

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Profitabilitas (Studi pada Perusahaan Manufaktur Industri yang Terdaftar di Bursa Malaysia Tahun 2019-2023)

Siti Raihani Alyu Utami^{1*}

¹ Universitas Negeri Jakarta

*Corresponding Email: siti.raihanialyu@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Malaysia selama periode 2019–2023. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data panel yang bersumber dari laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan. Sampel ditentukan melalui teknik purposive sampling dan menghasilkan 62 perusahaan dengan total 310 observasi selama lima tahun. CSR diukur melalui analisis konten berdasarkan empat dimensi stakeholder, yaitu pegawai, produk atau pelanggan, masyarakat, dan lingkungan, sedangkan profitabilitas diproksikan dengan Return on Assets (ROA). Ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, leverage, umur perusahaan, dan likuiditas digunakan sebagai variabel kontrol. Data dianalisis menggunakan regresi data panel dengan bantuan STATA MP 17, sedangkan pemilihan model dilakukan melalui Uji Chow dan Uji Hausman yang menghasilkan Fixed Effect Model (FEM) sebagai model yang digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas yang diproksikan dengan ROA, sehingga hipotesis penelitian tidak dapat diterima. Uji robustness dengan mengganti proksi profitabilitas menjadi Return on Equity (ROE) menunjukkan hasil yang konsisten dengan model utama. Temuan ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR belum memberikan dampak langsung terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan selama periode penelitian. Implementasi CSR lebih tepat dipandang sebagai strategi jangka panjang untuk membangun reputasi, memperkuat hubungan dengan stakeholder, menciptakan nilai, dan mendukung keberlanjutan perusahaan.

Kata kunci: Corporate Social Responsibility; profitabilitas; Return on Assets; Fixed Effect Model; Bursa Malaysia.

Abstract: This study aims to analyze the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) on the profitability of manufacturing companies listed on Bursa Malaysia during the 2019–2023 period. The study employed a quantitative approach using panel data obtained from corporate annual reports and financial statements. The sample was selected using purposive sampling, resulting in 62 companies and a total of 310 observations over five years. CSR was measured through content analysis based on four stakeholder dimensions, namely employees, products or customers, communities, and the environment, while profitability was proxied by Return on Assets (ROA). Firm size, sales growth, leverage, firm age, and liquidity were included as control variables. The data were analyzed using panel data regression with STATA MP 17, while the Chow and Hausman tests were employed for model selection, resulting in the Fixed Effect Model (FEM) as the selected model. The results indicate that CSR has no significant effect on profitability as measured by ROA; therefore, the research hypothesis is not supported. A robustness test using Return on Equity (ROE) as an alternative profitability proxy produced results consistent with the main model. These findings indicate that CSR disclosure has not directly improved corporate profitability during the observation period. CSR implementation should therefore be viewed primarily as a long-term strategy for strengthening corporate reputation, stakeholder relationships, value creation, and business sustainability rather than as a means of generating short-term profitability.

Keywords: Corporate Social Responsibility; profitability; Return on Assets; Fixed Effect Model; Bursa Malaysia.

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis yang pesat dan kemajuan teknologi menuntut perusahaan untuk terus berinovasi agar mampu memenangkan persaingan usaha. Persaingan yang semakin ketat juga menuntut perusahaan untuk mengelola kegiatan usahanya secara efektif dan efisien agar dapat mempertahankan kelangsungan bisnis sekaligus mencapai tujuan perusahaan, salah satunya memaksimalkan kekayaan pemegang saham. Fokus yang terlalu besar terhadap kepentingan pemegang saham dapat mendorong eksploitasi sumber daya alam secara tidak terkendali serta menimbulkan berbagai persoalan lingkungan dan sosial. Keberhasilan perusahaan pada saat ini tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menghasilkan keuntungan, tetapi juga oleh kontribusi dan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan melalui *corporate social responsibility* (CSR) (Cahyono dan Rachmaniyah, 2020).

Corporate social responsibility merupakan komitmen perusahaan untuk berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. CSR juga dipahami sebagai komitmen perusahaan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui praktik bisnis yang baik serta kontribusi sumber daya yang dimiliki perusahaan (Elvadri et al. 2023). Perkembangan konsep CSR menunjukkan bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya ditujukan kepada pemegang saham (*shareholders*), tetapi juga kepada berbagai pemangku kepentingan, seperti masyarakat, konsumen, karyawan, pemasok, dan lingkungan hidup. Keberlanjutan perusahaan bergantung pada kemampuan perusahaan dalam menjaga keseimbangan antara keuntungan ekonomi, tanggung jawab sosial, dan perlindungan lingkungan (Azheri, 2011).

Pelaksanaan CSR pada dasarnya tidak terlepas dari kepentingan perusahaan untuk mempertahankan kinerja dan keberlanjutan bisnis. CSR dapat memberikan manfaat bagi perusahaan meskipun pelaksanaannya membutuhkan biaya karena kegiatan tersebut dapat meningkatkan citra perusahaan, membangun kepercayaan masyarakat, dan mendorong ketertarikan konsumen terhadap produk perusahaan. Program CSR yang mendukung strategi bisnis dan berorientasi pada kepuasan pelanggan juga dapat meningkatkan nilai perusahaan Ghanbarpour et al. (2024). Konsumen cenderung memberikan respons positif terhadap organisasi yang memiliki tanggung jawab sosial sehingga CSR dapat memperkuat reputasi sosial dan lingkungan serta daya saing perusahaan (Soschinski dan Rodrigues, 2022). Komitmen perusahaan terhadap CSR juga dapat meningkatkan loyalitas dan rasa memiliki karyawan terhadap perusahaan (Li dan Traiwannakij, 2024), sekaligus mengurangi risiko reputasi melalui pemenuhan harapan para pemangku kepentingan (Rangel-Pérez, 2023). Komitmen tersebut dapat mendorong keterlibatan karyawan dalam berbagai program CSR dan perilaku kerja yang lebih ramah lingkungan (Wang, 2023).

Pelaksanaan dan pengungkapan CSR pada perusahaan di Malaysia masih menjadi hal yang penting untuk dikaji. Survei CSR Bursa Malaysia terhadap *Public Listed Companies* (PLC) menunjukkan adanya perbedaan yang cukup besar dalam penerapan CSR. Sebagian perusahaan telah mampu mengintegrasikan CSR ke dalam kegiatan bisnis, tetapi sebagian lainnya masih memperoleh penilaian rendah. Hasil survei menunjukkan 11,5% perusahaan berada pada kategori buruk, 28,5% berada di bawah rata-rata, 27,5% berada pada kategori rata-rata, 19% berada di atas rata-rata, 9% berada pada kategori baik, dan hanya 4,5% berada pada kategori terkemuka (Wuryantoro dan Candra Ayu, 2024). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penerapan CSR sangat berkaitan dengan kesadaran dan komitmen manajemen perusahaan. Perbedaan kebijakan juga menyebabkan adanya variasi pengungkapan CSR antara perusahaan di Indonesia dan Malaysia. Pada konteks yang digunakan dalam penelitian terdahulu, CSR di Indonesia dinyatakan memiliki pengaturan yang lebih kuat melalui UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, sementara pengungkapan CSR perusahaan di Malaysia dinilai lebih bergantung pada inisiatif perusahaan (Cahyono dan Rachmaniyah, 2020).

Pemilihan perusahaan manufaktur industri di Malaysia juga didasarkan pada peranan sektor tersebut dalam kegiatan ekonomi. Penjualan sektor industri Malaysia pada Juli 2024 meningkat sebesar 9,1% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya hingga mencapai sekitar 157 miliar ringgit. Pertumbuhan tersebut terutama didorong oleh subsektor makanan, minuman, dan tembakau sebesar 16%, produk listrik dan elektronik sebesar 8,2%, serta kimia minyak bumi, karet, dan plastik sebesar 6,2%. Industri berorientasi ekspor yang menyumbang 72,3% dari total penjualan tumbuh sebesar 9,4%, sedangkan industri yang berorientasi pada pasar domestik tumbuh sebesar 8,4% (Kurmala, 2024). Kondisi tersebut menunjukkan tren positif sektor industri Malaysia sehingga menarik untuk dikaji dalam kaitannya dengan pelaksanaan CSR dan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan profitabilitas.

Hubungan antara CSR dan profitabilitas telah banyak diteliti, tetapi hasil penelitian sebelumnya masih menunjukkan temuan yang berbeda. Makmun (2019), Sari (2018), Arachchi dan Samarasinghe (2023), Li dan Traiwannakij (2024), Al-Haddad et al. (2022), Soschinski dan Rodrigues (2022), dan Wang (2023) menunjukkan bahwa CSR memberikan pengaruh positif terhadap kinerja maupun profitabilitas perusahaan. Hasil berbeda ditemukan oleh Erari dan Nurjanah (2021) yang menunjukkan bahwa penerapan CSR tidak berpengaruh terhadap *return on asset* (ROA) dan *return on equity* (ROE) pada perusahaan manufaktur subsektor *food and beverage*. Fariyah (2023) juga menemukan pengaruh negatif CSR terhadap profitabilitas, sementara Ghanbarpour et al. (2024) menunjukkan bahwa pengaruh CSR dapat berbeda sesuai dengan konteks pemangku kepentingan dan bisnis. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa CSR belum secara konsisten terbukti menjadi faktor yang memengaruhi profitabilitas perusahaan.

Perbedaan temuan tersebut juga berkaitan dengan metode, objek, periode, dan pengukuran yang digunakan dalam penelitian sebelumnya. Erari dan Nurjanah (2021) menggunakan analisis regresi linier sederhana, Fariyah (2023) menggunakan analisis regresi data panel, Sari (2018) menggunakan analisis regresi berganda *cross-section*, sedangkan Al-Haddad et al. (2022) menggunakan *mediating effect analysis*. Penelitian terdahulu juga dilakukan pada perusahaan dan kondisi yang berbeda sehingga masih terdapat ruang untuk menguji kembali hubungan CSR dan profitabilitas pada perusahaan manufaktur industri di Malaysia.

Penelitian ini menggunakan CSR sebagai variabel independen dengan mengacu pada kerangka *stakeholder* Clarkson (1995), yang mencakup dimensi pegawai, produk atau pelanggan, masyarakat, dan lingkungan. Kerangka tersebut digunakan untuk melihat sejauh mana perusahaan mengungkapkan tanggung jawabnya terhadap kelompok pemangku kepentingan yang berkaitan dengan keberlangsungan perusahaan. Profitabilitas sebagai variabel dependen diproksikan menggunakan *return on asset* (ROA) untuk menggambarkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba melalui aset yang dimiliki. Model penelitian juga memasukkan ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan *leverage* sebagai variabel kontrol (Kasmir, 2019), serta umur perusahaan (Zhang & Li, 2023) dan likuiditas (Chen & Wang, 2023). Penggunaan variabel kontrol tersebut ditujukan untuk memperoleh pengujian hubungan CSR dan profitabilitas yang lebih terarah.

Berdasarkan uraian tersebut, terdapat kesenjangan penelitian berupa belum konsistennya hasil empiris mengenai pengaruh CSR terhadap profitabilitas, adanya perbedaan metode analisis pada penelitian sebelumnya, serta masih terbatasnya penelitian yang secara khusus menguji perusahaan manufaktur industri yang terdaftar di Bursa Malaysia pada periode 2019–2023. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur industri yang terdaftar di Bursa Malaysia selama periode 2019–2023. Hasil penelitian diharapkan dapat memperkuat bukti empiris mengenai hubungan CSR dan profitabilitas sekaligus menjadi pertimbangan bagi perusahaan dalam mengembangkan pelaksanaan CSR serta bagi investor dalam menilai perusahaan.

Catatan penyuntingan: saya tidak mengurangi referensi formal yang ada di Pendahuluan skripsi. Sitasi Clarkson (1995), Kasmir (2019), Zhang dan Li (2023), serta Chen dan Wang (2023) juga tetap saya pertahankan karena memang dimasukkan penulis pada bagian akhir latar belakang. Frasa “menurut Untung” yang terdapat pada naskah asli belum saya jadikan sitasi karena di bagian tersebut tidak tercantum tahun dan saya tidak menemukan entri “Untung” dalam daftar pustaka; jadi lebih aman tidak membuat referensi yang tidak tersedia di skripsi. Sumber Clarkson dan Chen–Wang sendiri tercantum jelas dalam daftar pustaka skripsi.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi data panel. Unit analisis dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang bergerak di sektor industri barang konsumsi dan terdaftar di Bursa Malaysia selama periode 2019–2023. Data panel digunakan karena penelitian melibatkan beberapa perusahaan yang berbeda (*cross section*) selama beberapa tahun pengamatan (*time series*). Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh melalui laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan yang tersedia pada Bursa Malaysia dan situs resmi masing-masing perusahaan.

Populasi penelitian terdiri atas 106 perusahaan manufaktur industri yang terdaftar di Bursa Malaysia selama periode 2019–2023. Sampel ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria sampel meliputi perusahaan manufaktur industri yang terdaftar di Bursa Malaysia selama periode 2019–2023, memiliki saham aktif selama periode penelitian, serta mengungkapkan informasi *corporate social responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan selama periode 2019–2023.

Tabel 1. Sampel Penelitian Perusahaan Manufaktur Industri

No.	Keterangan	Jumlah
1	Perusahaan manufaktur industri terdaftar di Bursa Malaysia tahunan periode 2019–2023	106
2	Perusahaan manufaktur industri yang saham tidak aktif di Bursa Malaysia selama 2019–2023	34
3	Perusahaan yang tidak mengungkapkan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dari tahun 2019–2023	10
	Jumlah Sampel Akhir	62
	Total observasi 5 tahun × 62	310

Berdasarkan proses seleksi tersebut, jumlah akhir perusahaan yang memenuhi kriteria sampel adalah 62 perusahaan. Periode pengamatan selama lima tahun menghasilkan total 310 observasi. Pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan. Penelitian juga dilengkapi dengan studi kepustakaan melalui buku, jurnal ilmiah, artikel, dan referensi lain yang berkaitan dengan topik penelitian.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility* (CSR) yang diukur berdasarkan kerangka *stakeholder* Clarkson (1995). Pengukuran CSR dilakukan melalui analisis konten terhadap *annual report* atau *sustainability report* perusahaan. Setiap indikator diberikan skor 1 apabila diungkapkan dan skor 0 apabila tidak diungkapkan. CSR terdiri atas empat dimensi, yaitu CSR terhadap pegawai, produk atau pelanggan, masyarakat, dan lingkungan.

Dimensi CSR terhadap pegawai mencakup keselamatan dan kesehatan kerja, kesejahteraan dan tunjangan karyawan, serta pelatihan dan pengembangan karyawan. Dimensi produk atau pelanggan mencakup kualitas produk dan layanan, keamanan produk dan perlindungan konsumen, kebijakan pengembalian dan garansi, serta inovasi produk ramah lingkungan. Dimensi masyarakat mencakup program pengembangan masyarakat, donasi dan *sponsorship* sosial, serta keterlibatan dalam kegiatan sosial dan kemasyarakatan. Dimensi lingkungan mencakup pengelolaan limbah dan bahan berbahaya, pengurangan emisi gas rumah kaca dan polusi, kepatuhan terhadap regulasi lingkungan, serta pengurangan penggunaan bahan berbahaya dan upaya daur ulang. Skor CSR diperoleh dari rata-rata keempat dimensi tersebut.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah profitabilitas perusahaan yang diukur menggunakan *return on assets* (ROA). ROA digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui pemanfaatan total aset yang dimiliki. ROA diperoleh dengan membandingkan laba bersih perusahaan dengan total aset. Semakin tinggi nilai ROA menunjukkan semakin baik kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aset untuk menghasilkan laba (Kasmir, 2019; Pratiwi, 2024; Alexander, 2024).

Penelitian juga menggunakan lima variabel kontrol, yaitu ukuran perusahaan (*firm size*), pertumbuhan penjualan (*sales growth*), *leverage*, umur perusahaan (*firm age*), dan likuiditas. Ukuran perusahaan diukur berdasarkan total aset perusahaan, pertumbuhan penjualan berdasarkan perubahan penjualan dari satu periode ke periode berikutnya, sedangkan *leverage* menunjukkan perbandingan penggunaan utang terhadap ekuitas perusahaan (Kasmir, 2019). Umur perusahaan menunjukkan lama perusahaan beroperasi sejak didirikan dan diukur berdasarkan selisih tahun pengamatan dengan tahun pendirian perusahaan (Zhang & Li, 2023). Likuiditas menunjukkan kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendek dengan menggunakan aset lancar (Chen & Wang, 2023). Penjelasan variabel kontrol dalam penelitian juga mengacu pada Griselda (2018).

Analisis data dilakukan menggunakan STATA MP 17 dan Microsoft Excel. Analisis diawali dengan statistik deskriptif untuk mengetahui nilai rata-rata, standar deviasi, nilai minimum, dan maksimum dari masing-masing variabel penelitian (Budiarti, 2024). Pengujian dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov, uji multikolinearitas menggunakan nilai *tolerance* dan VIF, sedangkan uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui adanya ketidaksamaan varians residual (Ghozali, 2016).

Analisis regresi data panel mempertimbangkan tiga model, yaitu *Common Effect Model* (CEM), *Fixed Effect Model* (FEM), dan *Random Effect Model* (REM). Penentuan model terbaik dilakukan melalui Uji Chow, Uji Hausman, dan Uji Lagrange Multiplier (LM) mengacu pada Wooldridge (2021). Uji Chow digunakan untuk menentukan pilihan antara CEM dan FEM, Uji Hausman untuk menentukan pilihan antara FEM dan REM, sedangkan Uji LM digunakan untuk menentukan pilihan antara CEM dan REM. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t pada tingkat signifikansi 5%. Nilai signifikansi kurang dari 0,05 menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan, sedangkan nilai signifikansi lebih dari 0,05 menunjukkan tidak terdapat pengaruh yang signifikan (Ghozali, 2016).

Uji *robustness* dilakukan sebagai pengujian tambahan dengan mengganti proksi profitabilitas yang semula menggunakan *return on assets* (ROA) menjadi *return on equity* (ROE). Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah hasil penelitian tetap konsisten dan stabil setelah dilakukan perubahan proksi profitabilitas (Nurhayati, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil penelitian diawali dengan analisis statistik deskriptif untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik data yang digunakan. Analisis ini mencakup nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian. Statistik deskriptif juga digunakan untuk melihat penyebaran data dan kondisi umum variabel selama periode penelitian sebelum dilakukan analisis lebih lanjut. Hasil statistik deskriptif disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Statistik Deskriptif

<i>Variable</i>	<i>Obs</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Dev.</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>
CSR Disclosure Index	310	0,55	0,16	0,14	0,93
ROA (%)	310	1,28	5,91	-52,21	28,51
Firm Size (Total Aset)	310	2526,92	4650,29	41,06	23852
Sales Growth (%)	310	6.67	73,15	0,01	1289,17
Leverage (DER)	310	0,56	7,41	-112,01	57,33

Firm Age (Tahun)	310	33,41	12,98	7	87
Likuiditas (CR)	309	1,79	1,25	0,03	10,47

Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa jumlah observasi dalam penelitian sebanyak 310 data untuk seluruh variabel, kecuali variabel likuiditas yang memiliki 309 data. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki nilai rata-rata sebesar 0,55 dengan standar deviasi 0,16 yang menunjukkan adanya variasi tingkat pengungkapan CSR antarperusahaan. Profitabilitas yang diproksikan dengan ROA memiliki rata-rata sebesar 1,28 dengan standar deviasi 5,91. Nilai minimum ROA sebesar -52,21 dan maksimum sebesar 28,51 menunjukkan adanya perusahaan yang mengalami kerugian dan perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang relatif tinggi.

Variabel *Firm Size* memiliki rata-rata sebesar 2526,92 yang menunjukkan adanya perbedaan ukuran perusahaan dalam sampel penelitian. *Sales Growth* memiliki rata-rata sebesar 6,67 dengan standar deviasi 73,15 sehingga menunjukkan variasi pertumbuhan penjualan yang cukup tinggi. *Leverage* memiliki rata-rata sebesar 0,56, sedangkan *Firm Age* menunjukkan rata-rata umur perusahaan sebesar 33,41 tahun. Variabel likuiditas memiliki rata-rata sebesar 1,79, yang menunjukkan bahwa secara umum perusahaan memiliki kemampuan yang cukup baik dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya meskipun terdapat variasi antarperusahaan.

Pengujian selanjutnya dilakukan terhadap asumsi klasik. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah residual dalam model regresi memiliki distribusi normal. Pengujian dilakukan menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*. Hasil uji normalitas disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas		
<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov</i>		
<i>Smaller Group</i>	D	P-value
<i>Resid</i>	0,16	0,00
<i>Cumulative</i>	-0,16	0,00
<i>Combined K-S</i>	0,16	0,00

Hasil uji normalitas menunjukkan nilai probabilitas (*p-value*) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa residual pada model regresi tidak berdistribusi normal sehingga asumsi normalitas belum terpenuhi. Analisis data panel atau penelitian dengan jumlah sampel yang relatif besar, pelanggaran asumsi normalitas residual masih dapat ditoleransi, terutama apabila analisis dilakukan menggunakan pendekatan estimasi yang *robust*.

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan linear yang kuat antarvariabel dalam model regresi. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai VIF dan 1/VIF dari masing-masing variabel. Hasil uji multikolinearitas disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas		
Variabel	VIF	1/VIF
Firm Age	1,05	0,95
CSR	1,05	0,95
Likuiditas CR	1,03	0,97
Firm Size Total	1,03	0,97
Leverage DER	1,01	0,99
Sales Growth	1,01	0,99
Mean VIF	1,03	

Sumber: Data diolah Peneliti, (2025)

Berdasarkan Tabel 4.3, hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai Variance Inflation Factor (VIF) di bawah 10, yaitu Firm Age sebesar 1,05, CSR sebesar 1,05, Likuiditas (CR) sebesar 1,03, Firm Size sebesar 1,03, Leverage (DER) sebesar 1,01, dan Sales Growth sebesar 1,01, dengan mean VIF sebesar 1,03. Selain itu, nilai $1/VIF$ (tolerance) seluruh variabel berada di atas 0,10, yaitu berkisar antara 0,95–0,99. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat indikasi multikolinearitas antarvariabel independen dalam model penelitian, sehingga masing-masing variabel independen dapat digunakan secara simultan dalam analisis regresi.

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan varians residual antar-pengamatan dalam model regresi. Pengujian ini digunakan sebagai salah satu dasar untuk menilai kelayakan model regresi. Hasil uji heteroskedastisitas sebagai berikut.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

	Nilai
Chi2(1)	0,00
Prob > chi2	0,96

Sumber: Data diolah Peneliti, (2025)

Berdasarkan Tabel 4.4, hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai Chi2(1) sebesar 0,00 dengan nilai Prob > Chi2 sebesar 0,96. Nilai probabilitas tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 ($0,96 > 0,05$). Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) yang menyatakan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas tidak dapat ditolak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Artinya, varians residual dalam model relatif konstan pada berbagai tingkat nilai variabel independen. Dengan terpenuhinya asumsi homoskedastisitas tersebut, model regresi dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut karena tidak ditemukan indikasi bahwa ketidakkonstanan varians residual memengaruhi hasil estimasi model.

Pemilihan model regresi data panel dilakukan melalui Uji Chow. Pengujian ini digunakan untuk menentukan model yang lebih tepat antara *Common Effect Model* (CEM) dan *Fixed Effect Model* (FEM). Hasil Uji Chow disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Chow	
Prob > F	0,00

Hasil Uji Chow menunjukkan nilai Prob > F sebesar 0,00 atau lebih kecil dari 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *Fixed Effect Model* (FEM) lebih tepat digunakan dibandingkan *Common Effect Model*. Penggunaan FEM menunjukkan adanya perbedaan karakteristik individu (*cross-section*) yang perlu diperhitungkan dalam model penelitian.

Setelah Uji Chow menunjukkan bahwa *Fixed Effect Model* lebih tepat digunakan, pengujian dilanjutkan dengan Uji Hausman untuk menentukan model terbaik antara *Fixed Effect Model* (FEM) dan *Random Effect Model* (REM). Hasil Uji Hausman disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji Hausman	
Wald chi2(6)	26,47
Prob > chi2	0,00

Hasil Uji Hausman menunjukkan nilai Prob > chi2 sebesar 0,00 atau lebih kecil dari 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *Fixed Effect Model*

(FEM) merupakan model yang paling tepat digunakan dalam penelitian. FEM selanjutnya digunakan untuk menjelaskan hubungan antarvariabel dalam data panel penelitian.

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t dengan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel secara parsial terhadap variabel dependen. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Hasil Uji t (Uji Parsial)

ROA	Coefficient	Std. err.	t	P > t	95% conf. interval
CSR	1,09	2,15	0,51	0,61	-3,14 – 5,33
cons	0,68	1,23	0,55	0,58	-1,74 – 3,10

Sumber: Data diolah Peneliti, (2025)

Berdasarkan table tersebut, hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki nilai koefisien sebesar 1,09 dengan nilai t sebesar 0,51 dan nilai signifikansi ($P > |t|$) sebesar 0,61. Karena nilai signifikansi $0,61 > 0,05$, maka CSR secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Return on Assets (ROA). Meskipun koefisien CSR bernilai positif sebesar 1,09, pengaruh tersebut belum cukup kuat secara statistik untuk menunjukkan adanya pengaruh CSR terhadap ROA. Dengan demikian, H_0 diterima dan H_a ditolak. Sementara itu, nilai 95% confidence interval untuk koefisien CSR berada pada rentang -3,14 sampai 5,33. Rentang tersebut mencakup nilai nol, yang semakin memperkuat bahwa pengaruh CSR terhadap ROA tidak signifikan secara statistik. Adapun nilai konstanta (_cons) sebesar 0,68 dengan nilai t sebesar 0,55 dan nilai signifikansi $0,58 > 0,05$, sehingga konstanta juga tidak signifikan. Secara keseluruhan, hasil uji parsial menunjukkan bahwa CSR belum terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ROA pada tingkat signifikansi 5%.

Pengujian selanjutnya dilakukan melalui uji *robustness* untuk memastikan bahwa hasil penelitian tetap konsisten dan stabil apabila terdapat perubahan pada proksi variabel yang digunakan. Uji *robustness* dilakukan dengan mengganti proksi profitabilitas yang semula menggunakan *Return on Assets* (ROA) menjadi *Return on Equity* (ROE). Penggantian proksi tersebut bertujuan untuk menguji apakah hasil penelitian tetap konsisten setelah dilakukan perubahan pengukuran variabel (Nurhayati, 2020). Pengujian ini juga digunakan untuk memperkuat validitas hasil analisis sehingga kesimpulan penelitian tidak hanya bergantung pada satu metode pengukuran tertentu (Sukestiyarno & Agoestanto, 2017).

Tabel 9. Hasil Uji Robustness

Robust ROE	Coefficient	Std. err.	t	P > t	95% conf. interval
CSR	0,23	0,12	1,79	0,08	-0,02 – 0,49
cons	-0,18	0,07	-2,52	0,01	-0,33 – -0,03

Sumber: Data diolah Peneliti, (2025)

Berdasarkan hasil uji tersebut, menunjukkan bahwa variabel CSR memiliki nilai koefisien sebesar 0,23 dengan standard error sebesar 0,12 dan nilai t sebesar 1,79. Nilai $P > |t|$ sebesar 0,08, yang berarti lebih besar dari tingkat signifikansi 5% (0,05). Dengan demikian, CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROE pada tingkat signifikansi 5%. Meskipun demikian, koefisien CSR bernilai positif sebesar 0,23, yang menunjukkan arah hubungan positif antara CSR dan ROE. Interval kepercayaan 95% berada pada rentang -0,02 sampai 0,49, yang masih mencakup nilai nol sehingga semakin memperkuat bahwa pengaruh CSR terhadap ROE belum terbukti signifikan secara statistik pada tingkat 5%.

Sementara itu, nilai konstanta (_cons) sebesar -0,18 dengan standard error sebesar 0,07, nilai t sebesar -2,52, dan nilai $P > |t|$ sebesar 0,01. Hal ini menunjukkan bahwa konstanta berpengaruh signifikan pada tingkat signifikansi 5%. Interval kepercayaan 95% untuk konstanta berada pada rentang -0,33 sampai -0,03, yang seluruhnya bernilai negatif. Secara keseluruhan, hasil uji robustness menunjukkan bahwa setelah dilakukan pengujian dengan

pendekatan yang lebih tahan terhadap permasalahan pada standard error, pengaruh CSR terhadap ROE tetap tidak signifikan pada taraf 5%, meskipun arah koefisiennya positif.

Pembahasan

Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Profitabilitas

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan yang diproksikan dengan Return on Assets (ROA). Berdasarkan hasil uji parsial pada Tabel 4.7, CSR memiliki nilai koefisien sebesar 1,09 dengan nilai t sebesar 0,51 dan nilai signifikansi sebesar 0,61. Karena nilai signifikansi 0,61 lebih besar dari 0,05, maka CSR tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap ROA pada tingkat signifikansi 5%. Meskipun koefisien CSR menunjukkan arah positif, besarnya koefisien tersebut belum didukung oleh bukti statistik yang cukup untuk menyatakan bahwa peningkatan pengungkapan CSR diikuti oleh peningkatan profitabilitas perusahaan. Hasil tersebut juga diperkuat oleh interval kepercayaan 95% yang berada pada rentang -3,14 sampai 5,33 dan masih mencakup nilai nol.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur industri yang terdaftar di Bursa Malaysia selama periode 2019–2023 belum memberikan pengaruh langsung yang signifikan terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui aset yang dimilikinya. Dengan kata lain, perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR yang lebih tinggi tidak secara otomatis memiliki tingkat ROA yang lebih tinggi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pelaksanaan dan pengungkapan aktivitas CSR belum dapat dipandang sebagai faktor yang secara langsung menentukan profitabilitas perusahaan dalam periode penelitian.

Hasil penelitian ini dapat dijelaskan melalui karakteristik CSR yang tidak selalu memberikan manfaat finansial dalam jangka pendek. Pelaksanaan CSR dapat membutuhkan alokasi sumber daya berupa biaya, waktu, dan tenaga perusahaan, sedangkan manfaat dari aktivitas tersebut, seperti peningkatan reputasi, hubungan dengan stakeholder, kepercayaan masyarakat, dan loyalitas pelanggan, dapat membutuhkan waktu yang lebih panjang untuk tercermin dalam kinerja keuangan. Oleh karena itu, tidak signifikannya pengaruh CSR terhadap ROA tidak berarti bahwa CSR tidak memiliki manfaat bagi perusahaan, tetapi menunjukkan bahwa manfaat tersebut belum terbukti secara statistik memberikan pengaruh langsung terhadap profitabilitas pada periode pengamatan 2019–2023.

Temuan ini juga dapat dikaitkan dengan teori stakeholder yang digunakan dalam penelitian. Teori stakeholder menjelaskan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham, tetapi juga kepada berbagai pihak yang berkepentingan, seperti pegawai, pelanggan, masyarakat, dan lingkungan. Dalam penelitian ini, CSR diukur berdasarkan empat dimensi tersebut. Namun, pemenuhan kepentingan stakeholder tidak selalu menghasilkan peningkatan laba secara langsung. Hubungan yang baik dengan stakeholder dapat menjadi bagian dari strategi keberlanjutan perusahaan, tetapi dampaknya terhadap indikator keuangan seperti ROA dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor lain dan tidak selalu muncul dalam jangka pendek.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Erari dan Nurjanah (2021) yang menemukan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap ROA dan ROE pada perusahaan manufaktur sub sektor food and beverage. Hasil tersebut juga sejalan dengan Fariyah (2023) yang menemukan bahwa CSR tidak memberikan pengaruh positif terhadap profitabilitas dalam konteks penelitian yang dilakukan pada perusahaan BUMN di Indonesia. Selain itu, penelitian Cahyono (2020) yang membandingkan perusahaan manufaktur di Indonesia dan Malaysia juga menemukan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas yang diproksikan dengan ROE pada perusahaan manufaktur di kedua negara tersebut. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara CSR dan profitabilitas dapat berbeda

bergantung pada karakteristik perusahaan, periode penelitian, negara, metode pengukuran CSR, serta indikator profitabilitas yang digunakan.

Di sisi lain, hasil penelitian ini berbeda dengan beberapa penelitian terdahulu yang menemukan adanya pengaruh positif CSR terhadap profitabilitas, seperti Sholikhah (2022), Aprizal (2023), Purwanto (2023), dan Waaqi'ah (2021). Perbedaan hasil tersebut dapat terjadi karena adanya perbedaan karakteristik sampel, periode penelitian, metode pengukuran CSR, serta kondisi lingkungan bisnis pada masing-masing penelitian. Oleh karena itu, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa pengaruh CSR terhadap profitabilitas tidak bersifat seragam pada seluruh perusahaan dan periode pengamatan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan tidak terbukti. Walaupun koefisien CSR terhadap ROA bernilai positif sebesar 1,09, nilai signifikansi sebesar 0,61 menunjukkan bahwa hubungan tersebut tidak signifikan secara statistik. Dengan demikian, peningkatan pengungkapan CSR belum dapat dikatakan memberikan pengaruh langsung terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur industri yang terdaftar di Bursa Malaysia selama periode 2019–2023

Hasil Uji Robustness dengan Return on Equity (ROE)

Uji robustness dilakukan dengan mengganti proksi profitabilitas dari Return on Assets (ROA) menjadi Return on Equity (ROE). Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah hasil penelitian mengenai pengaruh CSR terhadap profitabilitas tetap konsisten ketika profitabilitas diukur menggunakan indikator yang berbeda.

Hasil uji robustness pada Tabel 4.8 menunjukkan bahwa CSR memiliki koefisien sebesar 0,23 dengan nilai t sebesar 1,79 dan nilai signifikansi sebesar 0,08. Karena nilai signifikansi 0,08 lebih besar dari 0,05, maka CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROE pada tingkat signifikansi 5%. Meskipun koefisien CSR bernilai positif, hasil tersebut belum memberikan bukti statistik yang cukup untuk menyatakan bahwa CSR berpengaruh terhadap profitabilitas yang diukur menggunakan ROE. Hal ini juga diperkuat oleh interval kepercayaan 95% sebesar -0,02 sampai 0,49 yang masih mencakup nilai nol.

Hasil robustness tersebut menunjukkan pola yang sejalan dengan hasil pengujian utama menggunakan ROA. Pada model utama, CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA dengan nilai p-value sebesar 0,61, sedangkan pada model robustness CSR juga tidak berpengaruh signifikan terhadap ROE dengan nilai p-value sebesar 0,08. Meskipun nilai koefisien pada kedua model sama-sama menunjukkan arah positif, hubungan tersebut belum mencapai tingkat signifikansi 5%.

Konsistensi hasil antara ROA dan ROE menunjukkan bahwa kesimpulan penelitian tidak berubah ketika ukuran profitabilitas perusahaan diganti. Dengan demikian, hasil penelitian memberikan indikasi bahwa tidak signifikannya pengaruh CSR terhadap profitabilitas bukan semata-mata disebabkan oleh penggunaan ROA sebagai proksi profitabilitas. Penggunaan ROE sebagai proksi alternatif juga menghasilkan kesimpulan bahwa CSR belum terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas.

Temuan tersebut memperkuat hasil penelitian utama bahwa pengungkapan CSR belum memberikan pengaruh langsung yang signifikan terhadap kinerja profitabilitas perusahaan manufaktur industri yang terdaftar di Bursa Malaysia selama periode 2019–2023. Namun, hasil ini tetap perlu dipahami dalam konteks periode penelitian dan karakteristik sampel yang digunakan. Tidak signifikannya pengaruh CSR terhadap ROA maupun ROE tidak berarti bahwa aktivitas CSR tidak memiliki manfaat bagi perusahaan, melainkan menunjukkan bahwa manfaat CSR terhadap kinerja keuangan belum terbukti secara statistik dalam periode pengamatan penelitian ini.

Berdasarkan hasil pengujian utama dan robustness, dapat disimpulkan bahwa hubungan CSR terhadap profitabilitas dalam penelitian ini memiliki arah koefisien yang positif, tetapi

tidak signifikan secara statistik, baik ketika profitabilitas diukur menggunakan ROA maupun ROE. Oleh karena itu, hasil penelitian lebih menunjukkan bahwa CSR belum menjadi faktor yang secara langsung memengaruhi profitabilitas perusahaan dalam jangka pendek pada perusahaan manufaktur industri yang terdaftar di Bursa Malaysia periode 2019–2023.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur industri yang terdaftar di Bursa Malaysia periode 2019–2023. Berdasarkan analisis regresi data panel dengan Fixed Effect Model (FEM), CSR memiliki koefisien sebesar 1,09 dengan nilai signifikansi 0,61, sehingga pengaruh CSR terhadap Return on Assets (ROA) tidak signifikan pada tingkat 5%. Dengan demikian, peningkatan pengungkapan CSR belum terbukti secara langsung meningkatkan profitabilitas perusahaan dalam periode penelitian.

Hasil uji robustness dengan menggunakan Return on Equity (ROE) sebagai proksi alternatif profitabilitas menunjukkan hasil yang konsisten dengan model utama. CSR memiliki koefisien sebesar 0,23 dengan nilai signifikansi 0,08, sehingga juga tidak berpengaruh signifikan terhadap ROE. Temuan ini memperkuat bahwa CSR belum menjadi faktor yang secara langsung memengaruhi profitabilitas, baik ketika diukur menggunakan ROA maupun ROE, dan manfaat CSR lebih berkaitan dengan penciptaan nilai, hubungan dengan stakeholder, serta keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Haddad, S., Sharabati, A. A. A., Al-Khasawneh, M., Maraqa, R., & Hashem, R. (2022). The Influence Of Corporate Social Responsibility On Consumer Purchase Intention: The Mediating Role Of Consumer Engagement Via Social Media. *Sustainability (Switzerland)*, 14(11). <https://doi.org/10.3390/Su14116771>
- Alexander, J. (2024). *Financial Management (Partner In Driving Performance And Value)*.
- Arachchi, H. A. D. M., & Samarasinghe, G. D. (2023). Influence Of Corporate Social Responsibility And Brand Attitude On Purchase Intention. *Spanish Journal Of Marketing - Esic*, 27(3), 389–406. <https://doi.org/10.1108/Sjme-12-2021-0224>
- Azheri, B. (2011). *Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary Menjadi Mandatory*. Pt Rajagrafindo Persada.
- Cahyono, D., & Rachmaniyah, A. (2020). Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Indonesia Dan Malaysia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 5(2), 264–284.
- Chen, X., & Wang, H. (2023). Liquidity Ratios And Market Valuation In Asian Firms. *Asian Economic And Financial Review*, 13(1), 22–37.
- Clarkson, M. B. E. (1995). A Stakeholder Framework For Analyzing And Evaluating Corporate Social Performance. *Academy Of Management Review*, 20(1), 92–117. <https://doi.org/10.5465/Amr.1995.9503271994>
- Elvadri, A. B., Karimah, A. U., Midaria, I. U., Shela, J. D., Deden, M., Adhani, M., & Susanti, N. M. (2023). Penerapan Csr (Corporate Social Responsibility) Pada Pt. Pertamina Dalam Meningkatkan Tanggung Jawab Lingkungan Perusahaan. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 223–231.
- Erari, A., & Nurjanah, F. (2021). Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Yang Tercatat Di Bei. *Jumabis (Jurnal Manajemen Dan Bisnis)*, 5(1), 14–19. <https://doi.org/10.55264/Jumabis.V5i1.71>
- Farihah, S. N. (2023). *Pengaruh Stuktur Modal, Rasio Aktivitas, Dan Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Bumn Di Indonesia Periode 2017-2021*. 1–135.
- Ghanbarpour, T., Crosby, L., Johnson, M. D., & Gustafsson, A. (2024). The Influence Of Corporate Social Responsibility On Stakeholders In Different Business Contexts. *Journal Of Service Research*, 27(1), 141–155. <https://doi.org/10.1177/10946705231207992>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program Ibm Spss 23* (Edisi Ke-8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, I. (2024). Pengaruh Sales Growth, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*.
- Kasmir. (2019). *Pengantar Manajemen Keuangan* (Edisi Ke-7). Kencana Prenada Media Group.
- Kurmala, A. (2024). Penjualan Manufaktur Malaysia Naik 9,1 Persen Pada Juli 2024. *Antara News*.
- Li, W., & Traiwannakij, S. (2024). *The 7 Th International Seminar On Business , Economics , Social Science ,*

- And The Influence Of Corporate Social Responsibility , Workplace Spirituality , And Positive Emotion On The Peripheral The 7 Th International Seminar On Business , Economics , Socia. 4.*
- Makmun, J. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 8(1), 1–16.
- Nurhayati, R. (2020). *Pengembangan Dan Validasi Metode Klt–Densitometri Untuk Penetapan Kadar Filantin Dalam Ekstrak Phyllanthus Niruri Menggunakan Desain Plackett-Burman Untuk Uji Robustness* [Disertasi Doktorat, Universitas Airlangga].
- Pratiwi. (2024). Analisis Return On Asset (Roa): Tinjauan Literatur Dan Implikasinya Dalam Pengukuran Kinerja Keuangan Perbankan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*.
- Rangel-Pérez, C., Fernández, M., & López, B. (2023). Study On The Strategic Influence Of Corporate Social Responsibility In The World's Most Digitised Banks. *Journal Of Open Innovation: Technology, Market, And Complexity*, 9(1), 100029. <https://doi.org/10.1016/J.Joitmc.2023.100029>
- Sari, I. P. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Pada Perusahaan Manufaktur Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016). *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Soschinski, C. K., & Rodrigues, M. M. (2022). Return On Share And The Influence Of Corporate Social Responsibility. *Revista De Gestao Social E Ambiental*, 16(1), 1–18. <https://doi.org/10.24857/Rgsa.V16.2856>
- Sukestiyarno, Y. L., & Agoestanto, A. (2017). Batasan Prasyarat Uji Normalitas Dan Uji Homogenitas Pada Model Regresi Linear. *Unnes Journal Of Mathematics*, 6(2), 168–177.
- Wang, T. (2023). *Word Cloud Analysis Of Corporate Reputation And The Influence Of Corporate Social Responsibility On Corporate Reputation*. (Icemme 2022), 180–184. <https://doi.org/10.5220/0012027700003620>
- Zhang, L., & Li, Y. (2023). Firm Age, Performance, And Value: Evidence From Emerging Markets. *International Journal Of Business Studies*, 18(1), 45–59.
- Wuryantoro, W., & Ayu, C. (2024). Profitabilitas Dan Nilai Tambah Produk Olahan Ubi Kayu Di Desa Sesaot Kecamatan Narmada Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Agrimansion*, 25(1), 89–97. <https://doi.org/10.29303/Agrimansion.V25i1.1634>