

Dampak Pandemi COVID-19 pada CSR Spending Perusahaan Go Public di Indonesia: Studi pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI

Penulis:

Suhita Whini
Setyahuni¹,
Rr. Wulan Indri
Widiar²

Afiliasi:

Universitas Dian
Nuswantoro¹,
Universitas PGRI
Semarang²

Korespondensi:

whinihita@dsn.dinus.ac.id

Histori Naskah:

Submit: 02-02-2022
Accepted: 21-02-2022
Published: 16-03-2022

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menguji perbedaan rata-rata *CSR spending* perusahaan *go public* di Indonesia pada masa sebelum pandemi COVID-19 tahun 2019 dan saat pandemi COVID-19 tahun 2020. Dengan menggunakan uji beda *paired sample t-test*, penelitian ini menguji 136 sampel perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2019 dan tahun 2020. Hasil penelitian menunjukkan terdapat perbedaan yang signifikan pada jumlah *CSR spending* sebelum pandemi COVID-19 dan saat pandemi COVID-19. Penurunan *CSR spending* terjadi di semua sektor industri di Indonesia selama masa pandemi COVID-19.

Penelitian ini berfokus pada pengujian *CSR spending*, yang merupakan perspektif baru pada penelitian mengenai CSR, terutama aktivitas CSR selama masa pandemi COVID-19. Penelitian ini memberikan bukti empiris pada telaah literatur mengenai strategi mitigasi perusahaan terkait dengan aktivitas CSR pada periode krisis yang disebabkan oleh COVID-19. Penelitian ini juga memberikan perspektif baru mengenai aktivitas CSR dalam konteks strategik perusahaan. Bagi ranah praktik bisnis, penelitian ini memberikan literatur mengenai bentuk perumusan *coping strategy* selama masa pandemi COVID-19 terutama yang berkaitan dengan efisiensi biaya CSR.

Kata kunci: *Coping strategy; Corporate Social Responsibility; cost-cutting strategy; CSR spending; pandemi COVID-19.*

Pendahuluan

Wabah *Corona Virus Disease* (COVID-19) telah melanda dengan masif di seluruh dunia dan menimbulkan dampak yang luar biasa. Wabah COVID-19 tidak hanya menjadi pukulan bagi sektor kesehatan, tetapi juga melumpuhkan sektor ekonomi, pendidikan, dan mengubah tatanan sosial masyarakat. Diberlakukannya pembatasan kegiatan masyarakat selama pandemi COVID-19 telah menyebabkan sektor perekonomian terkena dampak yang luar biasa. Di sektor perekonomian, pandemi COVID-19 telah menurunkan kinerja ekonomi Indonesia di tahun 2020, yang terbukti menurunkan laju perekonomian hingga menyentuh angka 2,97% dibandingkan triwulan I 2019 sebelum pandemi. Pada triwulan II tahun 2020, kondisi perekonomian Indonesia terus menurun hingga mencapai -5,32% jika dibandingkan dengan periode yang sama tahun 2019 (Badan Pusat Statistik, 2020). Penurunan laju perekonomian Indonesia juga ditandai dengan penurunan daya beli masyarakat. Menurut data BPS tahun 2020, daya beli masyarakat menurun hingga lebih dari Rp 300 Miliar sejak diumumkannya pandemi di awal tahun 2020. Sektor bisnis juga tak luput terkena dampak dari adanya penurunan perekonomian akibat pandemi COVID-19. Sebanyak lebih dari 80% Usaha Skala Menengah Besar (UMB) mengalami

penurunan permintaan. Akibat penurunan permintaan, lebih dari 65% UMB mengalami kendala operasional, dan lebih dari 50% mengalami kesulitan keuangan (Badan Pusat Statistik, 2020). Dampak pandemi COVID-19 yang dialami oleh perusahaan besar tentu saja bukan merupakan sebuah hal yang dapat dianggap ringan. Kondisi *financial distress* akan menurunkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan bisnisnya. Berbagai strategi akan diterapkan oleh perusahaan dalam rangka untuk bertahan dalam kondisi yang sulit. Menurut data survey BPS (2020), sebanyak hampir 25% beroperasi dengan mengurangi kapasitas operasional. Sebanyak 10% perusahaan UMB berhenti beroperasi selama masa pandemi, dan untuk 60% perusahaan UMB dengan sektor utama tetap beroperasi normal dengan penerapan protokol kesehatan ketat. Pandemi COVID-19 terbukti telah menurunkan kinerja perusahaan publik di enam negara, yaitu Jerman, Korea, Rusia, Meksiko, Arab Saudi, dan Inggris (Atayah & Frederico, 2021). Penurunan kinerja perusahaan selama pandemi COVID-19 juga berdampak pada penurunan harga saham (Le et al., 2020; Xiong et al., 2020), menaikkan rasio hutang perusahaan (Yi et al., 2021), dan juga berdampak pada aspek sosial seperti pengurangan karyawan dalam jumlah besar (Huu et al., 2021). Dalam upaya untuk mengatasi kondisi krisis akibat COVID-19, perusahaan menerapkan beberapa strategi untuk dapat mempertahankan kegiatan bisnisnya. Menurut data BPS (2020), sebanyak 47% perusahaan skala UMB melakukan adaptasi bisnis dengan penggunaan IT dalam pemasaran digital, sebanyak 6% melakukan diversifikasi usaha dengan membuka lini usaha baru, dan hampir 60% sisanya melakukan strategi *cost-cutting strategy* dalam bentuk pengurangan biaya operasional, termasuk pengurangan tenaga kerja. Menurut Huu et al., (2021), *cost-cutting strategy* memberikan dampak cepat pada saat perusahaan mengalami *financial distress* yang berat. Efisiensi biaya operasional dapat pula dilakukan dengan pengurangan biaya yang sifatnya tidak mendukung operasional utama perusahaan. Efisiensi biaya hanya dapat dilakukan pada biaya yang tidak memberikan nilai tambah bagi perusahaan atau pada jenis biaya yang sifatnya tidak mendukung aktivitas operasional utama perusahaan. Diantara jenis biaya yang berpotensi untuk diefisiensikan selama masa pandemi COVID-19 adalah biaya untuk aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan. Aktivitas CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan sebagai entitas bisnis kepada masyarakat. Biaya untuk melaksanakan kegiatan CSR dialokasikan terpisah dari biaya operasional utama perusahaan. Namun, selama masa pandemi, kinerja CSR perusahaan mengalami penurunan, disebabkan oleh adanya penurunan kinerja keuangan perusahaan akibat krisis COVID-19 (Broadstock et al., 2020; Takahashi & Yamada, 2021). Penelitian mengenai dampak krisis COVID-19 sebagian besar berfokus pada kinerja perusahaan perusahaan. Penelitian mengenai dampak pandemi COVID-19 pada kinerja CSR secara spesifik belum banyak dilakukan. Penelitian Broadstock et al. (2020) meneliti tentang kinerja CSR selama masa pandemi COVID-19 di China. Hasil penelitian menunjukkan adanya penurunan kinerja CSR yang diukur dengan kinerja ESG perusahaan. Sementara penelitian Takahashi & Yamada, (2021) berfokus pada penurunan harga saham perusahaan selama masa pandemi COVID-19, namun belum ditemukan bukti lain bahwa perusahaan yang memiliki kinerja CSR yang tinggi akan menunjukkan peningkatan harga saham selama masa pandem COVID-19. Diantara penelitian mengenai kinerja CSR, belum ada penelitian yang berfokus pada efisiensi biaya CSR selama masa pandemi COVID-19. Efisiensi biaya dinilai merupakan dampak konkret dari pandemi COVID-19 terhadap aktivitas bisnis perusahaan (Huu et al., 2021). Oleh karena itu, penelitian ini ingin menguji adanya efisiensi biaya CSR selama masa pandemi COVID-19 pada perusahaan publik di Indonesia. Penelitian ini memberikan kontribusi pada

literatur mengenai kinerja perusahaan selama masa pandemi COVID-19 dengan berfokus pada implementasi strategi perusahaan dalam menghadapi kondisi sulit akibat pandemi COVID-19.

Studi Literatur

Legitimacy Theory

Suchman (1995) menyatakan legitimasi dapat dianggap sebagai penyamaan persepsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh perusahaan ataupun korporasi adalah tindakan yang sesuai dengan nilai, norma, dan kepercayaan yang dikembangkan secara sosial. Teori legitimasi menjelaskan bahwa organisasi secara berkelanjutan akan beroperasi sesuai dengan nilai dan norma yang diterima oleh masyarakat pada lingkungan perusahaan dengan maksud untuk mendapatkan legitimasi. Proses dalam mendapatkan legitimasi berhubungan dengan kontrak sosial antara entitas dengan pihak masyarakat. Kinerja perusahaan tidak hanya diukur dengan laba yang diperoleh melainkan ukuran kinerja lainnya yang berkaitan dengan pihak berkepentingan. Untuk mencapai legitimasi perusahaan memiliki pendanaan tersendiri untuk melakukan kegiatan sosial yang sesuai dengan kebutuhan atau yang diharapkan oleh masyarakat wilayah operasional perusahaan (Dowling dan Pfeffer, 1975). Kegagalan dalam memenuhi harapan masyarakat akan mengakibatkan hilangnya legitimasi dan kemudian berdampak pada hilangnya dukungan masyarakat terhadap perusahaan. Laporan tahunan merupakan sarana perusahaan untuk menampilkan dan mengkomunikasikan kepada masyarakat dan pemangku kepentingan bahwa perusahaan melakukan kegiatan aktivitas sosial sebagai bentuk tanggung jawab dan perolehan legitimasi dari komunitas dimana perusahaan itu berada.

Coping Strategy

Kondisi krisis akan mendorong perusahaan untuk mencari strategi guna mempertahankan aktivitas bisnis perusahaan. Tidak ada perusahaan yang dapat menghindari kondisi krisis yang mungkin dapat berdampak pada keberlangsungan aktivitas perusahaan (Hofer, 1980). Kondisi krisis merupakan kondisi abnormal yang menyebabkan aktivitas perekonomian terganggu dan berdampak pada kemampuan perusahaan untuk mempertahankan aktivitas operasionalnya (Huu et al., 2021). Namun, tidak semua perusahaan mempunyai strategi mitigasi yang baik untuk menghadapi kondisi krisis (Zaremba et al., 2021). Dalam rangka mempertahankan bisnisnya, perusahaan akan memilih strategi yang terbaik yang dapat digunakan untuk memitigasi kondisi sulit yang dapat mengancam kelangsungan bisnis perusahaan. Proses pemilihan strategi tersebut disebut dengan istilah *coping strategy*. Menurut Huu et al.,(2021) strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan pada kondisi krisis dapat berupa pengurangan biaya operasional (*cost-cutting strategy*), pengurangan karyawan (*downsizing*), penjualan aset, penambahan hutang, dan mengembangkan model bisnis baru. Penelitian Huu et al.,(2021) mengenai penerapan *coping strategy* oleh perusahaan pada saat pandemi COVID-19 di Vietnam menemukan bahwa *cost-cutting strategy* menjadi strategi yang dominan dipilih oleh perusahaan Vietnam selama pandemi COVID-19. *Cost-cutting strategy* merupakan strategi yang mudah untuk diterapkan dan menjadi strategi dasar perusahaan dalam menghadapi *financial distress* yang disebabkan oleh kondisi krisis, termasuk krisis akibat wabah COVID-19.

Corporate Social Responsibility

The world business council for sustainable development mendefinisikan *corporate social responsibility* merupakan komitmen untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi

berkelanjutan melalui kerjasama dengan karyawan, komunitas setempat, dan masyarakat untuk meningkatkan kualitas kehidupan. Tanggungjawab sosial perusahaan didasari komitmen usaha untuk bertindak etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi pada peningkatan kualitas hidup komunitas lokal maupun luas. Menurut Guthrie dan Parker (1989) tanggung jawab sosial perusahaan ialah pengadaan informasi keuangan dan non-keuangan yang berhubungan dengan interaksi organisasi dan lingkungan sosial, yang dinyatakan dalam laporan tahunan perusahaan ataupun laporan sosial lainnya yang terpisah. Jadi pengungkapan pendanaan dan aktivitas sosial dalam perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan merupakan usaha untuk memperoleh legitimasi sekaligus mempertahankan perusahaan.

CSR Spending

Aktivitas CSR merupakan aktivitas perusahaan dalam rangka memenuhi tanggung jawabnya sebagai bagian dari system sosial (Clarkson et al., 2013). Perusahaan dengan citra baik di masyarakat biasanya mempunyai kinerja CSR yang baik, yang ditunjukkan melalui laporan CSR perusahaan (He & Harris, 2020). Pengungkapan aktivitas CSR melalui laporan CSR merupakan nilai lebih bagi perusahaan melalui *brand image* yang kuat, yang dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat. Pelaksanaan aktivitas CSR tentu saja membutuhkan alokasi sumber daya yang harus dikeluarkan perusahaan. Perusahaan mengalokasikan pos pengeluaran untuk dapat mendukung kegiatan CSR. Alokasi biaya untuk pelaksanaan kegiatan CSR tersebut dinamakan biaya CSR atau *CSR Spending* (Baatwah et al., 2022). *CSR Spending* dapat dijadikan indikator kinerja CSR. Pengukuran biaya CSR adalah dengan menggunakan jumlah pengeluaran untuk melakukan aktivitas CSR (Baatwah et al., 2022). Adapun pengukuran CSR Spending adalah sebagai berikut:

$$CSR\ Spending = \text{Jumlah Rp biaya CSR dalam 1 tahun}$$

Data CSR diperoleh dari Annual report perusahaan *Go Public* untuk tahun 2019 dan 2020, yang tersedia dalam penyedia database Osiris.

Dampak Pandemi COVID-19 pada CSR Spending

Wabah COVID-19 tidak hanya memberikan dampak bencana pada sektor kesehatan, tetapi juga menghantam sektor perekonomian dan bisnis. Berbagai kebijakan untuk mengurangi penyebaran virus COVID-19 diantaranya adalah diberlakukan pembatasan jam operasional unit usaha, pembatasan sosial, penutupan beberapa sektor industri non-esensial, dan pengurangan kapasitas produksi karena adanya pengurangan jam kerja. Beberapa kebijakan tersebut memberikan dampak penurunan pada pendapatan perusahaan. Dampak pandemi COVID-19 bagi perusahaan besar telah memaksa manajemen untuk menerapkan strategi dalam rangka menyelamatkan perusahaan dari kesulitan keuangan yang lebih buruk. Diantara strategi yang dapat dipilih adalah *cost-cutting strategy*. Pendekatan strategi berbasis efisiensi biaya adalah dengan cara mereduksi biaya *non-value added* (tidak bernilai tambah) atau dengan memotong biaya yang tidak berkaitan langsung dengan aktivitas operasional utama perusahaan. *Cost-cutting strategy* akan mengurangi biaya operasional dan biaya modal yang dapat membantu perusahaan untuk bertahan dalam kondisi *financial distress* akibat pandemi COVID-19 (Huu et al., 2021). Biaya yang tidak berkaitan langsung dengan aktivitas utama operasional perusahaan merupakan salah satu item

biaya yang dapat direduksi pada kondisi kesulitan keuangan. Salah satu jenis biaya tersebut adalah biaya CSR (*CSR spending*). *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan aktivitas perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat sebagai sebuah satu sistem sosial yang saling berhubungan (Clarkson et al., 2008). Bentuk aktivitas CSR diantaranya adalah untuk biaya penghijauan, biaya pembersihan sungai, beasiswa untuk siswa tidak mampu, dan bentuk kegiatan lain baik dalam bidang lingkungan dan sosial. Aktivitas CSR telah terbukti mampu meningkatkan nilai perusahaan (Al-Tuwaijri et al., 2004; Atan et al., 2018; Clarkson et al., 2011). Namun demikian, CSR merupakan aktivitas lanjutan perusahaan setelah perusahaan melakukan aktivitas utamanya. Aktivitas utama perusahaan adalah menjalankan operasional perusahaan untuk memperoleh profit. Sebagian alokasi profit tersebut yang akan digunakan oleh perusahaan untuk menjalankan aktivitas CSR dengan memenuhi tanggung jawabnya sebagai bagian sistem sosial. Penelitian mengenai aktivitas CSR perusahaan dalam masa pandemi COVID-19 diantaranya dilakukan oleh Qiu et al.,(2021), yang meneliti mengenai dampak CSR terhadap nilai perusahaan selama masa pandemi COVID-19. Qiu et al.,(2021) meneliti kinerja CSR pada 40 perusahaan yang bergerak di bidang kesehatan yang listing di Bursa *China Stock Market*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja CSR perusahaan yang bergerak di bidang kesehatan meningkat selama pandemi COVID-19 dan secara signifikan meningkatkan nilai perusahaan. Meningkatnya kinerja CSR ini dinilai sebagai sebuah kesempatan untuk mengembangkan aktivitas CSR selama pandemi COVID-19. Temuan Qiu et al., (2021) ini didukung oleh penelitian Ramya & Baral,(2021) yang menemukan bahwa pada perusahaan skala besar yang bergerak di sektor makanan, minuman, dan jasa esensial, aktivitas CSR mengalami peningkatan selama masa pandemi COVID-19. Bentuk aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan sampel diantaranya adalah menyediakan tempat isolasi bagi pasien COVID-19, distribusi makanan dan kebutuhan pokok bagi warga yang menjalani karantina, dan menyediakan alat tes COVID-19. Pandemi COVID-19 merupakan momen bagi perusahaan untuk meningkatkan nilai dan semakin menguatkan citra perusahaan di masyarakat. Penelitian Ramya & Baral, (2021) dan Qiu et al., (2021) berfokus pada perusahaan yang bergerak di bidang strategis seperti bidang kesehatan, makanan, minuman, dan sektor jasa esensial, yang selama masa pandemi COVID-19 justru mengalami peningkatan pendapatan. Namun, pada beberapa sektor industri non-esensial, kinerja perusahaan justru menurun selama masa pandemi COVID-19. Hal ini dibuktikan dengan penelitian Rababah et al.,(2020) yang menyatakan bahwa perusahaan pada sektor transportasi, *entertainment*, perhotelan dan pariwisata justru mengalami penurunan drastis pada kinerja keuangan perusahaan. Perusahaan yang mengalami penurunan pendapatan telah mengalami kerugian yang menyebabkan perusahaan menghadapi kondisi *financial distress* hingga penutupan sebagian atau seluruh lini bisnis nya. Dalam kondisi krisis akibat pandemi COVID-19 yang dapat mengancam keberlangsungan hidup perusahaan, manajemen akan berfokus untuk mempertahankan aktivitas utama perusahaan agar tetap dapat beroperasi. Perusahaan akan memaksimalkan sumber daya yang ada untuk memastikan aktivitas utama dapat berjalan, dan menunda aktivitas CSR selama kondisi pandemi COVID-19. Alokasi biaya untuk aktivitas CSR dapat dialihkan atau dikurangi sebagian untuk menjaga keberlangsungan aktivitas operasional utama perusahaan. Efisiensi biaya tersebut dimaksudkan agar perusahaan yang sedang dalam kondisi kesulitan keuangan dapat pulih terlebih dahulu, dan setelah kondisi perusahaan membaik diharapkan mampu untuk kembali mengalokasikan biaya untuk aktivitas CSR. Dari uraian mengenai aktivitas CSR dan telaah literatur terdahulu, hipotesis

penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut; H_0 : Rata-rata CSR spending perusahaan antara periode sebelum pandemi COVID-19 dan saat pandemi COVID-19 adalah sama.

Metode Penelitian

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sampel diambil menggunakan teknik *purposive sampling method*. Perusahaan yang memiliki data biaya aktivitas CSR untuk tahun 2019 dan tahun 2020 merupakan kriteria sampel dalam penelitian ini. Tahun pengamatan dipilih tahun 2019 dan tahun 2020, karena pandemi pertama kali di Indonesia diumumkan pada bulan Maret 2020. Untuk mengamati perbedaan CSR spending pada periode sebelum dan saat pandemi COVID-19, maka ditentukan tahun 2019 sebagai periode sebelum terjadi pandemi COVID-19.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data keuangan terkait CSR spending yang disajikan dalam laporan tahunan perusahaan diperoleh melalui database osiris. Jenis data CSR spending adalah data metrik dengan satuan dalam rupiah.

Deskripsi Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel CSR spending. Variabel CSR spending diukur dengan logaritma biaya CSR. Pengukuran variabel dalam bentuk logaritma bertujuan untuk mendapatkan distribusi data yang normal karena rentang biaya CSR antar perusahaan dapat berbeda jauh.

Teknik Analisis

Penelitian ini menggunakan uji beda *paired t-test* sebagai alat analisis. Alat uji yang digunakan adalah SPSS versi 25. Uji beda *paired t-test* digunakan untuk menguji perbedaan rata-rata (*mean*) dari dua kondisi yang saling berkaitan. Perbedaan rata-rata biaya untuk aktivitas CSR sebelum periode pandemi COVID-19 akan dibandingkan dengan rata-rata biaya CSR pada saat selama masa pandemi COVID-19. Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis adalah nilai signifikansi $< 0,05$.

Hasil

Statistik Deskriptif

Berdasarkan hasil akhir teknik *purposive sampling* diperoleh 136 perusahaan pada tahun 2019 atau sebesar 20,36% dan sebesar 19,18% pada tahun 2020 dari jumlah keseluruhan perusahaan terdaftar BEI yang sama-sama menampilkan biaya aktivitas CSR pada dua tahun pengamatan penelitian dengan rincian pada tabel 4.1 sebagai berikut;

Tabel 4.1
Seleksi Sampel

No	Kriteria	Jumlah Populasi	
		2019	2020
1	Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	668	709
2	Perusahaan yang tidak menyediakan data sehubungan variabel penelitian ini	(532)	(573)
Jumlah sampel penelitian		136	136
Persentase sampel berdasarkan total populasi		20,36%	19,18%

Sumber : Data sekunder diolah, 2022

Perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini meliputi seluruh perusahaan pada BEI tahun 2019 dan 2020. Sebanyak 532 perusahaan pada tahun 2019 dan 573 perusahaan pada tahun 2020 dieliminasi sebab tidak menampilkan informasi berkaitan dengan *CSR Spending*.

Tabel 4.2 yang disajikan pada lampiran memberikan gambaran tentang ringkasan jumlah perusahaan sampel yang terdaftar di BEI pada tahun 2019 dan 2020. Terdapat 136 perusahaan sampel yang memenuhi kriteria pemilihan sampel yang diklasifikasikan berdasarkan sektor perusahaan yang ada di BEI. Rincian mengenai deskripsi objek penelitian dapat dilihat pada lampiran tabel 4.2 di halaman terakhir dari artikel ini. Lampiran tabel 4.2 menyajikan informasi tentang perbandingan jumlah perusahaan yang menampilkan biaya kegiatan CSR berdasarkan sektor perusahaan dan perbandingan rata-rata biaya kegiatan CSR yang dikeluarkan oleh masing-masing sektor perusahaan. Berdasarkan tabel 4.2 ditemukan 11 sektor perusahaan yang menampilkan biaya CSR yakni sektor energi (ENG), sektor barang baku (BB), sektor perindustrian (IND), sektor konsumen primer (BKP), sektor konsumen non-primer (BNP), sektor kesehatan (KES), sektor keuangan (KEU), sektor property & real estate (PRES), sektor teknologi (TEK), sektor infrastruktur (INF) dan sektor transportasi dan logistik (TLG). Tabel 4.2 menjelaskan bahwa perusahaan sektor konsumen primer memiliki jumlah perusahaan paling banyak yang menampilkan biaya CSR yakni sebesar 27 perusahaan, kemudian disusul perusahaan sektor konsumen non-primer sebanyak 26 perusahaan. Rata-rata biaya kegiatan CSR tertinggi tahun 2019 adalah perusahaan sektor teknologi sebesar Rp 143 Miliar. Rata-rata biaya CSR tertinggi di tahun 2020 adalah perusahaan yang berada di sektor perindustrian dengan tingkat pengeluaran biaya CSR rata-rata sebesar Rp 130 Miliar. Tabel 4.3 menunjukkan hasil uji *paired sample t-test*. Uji beda *t-test* sampel dilakukan untuk melihat perbedaan rata-rata dua sampel yang saling berhubungan. Hasil pengujian menunjukkan nilai sig. $0,000 < 0,05$ dan nilai *t*-hitung $7,233 > t$ -tabel $1,656$. Berdasarkan hasil uji beda *t-test*, hipotesis penelitian H_0 yang menyatakan tidak ada perbedaan nilai rata-rata *CSR spending* perusahaan pada periode sebelum wabah COVID-19 di tahun 2019 dan saat wabah COVID-19 tahun 2020 tidak dapat didukung oleh bukti empiris. Dengan demikian, bukti empiris menunjukkan adanya perbedaan rata-rata biaya kegiatan CSR yang dikeluarkan perusahaan sebelum terjadi pandemi tahun 2019 dan saat terjadi pandemi tahun 2020.

Tabel 4.3
Uji Beda Paired T-Test

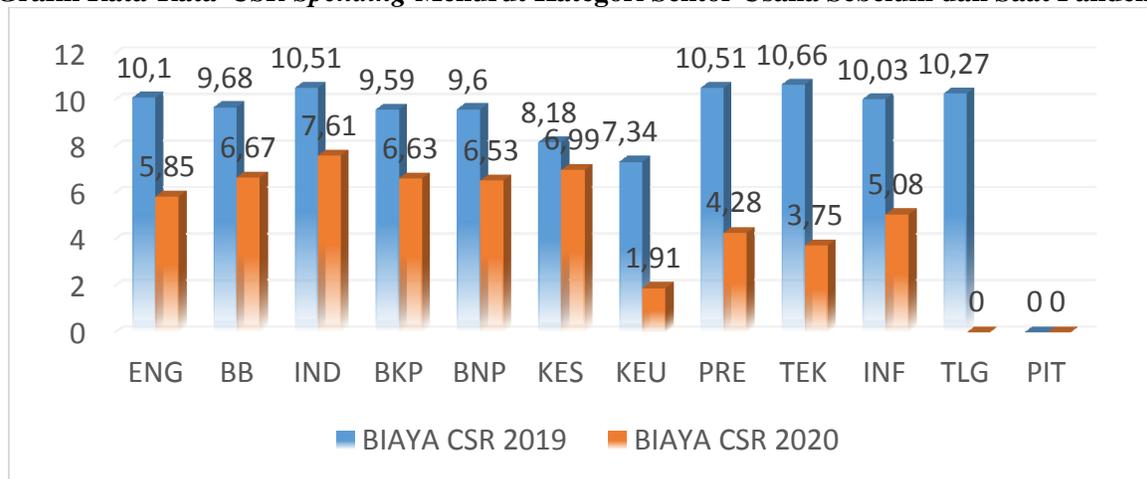
Keterangan	Mean	N	Std. Deviation	t	t table 5%	df	sig
CSR Spending 2019	9,70	136	2,582				
CSR Spending 2020	6,07	136	5,232	7,233	1,656	135	0,000*
Difference	3,625						

*signifikan pada 0,05

Sumber : Data sekunder diolah 2022

Pada tabel 4.3 disajikan hasil uji beda *t-test mean paired test* atau selisih rata-rata biaya CSR 2019 dan CSR 2020, yaitu sebesar 3,625. *CSR spending* sebelum pandemi COVID-19 pada tahun 2019 menunjukkan angka yang lebih tinggi dibandingkan dengan pada saat pandemi COVID-19 di tahun 2020. Ditemukan rata-rata biaya CSR tahun 2019 adalah 9,70 dan tahun 2020 adalah 6,07. Hal tersebut menjelaskan bahwa adanya penurunan *CSR spending* pada perusahaan publik yang terdaftar BEI tahun 2020 dibanding tahun 2019. Besarnya penurunan *CSR spending* per masing-masing sektor industri disajikan pada gambar 4.1;

Gambar 4.1
Grafik Rata-Rata CSR Spending Menurut Kategori Sektor Usaha Sebelum dan Saat Pandemi



Sumber: Data sekunder diolah, 2022

Gambar 4.1 menyajikan rata-rata biaya CSR yang dikeluarkan masing-masing sektor perusahaan dari tahun 2019 sebelum terjadi pandemi dan tahun 2020 saat terjadi pandemi. Berdasarkan informasi yang ada terlihat bahwa seluruh sektor perusahaan mengalami penurunan jumlah biaya yang dialokasikan untuk kegiatan CSR. Hal ini menandakan bahwa terjadi kecenderungan penurunan biaya CSR saat pandemi berlangsung.

Pembahasan

Hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan *CSR spending* sebelum dan saat pandemi COVID-19 ditolak. Hal ini membuktikan bahwa biaya CSR selama pandemi COVID-19 mengalami perubahan. Hasil penelitian menunjukkan terdapat penurunan rata-rata biaya CSR dari periode sebelum terjadi pandemi di tahun 2019. Penurunan biaya CSR tersebut merupakan bentuk efisiensi biaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka untuk menghadapi kondisi krisis akibat COVID-19. Pengurangan biaya CSR adalah salah satu cara perusahaan dalam mempertahankan kegiatan bisnisnya dalam menghadapi krisis ekonomi sebagai dampak terjadinya pandemi COVID-19. Penurunan *CSR spending* perusahaan pada saat sebelum pandemi COVID-19 dan pada saat pandemi COVID-19 merupakan bentuk strategi perusahaan dalam menghadapi kondisi krisis akibat adanya pandemi COVID-19. Menurut Huu et al.(2021), perusahaan membutuhkan strategi untuk menghadapi kondisi krisis. Selama pandemi COVID-19, *cost-cutting strategy* merupakan strategi yang paling dominan diterapkan oleh perusahaan karena memberikan hasil yang cepat untuk memulihkan likuiditas perusahaan (Huu et al., 2021). Penerapan strategi efisiensi biaya (*cost-cutting strategy*) dilakukan baik dengan melakukan eliminasi biaya *non-value added* dan juga mengefisienkan biaya yang tidak berhubungan dengan aktivitas utama perusahaan. Biaya CSR yakni bentuk biaya untuk melakukan kegiatan CSR yang merupakan tanggung jawab perusahaan sebagai elemen sistem sosial. Kegiatan CSR merupakan aktivitas lanjutan yang dilakukan perusahaan setelah aktivitas utama perusahaan. Aktivitas CSR dibutuhkan perusahaan agar perusahaan mendapatkan legitimasi oleh masyarakat sebagai bagian dari kelompok sosial. Namun demikian, dalam kondisi krisis, perusahaan perlu berfokus pada upaya untuk mempertahankan aktivitas utama perusahaan terlebih dahulu. Pada kondisi krisis, perusahaan cenderung akan menunda aktivitas CSR atau mengurangi porsi biaya CSR terlebih dahulu, hingga aktivitas bisnis utama perusahaan kembali berjalan normal. selama pandemi COVID-19, terjadi penurunan biaya CSR perusahaan *go public* di Indonesia dari tahun 2019 ke tahun 2020. Hal ini membuktikan bahwa perusahaan di Indonesia telah menerapkan strategi mitigasi untuk menghadapi kondisi krisis akibat COVID-19. Alokasi biaya CSR dikurangi untuk mendukung aktivitas operasional perusahaan. Setelah kondisi perusahaan membaik, diharapkan perusahaan dapat mampu kembali mengalokasikan biaya CSR untuk menjalankan tanggung jawabnya sebagai bagian dari sistem sosial yang tidak terpisahkan dari masyarakat.

Kesimpulan

Pandemi COVID-19 telah memberikan dampak perubahan diberbagai lini sektor, seperti sektor kesehatan, perekonomian, pendidikan, dan sektor penting lainnya. Pada bidang ekonomi, pandemi telah mengakibatkan penurunan daya beli masyarakat, pengurangan karyawan secara besar-besaran, penutupan sektor bisnis non esensial, pengurangan jam operasional perusahaan, dan budaya *remote working*. Dalam situasi krisis, perusahaan dituntut untuk menerapkan strategi mitigasi guna menyelamatkan aktivitas utama perusahaan. Salah satu bentuk strategi yang dapat diterapkan perusahaan adalah dengan strategi efisiensi biaya. Efisiensi biaya CSR dilakukan sebagai upaya menyelamatkan aktivitas utama perusahaan, dengan menunda kegiatan CSR atau mengurangi alokasi biaya CSR. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbandingan *CSR spending* pada perusahaan *go public* di Indonesia pada waktu sebelum pandemi COVID-19 tahun 2019, dan pada saat terjadinya pandemi COVID-19 tahun 2020. Pengujian digunakan dengan

menggunakan uji beda *paired sample t-test*. hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat perbedaan rata-rata biaya CSR pada sebelum pandemi COVID-19 dan saat pandemi COVID-19. Perbedaan *CSR spending* berupa penurunan biaya yang signifikan selama pandemi COVID-19. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa penurunan biaya CSR terjadi di semua sektor industri di Indonesia selama pandemi COVID-19. Penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur mengenai strategi mitigasi perusahaan selama periode krisis dengan melakukan efisiensi biaya pada aktivitas CSR, yang merupakan aktivitas lanjutan setelah aktivitas utama. Penelitian ini memberikan bukti empiris mengenai penurunan biaya CSR selama pandemi COVID-19. Penelitian ini masih berfokus pada pengujian perbedaan rata-rata biaya CSR perusahaan *go public* di Indonesia. Penelitian ini belum menguji penyebab penurunan biaya CSR selama masa pandemi COVID-19. Penelitian selanjutnya dapat lebih jauh menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penurunan *CSR spending* pada masa pandemi COVID-19.

Referensi

- Al-Tuwaijri, S. A., Christensen, T. E., & Hughes, K. E. (2004). The relations among environmental disclosure, environmental performance, and economic performance: A simultaneous equations approach. *Accounting, Organizations and Society*, 29(5–6), 447–471. [https://doi.org/10.1016/S0361-3682\(03\)00032-1](https://doi.org/10.1016/S0361-3682(03)00032-1)
- Atan, R., Alam, M. M., Said, J., & Zamri, M. (2018). The impacts of environmental, social, and governance factors on firm performance: panel study of Malaysian companies. *Management of Environmental Quality: An International Journal*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/MEQ-03-2017-0033>
- Atayah, O. F., & Frederico, G. F. (2021). *Impact of COVID-19 on financial performance of logistics firms: evidence from G-20 countries*. <https://doi.org/10.1108/JGOSS-03-2021-0028>
- Baatwah, S. R., Al-Qadasi, A. A., Al-Shehri, A. M., & Derouiche, I. (2022). Corporate social responsibility budgeting and spending during COVID-19 in Oman: A humanitarian response to the pandemic. *Finance Research Letters*. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2022.102686>
- Broadstock, D. C., Chan, K., Cheng, L. T. W., & Wang, X. (2020). The role of ESG performance during times of financial crisis: Evidence from COVID-19 in China. *Finance Research Letters*, 101716. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2020.101716>
- Clarkson, P. M., Fang, X., Li, Y., & Richardson, G. (2013). The relevance of environmental disclosures: Are such disclosures incrementally informative? *Journal of Accounting and Public Policy*, 32(5), 410–431. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2013.06.008>
- Clarkson, P. M., Li, Y., Richardson, G. D., & Vasvari, F. P. (2008). Revisiting the relation between environmental performance and environmental disclosure: An empirical analysis. *Accounting, Organizations and Society*, 33(4–5), 303–327. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2007.05.003>
- Clarkson, P. M., Overell, M. B., & Chapple, L. (2011). Environmental Reporting and its Relation to Corporate Environmental Performance. *Abacus*, 47(1), 27–60. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6281.2011.00330.x>
- Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). Organizational legitimacy: Social values and organizational behavior. *Sociological Perspectives*. <https://doi.org/10.2307/1388226>

- Guthrie, J., & Parker, L. D. (1989). Corporate Social Reporting: A Rebuttal of Legitimacy Theory. *Accounting and Business Research*.
<https://doi.org/10.1080/00014788.1989.9728863>
- He, H., & Harris, L. (2020). The impact of Covid-19 pandemic on corporate social responsibility and marketing philosophy. *Journal of Business Research*, 116(May), 176–182.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.030>
- Hofer, C. W. (1980). Turnaround Strategies. *The Journal of Business Strategy*, 19–31.
- Huu, H., Minh, V., Nguyen, A., & Tran, T. (2021). Research in International Business and Finance Financial performances , entrepreneurial factors and coping strategy to survive in the COVID-19 pandemic : case of Vietnam. *Research in International Business and Finance*, 56(December 2020), 101380. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2021.101380>
- Le, D., Anh, T., & Gan, C. (2020). *The impact of the COVID-19 lockdown on stock market performance : evidence from Vietnam*. <https://doi.org/10.1108/JES-06-2020-0312>
- Qiu, S. (Charles), Jiang, J., Liu, X., Chen, M. H., & Yuan, X. (2021). Can corporate social responsibility protect firm value during the COVID-19 pandemic? *International Journal of Hospitality Management*, 93(October 2020), 102759.
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102759>
- Rababah, A., Al-Haddad, L., Sial, M. S., Chunmei, Z., & Cherian, J. (2020). Analyzing the effects of COVID-19 pandemic on the financial performance of Chinese listed companies. *Journal of Public Affairs*, 20(4). <https://doi.org/10.1002/pa.2440>
- Ramya, S. M., & Baral, R. (2021). CSR during COVID-19: exploring select organizations' intents and activities. *Corporate Governance (Bingley)*, 21(6), 1028–1042.
<https://doi.org/10.1108/CG-09-2020-0426>
- Suchman, M. C. (1995). Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *Academy of Management Review*. <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9508080331>
- Takahashi, H., & Yamada, K. (2021). re l P Jo ur na. *International Review of Financial Analysis*, 101670. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2021.101670>
- Xiong, H., Wu, Z., Hou, F., & Zhang, J. (2020). Which Firm-specific Characteristics Affect the Market Reaction of Chinese Listed Companies to the COVID-19 Pandemic? *Emerging Markets Finance and Trade*, 56(10), 2231–2242.
<https://doi.org/10.1080/1540496X.2020.1787151>
- Yi, X., Bai, C., Lyu, S., & Dai, L. (2021). Declarations of interest : none Name : Caiquan Bai Highlights : *Finance Research Letters*, 101948. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.101948>
- Zaremba, A., Kizys, R., Tzouvanas, P., Aharon, D. Y., & Demir, E. (2021). Journal of International Financial Markets , Institutions & Money The quest for multidimensional financial immunity to the COVID-19 pandemic : Evidence from international stock markets. *Journal of International Financial Markets, Institutions & Money*, xxxx, 101284.
<https://doi.org/10.1016/j.intfin.2021.101284>