

Pengaruh CSR Score Terhadap Utang Dagang Pada Perusahaan Non-Jasa Keuangan di Negara ASEAN-5 = The Influence of CSR Score on Trade Credit in Non-Financial Services Companies in ASEAN-5 Countries

Ika Sukmawati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920540647&lokasi=lokal>

Abstrak

CSR berperan penting bagi perusahaan dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan dan peningkatan nilai perusahaan dimana reputasi yang baik dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi bisnis sedangkan reputasi yang buruk dapat menyebabkan hilangnya kepercayaan dari para pemangku kepentingan.

Perusahaan melakukan CSR untuk meningkatkan reputasi, keuntungan, dampak sosial, serta peningkatan kinerja. Hal yang mendasari timbulnya hubungan antara CSR dengan utang dagang, yaitu meningkatnya kelayakan kredit karena CSR dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan berkurangnya informasi asimetri sehingga dinilai layak dan pemasok lebih bersedia memberikan utang dagang. Penelitian ini menginvestigasi pengaruh CSR *score* dan utang dagang pada perusahaan non-jasa keuangan di negara ASEAN-5. Dengan menggunakan analisis data panel, sampel yang digunakan sebanyak 643 perusahaan publik di Indonesia, Malaysia, Singapura, Thailand dan Filipina dari tahun 2013 - 2022 dengan jumlah observasi sebanyak 6.375 tahun perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan non-linear antara CSR *score* dan utang dagang. Temuan ini menunjukkan bahwa pemasok akan lebih mudah memberikan utang dagang pada perusahaan yang memiliki CSR *score* yang terus membaik. Penelitian lebih lanjut diperoleh informasi bahwa ukuran perusahaan memoderasi hubungan non-linear tersebut. Penelitian ini berkontribusi pada literatur yang ada dengan menunjukkan bahwa pengaruh CSR *score* terhadap utang dagang tidak bersifat linier dan dapat dipengaruhi oleh ukuran perusahaan.CSR plays an important role for companies in achieving sustainable development goals and increasing corporate value where a good reputation can provide a competitive advantage for businesses while a bad reputation can lead to loss of trust from stakeholders. Companies engage in CSR to improve their reputation, profitability, social impact, and performance. Underlying the relationship between CSR and trade credit is an increase in creditworthiness because CSR can improve the company's reputation and reduce asymmetric information so that it is considered feasible and suppliers are more willing to provide trade credit. This study investigates the effect of CSR score and trade credit on non-financial services firms in ASEAN-5 countries. Using panel data analysis, the sample used is 643 public companies in ASEAN-5 countries from 2013 - 2022 with a total of 6,375 firm-year observations. The results show that there is a non-linear relationship between CSR score and trade credit. This finding suggests that suppliers will be more likely to provide trade credit to companies that have an improving CSR score. Further research obtained information that firm size moderates the non-linear relationship. This study contributes to the existing literature by showing that the effect of CSR score on trade credit is not causal.