

## CSR dan Kinerja Keuangan Perusahaan Publik Terdaftar di Malaysia

Jayadi<sup>1\*</sup>, Iriana Wihardja<sup>1</sup>, Novita Yolanda<sup>1</sup>  
<sup>1</sup>Sekolah Tinggi Manajemen Labora, Jakarta  
\*e-mail: 7ayadi@gmail.com

### **Abstract**

*Implementing a corporate social responsibility (CSR) strategy is believed to bring financial benefits to businesses while also enhancing their corporate image. However, there are numerous reasons for engaging in CSR activities. It is clear that CSR involvement requires substantial financial and resource investment, which can impact a company's profit margins. Nonetheless, CSR efforts have been shown to boost a company's reputation and present a positive image to stakeholders. Although businesses incur costs, these investments are expected to yield increased profits and strengthen shareholder trust and confidence. This study aims to examine the effect of CSR on the financial performance of selected sectors that contribute to Malaysia's economy. Using a quantitative approach, this research analyzes secondary data collected through Stata 14 SE software, covering the period from 2016 to 2020 for 124 publicly listed Malaysian companies in the construction, industrial products and services, consumer products and services, plantation, and energy sectors. The study reveals that CSR has an insignificant impact on the return on assets (ROA) of these companies. However, the findings also indicate that CSR significantly affects financial performance when measured by net profit margin (NPM) in these sectors.*

**Keywords:** CSR, financial performance, public listed company, Malaysia

### **1. Pendahuluan**

Praktik CSR oleh bisnis di Malaysia bukanlah hal baru. CSR dipandang sebagai perhatian strategis oleh banyak perusahaan terbuka. Perusahaan mengadopsi CSR ke dalam agenda tata kelola perusahaan mereka untuk menjadi warga korporat yang baik di pasar modal Malaysia (Yusoff & Adamu, 2016). CSR di Malaysia secara konvensional didirikan oleh beberapa perusahaan pada tahun 1970-an. Pada pergantian abad, CSR telah menyebar sejalan dengan revolusi CSR di negara-negara Asia lainnya (Ismail et al., 2015). Sejak diperkenalkan di Malaysia hingga sekarang, telah terjadi evolusi yang cepat dalam penerapan CSR. Banyak peluang ada untuk mendukung upaya CSR organisasi yang dapat membantu mencapai tujuan organisasi dan memberi manfaat bagi masyarakat (Azid & Tahir, 2019).

Ditemukan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) meningkatkan merek perusahaan yang meningkatkan pengembalian saham dan kinerja keuangan jangka panjang. Reputasi yang kuat memungkinkan bisnis membangun hubungan yang kuat dengan pemangku kepentingan mereka yang mengurangi kebutuhan akan langkah-langkah perlindungan dan memungkinkan tingkat kepercayaan yang tinggi menggantikan mekanisme tata kelola. Akibatnya, CSR meningkatkan reputasi perusahaan dan mengurangi biaya transaksi yang berdampak positif pada kinerja (Mohyletska, 2023).

Perusahaan besar di negara-negara maju sekarang secara rutin terlibat dalam CSR, sementara di negara-negara berkembang topik ini masih diperdebatkan. Tidak diragukan lagi, berpartisipasi dalam CSR memerlukan komitmen finansial dan sumber daya yang signifikan yang akan mengurangi margin keuntungan perusahaan. Lebih jauh lagi, daripada bertanggung jawab secara sosial, sumber daya di pasar bisnis yang kompetitif saat ini perlu dimanfaatkan dan dialokasikan sepenuhnya dengan cerdas untuk menghasilkan pendapatan perusahaan. Mayoritas bisnis di negara-negara berkembang berpartisipasi dalam CSR sebagai akibat dari persyaratan hukum dan pengakuan merek yang lebih baik. Tampaknya tidak jelas apakah kinerja keuangan perusahaan akan berdampak positif atau negatif oleh upaya CSR-nya.

Perusahaan dapat menekankan keberadaan penting mereka di negara tersebut dengan menerapkan kegiatan CSR. Merehabilitasi dan merekonstruksi peran kegiatan CSR dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan memberikan gambaran positif kepada pemangku kepentingan. Meskipun perusahaan harus berkontribusi secara finansial, pengeluaran tersebut akan terbayar dalam bentuk peningkatan keuntungan dan kepercayaan serta keyakinan pemegang saham (Radzi et al., 2020).

Inisiatif CSR bisa mahal dan mereka mungkin bersaing dengan pengeluaran bisnis lain yang dialokasikan untuk inisiatif pemasaran seperti iklan dan pembuatan produk baru. Wajar jika bisnis khawatir tentang bagaimana CSR akan mempengaruhi mereka secara finansial (Bhardwaj et al., 2018). Menjadi bertanggung jawab secara sosial datang dengan biaya, oleh karena itu agar menjadi strategi bisnis yang berkelanjutan, manfaat juga harus dihasilkan. Sebuah organisasi tidak dapat melanjutkan dengan struktur yang terus menerus menghasilkan pendapatan negatif. Investor menginvestasikan uang mereka dengan harapan mencapai pengembalian tertinggi dengan risiko seimbang. Oleh karena itu, agar kesadaran sosial berkelanjutan, hal itu harus menghasilkan semacam manfaat. Untuk menjaga praktik CSR tetap ada di perusahaan, praktik tersebut harus memberikan beberapa jenis keuntungan bagi perusahaan sebagai imbalan atas upaya tersebut (Menezes, 2019). Oleh karena itu, penelitian ini mencoba membenarkan dampak pengeluaran CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan terbuka di Malaysia.

Penelitian ini mencoba mengkaji dampak CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan di berbagai sektor perusahaan terbuka di Malaysia. Penelitian ini menyelidiki bagaimana pengeluaran CSR dapat mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan di lima sektor terpilih yang membantu perkembangan ekonomi Malaysia. Studi ini akan signifikan dalam mengidentifikasi dampak pengeluaran CSR organisasi terhadap kinerja keuangan perusahaan dan bagaimana bisnis harus menerapkan praktik CSR dalam perusahaan untuk mempertahankan dampak baik CSR dan mengatasi dampak buruk CSR demi pertumbuhan bisnis.

## 2. Tinjauan Pustaka

Salah satu komponen kunci yang dibutuhkan untuk sukses di pasar adalah tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR. Sejak diperkenalkan di Malaysia hingga sekarang, telah terjadi evolusi yang cepat dalam penerapan CSR. Banyak peluang ada untuk mendukung upaya CSR organisasi yang dapat membantu mencapai tujuan organisasi dan memberi manfaat bagi masyarakat (Azid & Tahir, 2019). Untuk mencapai tujuan bisnis, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) telah menjadi instrumen signifikan dalam menggambarkan eksekutif bisnis dan hubungan perusahaan. Ini telah menjadi bagian dari pemeliharaan perkembangan perusahaan dan kelangsungan strategi. Menurut Ahmad et al. (2017), manajer memiliki tanggung jawab untuk membuat keputusan dan mengambil tindakan yang meningkatkan kepentingan organisasi dan masyarakat secara keseluruhan.

Meskipun komunitas bisnis memainkan peran besar dalam program CSR, terutama mengingat ketidakpastian ekonomi yang diakibatkan oleh pandemi COVID-19, bisnis mungkin kesulitan menyumbangkan uang dan sumber daya lainnya kepada mereka yang membutuhkan. Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dipandang sebagai pendekatan strategis dengan kemampuan untuk meningkatkan kinerja keuangan, reputasi, pengenalan merek, dan hubungan pelanggan perusahaan. Ini bukan hanya tentang melakukan perbuatan baik atau bertanggung jawab secara sosial. Bisnis yang menggunakan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) untuk memenuhi kebutuhan sosial dan kelangsungan hidup akan membangun semacam "kekebalan" yang dapat melindungi operasi mereka selama penurunan ekonomi. Membangun kerangka kerja CSR yang kuat dan bertanggung jawab akan bermanfaat bagi bisnis (Radzi et al., 2020).

CSR juga memberikan keunggulan kompetitif dalam penjualan. Era informasi telah memungkinkan pelanggan modern membuat pilihan yang terinformasi dengan baik saat melakukan pembelian. Tidak mengherankan, posisi etis perusahaan dan pernyataan tujuan pribadi memainkan peran dalam proses pemilihan. Pada tahun 2017, dari sebuah studi yang dilakukan oleh Cone Communications, 87% responden menyatakan mereka bersedia membeli barang atau jasa jika perusahaan tersebut mengambil sikap terhadap masalah sosial. Ini dapat membuktikan bahwa CSR memang membangun citra perusahaan di antara pemangku kepentingan sebagai perusahaan yang peduli terhadap masyarakat mereka (Lim, 2023). Dari sini, hal ini dapat mengarah pada kinerja keuangan yang lebih baik bagi perusahaan.

Sebagian besar penelitian menurut analisis literatur di atas mengklaim bahwa pengungkapan CSR mempengaruhi kinerja keuangan. Oleh karena itu, hipotesis berikut untuk penelitian kami:

**H1:** Ada dampak signifikan CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan dari sektor-sektor terpilih perusahaan terbuka di Malaysia.

### 3. Metodologi

Sampel penelitian ini terdiri dari perusahaan terbuka di Malaysia dari lima sektor: konstruksi, produk konsumen dan jasa, energi, produk industri dan jasa, dan perkebunan. Sampel akhir terdiri dari 124 perusahaan dari lima sektor terpilih setelah menghapus perusahaan yang tidak mengungkapkan data CSR yang diperlukan dalam laporan keuangan mereka dan perusahaan yang dianggap sebagai pencilan dalam analisis data. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari laporan tahunan perusahaan yang diakses dari Bursa Malaysia.

#### 3.1 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

CSR dapat dinilai dari jumlah uang yang dihabiskan untuk kegiatan CSR seperti sumbangan sukarela dan kontribusi amal untuk meningkatkan kesejahteraan sosial dan lingkungan pemangku kepentingan (Gbadamosi, 2016). Metode pengukuran CSR yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengukuran biaya CSR perusahaan yang diukur dengan rasio CSR yang didasarkan pada persentase biaya CSR terhadap total pendapatan perusahaan.

#### 3.2 ROA

Return on assets (ROA) adalah statistik untuk menentukan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dari asetnya. ROA dapat digunakan untuk memprediksi keuntungan di masa depan dan mengevaluasi potensi keuntungan perusahaan di masa lalu (Ndlovu, 2019). Tingginya return on assets (ROA) menunjukkan bahwa perusahaan akan menghasilkan lebih banyak uang dari asetnya dan bahwa aset tersebut digunakan untuk menghasilkan pendapatan secara efektif.

#### 3.3 NPM

Firman dan Salvia (2021) berpendapat bahwa net profit margin (NPM) digunakan untuk melihat sejauh mana kemampuan perusahaan dalam memaksimalkan penjualan dapat menghasilkan laba bersih yang signifikan dengan net profit margin. Perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR yang lebih tinggi memiliki reputasi yang lebih baik daripada perusahaan yang tidak melakukan CSR. Publik telah tumbuh menjadi lebih percaya pada perusahaan sebagai target konsumen dan investor, sehingga memudahkan bisnis untuk meningkatkan produktivitas dan jangkauan pemasaran. Akibatnya, baik pertumbuhan laba maupun NPM akan terdorong (Fajarini & Nikmah, 2020).

#### 3.4 Kerangka Konsep

Teori pemangku kepentingan dipilih sebagai kerangka teoretis untuk memeriksa bagaimana upaya CSR dalam industri menghasilkan ROA dan NPM yang bermanfaat. Teori ini juga berfungsi sebagai lensa untuk melihat temuan dan memberikan rekomendasi. Teori pemangku kepentingan berkaitan dengan anggota atau peserta dalam suatu organisasi yang mengembangkan standar dan diharapkan mendapatkan keuntungan dari implementasinya (Gilbert & Rasche, 2008). Teori pemangku kepentingan adalah konsep fundamental dalam tanggung jawab sosial perusahaan. Pada tahun 1970, Freeman memperkenalkan teori pemangku kepentingan yang menyatakan bahwa manajer harus memuaskan berbagai pemangku kepentingan, termasuk karyawan, konsumen, pemasok, komunitas lokal, dan perusahaan. Menurut Teori Pemangku Kepentingan, tidak cukup bagi manajer untuk hanya fokus pada kebutuhan pemegang saham atau pemilik perusahaan (Akinleye et al., 2018).

Teori pemangku kepentingan mengakui banyak kelompok dalam masyarakat kepada siapa suatu organisasi mungkin memiliki tanggung jawab. Teori pemangku kepentingan adalah teori etika perusahaan dan manajemen organisasi yang berfokus pada masalah moral dan nilai untuk meningkatkan profitabilitas bisnis. Dalam pandangan tradisional dan pemegang saham tentang perusahaan, pemegang saham, atau pemangku kepentingan, adalah pemilik, dan perusahaan memiliki kewajiban finansial untuk memenuhi kebutuhan mereka terlebih dahulu, seperti meningkatkan profitabilitas (Akinleye et al., 2018).

Teori pemangku kepentingan, di sisi lain, berargumen bahwa pihak lain harus dipertimbangkan dalam menambah nilai pada perusahaan dan meningkatkan keuntungan, yang dapat dicapai melalui tanggung jawab sosial perusahaan kepada badan pemerintahan, kelompok politik, asosiasi dagang, serikat pekerja, komunitas, pemodal, pemasok, karyawan, dan pelanggan. Konsep pemangku kepentingan menawarkan perspektif baru tentang manajemen strategis. Manajemen strategis dapat membantu perusahaan mendapatkan kembali pijakannya dan kembali ke profitabilitas (Akinleye et al., 2018).

Kerangka konseptual penelitian ini dibangun berdasarkan tinjauan pustaka seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1. Penelitian ini akan membangun model kerangka konseptual yang akan menganalisis hubungan antara CSR dan FFP, termasuk variabel kontrol dalam hal ukuran perusahaan (log natural dari total aset perusahaan) dan likuiditas perusahaan (aset perusahaan yang dapat dengan cepat diubah menjadi uang tunai). Hubungan antara CSR dan FFP akan diselidiki menggunakan analisis regresi. Variabel independennya adalah logaritma natural dari pengeluaran CSR, yang terdiri dari jumlah total dua dimensi: kontribusi kepada komunitas dan manfaat bagi karyawan, sedangkan variabel dependen adalah kinerja keuangan perusahaan, yang diwakili oleh ROA (Return on Asset) dan Net Profit Margin (NPM). Data yang dikumpulkan dalam Microsoft Excel akan dianalisis menggunakan Stata 14 SE. Hipotesis umum penelitian ini didasarkan pada kerangka ini:



**Gambar 1.** Kerangka Konsep

### 3.5 Model Regresi

Dampak variabel kontrol seperti ukuran perusahaan dan likuiditas perusahaan terhadap kinerja perusahaan diteliti menggunakan analisis regresi berganda untuk menentukan hubungan antara Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dan kinerja perusahaan dalam hal Return on Assets (ROA) dan Net Profit Margin (NPM). Model regresi berganda memungkinkan kita untuk melacak variabel-variabel yang secara langsung mempengaruhi variabel dependen, sehingga memungkinkan. Model regresi untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\text{Model 1: } ROA_{i,t} = \alpha_{i,t} + \beta_1 CSR_{i,t} + \beta_2 SIZE_{i,t} + \beta_3 LIQ_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

$$\text{Model 2: } NPM_{i,t} = \alpha_{i,t} + \beta_1 CSR_{i,t} + \beta_2 SIZE_{i,t} + \beta_3 LIQ_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

dimana:

Variabel bebas: CSR = Corporate Social Responsibility

Variabel terikat: ROA = Return on Assets; NPM = Net Profit Margin

Variabel control: LIQ = Likuiditas Perusahaan; SIZE = natural logarithm of total asset

## 4. Hasil Penelitian

### 4.1 Uji Deskriptif

Tabel 1 menunjukkan hasil ringkasan statistik dari variabel kuantitatif, yaitu ROA, NPM, CSR, ukuran perusahaan, dan likuiditas perusahaan. Tabel 1 menyajikan statistik deskriptif untuk 124 perusahaan yang terdaftar di Bursa Malaysia dari sektor konstruksi, energi, produk dan layanan konsumen, produk dan layanan industri, serta perkebunan, selama periode lima tahun dari 2016 hingga 2020, dengan total 620 observasi tahun-perusahaan.

**Tabel 1.** Hasil Uji Deskriptif

Variable	Mean	Maximum	Minimum	Std. Deviation
ROA	0.0555	0.5076	-0.2447	0.0757
NPM	6.6220	32.5300	-28.9200	8.7575
CSR	1.9722	13.5111	-12.5439	3.0358
SIZE	8.7589	10.3959	6.5400	0.6557
LIQ	2.9420	19.7971	0.0398	2.9119

Analisis data mengungkapkan bahwa untuk SIZE, yang mewakili rasio ukuran perusahaan, SIZE memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu 8,7589. Ini menunjukkan bahwa perusahaan rata-rata mengalokasikan 8,7589 dari asetnya untuk kegiatan CSR, dengan ukuran perusahaan minimum sebesar 6,5400 dan ukuran perusahaan maksimum sebesar 10,3959. Selanjutnya, diikuti oleh NPM dengan rata-rata 6,6220, yang mengungkapkan bahwa perusahaan yang dipilih dari sektor konstruksi menghasilkan keuntungan rata-rata sebesar 6,6220 setiap tahun dari penjualannya dengan deviasi standar sebesar 8,7575. Nilai minimum NPM untuk perusahaan terdaftar di Malaysia dari sektor konstruksi adalah -28,9200 dan nilai maksimum NPM adalah 32,5300. Selain itu, LIQ, yang mewakili likuiditas perusahaan, memiliki nilai rata-rata 2,9420 dan deviasi standar 2,9119, menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban atau utangnya adalah 2,9420, dengan nilai minimum likuiditas perusahaan sebesar 0,0398 dan nilai maksimum likuiditas perusahaan sebesar 19,7971.

Sementara itu, untuk komponen CSR, yang mewakili logaritma natural dari jumlah pengeluaran CSR, nilai rata-rata yang diperoleh dari pengujian adalah 1,9722 dan deviasi standar adalah 3,0358. Ini berarti bahwa perusahaan publik terdaftar di Malaysia yang dipilih dari sektor konstruksi telah menghabiskan sekitar 1,9722 dalam nilai uang untuk kegiatan CSR mereka dalam kontribusi kepada masyarakat dan karyawan, di mana jumlah pengeluaran CSR minimum yang dilaporkan adalah -12,5439 dan jumlah pengeluaran CSR maksimum adalah 13,5111. Untuk ROA, nilai rata-ratanya adalah 0,0555, yang berarti bahwa perusahaan publik terdaftar di Malaysia dari lima sektor yang dipilih memperoleh keuntungan rata-rata sebesar 0,0555 dengan memanfaatkan asetnya. Nilai minimum ROA dilaporkan sebagai -0,2447 dengan profitabilitas tertinggi yang dilaporkan sebagai 0,5076, dengan deviasi standar sebesar 0,0757.

## 4.2 Analisis Data

### 4.2.1 Analisis Data untuk ROA

Tabel 2 menampilkan hasil analisis regresi antara variabel independen dan dependen untuk sektor konstruksi, yang mencakup data mengenai CSR, ukuran perusahaan, likuiditas perusahaan, dan variabel dependen yang diwakili oleh ROA, dalam menguji pengaruh CSR dan FP terhadap perusahaan publik terdaftar di Malaysia dari lima sektor yang dipilih. Analisis data panel dilakukan untuk model OLS gabungan, efek tetap, dan efek acak.

**Tabel 2.** Analisis Data Panel dengan ROA sebagai Variabel Terikat

Variables	Pooled OLS		Fixed Effects		Random Effects	
	Coefficient	P-value	Coefficient	P-value	Coefficient	P-value
CSR	0.0168	0.095	0.0017	0.143	0.0017	0.106
Size	0.0041	0.389	-0.0023	0.779	0.0007	0.905
Liquidity	0.0027	0.011	0.0022	0.144	0.0024	0.058
Constant	0.083	0.847	0.0656	0.359	0.0389	0.475
R <sup>2</sup>	0.0137		0.0107		0.0128	
P-value (F)	0.0371		0.2346			
F-test	2.84		1.43			
Chi-square					5.9700	0.1132
LM Test					451.30	0.0000
Hausman Test					0.38	0.9439

Menurut uji spesifikasi, model efek acak adalah model yang paling sesuai untuk investigasi ini. Hal ini dibuktikan oleh hasil Uji Breusch-Pagan LM, di mana P-value yang diperoleh adalah 0,0000, menunjukkan bahwa P-value lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, model efek acak dipilih. Selanjutnya, Uji Hausman dilakukan. Karena P-value yang diperoleh dari uji tersebut adalah 0,9439, lebih besar dari 0,05, maka model efek acak dipilih. Model efek acak ini mengungkapkan adanya korelasi serial; oleh karena itu, kesalahan standar yang robust digunakan dalam semua model, dan hasil untuk model robust dicatat.

Sejalan dengan temuan penelitian yang diamati dari analisis data, regresi menghasilkan koefisien untuk CSR sebesar 0,0017, dengan P-value sebesar 0,106, yang secara statistik tidak signifikan pada tingkat signifikansi 5%. Hasil ini menunjukkan bahwa CSR memiliki dampak positif yang tidak signifikan secara statistik terhadap kinerja keuangan yang diukur dengan ROA. Oleh karena itu, hipotesis nol diterima.

Model efek acak untuk sektor konstruksi dapat dijelaskan sebagai berikut, dengan  $\varepsilon$  mewakili bagian dari ROA yang tidak dapat dijelaskan.

$$ROA = 0,0017 \text{ CSR} + 0,0007 \text{ SIZE} + 0,0024 \text{ LIQ} + 0,0389 + \varepsilon \dots (1)$$

#### 4.2.2 Analisis Data untuk NPM

Tabel 3 menampilkan hasil analisis regresi antara variabel independen dan dependen untuk sektor konstruksi, yang mencakup data mengenai CSR, ukuran perusahaan, likuiditas perusahaan, dan variabel dependen yang diwakili oleh NPM, dalam menguji pengaruh CSR dan FP terhadap sektor konstruksi. Analisis data panel dilakukan untuk model pooling, efek tetap, dan efek acak.

**Tabel 3.** Analisis Data Panel dengan NPM sebagai Variabel Terikat

Variables	Pooled OLS		Fixed Effects		Random Effects	
	Coefficient	P-value	Coefficient	P-value	Coefficient	P-value
CSR	0.2228	0.0510	0.0352	0.0090	0.2935	0.0130
Size	1.1054	0.0400	-0.6323	0.5020	0.0929	0.8940
Liquidity	0.7171	0.0000	0.0474	0.7880	0.3173	0.0270
Constant	-5.6091	0.2470	11.3263	0.1710	4.2962	0.4900
R <sup>2</sup>	0.0569		0.0036		0.0400	
P-value (F)	0.0000		0.0625			
F-test	12.40		2.45			
Chi-square					10.61	0.0140
LM Test					405.93	0.0000
Hausman Test					9.95	0.0190

Menurut uji spesifikasi, model efek acak adalah model yang paling sesuai untuk investigasi ini. Hal ini dibuktikan oleh hasil Uji Breusch-Pagan LM, di mana P-value yang diperoleh adalah 0,000, menunjukkan bahwa P-value lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, model efek acak dipilih. Selanjutnya, Uji Hausman dilakukan. Karena P-value yang diperoleh dari uji tersebut adalah 0,0190, lebih kecil dari 0,05, maka model efek tetap dipilih. Model efek tetap ini mengungkapkan tidak adanya korelasi serial dan heteroskedastisitas.

Sejalan dengan temuan penelitian yang diamati dari analisis data, regresi menghasilkan koefisien untuk CSR sebesar 0,0352, dengan P-value sebesar 0,0090, yang secara statistik signifikan pada tingkat signifikansi 5%. Hasil ini menunjukkan bahwa CSR memiliki dampak positif yang signifikan secara statistik terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan NPM. Oleh karena itu, hipotesis nol ditolak.

Model efek acak untuk konstruksi dapat dijelaskan sebagai berikut, dengan  $\varepsilon$  mewakili bagian dari NPM yang tidak dapat dijelaskan.

$$NPM = 0,0352 CSR - 0,6323 SIZE + 0,0474 LIQ + 11,3263 + \varepsilon$$

## 5. Kesimpulan dan Saran

### 5.1 Kesimpulan

Menurut temuan studi ini, CSR menunjukkan dampak yang tidak signifikan terhadap kinerja keuangan, yang diukur dengan ROA dari perusahaan publik terdaftar di Malaysia. Hasil analisis dengan menggunakan ROA menerima hipotesis nol, H1o. Hasil ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh (Mansaray et al., 2017), yang menyarankan bahwa perusahaan akan mengalami biaya tambahan sebagai akibat dari dampak negatif tersebut. Oleh karena itu, di industri-industri tersebut, CSR tidak segera menghasilkan keuntungan finansial bagi perusahaan yang terlibat.

Menurut teori pemegang saham, dampak CSR terhadap kinerja keuangan tidak signifikan karena misi perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan pemegang saham, yang tidak sesuai dengan peningkatan pengeluaran untuk operasi tanggung jawab sosial, karena CSR dianggap sebagai biaya tambahan yang dapat menurunkan kinerja keuangan bagi beberapa perusahaan dan pemegang saham, karena inisiatif CSR dapat mahal dan bersaing dengan pengeluaran bisnis lain yang dialokasikan untuk inisiatif pemasaran seperti iklan dan pengembangan produk baru. Wajar jika bisnis khawatir tentang bagaimana CSR akan mempengaruhi mereka secara finansial (Bhardwaj et al., 2018), dan hasilnya

menunjukkan bahwa CSR memiliki hubungan yang tidak signifikan dengan kinerja keuangan perusahaan, yang dapat menjelaskan hasil studi ini.

Hasil untuk dampak CSR terhadap NPM di lima industri menunjukkan adanya dampak signifikan dari pengeluaran CSR terhadap NPM perusahaan publik terdaftar, sehingga hipotesis nol, H<sub>2o</sub>, ditolak dalam analisis dampak CSR terhadap NPM. Dari studi ini, kita dapat menyimpulkan bahwa bisnis dengan tingkat pengungkapan CSR yang lebih tinggi dipersepsikan lebih positif dibandingkan dengan yang memiliki tingkat pengungkapan lebih rendah (Fajarini & Nikmah, 2020). Kepercayaan publik yang meningkat terhadap bisnis, baik sebagai investor maupun sebagai pasar sasaran, telah memudahkan mereka untuk meningkatkan pemasaran dan produktivitas mereka. Hal ini akan mendorong peningkatan NPM dan kenaikan laba.

Kinerja perusahaan berkorelasi positif dengan tingkat pengungkapan CSR. Investasi perusahaan dalam CSR meningkatkan kinerja keuangan mereka dan memungkinkan mereka untuk tumbuh dengan cara yang berkelanjutan dalam jangka panjang. Dinyatakan bahwa dengan menjadikan perusahaan lebih kompetitif, konsep CSR membantu perusahaan dalam mencapai kinerja keuangan terbaik mereka di pasar yang sangat kompetitif. Telah ditemukan bahwa kinerja perusahaan meningkat ketika mereka mengeluarkan uang untuk inisiatif CSR. Selain itu, inisiatif CSR dapat membuka peluang bisnis baru dan meningkatkan reputasi perusahaan di masyarakat (Razali et al., 2018).

#### **4.2 Implikasi Praktis**

Studi ini juga dapat digunakan sebagai bukti bahwa investasi CSR pada karyawan dapat memberikan dampak positif pada operasi bisnis dan kinerja keuangan perusahaan dalam jangka panjang. Hal ini karena praktik CSR yang baik di tempat kerja, terutama terhadap karyawan, dapat membangun kepercayaan dan loyalitas karyawan serta meningkatkan kualitas kerja mereka untuk perusahaan. Ini juga dapat menciptakan citra positif bagi organisasi karena menunjukkan kepedulian mereka terhadap pemangku kepentingan. Dari praktik-praktik tersebut, investor akan memiliki persepsi bahwa perusahaan peduli terhadap pemangku kepentingan dan komunitas sambil terus menjalankan bisnisnya.

Studi ini juga dapat memberikan ide kepada manajer perusahaan bahwa praktik CSR seharusnya dilakukan sebagai investasi jangka panjang dan berkelanjutan, daripada meningkatkan pengeluaran perusahaan dan menjadi beban dalam jangka pendek. Perusahaan sebaiknya membangun kepercayaan di masyarakat dan menciptakan masyarakat yang lebih baik sebelum meningkatkan kinerja keuangan mereka.

#### **4.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran untuk Penelitian Selanjutnya**

Peneliti merekomendasikan agar perusahaan mencatat secara rinci dalam tabel pengeluaran CSR mereka terkait dengan aktivitas CSR, terutama kontribusi kepada masyarakat dan kegiatan karyawan. Total biaya yang telah dikeluarkan untuk setiap aktivitas harus dicatat agar memudahkan peneliti di masa depan yang tertarik mempelajari lebih lanjut tentang pengeluaran CSR perusahaan.

Akan lebih mudah bagi peneliti di masa depan atau pengguna laporan tahunan perusahaan jika perusahaan dapat mengungkapkan pengeluaran CSR atau investasi CSR dalam laporan tahunan mereka, pada akun Laba Rugi, sehingga pengeluaran CSR menjadi lebih transparan.

Perusahaan yang dipilih untuk studi ini tidak hanya berasal dari industri atau sektor tertentu. Mereka didasarkan pada peringkat, dengan hanya lima sektor teratas yang membantu dalam peningkatan ekonomi Malaysia yang dipertimbangkan. Analisis industri per industri untuk sektor lain yang tidak dipilih dalam studi ini dapat dilakukan untuk memberikan gambaran tentang sektor mana yang memiliki dampak terbesar pada pengeluaran CSR di masa depan. Indikator non-finansial dapat digunakan untuk memahami bagaimana orang merasa tentang pengeluaran CSR dan bagaimana hal itu mempengaruhi kinerja keseluruhan perusahaan.

Peneliti mengalami kesulitan dalam memperoleh data yang terpisah mengenai pengeluaran tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). CSR diakui sebagai tanggung jawab manajemen puncak di perusahaan

tertentu, membatasi akses ke data keuangan yang bersifat rahasia. Sebagian besar perusahaan tidak menyimpan catatan terpisah tentang alokasi yang tepat untuk CSR, sementara yang lain menyebarkan pengeluaran CSR di seluruh laporan tahunan mereka, sehingga data akurat sulit didapat. Kebanyakan perusahaan publik terdaftar mencakup pengeluaran CSR sebagai komponen dari biaya mereka, sementara yang lain mencantulkannya sebagai "biaya lain" dalam laporan laba rugi mereka. Namun, meskipun beberapa perusahaan mengakui pengeluaran CSR sebagai biaya, yang lain menganggapnya sebagai investasi. Sebagian besar perusahaan memang melaksanakan CSR, terutama dalam kontribusi kepada komunitas. Mereka memang menyebutkan kegiatan yang mereka adakan untuk membantu komunitas, tetapi perusahaan tidak mencantumkan jumlah kontribusi mereka. Ini adalah alasan mengapa studi ini hanya memiliki jumlah sampel yang kecil.

## Referensi

- Ahmad, N. B. J., Rashid, A., & Gow, J. (2017). Board meeting frequency and corporate social responsibility (CSR) reporting: evidence from Malaysia. *Corporate Board: Role, Duties and Composition*, 13(1), 87-99.
- Akinleye, D., Adedayo, F. T., & Akinleye, M. J. (2018). Corporate Social Responsibility, Profit After Tax and Return on Asset of Selected Multinational Companies: A Granger Causality Approach. *European Journal of Business and Management*, 10(9), 36-47.
- Azid, N. N. A., & Tahir, P. R. (2019). Corporate social responsibility environment in Malaysia: Lessons learned from the effectiveness of the CSR programme By Axiata group. *International Journal of Entrepreneurship*, 2(5), 72-82.
- Bhardwaj, P., Chatterjee, P., Demir, K. D., & Turut, O. (2018). When and how is corporate social responsibility profitable?. *Journal of Business Research*, 84, 206-219.
- Ismail, M., Alias, S. N., & Rasdi, R. M. (2015). Community as stakeholder of the corporate social responsibility programme in Malaysia: outcomes in community development. *Social Responsibility Journal*.
- Khan, R. E. A., & Aslam, I. (2017). Child immunization in Pakistan: Socio-institutional and regional aspects. *Asian Journal of Economic Modelling*, 5(1), 49-56.
- Lim, J. (2023). CSR in Malaysia: 6 Ways for Business to Make a Difference. <https://foundingbird.com/my/blog/corporate-social-responsibility-malaysia-forbusinesses>
- Masood, Z., & Pankaj, M. (2019). Corporate Social Responsibility and Competitive Advantage of Private Telecom Sector in Afghanistan. [https://www.researchgate.net/publication/334319257\\_Corporate\\_Social\\_Responsibility\\_and\\_Competitive\\_Advantage\\_of\\_Private\\_Telecom\\_Sector\\_in\\_Afghanistan\\_Dr\\_Pankaj\\_Meel](https://www.researchgate.net/publication/334319257_Corporate_Social_Responsibility_and_Competitive_Advantage_of_Private_Telecom_Sector_in_Afghanistan_Dr_Pankaj_Meel)
- Mohyletska, U. (2023). The effect of CSR on financial performance. *Ecohz*. <https://www.ecohz.com/blog/how-does-csr-affect-companies-financial-performance>
- Radzi, N. A. M., Lee, K. E., Hashim, H., Ali, A. F. M., Normaizatul Akma, S., & Hasbollah, H. R. (2020). Charity sees the need, not the cause: The strategies CSR during the pandemic outbreak. *Palarch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*
- Razali, M. W. M., Sin, W. H. S., Lunyai, J. A., Hwang, J. Y. T., & Yusoff, I. Y. M. (2018). Corporate social responsibility disclosure and firm performance of Malaysian public listed firms. *International Business Research*, 11(9), 86-95.