjualan, nilai pasar ekuitas (kapitalisasi pasar), total profit, dan lain-lain (Dang et al., 2018). Hapsoro & Falih (2020) menemukan bukti bahwa ukuran perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Sebaliknya, Hirdinis (2019) membuktikan bahwa ukuran perusahaan dapat menurunkan nilai perusahaan. Dalam konteks keberlanjutan, ukuran perusahaan berkontribusi dalam mendorong pelaporan keberlanjutan secara sukarela (Iyer & Lulseged, 2013). Namun, Maryana & Carolina (2021) menemukan bukti bahwa ukuran perusahaan tidak memberikan dampak yang signifikan pada pengungkapan laporan keberlanjutan.

Bose & Khan (2022) mengemukakan bahwa pelaporan SDGs menarik perhatian di tingkat global dalam beberapa waktu terakhir. Berdasarkan hasil *Global Investor Survey*, sekitar tiga perempat investor menunjukkan tingkat kepercayaan yang cenderung meningkat ketika perusahaan menyajikan laporan keberlanjutan yang kredibel dan terjamin oleh pihak independen (Andy, 2023). Pelaporan SDGs menjadi salah satu instrumen penting bagi perusahaan untuk menyampaikan informasi terkait dengan pelaksanaan praktik bisnis yang berkelanjutan. Friske et al. (2023) yang menemukan bahwa pelaporan keberlanjutan berpengaruh pada nilai perusahaan secara negatif karena pasar menangkapnya sebagai *costly signal* atau sinyal yang memerlukan biaya/pengorbanan sumber daya perusahaan. Respon negatif tersebut terjadi pada awal periode, seiring berjalannya waktu, respon negatif tersebut

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

berubah menjadi respon positif. Namun, Awuah et al. (2024) memperlihatkan bahwa pelaporan SDGs tidak mempunyai pengaruh pada kinerja perusahaan.

Terdapat inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya, studi ini mengacu pada penelitian Awuah et al. (2024). Namun, studi ini mempunyai kerangka konseptual yang lebih komprehensif dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, yaitu dengan mengadopsi teori *upper echelons* dan teori sinyal. Selain itu, studi ini juga menggunakan variabel pelaporan SDGs sebagai variabel mediator dengan berlandaskan pada hasil temuan yang mengungkapkan bahwa pengungkapan SDG dapat memediasi secara parsial hubungan antara kinerja keberlanjutan dengan kinerja keuangan (Beretta et al., 2025). Dari perspektif teori *upper echelons*, pelaporan SDGs dan kinerja perusahaan merupakan bentuk representatif dari kebijakan perusahaan yang melibatkan peran CEO di dalam mekanisme pelaporannya. Dalam perspektif teori sinyal, karakteristik perusahaan berupa ukuran perusahaan dan pelaporan SDGs merupakan bentuk sinyal yang dapat menentukan perspektif pasar dalam menilai perusahaan. Penelitian ini ingin mencoba menunjukkan fenomena yang terjadi di pasar secara komprehensif. Apabila ditinjau dari perspektif teori sinyal, pelaporan SDGs berfungsi sebagai sinyal transparansi perusahaan serta perantara CEO dalam merumuskan kebijakan keberlanjutan perusahaan yang diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Atas pertimbangan tersebut, studi ini penting untuk dilakukan.

Studi ini menjadikan perusahaan-perusahaan publik di Indonesia yang merupakan negara berkembang, yang meliputi sektor energi, *basic materials*, dan industri kategori papan utama di Bursa Efek Indonesia periode 2023-2025 sebagai sampel. Perusahaan-perusahaan publik pada sektor energi, *basic materials*, dan industri kategori papan utama dijadikan sampel penelitian agar diperoleh sampel yang dapat mencerminkan populasi karena merupakan perusahaan-perusahaan berskala besar serta lebih responsif terhadap perubahan kebijakan serta isu-isu keberlanjutan dalam skala global yang semakin kompleks. Atas dasar uraian yang telah dijabarkan tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "*Apakah Pelaporan SDGs Memediasi Pengaruh CEO yang Narsis, CEO yang Terlalu Percaya Diri, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan?*". "

Rumusan Masalah

Bagaimana *CEO narcissism*, *CEO overconfidence*, dan ukuran perusahaan dalam membentuk nilai perusahaan melalui peran pelaporan SDGs?

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tujuan Penelitian

Studi ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *CEO narcissism* terhadap nilai perusahaan, pengaruh *CEO overconfidence* terhadap nilai perusahaan, pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, pengaruh *CEO narcissism* terhadap pelaporan SDGs, pengaruh *CEO overconfidence* terhadap pelaporan SDGs, pengaruh ukuran perusahaan terhadap pelaporan SDGs, pengaruh pelaporan SDGs terhadap nilai perusahaan, peran pelaporan SDGs dalam memediasi pengaruh *CEO narcissism* terhadap nilai perusahaan, peran pelaporan SDGs dalam memediasi pengaruh *CEO overconfidence* terhadap nilai perusahaan, dan peran pelaporan SDGs dalam memediasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Manfaat Penelitian

Hasil studi ini diharapkan memberikan manfaat teoritis, yaitu dapat menambah referensi literatur terkait dengan akuntansi keperilakuan dan keberlanjutan, terkait dengan dampak karakteristik CEO (CEO yang narsis dan CEO yang terlalu percaya diri) dan karakteristik perusahaan (ukuran perusahaan) terhadap nilai perusahaan melalui pelaporan SDGs. Selain itu, hasil studi ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi perusahaan, investor, maupun peneliti selanjutnya. Hasil studi ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan evaluasi oleh perusahaan agar pelaporan SDGs dilakukan dengan komitmen secara sungguh-sungguh dan konsisten untuk menciptakan nilai perusahaan dalam jangka panjang termasuk dengan menjalankan fungsi tata kelola perusahaan yang baik. Selain itu, hasil studi ini diharapkan mampu mendorong investor untuk membuat keputusan investasi secara rasional dan tidak hanya berorientasi pada keuntungan jangka pendek saja. Kemudian, hasil studi ini juga diharapkan dapat menjadi rujukan bagi peneliti selanjutnya serta memberikan peluang untuk pengembangan model penelitian selanjutnya.

Kontribusi Penelitian

Studi ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan terkait dengan penerapan teori *upper echelons* dan teori sinyal dengan mengintegrasikan karakteristik CEO (*narcissism* dan *overconfidence*) sebagai individu berwenang dalam sebuah organisasi dan karakteristik perusahaan (ukuran perusahaan) sebagai sebuah entitas dalam pelaporan SDGs dengan nilai perusahaan yang merupakan gambaran perspektif pasar dalam bentuk kerangka konseptual yang lebih komprehensif dan mudah untuk dipahami. Hal tersebut masih terbatas dijumpai di negara berkembang seperti Indonesia.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

TINJAUAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori *Upper Echelons*

Upper echelons theory dicetuskan pada tahun 1984 oleh Donald C. Hambrick dan Phyllis A. Mason yang merupakan bentuk respon kritis terhadap teori organisasi yang dominan menekankan pada rasionalitas dan bertindak atas dasar faktor-faktor teknis dan ekonomi tanpa memperhatikan karakteristik individu pengambil keputusan (Hambrick & Mason, 1984). Pengambilan keputusan strategis oleh eksekutif puncak yang dipengaruhi oleh nilai, kemampuan kognitif, dan pengalaman yang dimiliki sering menimbulkan bias karena adanya bias kognitif berupa *narcissism* dan *overconfidence*. Salah satu keputusan strategis yang dibuat oleh eksekutif puncak termanifestasikan ke dalam pelaporan SDGs maupun kinerja perusahaan.

Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori sinyal menggambarkan proses pertukaran informasi yang terjadi di pasar khususnya pasar tenaga kerja, dengan adanya ketidakpastian dan asimetri informasi, sehingga pasar tidak akan berfungsi hanya dengan dasar produktivitas sesungguhnya namun melalui sinyal yang dikirim oleh pencari kerja kepada pemberi kerja (Spence, 1973). Perspektif teori sinyal dalam studi ini digunakan untuk menjelaskan pengaruh karakteristik perusahaan, yaitu ukuran perusahaan terhadap pelaporan SDGs dan nilai perusahaan, serta peran pelaporan SDGs sebagai mediator yang berfungsi sebagai sinyal transparansi perusahaan yang menjembatani karakteristik CEO dan karakteristik perusahaan dalam menetapkan strategi keberlanjutan dengan reaksi yang diberikan oleh pasar.

Nilai Perusahaan

Lindenberg & Ross (1981) mengembangkan konsep Tobin's Q yang diperkenalkan oleh James Tobin tahun 1969 agar menjadi lebih aplikatif, yaitu menjadi rasio antara nilai pasar perusahaan dengan biaya penggantian aset yang digunakan indikator rente monopoli perusahaan. Rente monopoli perusahaan terrefleksikan pada saat nilai pasar perusahaan melebihi biaya penggantian aset perusahaan.

CEO *Narcissism*

Chatterjee & Hambrick (2007) menunjukkan bahwa CEO yang narsis akan cenderung untuk bertindak berani untuk memperoleh perhatian, yang dapat berdampak pada keberhasilan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ataupun kegagalan yang besar. *CEO narcissism* berkaitan dengan serangkaian kebijakan krusial yang dapat berpengaruh terhadap organisasi.

CEO Overconfidence

CEO Overconfidence merupakan kecenderungan CEO untuk mempunyai keyakinan berlebihan terhadap kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki, terutama ketika dihadapkan pada situasi yang tidak pasti, sehingga menyebabkan overestimasi terhadap peluang keberhasilan dan cenderung mengabaikan risiko kegagalan (Wang et al., 2023).

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai skala besar atau kecilnya perusahaan yang dapat dikelompokkan berdasarkan beragam aspek meliputi total aset, total laba, total aset bersih, total penjualan, nilai pasar ekuitas (kapitalisasi pasar), dan lain-lain (Dang et al., 2018).

Pelaporan SDGs

The 2030 Agenda for Sustainable Development atau Agenda 2030 untuk Pembangunan Berkelanjutan merupakan agenda yang diaplikasikan oleh negara-negara anggota Perserikatan Bangsa-Bangsa (*United Nations*) pada tahun 2015, yang menghasilkan kerangka strategis tentang 17 *Sustainable Development Goals (SDGs)* atau tujuan pembangunan berkelanjutan dan 244 indikator (Bose & Khan, 2022; UNDP Indonesia, n.d.). Pelaporan SDGs merupakan serangkaian proses penyajian informasi secara sistematis, terstruktur, dan integratif tentang implementasi SDGs dalam aktivitas bisnis perusahaan selama periode tertentu.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh *CEO Narcissism* terhadap Nilai Perusahaan

Q. Gao et al. (2024) menunjukkan bahwa *CEO narcissism* memberikan dampak positif terhadap kinerja perusahaan. Atas dasar tersebut, diharapkan semakin narsis CEO, semakin tinggi hasratnya untuk membentuk citra positif di mata publik, semakin tinggi keinginannya untuk menyajikan kinerja terbaiknya pada publik, sehingga pasar akan memberikan respon positif. Respon pasar yang positif menggambarkan tingginya nilai perusahaan yang tercerminkan pada tingginya harga saham.

H₁: *CEO narcissism* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pengaruh *CEO Overconfidence* terhadap Nilai Perusahaan

Y. Gao & Han (2022), Miao et al. (2025), Mundi & Kaur (2019), dan Vitanova (2021) menemukan bukti bahwa *CEO overconfidence* memberikan efek positif terhadap kinerja perusahaan. Atas dasar tersebut, diharapkan semakin tinggi *CEO overconfidence* mengindikasikan semakin tingginya keyakinan dan optimisme CEO terhadap capaian kinerja perusahaan, sehingga akan menarik respon positif dari investor yang ditunjukkan dengan nilai perusahaan yang semakin tinggi.

H₂: *CEO overconfidence* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hapsoro & Falih (2020) membuktikan bahwa perusahaan yang berukuran besar cenderung memiliki nilai perusahaan yang tinggi. Sehubungan dengan hal tersebut, diharapkan semakin besar skala perusahaan, maka semakin tinggi sinyal positif yang dikirimkan ke pasar terkait dengan stabilitas dan prospek perusahaan di masa mendatang, sehingga pasar akan cenderung bereaksi secara positif yang pada akhirnya akan mampu meningkatkan nilai perusahaan karena tingkat kepercayaan pasar meningkat.

H₃: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *CEO Narcissism* terhadap Pelaporan SDGs

Garrido-Ruso et al. (2023) dan Lassoued & Khanchel (2023) menemukan *CEO narcissism* memberikan efek positif terhadap tingkat pengungkapan informasi SDGs. Dengan demikian, diharapkan semakin narsis CEO, maka semakin kuat keinginannya untuk mendapatkan apresiasi publik atas kinerjanya termasuk kinerja non-keuangan berupa pelaporan SDGs yang semakin luas semakin luas.

H₄: *CEO narcissism* berpengaruh positif terhadap pelaporan SDGs.

Pengaruh *CEO Overconfidence* terhadap Pelaporan SDGs

Kouaib et al. (2022) membuktikan bahwa *CEO* dengan *overconfidence* berhubungan secara positif dengan kinerja keberlanjutan perusahaan. Atas dasar tersebut, diharapkan semakin tinggi tingkat *overconfidence* yang dimiliki oleh CEO, maka CEO akan semakin percaya diri dan yakin dalam menetapkan target capaian kinerja perusahaan termasuk target kinerja non-keuangan dalam bentuk implementasi SDGs, sehingga CEO akan semakin luas dalam melakukan pengungkapan SDGs.

H₅: *CEO overconfidence* berpengaruh positif terhadap pelaporan SDGs.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pelaporan SDGs

Kalbuana et al. (2022) memperoleh bukti empiris bahwa ukuran perusahaan yang besar dapat mendorong kenaikan keberlanjutan. Dengan demikian, diharapkan semakin besar perusahaan, semakin luas pengungkapan SDGs yang dilakukan oleh perusahaan tersebut karena perusahaan mempunyai sumber daya yang memadai.

H₆: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pelaporan SDGs.

Pengaruh Pelaporan SDGs terhadap Nilai Perusahaan

Pengungkapan keberlanjutan berkorelasi dengan nilai perusahaan (Kuzey & Uyar, 2017; Nguyen & Duong, 2025), nilai pasar perusahaan (Loh et al., 2017), dan harga saham (Carnevale & Mazzuca, 2014). Atas dasar tersebut, diharapkan semakin tinggi pengungkapan SDGs dalam pelaporan SDGs, maka akan menjadi sinyal positif yang kuat bagi pasar, sehingga dapat mengapresiasi nilai perusahaan.

H₇: Pelaporan SDGs berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Peran Pelaporan SDGs dalam Memediasi Pengaruh *CEO Narcissism* terhadap Nilai Perusahaan

Yook & Lee (2020) menemukan bukti bahwa *CEO narcissism* dan CSR memiliki korelasi positif. Husnah & Fahlevi (2023) membuktikan bahwa CSR berdampak positif terhadap SDGs. Kemudian, Awuah et al. (2024) menemukan bahwa *CEO narcissism* memiliki korelasi positif dengan pengungkapan SDGs. Beretta et al. (2025) menemukan bukti bahwa pengungkapan SDG dapat memediasi hubungan antara kinerja keberlanjutan dengan kinerja keuangan secara partial. Atas dasar beberapa hasil studi tersebut, pelaporan SDGs berpeluang menjadi jalur penghubung antara *CEO narcissism* dengan nilai perusahaan.

H₈: Pelaporan SDGs mampu memediasi pengaruh *CEO narcissism* terhadap nilai perusahaan.

Peran Pelaporan SDGs dalam Memediasi Pengaruh *CEO Overconfidence* terhadap Nilai Perusahaan

Y. Gao & Han (2022) membuktikan bahwa manajer dengan *overconfidence* mempunyai dampak positif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, *executive overconfidence* berkorelasi positif dengan kinerja ESG (Wang et al., 2023). Kinerja ESG dan pengungkapan ESG terbukti berperan penting untuk meningkatkan nilai perusahaan (Aydoğmuş et al., 2022; Falah & Mita, 2022; Wu et al., 2022). Kemudian, Salama et al. (2026) menemukan bukti bahwa kinerja ESG memiliki korelasi positif dengan pengungkapan SDGs. Beretta et al. (2025) menemukan bukti

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

bahwa pengungkapan SDG dapat memediasi hubungan antara kinerja keberlanjutan dengan kinerja keuangan secara partial. Atas dasar beberapa temuan studi tersebut, pelaporan SDGs berpeluang mekanisme perantara antara *CEO overconfidence* dengan nilai perusahaan.

H₉: Pelaporan SDGs mampu memediasi pengaruh *CEO overconfidence* terhadap nilai perusahaan.

Peran Pelaporan SDGs dalam Memediasi Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Tobing et al. (2019) membuktikan bahwa ukuran perusahaan dapat mendorong pengungkapan laporan keberlanjutan. Hapsoro & Falih (2020) memberikan bukti empiris bahwa ukuran perusahaan dapat mendorong kenaikan nilai perusahaan. Beretta et al. (2025) menemukan bukti bahwa pengungkapan SDG dapat memediasi hubungan antara kinerja keberlanjutan dengan kinerja keuangan secara partial. Atas dasar beberapa hasil studi tersebut, pelaporan SDGs berpeluang menjadi jalur yang menjembatani antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan.

H₁₀: Pelaporan SDGs mampu memediasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Sampel dan Data Penelitian

Populasi dalam studi ini terdiri dari perusahaan-perusahaan sektor energi, *basic materials*, dan industri kategori papan utama di Bursa Efek Indonesia periode 2023-2025, menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan atau laporan tahunan dan laporan keberlanjutan atau laporan tahunan terintegrasi serta akun media sosial berupa LinkedIn atau Facebook CEO masing-masing perusahaan yang dikumpulkan di tahun 2026. Sampel studi ini ditentukan dengan menggunakan kriteria khusus (*purposive sampling*), meliputi perusahaan publik di sektor energi, *basic materials*, dan industri kategori papan utama di BEI tahun 2023-2025 dan secara konsisten menerbitkan laporan keuangan tahunan atau laporan tahunan dan laporan keberlanjutan atau laporan tahunan terintegrasi pada setiap periode pengamatan melalui situs resmi BEI maupun kanal resmi masing-masing perusahaan, perusahaan dengan periode pelaporan keuangan tanggal 1 Januari sampai dengan 31 Desember, CEO masing-masing perusahaan mempunyai akun media sosial LinkedIn atau Facebook, serta perusahaan menyajikan seluruh data yang diperlukan dalam studi ini.

Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Jenis dan Sumber Data

Data Tobin's Q (nilai perusahaan) menggunakan data dari laporan posisi keuangan dan laporan tahunan, data *CEO narcissism* menggunakan akun media sosial LinkedIn atau Facebook masing-masing perusahaan yang dikumpulkan di tahun 2026, data CAPEX (*CEO overconfidence*) menggunakan data dari laporan posisi keuangan, data indeks pengungkapan SDGs menggunakan data dari laporan keberlanjutan atau laporan tahunan terintegrasi, dan data kurs Bank Indonesia (kurs tengah) menggunakan data dari www.datacenter.ortax.org.

Jenis dan Definisi Operasional Variabel

Variabel Eksogen

CEO Narcissism

Chatterjee & Hambrick (2007) menjelaskan bahwa *CEO* yang narsis mempunyai kecenderungan berani untuk menarik perhatian dan dapat memberikan dampak besar pada perusahaan berupa keberhasilan ataupun kegagalan. Studi ini menggunakan *unobtrusive method* untuk mengukur *CEO narcissism*, yaitu dengan menggunakan profil akun media sosial LinkedIn atau Facebook *CEO* masing-masing perusahaan dengan mengadaptasi pengukuran variabel narsisme dari penelitian Aabo & Eriksen (2018).

CEO Overconfidence

Wang et al. (2023) menjelaskan *CEO overconfidence* sebagai kecenderungan *CEO* dengan keyakinan yang berlebihan atas keahlian dan pengetahuannya khususnya ketika berhadapan dengan situasi yang tidak pasti yang mengakibatkan overestimasi terhadap probabilitas keberhasilan dan mengabaikan risiko kemungkinan terjadinya kegagalan. Dalam penelitian ini, *CEO overconfidence* diukur dengan menggunakan proksi rasio antara *capital expenditure* dengan total aset perusahaan mengacu pada Sumiyana et al. (2023).

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan skala pengelompokan perusahaan ke dalam kategori besar atau kecil yang dapat ditinjau dari berbagai hal seperti total laba, total penjualan, nilai kapitalisasi pasar, total aset bersih, total aset, dan lain-lain (Dang et al., 2018). Penelitian ini menggunakan *logaritma natural* (Ln) dari total aset perusahaan sebagai proksi ukuran perusahaan sesuai dengan penelitian Dang et al. (2018) dan Hashmi et al. (2020).

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Variabel Endogen

Nilai Perusahaan

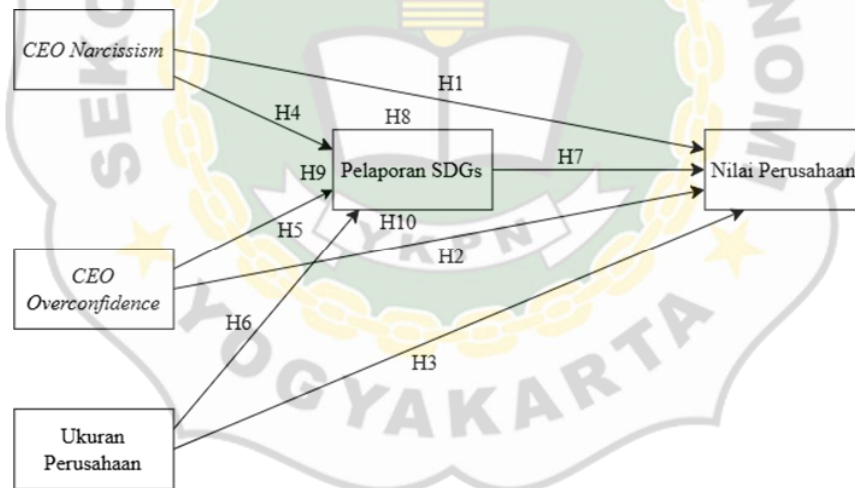
Chung & Pruitt (1994) menunjukkan bahwa penilaian pasar secara menyeluruh terhadap perusahaan yang terefleksikan ke dalam harga saham dan struktur pendanaan perusahaan. Rasio perhitungan nilai perusahaan dalam penelitian ini menggunakan *Tobin's Q* mengacu pada Klapper & Love (2004).

Variabel Mediasi

Pelaporan SDGs

Implementasi SDGs oleh perusahaan didokumentasikan melalui pelaporan SDGs yang bersifat integratif. Pelaporan SDGs dalam penelitian ini diukur dengan merujuk pada Indeks Pengungkapan SDGs yang disusun oleh Awuah et al. (2024).

Model Penelitian



Metode dan Teknik Analisis

Teknik Analisis Data

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif yang disajikan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik sampel penelitian yang meliputi nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*), dan standar deviasi dari data penelitian yang digunakan. Analisis statistik deskriptif dilakukan dengan Program SPSS 16.0.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Analisis SEM-PLS

Studi ini mengaplikasikan SEM-PLS sebagai metode analisis data karena studi ini menggunakan variabel mediasi dan data penelitian menggunakan data panel serta ukuran sampel yang relatif kecil. Analisis SEM-PLS dilakukan dengan Program WarpPLS 8.0. Analisis SEM-PLS meliputi analisis *inner model* untuk melakukan uji kelayakan model penelitian dan analisis *path coefficient* untuk melakukan uji hipotesis penelitian.

BAB 4 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Metode Penentuan Sampel

Kriteria dan Jumlah Sampel		
No.	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan-perusahaan publik di sektor energi, <i>basic materials</i> , dan industri kategori papan utama Bursa Efek Indonesia (data diambil tanggal 17 Juni 2026 melalui situs resmi www.idx.co.id)	76
2	Perusahaan publik sektor energi, <i>basic materials</i> , dan industri kategori papan utama yang tercatat di Bursa Efek Indonesia mulai tahun 2023	(10)
3	Perusahaan publik sektor energi, <i>basic materials</i> , dan industri kategori papan utama yang tercatat di Bursa Efek Indonesia hingga akhir tahun 2022	66
4	Perusahaan publik sektor energi, <i>basic material</i> , dan industri kategori papan utama yang tidak menerbitkan laporan tahunan dan laporan keberlanjutan atau laporan tahunan terintegrasi secara konsisten pada periode 2023-2025	66
5	Perusahaan publik sektor energi, <i>basic material</i> , dan industri kategori papan periode 2023-2025 yang mempunyai periode pelaporan keuangan tanggal 1 Januari sampai dengan tanggal 31 Desember	(1)
6	Perusahaan publik sektor energi, <i>basic material</i> , dan industri kategori papan utama periode 2023-2025 dengan CEO yang tidak konsisten mempunyai akun media sosial LinkedIn atau Facebook	(22)
7	Jumlah perusahaan publik sektor energi, <i>basic material</i> , dan industri kategori papan utama yang memenuhi kriteria penetapan sampel	43
8	Jumlah tahun pengamatan	3
9	Jumlah sampel	129
10	Outlier data penelitian (data menyimpang)	(27)
	Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian	102

Statistik Deskriptif

Hasil Uji Statistik Deskriptif					
Variabel	Jumlah Data	Nilai Min.	Nilai Maks.	Nilai Rata-rata	Nilai Standar Deviasi
CEO Narcissism (CEONARC)	102	0,00018	5,01149	2,14723	1,50739

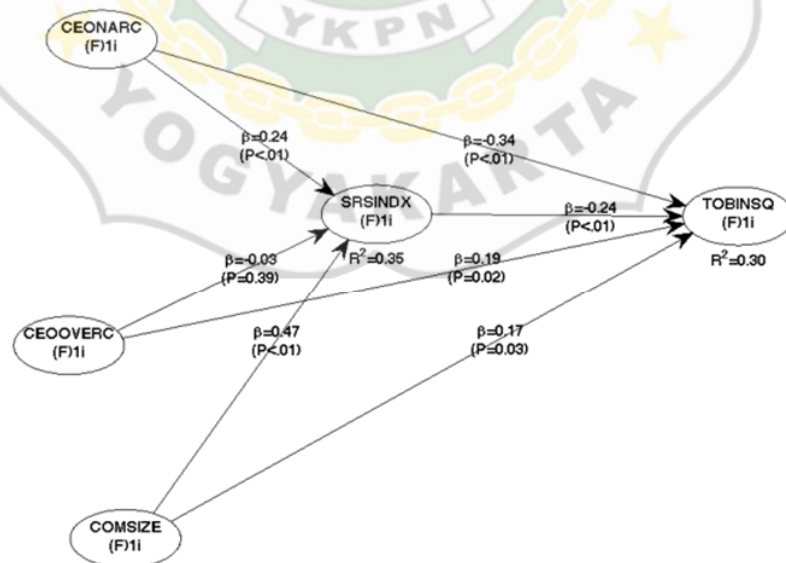
PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Variabel	Jumlah Data	Nilai Min.	Nilai Maks.	Nilai Rata-rata	Nilai Standar Deviasi
<i>CEO Overconfidence</i> (CEOOVERC)	102	0,00072	0,31672	0,07107	0,06509
Ukuran Perusahaan (COMSIZE)	102	27,58586	33,86025	30,52478	1,53418
Pelaporan SDGs (SRSINDEX)	102	0,4375	1	0,9136	0,10371
Nilai Perusahaan (TOBINSQ)	102	0,55397	12,91819	1,67692	2,04403

Analisis SEM-PLS

Analisis *Inner Model*

Hasil uji *inner model* menunjukkan bahwa nilai *p-value* APC dan ARS < 0,05, sehingga dinyatakan signifikan. Nilai AVIF sebesar $1,057 < 3$ (batas ideal) dan < 5 (batas maksimum), sehingga model bebas dari multikolinearitas. Nilai Q^2 sebesar $0,545 > 0$, sehingga model mempunyai kemampuan prediksi yang sangat baik. Atas dasar tersebut, model struktural dalam studi ini telah memenuhi kriteria *Goodness of Fit*, sehingga model dinyatakan *fit*/layak untuk diterapkan dalam pengujian hipotesis. Berikut ini merupakan model struktural dalam penelitian ini:



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Uji Hipotesis

Analisis *Path Coefficient*

Direct Effect (Efek Langsung)

Hasil Analisis Efek Langsung

Hipo-tesis	Hubungan Variabel	<i>Path Coef.</i>	<i>p-value</i>	Pre-diksi	Ha-sil	Kepu-tusan	Nilai f^2	Ket.
H ₁	CEONARC → TOBINSQ	-0,34	<0,01	+	-	Ditolak	0,127	Kecil
H ₂	CEOOVERC → TOBINSQ	0,19	0,02	+	+	Diterima	0,054	Kecil
H ₃	COMSIZE → TOBINSQ	0,17	0,03	+	+	Diterima	0,032	Kecil
H ₄	CEONARC → SRSINDEX	0,24	<0,01	+	+	Diterima	0,091	Kecil
H ₅	CEOOVERC → SRSINDEX	-0,03	0,39	+	-	Ditolak	0,003	Sangat kecil
H ₆	COMSIZE → SRSINDEX	0,47	<0,01	+	+	Diterima	0,259	Moderat
H ₇	SRSINDEX → TOBINSQ	-0,24	<0,01	+	-	Ditolak	0,082	Kecil

Kesimpulan berdasarkan pada hasil analisis efek langsung:

1. **H₁ ditolak** karena *CEO narcissism* justru terbukti berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Nilai f^2 (*effect size*) sebesar 0,127 yang menggambarkan pengaruh di antara kedua variabel tersebut termasuk kecil ($0,02 \geq 0,127 \leq 0,15$).
2. **H₂ diterima** artinya *CEO overconfidence* terbukti berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Nilai f^2 sebesar 0,054, menunjukkan pengaruh yang tergolong kecil di antara kedua variabel ($0,02 \geq 0,054 \leq 0,15$).
3. **H₃ diterima** karena ukuran perusahaan justru terbukti berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Nilai f^2 yakni 0,032, mengindikasikan pengaruh yang relatif kecil di antara kedua variabel tersebut termasuk kecil ($0,02 \geq 0,032 \leq 0,15$).
4. **H₄ diterima** artinya *CEO narcissism* terbukti berpengaruh positif terhadap pelaporan SDGs. Nilai f^2 sebesar 0,091, artinya pengaruh di antara kedua variabel tersebut terkategori kecil ($0,02 \geq 0,091 \leq 0,15$).
5. **H₅ ditolak** artinya *CEO overconfidence* tidak terbukti berpengaruh terhadap pelaporan SDGs. Nilai f^2 sebesar 0,003, mengindikasikan bahwa kedua variabel tersebut mempunyai pengaruh yang sangat kecil ($0,003 < 0,02$).

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

6. **H₆ diterima** artinya ukuran perusahaan terbukti berpengaruh positif terhadap pelaporan SDGs. Nilai f^2 sebesar 0,259 yang menunjukkan pengaruh di antara kedua variabel tersebut relatif moderat ($0,15 \geq 0,259 \leq 0,35$).
7. **H₇ ditolak** karena pelaporan SDGs justru berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Nilai f^2 yakni 0,082, artinya pengaruh yang terjadi antara kedua variabel tersebut relatif kecil ($0,02 \geq 0,082 \leq 0,15$).

Indirect Effect (Efek Tidak Langsung)

Hasil Analisis Efek Tidak Langsung

Hipo-tesis	Hubungan Variabel	Path Coef.	p-value	Pre-diksi	Ha-sil	Kepu-tusan	Nilai f^2	Ket.
H ₈	CEONARC → SRSINDX → TOBINSQ	-0,058	0,200	-	-	Ditolak	0,022	Kecil
H ₉	CEOOVERC → SRSINDX → TOBINSQ	0,007	0,461	-	-	Ditolak	0,002	Sangat kecil
H ₁₀	COMSIZE → SRSINDX → TOBINSQ	-0,116	0,045	-	-	Diterima	0,021	Kecil

Kesimpulan berdasarkan pada hasil analisis efek tidak langsung:

1. **H₈ ditolak** artinya pelaporan SDGs tidak mampu memediasi pengaruh *CEO narcissism* terhadap nilai perusahaan. Nilai f^2 sebesar 0,022, artinya pengaruh tidak langsung di antara variabel tersebut relatif kecil ($0,02 \geq 0,091 \leq 0,15$).
2. **H₉ ditolak** artinya pelaporan SDGs tidak dapat memediasi pengaruh *CEO overconfidence* terhadap nilai perusahaan. Nilai f^2 sebesar 0,002 yang mengungkapkan bahwa pengaruh tidak langsung di antara variabel tersebut sangat kecil ($0,002 < 0,02$).
3. **H₁₀ diterima** artinya ukuran perusahaan menurunkan nilai perusahaan melalui pelaporan SDGs. Nilai f^2 yaitu 0,021, artinya pengaruh tidak langsung yang terjadi di antara variabel tersebut tergolong kecil ($0,02 \geq 0,021 \leq 0,15$).

Pembahasan

Pengaruh *CEO Narcissism* terhadap Nilai Perusahaan

CEO narcissism mempunyai pengaruh negatif terhadap persepsi pasar. Semakin narsis seorang CEO, maka akan berdampak pada semakin turunnya nilai perusahaan. Dalam perspektif teori keagenan, perilaku narsistik meningkatkan kemungkinan terjadinya biaya

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

agensi/pengawasan (*agency cost*) karena CEO lebih berorientasi pada pencapaian reputasi pribadi dibandingkan dengan penciptaan nilai jangka panjang perusahaan. Temuan ini memberikan kontribusi terhadap teori *upper echelons* dengan menunjukkan bahwa karakteristik psikologis CEO dapat menurunkan nilai perusahaan meskipun temuan ini tidak sesuai dengan dugaan peneliti. Temuan yang berbeda ini disebabkan oleh karakteristik pasar berkembang (*emerging market*) di Indonesia dipandang mempunyai tingkat risiko yang lebih tinggi dibandingkan dengan negara maju, sehingga CEO yang narsis justru dipersepsikan akan meningkatkan risiko keagenan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil temuan Ham et al. (2018) yang membuktikan bahwa *CEO narcissism* berhubungan dengan kinerja perusahaan secara negatif.

Pengaruh CEO Overconfidence terhadap Nilai Perusahaan

CEO overconfidence memberikan kontribusi terhadap kenaikan nilai perusahaan walaupun kontribusinya tergolong kecil. Temuan ini memberikan kontribusi terhadap teori *upper echelons* dengan mengungkapkan bahwa karakteristik psikologis CEO tidak selalu menghasilkan konsekuensi yang seragam. CEO yang narsis cenderung menurunkan nilai perusahaan, sedangkan CEO yang terlalu percaya diri (*overconfidence*) justru meningkatkan nilai perusahaan. CEO yang terlalu percaya diri lebih berfokus pada kinerja perusahaan dibandingkan dengan pencitraan diri sendiri. Dalam konteks pasar berkembang di Indonesia, CEO yang terlalu percaya diri cenderung meningkatkan valuasi pasar karena CEO lebih berani dalam berinvestasi pada proyek-proyek yang menghasilkan *Net Present Value (NPV)* yang positif, lebih cepat dalam menangkap serta memanfaatkan peluang, lebih inovatif, serta lebih mempercepat dan memperluas skala ekspansi perusahaan. Kontribusi *CEO overconfidence* terhadap persepsi pasar yang relatif kecil terjadi karena karakteristik CEO bukan merupakan faktor yang dominan dalam membentuk persepsi pasar yang relatif kompleks di pasar berkembang seperti Indonesia. Hasil studi ini mendukung temuan penelitian Burkhard et al. (2023), Y. Gao & Han, (2022), Miao et al. (2025), Mundi & Kaur (2019), Reyes et al. (2022), dan Tang & Chang (2024).

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan mampu mendongkrak nilai perusahaan. Temuan empiris ini sejalan dengan hasil penelitian Dang et al. (2018), Hapsoro & Falih (2020), dan Hashmi et al. (2020). Temuan ini memberikan kontribusi terhadap teori sinyal dengan memperlihatkan bahwa ukuran perusahaan dapat menjadi sinyal yang memberikan konsekuensi ekonomi terhadap persepsi

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pasar meskipun kontribusinya relatif kecil karena perusahaan-perusahaan dalam kategori papan utama di BEI pada umumnya mempunyai skala aset yang besar, aksesibilitas pendanaan, tata kelola perusahaan yang baik, dan reputasi yang relatif tinggi, sehingga mengurangi persepsi risiko asimetri informasi dan dapat meningkatkan kepercayaan investor di pasar berkembang. Selain itu, seluruh sampel berupa perusahaan-perusahaan yang termasuk dalam kategori papan utama BEI merupakan perusahaan-perusahaan berskala besar dan bereputasi, sehingga ukuran perusahaan bukan merupakan determinan utama dalam menghasilkan persepsi pasar.

Pengaruh *CEO Narcissism* terhadap Pelaporan SDGs

CEO narcissism dapat meningkatkan pengungkapan informasi tentang implementasi SDGs dalam pelaporan keberlanjutan. Temuan studi ini mendukung hasil penelitian Awuah et al. (2024), Garrido-Ruso et al. (2023), dan Lassoued & Khanchel (2023). Temuan ini mendukung teori *upper echelons* dengan memperlihatkan bahwa karakteristik CEO berupa narsisme meningkatkan luas cakupan pelaporan SDGs perusahaan yang merupakan salah satu kebijakan strategis perusahaan meskipun pengaruhnya relatif kecil karena pelaporan SDGs menjadi salah satu media dengan tingkat visibilitas tinggi yang dapat dimanfaatkan oleh CEO yang narsis untuk memenuhi kebutuhan narsistiknya, yaitu untuk mendapatkan validasi publik atas citra dirinya yang baik. Selain itu, pelaporan SDGs cenderung didorong oleh regulasi yang bersifat *mandatory*, tekanan investor terutama investor institusional, maupun standar pelaporan keberlanjutan.

Pengaruh *CEO Overconfidence* terhadap Pelaporan SDGs

CEO overconfidence tidak terbukti dapat memengaruhi pengungkapan capaian kinerja SDGs perusahaan. Bukti empiris ini sesuai dengan temuan penelitian Welang et al. (2026). Temuan ini terjadi karena *CEO overconfidence* lebih berfokus pada target bisnis berupa target operasional dan finansial yang manfaat ekonominya lebih pasti dan dapat dinikmati dalam jangka pendek dibandingkan dengan SDGs yang menghasilkan manfaat dalam jangka panjang. Pengungkapan SDGs masih menjadi prioritas kedua oleh investor di pasar berkembang Indonesia meskipun Indonesia sudah mempunyai regulasi tentang SDGs akan tetapi pelaksanaan regulasi tersebut pada kenyataannya menghadapi tantangan, yaitu perusahaan hanya sekedar memenuhi kewajiban hukum atau memang bentuk integrasi nyata SDGs ke dalam aktivitas bisnis perusahaan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pelaporan SDGs

Ukuran perusahaan mampu meningkatkan pengungkapan SDGs. Bukti empiris ini konsisten dengan temuan empiris dari Iyer & Lulseged (2013), Kalbuana et al. (2022), dan Tobing et al. (2019). Temuan ini memberikan kontribusi terhadap teori sinyal dengan memberikan bukti bahwa skala perusahaan besar dapat meningkatkan sinyal pengungkapan informasi yang lebih transparan dan memadai termasuk pelaporan SDGs. Perusahaan dengan skala besar menghadapi tekanan kuat dari berbagai pihak, meliputi investor terutama investor institusional dan investor asing, pemerintah, maupun masyarakat untuk mengungkapkan aktivitas bisnis berkelanjutan. Selain itu, kapasitas perusahaan yang besar dan kuat mendukung perusahaan untuk melakukan pelaporan yang lebih komprehensif dan memadai, sehingga ukuran perusahaan mempunyai kekuatan pengaruh yang relatif moderat terhadap pelaporan SDGs.

Pengaruh Pelaporan SDGs terhadap Nilai Perusahaan

Pelaporan SDGs berdampak pada turunnya nilai perusahaan. Temuan ini menjadi bukti empiris bahwasanya pasar tidak selalu memberikan respon positif terhadap pengungkapan informasi keberlanjutan yang luas. Temuan dalam studi ini sesuai dengan hasil temuan penelitian Friske et al. (2023). Temuan studi ini memberikan kontribusi terhadap teori sinyal dengan memperlihatkan bahwa pasar tidak selalu mempunyai persepsi positif terhadap pengungkapan informasi yang dilakukan oleh perusahaan. Kompleksitas informasi yang beredar di pasar dan kemampuan setiap calon investor dalam menerima, mengolah, dan menginterpretasikan informasi dapat berbeda-beda. Temuan ini menghasilkan temuan yang berbeda dengan dugaan peneliti. Hal ini terjadi karena dalam konteks pasar berkembang seperti di Indonesia, pasar dapat mengartikan pengungkapan informasi SDGs yang luas sebagai *costly signal* karena investor masih lebih menekankan pada keuntungan jangka pendek (*short-term oriented*). Fenomena tersebut meningkatkan persepsi pasar tentang biaya keberlanjutan yang relatif tinggi namun kualitas pengungkapan masih relatif rendah justru dapat menekan profitabilitas dan arus kas jangka pendek perusahaan, sehingga pasar belum menganggap SDGs sebagai *value creating activity* karena manfaat ekonominya baru akan dapat dinikmati ketika perusahaan secara konsisten melakukan aktivitas bisnis berkelanjutan dalam jangka panjang.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Peran Pelaporan SDGs dalam Memediasi Pengaruh *CEO Narcissism* terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh *CEO narcissism* terhadap nilai perusahaan secara langsung lebih kuat dibandingkan dengan jalur tidak langsung melalui pelaporan SDGs, sehingga mekanisme mediasi tidak terbukti. Bukti empiris ini memperlihatkan bahwa fungsi pelaporan SDGs dalam menjadi mediator dipengaruhi oleh sifat variabel dalam studi. Studi ini menghasilkan bukti empiris bahwa pengaruh *CEO narcissism* terhadap nilai perusahaan tidak dapat dimediasi oleh pelaporan SDGs. Hasil tersebut sesuai dengan hasil studi Nawawi et al. (2020) yang mengindikasikan bahwa pengungkapan laporan keberlanjutan tidak mampu menjalankan peran sebagai mediator. Mekanisme mediasi tidak terbukti karena pasar lebih responsif terhadap keputusan bisnis dibandingkan dengan pengungkapan keberlanjutan perusahaan. Investor di pasar berkembang Indonesia lebih menitikberatkan pada strategi-strategi bisnis perusahaan untuk mencapai manfaat ekonomi dalam jangka pendek dalam bentuk arus kas, laba/profit, maupun prospek pertumbuhan perusahaan.

Peran Pelaporan SDGs dalam Memediasi Pengaruh *CEO Overconfidence* terhadap Nilai Perusahaan

Pelaporan SDGs tidak mampu memediasi pengaruh *CEO overconfidence* terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut terjadi karena pengaruh positif *CEO overconfidence* terhadap nilai perusahaan secara langsung lebih kuat dibandingkan melalui jalur pelaporan SDGs, sehingga mekanisme mediasi tidak terbukti. Temuan ini menunjukkan bahwa efektivitas peran pelaporan SDGs sebagai variabel mediasi tergantung pada karakteristik variabel yang digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, pelaporan SDGs tidak dapat memediasi pengaruh *CEO overconfidence* terhadap nilai perusahaan. Hasil studi ini mendukung hasil penelitian Nawawi et al. (2020). Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa pengungkapan laporan keberlanjutan tidak dapat memediasi pengaruh tata kelola perusahaan terhadap kinerja saham. Mekanisme mediasi tidak terkonfirmasi karena pasar cenderung lebih reaktif terhadap keputusan bisnis terutama berkaitan dengan kinerja fundamental dibandingkan dengan pengungkapan aktivitas keberlanjutan perusahaan. Di pasar berkembang Indonesia, investor lebih mempertimbangkan pada langkah-langkah perusahaan untuk mencapai kinerja keuangan yang relatif stabil dan manfaat ekonominya dapat dinikmati dalam jangka pendek berupa arus kas, laba/profit, maupun prospek pertumbuhan perusahaan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Peran Pelaporan SDGs dalam Memediasi Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Pelaporan SDGs justru mengurangi total dampak positif ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat diartikan sebagai bentuk respon pasar terhadap *costly signal* dari pengungkapan SDGs. Pengungkapan SDGs yang semakin luas dilakukan oleh perusahaan yang semakin besar direspon sebagai *costly signal*. Respon negatif tersebut terjadi karena investor di pasar berkembang Indonesia masih lebih mengutamakan keuntungan jangka pendek. Kondisi tersebut meningkatkan persepsi pasar berkaitan dengan *sustainability cost* yang relatif tinggi namun belum mampu menjamin kualitas pengungkapan, sehingga justru akan membebani arus kas dan laba jangka pendek. Pasar menilai bahwa SDGs belum mampu menjadi aktivitas yang dapat menciptakan nilai karena belum dapat memberikan manfaat ekonomi yang berarti bagi investor dalam jangka pendek. Hasil temuan ini memperkuat hasil penelitian Alodat et al. (2024) dan Beretta et al. (2025), yang menunjukkan bahwa pelaporan SDGs dapat berperan sebagai mediator. Selain itu, temuan ini juga memberikan kontribusi terhadap teori sinyal dengan mengungkapkan bahwa pelaporan SDGs menjadi salah satu mekanisme yang dapat menjadi jembatan penghubung antara ukuran perusahaan dengan persepsi pasar. Kekuatan mediasi yang relatif kecil mengindikasikan bahwa pasar tetap mempertimbangkan pelaporan SDGs di pasar berkembang Indonesia, terutama investor asing dan institusional, namun pelaporan SDGs bukan termasuk determinan utama dalam pengambilan keputusan investasi.

Nilai R^2 variabel pelaporan SDGs sebesar 0,35 yang artinya variabel *CEO narcissism*, *CEO overconfidence*, dan ukuran perusahaan mempunyai kemampuan sebesar 35% dalam menjelaskan variasi variabel pelaporan SDGs dan termasuk ke dalam kategori pengaruh moderat, sedangkan sisanya sebesar 65% dijelaskan oleh variabel selain variabel dalam model penelitian. Nilai R^2 variabel nilai perusahaan sebesar 0,30, artinya variabel *CEO narcissism*, *CEO overconfidence*, ukuran perusahaan, dan pelaporan SDGs dapat menjelaskan variasi variabel nilai perusahaan sebesar 30% yang termasuk ke dalam pengaruh yang relatif kecil, kemudian sisanya sebesar 70% dijelaskan oleh variabel yang tidak termasuk ke dalam model penelitian ini.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

CEO yang narsis (*CEO narcissism*) dan CEO yang terlalu percaya diri (*CEO overconfidence*) merupakan dua jenis bias kognitif yang melekat pada individu. Di era yang dinamis dan penuh dengan ketidakpastian, kedua karakteristik CEO itu diharapkan dapat dimanfaatkan untuk mendongkrak nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *CEO narcissism* meskipun dapat meningkatkan pelaporan SDGs, tetapi justru dapat menurunkan nilai perusahaan. CEO yang narsis cenderung lebih impulsif dalam pengambilan keputusan dan cenderung lebih mementingkan reputasi pribadinya, sehingga cenderung meningkatkan persepsi risiko *agency cost* maupun *greenwashing*.

CEO dengan tingkat kepercayaan diri yang berlebihan (*CEO overconfidence*) tidak memiliki pengaruh terhadap pelaporan SDGs, namun *CEO overconfidence* mempunyai peran dalam menciptakan nilai perusahaan. Hal ini tentunya didukung dengan adanya mekanisme tata kelola perusahaan yang baik. Aktivitas berkelanjutan belum tentu menjadi prioritas utama dari CEO yang terlalu percaya diri karena lebih fokus pada kinerja keuangan jangka pendek perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaporan SDGs dapat menurunkan nilai perusahaan. Aktivitas keberlanjutan mempunyai manfaat ekonomi dalam jangka panjang. Pengaruh negatif yang ditemukan dalam penelitian ini merupakan gambaran fenomena yang menunjukkan bahwa tidak semua informasi akan selalu mendapatkan reaksi positif dari pasar meskipun tujuannya untuk transparansi. Pengungkapan informasi SDGs secara luas dapat memicu reaksi negatif dari pasar karena pasar menilainya sebagai *costly signal*. Untuk menikmati manfaat ekonomi pengungkapan SDGs dibutuhkan komitmen perusahaan dalam menjalankan aktivitas keberlanjutan secara konsisten.

Bukti empiris dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pelaporan SDGs hanya mampu menjadi mediator dalam pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dan tidak dapat memediasi *CEO narcissism* dan *CEO overconfidence* terhadap nilai perusahaan. *CEO narcissism* dan *CEO overconfidence* yang merupakan karakteristik CEO sebagai individu yang mempunyai wewenang dalam perusahaan lebih kuat dalam memengaruhi nilai perusahaan secara langsung dibandingkan melalui mekanisme pelaporan SDGs karena pelaporan SDGs merupakan hasil dari kebijakan perusahaan, tekanan regulasi, dan tuntutan dari pemangku kepentingan. Ukuran perusahaan yang merupakan karakteristik perusahaan sebagai sebuah entitas bisnis mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan secara langsung maupun melalui

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pelaporan SDGs. Hasil mediasi yang bersifat negatif menjadi gambaran sistematis terkait dengan fenomena pasar yang terintegrasikan dengan karakteristik perusahaan melalui mekanisme pelaporan SDGs. Fenomena ini memberikan gambaran bahwa nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor dari sisi perusahaan saja tetapi juga ditentukan oleh persepsi pasar dalam menginterpretasikan informasi yang disajikan oleh perusahaan.

Keterbatasan Penelitian

Studi terbatas pada data jangka pendek yaitu tahun 2023 hingga 2025 (3 tahun), sehingga penelitian ini belum dapat menunjukkan dampak dari manfaat pelaporan SDGs dalam jangka panjang. Selain itu, penelitian ini juga belum melibatkan peran tata kelola perusahaan sebagai mekanisme kontrol perusahaan terutama berkaitan dengan *CEO narcissism* dan *CEO overconfidence* dalam model penelitian.

Saran

Studi ini mempunyai keterbatasan, sehingga sebaiknya penelitian selanjutnya dapat memperpanjang periode penelitian agar manfaat dari pelaporan SDGs terhadap nilai perusahaan, misalkan 10-20 tahun, memperluas sektor usaha yang diteliti, melibatkan mekanisme tata kelola perusahaan sebagai mekanisme kontrol sebagai variabel moderasi yang dapat memperlemah pengaruh bias karakteristik CEO terhadap pelaporan SDGs ataupun nilai perusahaan agar bias tersebut tidak melampaui batas wajar (terlalu ekstrem). Selain itu, studi di masa mendatang juga dapat menambahkan karakteristik perusahaan lainnya seperti variabel *leverage*, likuiditas, atau kepemilikan institusional sebagai variabel independen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aabo, T., & Eriksen, N. B. (2018). Corporate risk and the humpback of CEO narcissism. *Review of Behavioral Finance*, 10(3). <https://doi.org/10.1108/RBF-07-2017-0070>
- Alatawi, M. S., Daud, Z. M., & Johari, J. (2025). The mediating role of the firm image in the relationship between integrated reporting and firm value in GCC Countries. *Journal of Risk and Financial Management*, 18(8). <https://doi.org/10.3390/jrfm18080438>
- Alexander, S. G., & Tambunan, T. (2025). The CEO overconfidence, industry characteristics, and foreign ownership: Their effects on ESG disclosure. *Journal of Applied Finance and Accounting*, 12(2). <https://doi.org/10.21512/jafa.v12i2.13976>
- Alodat, A. Y., Salleh, Z., Hashim, H. A., & Sulong, F. (2024). Investigating the mediating role of sustainability disclosure in the relationship between corporate governance and firm

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- performance in Jordan. *Management of Environmental Quality*, 35(7).
<https://doi.org/10.1108/MEQ-07-2021-0182>
- Andy, C. (2023, September 5). Tren dan arah sustainability report Indonesia di masa mendatang. PwC Indonesia. *PwC Indonesia*. <https://www.pwc.com/id/en/media-centre/press-release/2023/indonesian/tren-dan-arrah-sustainability-report-indonesia-di-masa-mendatang.html>
- Anita, R., Widya, R., Abdillah, M. R., Hadiyati, H., & Zakaria, N. B. (2025). CEO narcissism and financial performance: the role of corporate social responsibility. *Journal of Management Development*, 44(1). <https://doi.org/10.1108/JMD-08-2024-0265>
- Auwah, B., Elbardan, H., & Yazdifar, H. (2024). Chief executive officer narcissism, power and sustainable development goals reporting: An empirical analysis. *Business Strategy and the Environment*, 33(7), 7630–7650. <https://doi.org/10.1002/bse.3889>
- Aydoğmuş, M., Gülay, G., & Ergun, K. (2022). Impact of ESG performance on firm value and profitability. In *Borsa Istanbul Review* (Vol. 22).
<https://doi.org/10.1016/j.bir.2022.11.006>
- Beretta, V., Demartini, M. C., & Trucco, S. (2025). From sustainability to financial performance: the role of SDG disclosure. *Measuring Business Excellence*, 29(2).
<https://doi.org/10.1108/MBE-05-2024-0054>
- Berthet, V. (2022). The impact of cognitive biases on professionals' decision-making: A review of four occupational areas. In *Frontiers in Psychology* (Vol. 12). Frontiers Media S.A. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.802439>
- Bose, S., & Khan, H. Z. (2022). Sustainable development goals (SDGs) reporting and the role of country-level institutional factors: An international evidence. *Journal of Cleaner Production*, 335. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.130290>
- Brunzel, J. (2021). Overconfidence and narcissism among the upper echelons: a systematic literature review. *Management Review Quarterly*, 71(3), 585–623.
<https://doi.org/10.1007/s11301-020-00194-6>
- Burkhard, B., Sirén, C., van Essen, M., Grichnik, D., & Shepherd, D. A. (2023). Nothing ventured, nothing gained: A meta-analysis of ceo overconfidence, strategic risk taking, and performance. *Journal of Management*, 49(8), 2629–2666.
<https://doi.org/10.1177/01492063221110203>
- Carnevale, C., & Mazzuca, M. (2014). Sustainability report and bank valuation: Evidence from European stock markets. *Business Ethics*, 23(1), 69–90.
<https://doi.org/10.1111/beer.12038>
- Chatterjee, A., & Hambrick, D. C. (2007). It's all about me: Narcissistic chief executive officers and their effects on company strategy and performance. In *Quarterly* (Vol. 52, Number 3).
- Chung, K. H., & Pruitt, S. W. (1994). A simple approximation of tobin's q. *Financial Management*, 23(3). <https://doi.org/10.2307/3665623>

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Dang, C., (Frank) Li, Z., & Yang, C. (2018). Measuring firm size in empirical corporate finance. *Journal of Banking and Finance*, 86. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2017.09.006>
- Falah, L. J., & Mita, A. F. (2022). ESG disclosure and the role of CEO narcissism on firm value: the case of ASEAN-5. *Global Business and Economics Review*, 27(2), 133. <https://doi.org/10.1504/GBER.2022.125036>
- Friske, W., Hoelscher, S. A., & Nikolov, A. N. (2023). The impact of voluntary sustainability reporting on firm value: Insights from signaling theory. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 51(2), 372–392. <https://doi.org/10.1007/s11747-022-00879-2>
- Gao, Q., Gao, L., & Zhang, G. (2024). Narcissistic chief executive officers and their effects on R&D investment and firm performance: The moderating role of managerial discretion. *Behavioral Sciences*, 14(11). <https://doi.org/10.3390/bs14111115>
- Gao, Y., & Han, K. S. (2022). Managerial overconfidence, CSR and firm value. *Asia-Pacific Journal of Accounting and Economics*, 29(6), 1600–1618. <https://doi.org/10.1080/16081625.2020.1830558>
- Garrido-Ruso, M., Aibar-Guzmán, B., & Suárez-Fernández, Ó. (2023). What kind of leaders can promote the disclosure of information on the sustainable development goals? *Sustainable Development*, 31(4), 2694–2710. <https://doi.org/10.1002/sd.2539>
- Ham, C., Seybert, N., & Wang, S. (2018). Narcissism is a bad sign: CEO signature size, investment, and performance. *Review of Accounting Studies*, 23(1), 234–264. <https://doi.org/10.1007/s11142-017-9427-x>
- Hambrick, D. C. (2007). Upper Echelons Theory: An Update. *Academy of Management Review*, 32(2), 334–343. <https://doi.org/10.5465/amr.2007.24345254>
- Hambrick, D. C., & Mason, P. A. (1984). Upper echelons: The organization as a reflection of its top managers. In *Source: The Academy of Management Review* (Vol. 9, Number 2). <https://www.jstor.org/stable/258434>
- Hapsoro, D., & Falih, Z. N. (2020). The effect of firm size, profitability, and liquidity on the firm value moderated by carbon emission disclosure. *Journal of Accounting and Investment*, 21(2). <https://doi.org/10.18196/jai.2102147>
- Hashmi, S. D., Gulzar, S., Ghafoor, Z., & Naz, I. (2020). Sensitivity of firm size measures to practices of corporate finance: evidence from BRICS. *Future Business Journal*, 6(1). <https://doi.org/10.1186/s43093-020-00015-y>
- Hirdinis, M. (2019). Capital structure and firm size on firm value moderated by profitability. *International Journal of Economics and Business Administration*, 7(1). <https://doi.org/10.35808/ijeba/204>
- Husnah, & Fahlevi, M. (2023). How do corporate social responsibility and sustainable development goals shape financial performance in Indonesia's mining industry? *Uncertain Supply Chain Management*, 11(3). <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2023.5.099>

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Iyer, V., & Lulseged, A. (2013). Does family status impact US firms' sustainability reporting? *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 4(2). <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-Nov-2011-0032>
- Kalbuana, N., Kusiyah, K., Supriatiningsih, S., Budiharjo, R., Budyastuti, T., & Rusdiyanto, R. (2022). Effect of profitability, audit committee, company size, activity, and board of directors on sustainability. *Cogent Business and Management*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2129354>
- Klapper, L. F., & Love, I. (2004). Corporate governance, investor protection, and performance in emerging markets. *Journal of Corporate Finance*, 10(5), 703–728. [https://doi.org/10.1016/S0929-1199\(03\)00046-4](https://doi.org/10.1016/S0929-1199(03)00046-4)
- Kouaib, A., Bouzouitina, A., & Jarboui, A. (2022). CEO behavior and sustainability performance: the moderating role of corporate governance. *Property Management*, 40(1). <https://doi.org/10.1108/PM-01-2021-0009>
- Kuzey, C., & Uyar, A. (2017). Determinants of sustainability reporting and its impact on firm value: Evidence from the emerging market of Turkey. *Journal of Cleaner Production*, 143, 27–39. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.12.153>
- Lassoued, N., & Khanchel, I. (2023). Voluntary CSR disclosure and CEO narcissism: the moderating role of CEO duality and board gender diversity. *Review of Managerial Science*, 17(3). <https://doi.org/10.1007/s11846-022-00555-3>
- Lindenberg, E. B., & Ross, S. A. (1981). Tobin's q ratio and industrial organization. *The Journal of Business*, 54(1). <https://doi.org/10.1086/296120>
- Loh, L., Thomas, T., & Wang, Y. (2017). Sustainability reporting and firm value: Evidence from Singapore-listed companies. *Sustainability (Switzerland)*, 9(11). <https://doi.org/10.3390/su9112112>
- Maryana, M., & Carolina, Y. (2021). The impact of firm size, leverage, firm age, media visibility and profitability on sustainability report disclosure. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 25(1). <https://doi.org/10.26905/jkdp.v25i1.4941>
- Miao, C., Coombs, J. E., Qian, S., & Oh, I. S. (2025). CEO overconfidence and firm performance: A meta-analytic review and future research agenda. *Journal of Management and Organization*, 31(4), 1814–1836. <https://doi.org/10.1017/jmo.2023.58>
- Mundi, H. S., & Kaur, P. (2019). Impact of CEO overconfidence on firm performance: An Evidence from S&P BSE 200. *Vision*, 23(3), 234–243. <https://doi.org/10.1177/0972262919850935>
- Nawawi, A. H. T., Agustia, D., Lusnadi, G. M., & Fauzi, H. (2020). Disclosure of sustainability report mediating good corporate governance mechanism on stock performance. *Journal of Security and Sustainability Issues*, 9(J). [https://doi.org/10.9770/jssi.2020.9.J\(12\)](https://doi.org/10.9770/jssi.2020.9.J(12))
- Nguyen, H. C., & Duong, H. K. (2025). The impact of sustainability reporting on firm value, financial performance, and Risk: An empirical study of Vietnam's listed companies. *Journal of Management and Governance*. <https://doi.org/10.1007/s10997-025-09746-y>

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Reyes, T., Vassolo, R. S., Kausel, E. E., Torres, D. P., & Zhang, S. (2022). Does overconfidence pay off when things go well? CEO overconfidence, firm performance, and the business cycle. *Strategic Organization*, 20(3), 510–540. <https://doi.org/10.1177/1476127020930659>
- Salama, A. A., Bilal, A. O. A., Gamer, S. D., Alzahrani, A. S., Jawadi, R. H., & Alamri, S. M. (2026). How ESG performance and sustainability governance shape SDGs disclosure and firm value: Evidence from OECD firms. *Sustainability (Switzerland)*, 18(5). <https://doi.org/10.3390/su18052474>
- Song, Z., Zhang, Y., & Ni, M. (2025). CEO narcissism and corporate ESG performance. *China Accounting and Finance Review*, 27(4), 1–32. <https://doi.org/10.1108/CAFR-07-2024-0104>
- Spence, M. (1973). Job market signaling. *Quarterly Journal of Economics*, 87(3). <https://doi.org/10.2307/1882010>
- Sumiyana, S., Na'im, A., Nugroho, A. H. L., & Kurniawan, F. (2023). Multiple measurements of CEOs' overconfidence and future earnings management: evidence from Asia-Pacific developing countries. In *Humanities and Social Sciences Communications* (Vol. 10, Number 1). <https://doi.org/10.1057/s41599-023-02279-5>
- Tang, H. W., & Chang, C. C. (2024). CEO overconfidence, risk-taking, and firm value: Influence of incentive compensation and financial constraints. *North American Journal of Economics and Finance*, 69. <https://doi.org/10.1016/j.najef.2023.102034>
- Tobing, R. A., Zuhrotun, Z., & Rusherlistyani, R. (2019). Pengaruh kinerja keuangan, ukuran perusahaan, dan good corporate governance terhadap pengungkapan sustainability report pada perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam bursa efek indonesia. *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 3(1). <https://doi.org/10.18196/rab.030139>
- UNDP Indonesia. (n.d.). *The SDGs in action*. Retrieved April 12, 2026, from <https://www.undp.org/indonesia/sustainable-development-goals>
- Uppal, N. (2020). CEO narcissism, CEO duality, TMT agreeableness and firm performance: An empirical investigation in auto industry in India. *European Business Review*, 32(4). <https://doi.org/10.1108/EBR-06-2019-0121>
- Vitanova, I. (2021). Nurturing overconfidence: The relationship between leader power, overconfidence and firm performance. *Leadership Quarterly*, 32(4). <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2019.101342>
- Wang, Y., Han, Y., Du, Q., & Hou, D. (2023). Executive overconfidence and corporate environmental, social, and governance performance. *Sustainability (Switzerland)*, 15(21). <https://doi.org/10.3390/su152115570>
- Welang, M. D. C., Hendri, J., & Kim, S. S. (2026). Managerial overconfidence and ESG performance: financial policy channels in an emerging market. *Journal of Risk and Financial Management*, 19(5). <https://doi.org/10.3390/jrfm19050374>

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Wu, S., Li, X., Du, X., & Li, Z. (2022). The impact of ESG performance on firm value: The moderating role of ownership structure. *Sustainability (Switzerland)*, 14(21).
<https://doi.org/10.3390/su142114507>
- Yilmaz, N., & Mazzeo, M. A. (2014). The effect of CEO overconfidence on turnover abnormal returns. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 3, 11–21.
<https://doi.org/10.1016/j.jbef.2014.07.001>
- Yook, K. H., & Lee, S. Y. (2020). Chief executive officer narcissism and firm value: The mediating role of corporate social responsibility in the South Korean context. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(4).
<https://doi.org/10.1002/csr.1918>

