

**AFILIASI:**

1,2,3,4,5Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Linggabuana PGRI Sukabumi

***KORESPONDENSI:**

nikens@unlip.ac.id

THIS ARTICLE IS AVAILABLE IN: <https://e-journal.umc.ac.id/index.php/JPK>

DOI: [10.32534/jpk.v12i2.6982](https://doi.org/10.32534/jpk.v12i2.6982)

CITATION:

Safitri, N., Setiatin, T., Zaelani, R., Suaebah, E. ., & Zaky, M. (2025). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Menuju Perbankan Berkelanjutan : Tinjauan Literatur. Jurnal Proaksi, 12(2). <https://doi.org/10.32534/jpk.v12i2.6982>

Riwayat Artikel :**Artikel Masuk:**

9 Februari 2025

Di Review:

18 Februari 2025

Diterima:

1 Juni 2025

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Menuju Perbankan Berkelanjutan : Tinjauan Literatur

Tuti Setiatin¹, Niken Safitri^{2*}, Rizal Zaelani³, Ebah Suaebah⁴, Muhammad Zaky⁵

Abstrak

Tujuan Utama - Penelitian ini bertujuan untuk memahami penerapan dan dampak Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) terhadap kinerja keuangan, Non Keuangan dan reputasi bank di beberapa negara.

Metode - Metode yang digunakan adalah tinjauan literatur. Analisis dilakukan terhadap 17 artikel jurnal sesuai dengan kriteria inklusi yang telah ditetapkan dari periode 2019 sampai dengan 2024

Temuan Utama - Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan CSR meningkatkan reputasi dan kinerja keuangan bank, serta menarik lebih banyak investor. Terdapat hubungan positif antara praktik CSR dan kinerja keuangan, meskipun hasilnya bervariasi. Keterlibatan dalam CSR juga meningkatkan pengelolaan risiko dan loyalitas karyawan.

Implikasi Teori dan Kebijakan - Bank perlu mengintegrasikan praktik CSR dalam strategi bisnis untuk meningkatkan kinerja. Pembuat kebijakan disarankan untuk mendorong transparansi dalam pengungkapan informasi CSR.

Kebaruan Penelitian - Kebaruan penelitian ini terletak pada penekanan pentingnya CSR dalam sektor perbankan untuk mencapai keberlanjutan dan keuntungan finansial.

Kata Kunci: CSR, Perbankan, Keberlanjutan, Kinerja Keuangan, Reputasi Bank

Abstract

Main Purpose - This research aims to understand the implementation and impact of Corporate Social Responsibility (CSR) on the financial performance, non-financial performance, and reputation of banks in several countries.

Method - The method used was a literature review. The analysis was conducted on 17 journal articles in accordance with the predetermined inclusion criteria from the period 2019 to 2024.

Main Findings - The research results indicate that CSR disclosure enhances the reputation and financial performance of banks, and attracts more investors. There is a positive relationship between CSR practices and financial performance, although the results vary. Involvement in CSR also improves risk management and employee loyalty.

Theory and Practical Implications - Banks need to integrate CSR practices into their business strategies to improve performance. Policymakers are advised to encourage transparency in the disclosure of CSR information.

Novelty - The novelty of this research lies in its emphasis on the importance of CSR in the banking sector to achieve sustainability and financial gains

Keywords: CSR, Banking, Sustainability, Financial Performance, Bank Reputation

PENDAHULUAN

Konsep Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) telah mengalami evolusi signifikan secara global, bertransformasi dari sekadar kegiatan filantropi menjadi landasan strategis dalam operasi bisnis modern. Peningkatan fokus ini didorong oleh kesadaran yang lebih tinggi di kalangan konsumen dan investor yang semakin memprioritaskan perusahaan yang menunjukkan praktik etis dan berkelanjutan (Tetiana et al., 2022). Ekspansi global dan saling ketergantungan rantai pasokan semakin mengharuskan bisnis untuk mengadopsi praktik yang bertanggung jawab guna mematuhi berbagai lingkungan peraturan dan mengatasi dampak mereka terhadap masyarakat di seluruh dunia (Alam & Nazrul, 2022). Peningkatan kesadaran akan isu-isu global (lingkungan, etika) memicu tekanan dari konsumen dan investor untuk perilaku yang bertanggung jawab. Akibatnya, perusahaan mengintegrasikan CSR ke dalam strategi untuk keunggulan kompetitif dan kepatuhan. CSR menjadi indikator kinerja utama dan sebagai elemen inti dalam pengambilan keputusan strategis organisasi (Birindelli et al., 2015). Evolusi ini telah disertai dengan pembentukan berbagai kerangka kerja dan standar yang bertujuan untuk memfasilitasi pelaporan CSR yang efektif, sehingga meningkatkan kepercayaan di antara para pemangku kepentingan (Maqbool & Zameer, 2018).

CSR muncul sebagai akibat dari konflik antara masyarakat dan perusahaan terkait dampak keberadaan dan operasional perusahaan terhadap lingkungan (Platonova et al., 2018). Kehadiran perusahaan tidak dapat dipisahkan dari masyarakat sebagai pihak eksternal yang mendukung lingkungan hidup (Wei et al., 2021). Aspek penting ini perlu diperhatikan untuk menciptakan sinergi di antara keduanya. Keberadaan perusahaan membawa perubahan ke arah yang lebih baik, kemajuan negara, dan peningkatan taraf hidup. Komitmen perusahaan untuk berkontribusi pada pembangunan bangsa dengan berfokus pada keuangan atau ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup (triple bottom line) merupakan isu utama konsep CSR (Tran, 2014). Triple Bottom Lines adalah konsep yang dikembangkan oleh Elkington. Konsep 3P mengacu pada *planet*, *profit*, dan *people*, yaitu nilai finansial, nilai sosial, dan nilai-nilai lingkungan untuk memastikan nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*) (Safitri et al., 2024). Menurut Siueia (2019), strategi CSR sebenarnya terkait dengan keberlanjutan. Perusahaan yang tidak menerapkan kegiatan berkelanjutan akan memiliki kinerja keuangan yang lebih rendah dibandingkan perusahaan yang menerapkannya. Wei (2021) menyimpulkan bahwa para pemangku kepentingan meningkatkan tekanan pada semua bisnis untuk mencapai keberlanjutan. Yang and Basile (2019) mengaitkan permintaan pemangku kepentingan terhadap bisnis berkelanjutan dengan penggunaan strategi CSR mereka untuk mengurangi perilaku oportunistik manajer dan meningkatkan pendapatan mereka. Mereka juga percaya bahwa terlibat dalam CSR adalah pertanda baik pembangunan berkelanjutan. (Tomas et al., 2019).

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) telah muncul sebagai fokus yang signifikan bagi bank dan lembaga keuangan, terutama setelah krisis ekonomi tahun 2008. Sektor perbankan, dengan sifatnya yang sangat penting dalam perekonomian global, memegang peran sentral sebagai penghubung alokasi modal dan pendorong pembangunan ekonomi. Fungsi krusial ini memberikan tanggung jawab unik kepada bank terhadap Masyarakat (Waddock & Graves, 2011). Erosi kepercayaan publik setelah krisis keuangan global semakin memperkuat pentingnya Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) bagi bank yang berupaya memulihkan reputasi dan memastikan kelangsungan hidup jangka panjang mereka. Sebagai institusi yang dipercayakan dengan dana publik dan bertanggung jawab atas stabilitas sistem keuangan, bank sangat sensitif terhadap risiko lingkungan, sosial, dan tata kelola, yang dapat secara langsung memengaruhi kinerja keuangan dan eksposur risiko operasional mereka. Oleh karena itu, mengintegrasikan CSR ke dalam strategi inti mereka bukan hanya keharusan etis tetapi juga kebutuhan untuk mempertahankan kepercayaan publik dan memastikan keberlanjutan model bisnis mereka. Posisi unik sektor perbankan sebagai pengelola dana publik dan pendorong aktivitas ekonomi menjadikannya CSR dan keberlanjutan tidak hanya diinginkan tetapi juga esensial. Kegagalan dalam praktik yang bertanggung jawab di sektor ini dapat memiliki efek

berantai di seluruh masyarakat. Bank mengelola uang publik dan memengaruhi aktivitas ekonomi. Kepercayaan publik sangat penting untuk kelangsungan hidup mereka. Krisis keuangan menyoroti perlunya perilaku etis. CSR menjadi alat untuk membangun kembali kepercayaan dan memastikan stabilitas di sektor perbankan.

Menanggapi tantangan ini, banyak bank semakin mengadopsi inisiatif CSR sebagai strategi untuk memulihkan reputasi mereka dan terlibat secara lebih bermakna dalam peran sosial mereka sebagai fasilitator kegiatan ekonomi. Penelitian menunjukkan bahwa perhatian yang diberikan kepada CSR di sektor perbankan masih terbatas, terutama di pasar negara berkembang seperti Bangladesh. Hal ini kurangnya pemahaman yang komprehensif mengenai kegiatan CSR yang dilakukan oleh bank-bank di wilayah ini. Secara global, sektor perbankan sedang mengalami transformasi signifikan menuju integrasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dan keberlanjutan ke dalam operasi inti mereka. Sebagai contoh, bank-bank di Pakistan telah mengakui CSR sebagai kegiatan strategis, dengan mencatat korelasi positif yang kuat antara praktik CSR dan ukuran kinerja keuangan seperti Return on Assets (ROA) dan Return on Equity (ROE) (Memon et al., 2019). Bank-bank mengimplementasikan berbagai praktik CSR untuk berkontribusi pada keberlanjutan. Misalnya, banyak bank menawarkan program untuk masyarakat berpenghasilan rendah dan kurang terlayani untuk mempromosikan inklusi keuangan (Kumar, 2024). Mereka secara aktif berkontribusi pada badan amal dan tujuan lokal, memperkuat ikatan mereka dengan Masyarakat (Kumar, 2024). Adopsi praktik investasi ESG tersebar luas, dengan bank-bank menyaring peluang investasi berdasarkan kriteria lingkungan, sosial, dan tata kelola, menghindari perusahaan yang terlibat dalam praktik berbahaya dan berinvestasi dalam bisnis yang berkelanjutan. Beberapa bank menawarkan perhitungan karbon yang transparan seputar pengeluaran dan mendukung pelanggan dalam memilih alternatif yang berkelanjutan. Penerbitan obligasi hijau dan pinjaman terkait keberlanjutan menjadi semakin umum, menyalurkan dana ke proyek-proyek yang bermanfaat bagi lingkungan (Kurniadi et al., 2024). Bank-bank juga terlibat dalam kegiatan sukarela masyarakat dan menyediakan program literasi keuangan untuk sekolah-sekolah lokal dan masyarakat yang kurang terlayani. Laporan CSR Amalgamated Bank mencontohkan komitmen yang mendalam, menunjukkan pinjaman dan investasi yang signifikan dalam solusi iklim, mencapai emisi operasional nol bersih, dan memprioritaskan keragaman, kesetaraan, dan inklusi (Idowu, 2013).

Perjanjian dan kerangka kerja internasional memainkan peran penting dalam membentuk agenda CSR global di sektor perbankan menuju keberlanjutan. Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), yang ditetapkan oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa, menyediakan cetak biru yang komprehensif untuk mencapai perdamaian dan kemakmuran bagi manusia dan planet ini, dan bank-bank semakin menyadari tanggung jawab mereka dalam berkontribusi pada tujuan-tujuan ini melalui aktivitas pendanaan dan praktik operasional mereka. Perjanjian Paris, yang bertujuan untuk memerangi perubahan iklim, telah mendorong industri perbankan untuk mengarahkan kembali aliran modal ke proyek-proyek yang bertanggung jawab terhadap lingkungan dan menetapkan target untuk mengurangi emisi gas rumah kaca. Inisiatif seperti Net-Zero Banking Alliance mengumpulkan bank-bank di seluruh dunia untuk menyelaraskan portofolio pinjaman dan investasi mereka dengan emisi nol bersih pada tahun 2050. Prinsip-Prinsip Perbankan yang Bertanggung Jawab, yang dikembangkan oleh PBB, menawarkan kerangka kerja bagi bank-bank untuk mengintegrasikan keberlanjutan ke dalam strategi mereka dan di seluruh portofolio aktivitas mereka. Kerangka kerja internasional ini memberikan panduan, menetapkan ekspektasi, dan mendorong kolaborasi dalam sektor perbankan untuk mempercepat transisi menuju masa depan yang berkelanjutan.

Indonesia telah membuat kemajuan signifikan dalam membangun lanskap peraturan dan kebijakan untuk Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dan keuangan berkelanjutan di sektor perbankannya. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memainkan peran sentral, setelah memberlakukan persyaratan tata kelola perusahaan khusus untuk perusahaan publik dan lembaga keuangan, termasuk pelaporan ESG yang wajib. Peraturan OJK No. 51/POJK.03/2017 mengamanatkan integrasi

prinsip-prinsip keuangan berkelanjutan ke dalam operasi perbankan, yang mengharuskan bank untuk membiayai sektor-sektor yang berkelanjutan secara lingkungan dan mengelola risiko sosial dan lingkungan. OJK juga telah menerbitkan Peta Jalan Keuangan Berkelanjutan (Tahap I dan II) untuk memandu industri jasa keuangan menuju pembiayaan hijau dan berkelanjutan. Selain itu, OJK telah menerbitkan Pedoman Teknis untuk bank dan perusahaan efek mengenai implementasi peraturan keuangan berkelanjutan. Pada tahun 2022, Indonesia meluncurkan taksonomi keuangan hijau nasionalnya, yang bertujuan untuk menyediakan sistem klasifikasi standar untuk kegiatan ekonomi yang ramah lingkungan. Bank Indonesia, bank sentral, juga telah mengeluarkan peraturan, seperti yang terkait dengan rasio pinjaman terhadap nilai untuk hipotek properti hijau, untuk mendukung pembangunan berkelanjutan. Meskipun kerangka kerja yang komprehensif telah tersedia, penegakan peraturan ini dan pemberlakuan sanksi yang tegas untuk ketidakpatuhan masih menjadi area yang perlu ditingkatkan.

Indonesia memiliki kerangka peraturan yang berkembang tetapi semakin kuat untuk keuangan berkelanjutan di bidang perbankan, yang dipelopori oleh OJK dan didukung oleh Bank Indonesia. Kerangka kerja ini menekankan pelaporan ESG, integrasi prinsip-prinsip keberlanjutan ke dalam operasi, dan pengembangan keuangan hijau. Namun, efektivitas kerangka kerja ini bergantung pada mekanisme penegakan yang kuat. Tren terkini di Indonesia menunjukkan peningkatan adopsi praktik CSR dan keberlanjutan di sektor perbankan. Semakin banyak perusahaan publik, termasuk bank, yang memasukkan informasi terkait ESG ke dalam laporan tahunan mereka, mencakup bidang-bidang seperti penghematan energi, pengurangan emisi karbon, pengurangan limbah, dan inisiatif bangunan hijau. Beberapa bank juga menyoroti keterlibatan mereka dalam pembiayaan kendaraan listrik (EV). Fenomena lain yang bisa dirasakan terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan di industri perbankan ini adalah adanya transformasi digital. Dengan adanya Revolusi Industri 4.0, perusahaan dituntut untuk mengadopsi tanggung jawab digital sebagai bagian dari CSR mereka. Ini mencakup perlindungan data pribadi dan literasi digital ([solihin, 2023](#)). Meskipun pengungkapan lingkungan dalam laporan keberlanjutan masih lebih rendah dibandingkan aspek ekonomi dan sosial, penerapan praktik hijau secara signifikan memengaruhi kualitas laporan-laporan ini. Bank-bank tertentu, seperti DBS Bank Indonesia, secara aktif mengintegrasikan prinsip-prinsip ESG ke dalam penawaran produk mereka, seperti rekening tabungan hijau dan pinjaman terkait keberlanjutan. Selain itu perbankan semakin mengintegrasikan faktor ESG dalam operasional dan strategi mereka ([Aini & Anggraini, 2024](#)). Seperti Bank Mandiri Mengembangkan prinsip panduan ESG yang mencakup pengelolaan risiko dan aspek bisnis melalui pengembangan produk berkelanjutan ([Mandiri & Mandiri, 2023](#)). Bank Syariah Indonesia Fokus pada keberlanjutan dengan membangun kerangka kerja yang terdiri dari tiga pilar: perbankan berkelanjutan, operasi berkelanjutan, dan pemberdayaan masyarakat. BSI menerbitkan sukuk berkelanjutan untuk mendukung proyek ramah lingkungan ([Sofya, 2024](#)). Integrasi ESG ini penting karena meningkatnya kesadaran akan keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. ESG mengacu pada faktor lingkungan, sosial, dan tata kelola yang berdampak pada kinerja bank. Investor dan pemangku kepentingan menggunakan ESG sebagai pertimbangan dalam investasi ([Aini & Anggraini, 2024](#)).

Bank-bank Indonesia semakin menyadari dan mengimplementasikan praktik CSR dan keberlanjutan, didorong oleh persyaratan peraturan dan pemahaman yang berkembang tentang potensi manfaatnya. Meskipun kemajuan terlihat, masih ada ruang untuk perbaikan, terutama dalam kedalaman dan luasnya pengungkapan lingkungan. Selain itu, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) telah menjadi topik penelitian selama bertahun-tahun. Penelitian ini didorong oleh harapan bahwa masyarakat dapat merasakan manfaat dari CSR ([Ahmed et al., 2012](#)). Penelitian terkini menunjukkan bahwa CSR tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan reputasi perusahaan, tetapi juga sebagai strategi untuk mencapai keberlanjutan jangka panjang. Studi juga menunjukkan korelasi positif antara pengungkapan CSR dan kinerja keuangan (ROE) serta imbal hasil

saham untuk bank-bank Indonesia yang terdaftar di bursa efek. Hal ini menunjukkan pengakuan yang semakin besar akan nilai bisnis CSR dan keberlanjutan dalam lanskap perbankan Indonesia.

CSR adalah suatu bentuk pengaturan mandiri dan dapat diadopsi oleh suatu organisasi sebagai bagian dari model bisnisnya (Landi & Rapone, 2018). Hal ini menjadikan perusahaan bertanggung jawab secara sosial terhadap dirinya sendiri, para pemangku kepentingannya, dan masyarakat. Sebuah bisnis yang bertanggung jawab secara sosial diharapkan bertindak secara etis, memberikan kontribusi secara efisien untuk meminimalkan dampak buruk dari operasi bisnis, dan mendapatkan manfaat maksimal yang terkait dengan barang dan jasa yang bertanggung jawab secara sosial. Kegiatan yang berhubungan dengan CSR mencakup partisipasi perusahaan dalam pemasaran, donasi dan amal, kesejahteraan sosial, bantuan bencana, pengendalian polusi dan transparansi, yang menguntungkan organisasi dan menambah kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan di pasar (Szegedi & Khan, 2020). CSR bervariasi dari satu tempat ke tempat lain, industri ke industri, dan waktu ke waktu, Tran (2014) menunjukkan secara jelas bahwa CSR dapat membawa banyak manfaat bagi industri perbankan. Yang terpenting adalah meningkatkan reputasi dan kinerja keuangan bank. Bagi bank, reputasi merupakan faktor penentu dalam mempertahankan nasabah lama dan menarik nasabah baru, yang pada akhirnya memperbaiki keadaan keuangan nasabah. Selain itu, jika bank memperhatikan tanggung jawab sosialnya, mereka dapat memperoleh manfaat dari manajemen risiko yang lebih baik, loyalitas karyawan, dan reputasi yang lebih baik (Mallin et al., 2014). Jadi, ketika bank berusaha memaksimalkan keuntungannya, mereka sadar bahwa keuntungan yang diperoleh ditentukan oleh nasabahnya. Mereka adalah bagian dari masyarakat. Oleh karena itu, mereka diharapkan menjadi bank sosial yang mengemban tanggung jawab terhadap Masyarakat (Platonova et al., 2018). Penelitian ini bertujuan untuk memahami penerapan, manfaat, dan tantangan penerapan praktik-praktik CSR dalam konteks bisnis yang berbeda baik di Indonesia maupun internasional, serta dampaknya terhadap kinerja keuangan, reputasi, dan daya saing perusahaan. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan pengetahuan baru yang dapat mendorong perbankan melaksanakan CSR dan menetapkan implementasi CSR yang efektif.

Penelitian sebelumnya mengalami kesulitan dalam mengidentifikasi jalur-jalur yang menghubungkan pembangunan berkelanjutan (baik dari segi sosial maupun ekologi) dengan peningkatan kinerja ekonomi perbankan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memperdalam pemahaman mengenai kaitan antar variabel yang termuat dalam model. Ini kemudian mengarah pada pertanyaan penelitian yang secara spesifik ingin mengidentifikasi dan menganalisis berdasarkan tinjauan literatur. Bagaimana konsep dan implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) didefinisikan dan dipraktikkan dalam konteks sektor perbankan berdasarkan tinjauan literatur yang ada. Bagaimana literatur membandingkan pendekatan dan fokus CSR di sektor perbankan antar negara atau wilayah geografis yang berbeda dan bagaimana perkembangan penerapan CSR di sektor perbankan 10 tahun terakhir.

KAJIAN PUSTAKA

CSR (Corporate Social Responsibility)

Isu Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) telah menjadi topik perbincangan sejak tahun 1950-an, melibatkan peneliti, pemerintah, organisasi internasional, dan dunia bisnis. Istilah "CSR" pertama kali muncul dalam buku "Social Responsibility of Entrepreneurs" karya Bowen (1953) mendefinisikan CSR sebagai "kewajiban pengusaha untuk melaksanakan kebijakan, membuat kebijakan, atau mengambil tindakan yang diinginkan terkait dengan tujuan dan nilai-nilai masyarakat". Namun, Friedman (1970) memiliki pandangan yang berbeda, menganggap CSR sebagai sesuatu yang konfliktual, yaitu pertentangan antara kepentingan manajer dan pemegang saham. Menurutnya, manajer menggunakan CSR sebagai alat untuk mencapai agenda sosial, politik, atau profesional mereka sendiri, dengan mengorbankan kepentingan pemegang saham. Dalam karyanya Archie B. Carroll (1991, 2021) secara mendalam telah membahas landasan teoretis Tanggung Jawab Sosial

Perusahaan (CSR) dan mengklasifikasikannya ke dalam empat area utama: tanggung jawab ekonomi, hukum, etika, dan filantropi. Kerangka kerja ini menjadi panduan bagi perusahaan untuk mengintegrasikan CSR ke dalam tujuan strategis mereka, menekankan pentingnya keseimbangan antara keberhasilan finansial dan kesejahteraan masyarakat (Carroll, 1991, 2021).

- **Tanggung Jawab Ekonomi:** Fondasi utama setiap bisnis, termasuk bank, adalah menghasilkan keuntungan dengan memenuhi kebutuhan konsumen dan masyarakat. Tanggung jawab ekonomi memastikan keberlanjutan finansial dan daya saing perusahaan di pasar (Stevenson & Jarillo, 2007).
- **Tanggung Jawab Hukum:** Perusahaan diharapkan beroperasi sesuai dengan batasan hukum yang berlaku di wilayah mereka. Perusahaan yang sukses tidak hanya memaksimalkan keuntungan pemegang saham tetapi juga menjunjung tinggi kepatuhan terhadap hukum
- **Tanggung Jawab Etika:** Tanggung jawab etika mencakup harapan masyarakat terhadap keadilan, kejujuran, dan hak moral para pemangku kepentingan. Tanggung jawab ini seringkali melampaui persyaratan hukum dan meliputi pengelolaan lingkungan serta hak-hak konsumen.
- **Tanggung Jawab Filantropi:** Filantropi berkaitan dengan tindakan perusahaan yang mencerminkan harapan masyarakat terhadap peran perusahaan sebagai warga korporat yang baik, seperti terlibat dalam kegiatan amal dan pelayanan masyarakat.

Teori Legitimasi

Teori Legitimasi adalah konsep bisnis yang berkaitan dengan perilaku dan persepsi bisnis, organisasi lain, dan institusi sosial yang lebih besar dalam masyarakat. Teori ini menyatakan bahwa organisasi secara berkelanjutan berusaha untuk memastikan bahwa mereka melaksanakan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma masyarakat. Teori legitimasi menekankan adanya "kontrak sosial" antara masyarakat dan bisnis, yang mendukung pengungkapan keberlanjutan Perusahaan (Mallin et al., 2014). Inti dari *legitimation theory* adalah bahwa organisasi berusaha untuk memastikan bahwa tindakan mereka dianggap sah, dapat diterima, dan sesuai dengan norma-norma masyarakat. CSR menjadi salah satu alat penting bagi perusahaan untuk menunjukkan bahwa mereka bertanggung jawab terhadap dampak sosial dan lingkungan dari operasi mereka. Dengan terlibat dalam kegiatan CSR, perusahaan berusaha untuk mendapatkan "lisensi untuk beroperasi" dari masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya. Ini berarti bahwa masyarakat akan lebih mungkin untuk menerima keberadaan dan kegiatan perusahaan jika perusahaan dianggap berkontribusi positif atau setidaknya bertanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial (Crossley et al., 2021). Di sektor perbankan, CSR memainkan peran penting dalam membantu bank mendapatkan, mempertahankan, dan memulihkan legitimasi di mata para pemangku kepentingan dan masyarakat luas. Bank menggunakan pengungkapan informasi CSR sebagai strategi untuk melegitimasi kegiatan mereka dan menunjukkan bahwa mereka bertanggung jawab, dapat diandalkan, dan dapat dipercaya. Misalnya, Bank yang memberikan pinjaman dengan persyaratan yang adil dan transparan serta berinvestasi dalam program pemberdayaan masyarakat menunjukkan tanggung jawab etis dan filantropis mereka, yang memperkuat legitimasi mereka sebagai institusi yang tidak hanya mencari keuntungan tetapi juga berkontribusi pada kesejahteraan sosial. Munculnya *legitimacy gap* dapat menimbulkan ancaman signifikan terhadap operasi dan kelangsungan hidup bank. CSR bertindak sebagai mekanisme untuk menjembatani kesenjangan ini dengan menyelaraskan tindakan bank dengan harapan masyarakat.

Teori Pemangku Kepentingan

Teori Pemangku Kepentingan menyatakan bahwa perusahaan harus mempertimbangkan kepentingan semua pihak yang berkepentingan (pemangku kepentingan), tidak hanya pemegang saham. Teori pemangku kepentingan menyatakan bahwa perusahaan yang menerapkan aktivitas yang bertanggung jawab secara sosial memperoleh keunggulan kompetitif karena menarik lebih banyak investor dan mengurangi biaya operasional (Tomas et al., 2019). Teori pemangku kepentingan dianggap sebagai indikator yang baik tentang hubungan antara CSR dan FP, karena perusahaan CSR

menggunakan sumber daya perusahaan secara lebih efektif dan memberikan dampak positif pada FP mereka (Landi & Rapone, 2018).

Menurut teori pemangku kepentingan, Michael Hopkins (2003) berpendapat bahwa CSR berkaitan dengan perlakuan terhadap pemangku kepentingan internal dan eksternal perusahaan dalam konteks sosial (Szegedi & Khan, 2020). Tujuan CSR yang lebih luas adalah untuk menciptakan standar hidup yang lebih tinggi sekaligus menjaga profitabilitas perusahaan bagi para pemangku kepentingan. Senada dengan itu, Tran (2014) mendefinisikan CSR secara ringkas sebagai "perusahaan secara sukarela mengintegrasikan kepedulian sosial dan lingkungan ke dalam operasi bisnis dan interaksi mereka dengan pemangku kepentingan". Mengenai komponen utama CSR, Carroll (1979) memberikan definisi empat bagian CSR yang diintegrasikan ke dalam model konseptual kinerja sosial perusahaan (CSP), yaitu ekspektasi ekonomi, hukum, etika, dan politik atau sukarela/amal yang diberikan masyarakat terhadap suatu organisasi. Menerima definisi empat bagian CSR dari Carroll (1979), Frank Tuzzolino dan Barry Armandi (1981) membangun kerangka hierarki kebutuhan CSR yang meniru model hierarki kebutuhan Maslow (1954). Mereka menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan memiliki kebutuhan fisiologis, keamanan, afiliasi, harga diri, dan kesadaran diri.

Selain model empat dimensi Carroll, Alexander Dahlsrud (2006) menyimpulkan lima dimensi CSR: aspek pemangku kepentingan, aspek sosial, aspek ekonomi, aspek sukarela, dan aspek lingkungan. Di antara aspek-aspek tersebut, aspek lingkungan hidup mendapat proporsi yang jauh lebih rendah dibandingkan aspek lainnya, sedangkan aspek terkait dan aspek sosial ekonomi mendapat perhatian yang tinggi, sehingga mengalami penurunan. Dengan beragamnya model CSR, CSR kini dapat diekspresikan melalui topik dan isu dasar berikut: praktik operasi yang adil, lingkungan hidup, praktik rekrutmen, isu konsumen, partisipasi dan pengembangan masyarakat, tata kelola organisasi, dan hak asasi manusia (ISO 26000). Secara umum, CSR merupakan kategori yang luas dan berbeda. Kebingungannya bukan terletak pada bagaimana CSR didefinisikan, tetapi pada bagaimana CSR dikonstruksi secara sosial dalam konteks tertentu. Pada dasarnya, dalam masyarakat modern, tujuan akhir CSR adalah berkontribusi dalam membangun perekonomian yang dinamis, kompetitif, dan kohesif berdasarkan pengetahuan (Tran, 2014). Untuk mencapai tujuan ini, bisnis harus selalu ingat perlunya keseimbangan antara semua orang yang terlibat, termasuk karyawan, pemegang saham, pemasok, pelanggan, dan masyarakat.

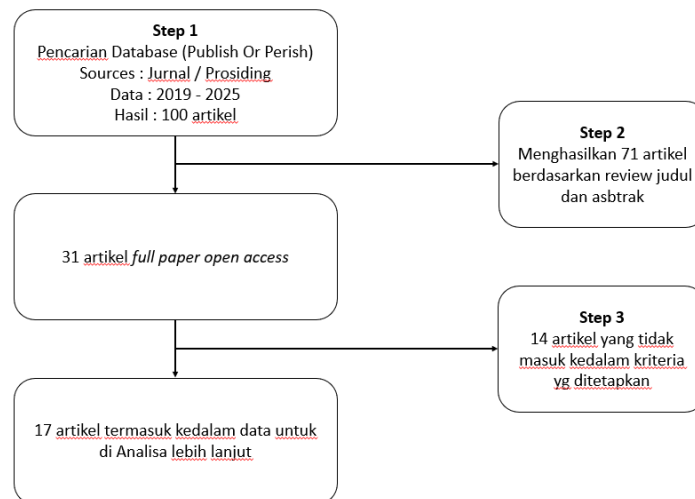
METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, metode tinjauan literatur digunakan sebagai metode utama untuk mengumpulkan data dan informasi terkait tanggung jawab sosial perusahaan. Pendekatan ini melibatkan analisis literatur ilmiah yang diterbitkan dalam jurnal akademik (Mallin et al., 2014). Pendekatan ini akan memberikan landasan yang kuat untuk memahami perkembangan dan tren penelitian terkait tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang kerangka konseptual, metode, dan temuan penelitian yang ada, serta mengidentifikasi peluang untuk kontribusi penelitian baru dan bermakna (Page et al., 2021).

Langkah-langkah yang dilakukan peneliti dalam metode penelitian ini adalah sebagai berikut: Pertama, peneliti mengidentifikasi topik penelitian tertentu melalui analisis dokumen dengan melakukan penelusuran literatur menggunakan database jurnal ilmiah, perpustakaan digital, dan sumber akademis lainnya, termasuk *Publish or Perish* (untuk identifikasi awal dan analisis sitasi), Google Scholar (untuk cakupan yang luas dan identifikasi literatur), Emerald, Taylor & Francis, Elsevier, ResearchGate (untuk identifikasi penelitian yang sedang berlangsung) dengan kata kunci yang relevan seperti "*corporate social Responsibility*", "*sustainability*", dan "*Bank*". Dari hasil penelusuran ini penulis menemukan 100 artikel yang sesuai dengan kata kunci yang ditetapkan. Kedua, pemilihan dan penelaahan artikel: Setelah melakukan pencarian, peneliti meninjau abstrak dan judul artikel yang ditemukan untuk mengevaluasi relevansi dan kualitasnya dengan topik penelitian (Safitri et al., 2022).

Dari proses kedua ini dihasilkan sebanyak 71 artikel. Ketiga, proses penelaahan literatur dengan membaca isi dari artikel dengan menerapkan kriteria inklusi berupa publikasi yang telah melalui *peer review*, relevan dengan topik penelitian dan memiliki High Indeks ,jurnal berbahasa Indonesia dan Inggris *open access*, serta jurnal yang diterbitkan antara tahun 2019 hingga 2025 (pemilihan waktu ini didasarkan pada justifikasi ilmiah bahwa periode ini mencakup perkembangan terkini, respons terhadap isu-isu global yang relevan seperti SDGs, pelaporan ESG dan mencakup peristiwa global penting seperti pandemi COVID-19 yang kemungkinan memengaruhi fokus dan prioritas CSR perusahaan, termasuk bank, ketersediaan data yang memadai, serta pertimbangan praktis dalam manajemen penelitian) (Szegedi & Khan, 2020) dari proses ini hanya 17 artikel yang masuk memenuhi semua kriteria.

Analisis yang digunakan adalah analisis konten, yang diwujudkan dalam bentuk tabel kajian literatur berdasarkan abstrak dan judul yang relevan dengan kata kunci. Setelah itu, dilakukan penyaringan dan pemetaan untuk menghasilkan matriks artikel yang sesuai, sehingga diperoleh 17 artikel yang masuk kriteria yang kemudian dianalisis lebih lanjut Melalui metode penelitian ini, harapannya para peneliti dapat mengumpulkan informasi yang komprehensif dan mendalam tentang tanggung jawab sosial perusahaan, serta berkontribusi untuk lebih memahami konsep-konsep ini dalam konteks bisnis berkelanjutan di sektor perbankan.



Gambar 1. Proses Sistematis Review Literatur
Sumber : Penulis (2025)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Artikel-artikel yang terpilih dibaca secara seksama dan dikelompokkan berdasarkan relevansi dengan topik penelitian, yaitu mengenai *Corporate Social Responsibility* dan *Sustainability* di sektor perbankan. Temuan-temuan dari penelitian ini kemudian disusun dalam bentuk matriks oleh penulis untuk mempermudah klasifikasi sesuai dengan topik yang relevan, sebagaimana disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Klasifikasi Penelitian

Penulis (Tahun)	Judul	Sample (Negara & Bank)	Publisher	Hasil Penelitian
A Buallay (2019)	Is sustainability reporting (ESG) associated with performance? Evidence from the European banking sector	Eropa (235 Bank)	Emerald	- Pengungkapan LST > kinerja (+) - Pengungkapan lingkungan > ROA dan TQ (+) - Pengungkapan tanggung jawab sosial > kinerja, ROA dan TQ (-) - Pengungkapan tata kelola > ROA, ROE (-) - Pengungkapan tata kelola > Tobin's Q. (+)
E Baraibar-Diez, M D. Odriozola (2019)	CSR committees and their effect on ESG performance in UK, France, Germany, and Spain	Spanyol, Prancis, Jerman, dan Inggris (197 Bank)	mdpi	- Komite CSR > skor sosial, lingkungan, dan tata kelola di keempat negara (+) - Komite csr > skor ekonomi di Spanyol (-)
E Nizam, A Ng, G Dewandaru, R Nagayev (2019)	The impact of social and environmental sustainability on financial performance: A global analysis of the banking sector	713 bank dari 75 negara	Elsevier	- Akses ke keuangan > kinerja keuangan (+) - Akses ke keuangan > return on equity (ROE) (+) - Pembiayaan lingkungan > ROE (+) - Pertumbuhan pinjaman > pembiayaan lingkungan ke profitabilitas (+)
HB Christensen, L Hail, C Leuz (2019)	Adoption of CSR and sustainability reporting standards: Economic analysis and review	Amerika Serikat (380 Studi CSR)	ecgi.global	- Praktik pelaporan CSR sukarela dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk karakteristik perusahaan (seperti ukuran), struktur kepemilikan, tata kelola perusahaan, dan karakteristik manajerial
TT Siueia, J Wang, TG Deladem (2019)	Corporate Social Responsibility and financial performance: A comparative study in the	Afrika Selatan (10 Bank)	Elsevier	- FP > pengungkapan CSR (+) - Perilaku CSR > kinerja bank (+)

	Sub-Saharan Africa banking sector			- Bank di Afrika Selatan sedikit lebih baik kinerjanya dan mengungkapkan lebih banyak informasi CSR daripada bank-bank di Mozambik, - Indeks pengungkapan CSR > FP (+)
A Buallay, SM Fadel, JY Al-Ajmi (2020)	Sustainability reporting and performance of MENA banks: is there a trade-off?	Timur Tengah dan Afrika Utara (59 Bank)	emerald	- LST terhadap kinerja dan manfaat ekonomi bagi pemegang saham (+) - Kinerja sosial > profitabilitas dan nilai bank (-)
AB Tulcanaza-Prieto, HK Shin, Y Lee, CW Lee (2020)	Relationship among CSR initiatives and financial and non-financial corporate performance in the ecuadorian banking environment	Ekuador (Keuangan 19 bank swasta, Non Keuangan 245 nasabah bank)	mdpi	- Inisiatif CSR > ROA dan ROE dan non-keuangan (+) - Inisiatif tanggung jawab ekonomi, hukum, etika, dan filantropi (diskresioner) > kinerja non-keuangan (+) - Kepercayaan merek pelanggan, loyalitas merek pelanggan, persepsi pelanggan > kualitas, dan kepuasan pelanggan (+)
H Sun, MR Rabbani, N Ahmad, MS Sial, G Cheng (2020)	CSR, co-creation and green consumer loyalty: Are green banking initiatives important? A moderated mediation approach from an emerging economy	Islamabad, Faisalabad, dan Lahore (489 konsumen dari 6 Bank terbesar)	mdpi.com	- CSR > loyalitas konsumen hijau (+) - Co-creation secara parsial memediasi hubungan antara CSR dan loyalitas konsumen hijau. - Inisiatif perbankan hijau memoderasi hubungan tidak langsung antara CSR dan loyalitas konsumen hijau melalui co-creation, dimana hubungan tersebut menjadi lebih kuat dengan adanya

				inisiatif perbankan hijau.
P Velte, M Stawinoga (2020)	Do chief sustainability officers and CSR committees influence CSR-related outcomes? A structured literature review based on empirical-quantitative research ...	48 studi empiris kuantitatif	Springer	- Komite CSR > pelaporan CSR dan kinerja CSR (+) - Komite CSR > pelaporan CSR dan kinerja CSR (+) - Studi mengenai dampak CSO masih sangat sedikit dan hasilnya tidak meyakinkan, Terdapat kesenjangan penelitian yang signifikan terkait dampak CSO terhadap berbagai hasil CSR
S Belasri, M Gomes, G Pijourlet (2020)	Corporate social responsibility and bank efficiency	41 Negara (184 Bank)	Elsevier	- CSR > efisiensi bank hanya di negara-negara maju, di negara-negara yang memiliki perlindungan investor yang tinggi dan di negara-negara yang memiliki orientasi pemangku kepentingan yang tinggi (+)
FA Sobhani, A Haque, S Rahman (2021)	Socially responsible HRM, employee attitude, and bank reputation: the rise of CSR in Bangladesh	Bangladesh (711 karyawan 48 bank swasta, 9 bank publik)	mdpi.com	- SRHRM > OCB dan reputasi bank (+) - SRHRM > niat keluar karyawan (-) - OCB > reputasi bank (+) - OCB > niat keluar karyawan tidak signifikan - Persepsi karyawan dan reputasi bank > niat keluar (-) - OCB ditemukan memediasi secara parsial hubungan langsung antara SRHRM dan reputasi bank.
N Ahmad, RT Naveed, M Scholz, M	CSR communication through social media: A	Pakistan (448 konsumen)	mdpi.com	- Komunikasi CSR melalui media sosial > loyalitas konsumen (+)

Irfan, M Usman (2021)	litmus test for banking consumers' loyalty	dari 4 Bank terbesar)		- Kekaguman konsumen>merek (brand admiration) memediasi secara parsial hubungan antara komunikasi CSR melalui media sosial dan loyalitas konsumen. - Komunikasi CSR sebuah bank melalui media sosial, kekaguman konsumen>merek (+)
F Neitzert, M Petras (2022)	Corporate social responsibility and bank risk	115 Negara (582 Bank)	Springer	- Efek dari kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan pada tingkat agregat menunjukkan bahwa kegiatan lingkungan hidup menentukan mitigasi risiko ini. - Aktivitas sosial dan tata kelola tidak menunjukkan hasil yang sama jelasnya. - Pentingnya aspek lingkungan hidup dalam manajemen risiko bank.
L Chiaramonte , A Dreassi, C Girardone (2022)	Do ESG strategies enhance bank stability during financial turmoil? Evidence from Europe	Eropa (84 Bank)	Taylor &Francis	- Saat terjadi gejolak keuangan, semakin lama durasi pengungkapan LST, semakin besar manfaatnya terhadap stabilitas - Hubungan LST dengan stabilitas bank sangat bervariasi di seluruh karakteristik dan lingkungan operasi bank - Temuan ini mendukung upaya regulasi yang mensyaratkan pengungkapan informasi non-

				keuangan yang lebih baik
L Leclercq-Machado, A Alvarez-Risco (2022)	Effect of corporate social responsibility on consumer satisfaction and consumer loyalty of private banking companies in Peru	Peru (390 konsumen bank)	mdpi.com	- CSR dan kepuasan pelanggan, melalui kepercayaan pelanggan > loyalitas pelanggan (+) - Kepercayaan pelanggan (CT) memediasi hubungan antara CSR dan loyalitas pelanggan, serta antara kepuasan pelanggan (CS) dan loyalitas pelanggan. - CSR > loyalitas pelanggan(+)
I Khan, M Fatma (2023)	CSR influence on brand image and consumer word of mouth: Mediating role of brand trust	India (328 Responden bank New Delhi)	mdpi.com	- Persepsi konsumen, CSR > kepercayaan merek(+) - CSR > citra merek dan word of mouth melalui kepercayaan merek (+)
QT Nguyen Kim (2024)	Corporate governance, corporate social responsibility and bank performance in Vietnam with mediators	Vietnam (320 responden , manajer puncak, manajer keuangan, kepala akuntan, dan karyawan	Taylor & Francis	- Tata kelola Perusahaan > CSR (+) - CSR > kepuasan pelanggan, kinerja lingkungan & kinerja bank (+) - Model penelitian menjelaskan 51,8% variasi dalam kinerja bank melalui CSR, kepuasan pelanggan, dan kinerja lingkungan

Sumber (Penulis, 2025)

Analisis terhadap serangkaian penelitian terkini mengenai Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dan aspek Lingkungan, Sosial, dan Tata Kelola (ESG) dalam sektor perbankan menunjukkan gambaran yang kompleks dan multifaset. Secara umum, terdapat konsensus yang berkembang bahwa praktik CSR/ESG memiliki potensi untuk memberikan dampak positif, namun efektivitas dan manifestasinya sangat bergantung pada berbagai faktor kontekstual, termasuk mekanisme internal perusahaan, lingkungan institusional, dan persepsi pemangku kepentingan. Penelitian awal seperti yang dilakukan oleh (Christensen et al., 2019) menyoroti heterogenitas yang signifikan dalam praktik pelaporan CSR sukarela. Meskipun adopsi standar pelaporan CSR yang luas berpotensi meningkatkan transparansi dan komparabilitas, keberhasilannya bergantung pada insentif perusahaan dan mekanisme penegakan yang kuat. Hal ini mengindikasikan bahwa regulasi saja tidak cukup tanpa adanya dukungan infrastruktur dan kemauan dari entitas pelapor. (Velte & Stawinoga, 2020) melalui

tinjauan literatur mereka lebih lanjut menguatkan pandangan ini, dengan menemukan bahwa komite CSR cenderung berpengaruh positif terhadap kualitas pelaporan dan kinerja CSR, menunjukkan peran substantifnya ketimbang hanya simbolis. Namun, mereka juga mencatat masih minimnya penelitian mengenai dampak *Chief Sustainability Officers* (CSO) dan perlunya analisis lebih lanjut mengenai efektivitas berbagai mekanisme tata kelola keberlanjutan.

CSR, Tata Kelola, Kinerja Keuangan, dan Efisiensi: Dalam konteks negara berkembang seperti Vietnam, (Nguyen Kim, 2024) menemukan bahwa tata kelola perusahaan yang baik berpengaruh positif langsung terhadap implementasi CSR. Lebih lanjut, CSR, bersama dengan kepuasan pelanggan dan kinerja lingkungan, berperan sebagai mediator penting dalam hubungan antara tata kelola perusahaan dan kinerja bank. Ini menyiratkan bahwa perbaikan kinerja bank melalui tata kelola yang baik seringkali disalurkan melalui komitmen terhadap praktik yang bertanggung jawab secara sosial. Studi komparatif di Afrika Sub-Sahara oleh (Siueia et al., 2019) juga menemukan hubungan positif antara pengungkapan CSR dan kinerja keuangan bank, dengan bank-bank di Afrika Selatan (yang umumnya lebih maju) menunjukkan kinerja dan pengungkapan CSR yang lebih baik dibandingkan Mozambik. Hal ini sejalan dengan temuan Belasri, (Belasri et al., 2020) yang secara global menemukan bahwa CSR berhubungan positif dengan efisiensi bank, namun dampak ini lebih terasa di negara maju dengan perlindungan investor dan orientasi pemangku kepentingan yang kuat. Di Ekuador, (Prieto et al., 2020) juga melaporkan bahwa inisiatif CSR berdampak positif baik pada kinerja keuangan (ROA dan ROE) maupun non-keuangan (kepercayaan dan loyalitas pelanggan) bank. Senada dengan itu, (Buallay, 2019) yang meneliti bank-bank Eropa, menemukan dampak positif signifikan dari pengungkapan ESG secara keseluruhan terhadap kinerja operasional, keuangan, dan pasar.

Namun, ketika komponen ESG dianalisis secara terpisah, gambaran menjadi lebih bernuansa. Buallay (2019) menemukan bahwa di Eropa, pengungkapan lingkungan berdampak positif pada ROA dan Tobin's Q, sementara pengungkapan sosial justru berdampak negatif pada ketiga ukuran kinerja, dan pengungkapan tata kelola berdampak negatif pada ROA dan ROE namun positif pada Tobin's Q. Demikian pula, (Buallay et al., 2020) dalam studi di kawasan MENA, menemukan bahwa meskipun ESG secara agregat berdampak positif, kinerja sosial secara individual berperan negatif dalam menentukan profitabilitas dan nilai bank. Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua aspek ESG diterima atau memberikan dampak yang sama di semua konteks, dan persepsi bahwa investasi sosial mungkin belum tentu memberikan imbal hasil finansial langsung bisa jadi mempengaruhinya. (Nizam et al., 2019) dalam analisis global mereka lebih lanjut menguraikan bahwa akses terhadap keuangan (sebagai aspek sosial) berdampak positif signifikan pada kinerja keuangan bank, terutama disalurkan melalui pertumbuhan pinjaman dan kualitas manajemen, dan efek ini lebih kuat pada bank yang lebih kecil. Sementara itu, dampak pembiayaan lingkungan baru terlihat signifikan setelah mengontrol variabel makroekonomi.

Dalam hal risiko, (Neitzert & Petras, 2022) mengonfirmasi bahwa aktivitas CSR secara agregat mengurangi risiko gagal bayar dan risiko portofolio bank secara global. Menariknya, dekomposisi efek ini menunjukkan bahwa aktivitas lingkungan adalah penentu utama mitigasi risiko tersebut, sementara dampak pilar sosial dan tata kelola kurang konsisten. Sejalan dengan ini, (Chiaramonte et al., 2022) menemukan bahwa skor ESG total dan sub-pilarnya mengurangi kerapuhan bank (meningkatkan stabilitas) di Eropa, terutama selama periode krisis keuangan. Efek stabilisasi ini lebih kuat untuk bank dengan peringkat ESG yang lebih tinggi dan dengan durasi pengungkapan ESG yang lebih lama. Pengenalan Direktif Pelaporan Non-Keuangan Uni Eropa (NFRD) juga terbukti memberi "penghargaan" pada bank yang lebih terlibat dalam praktik CSR dengan stabilitas yang lebih tinggi. CSR dan Respons Konsumen serta Karyawan: Dari perspektif konsumen, penelitian menunjukkan bahwa CSR memainkan peran penting dalam membangun hubungan yang positif. (Leclercq-Machado et al., 2022) menemukan bahwa di Peru, CSR dan kepuasan konsumen, melalui mediasi kepercayaan konsumen, berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. (Khan & Fatma, 2023) dalam konteks perbankan India, juga menemukan bahwa persepsi CSR secara positif mempengaruhi kepercayaan

merek, yang kemudian secara parsial memediasi hubungan antara CSR dengan citra merek dan *word-of-mouth* positif konsumen. (Fauzi et al., 2021) menekankan peran komunikasi CSR melalui media sosial dalam meningkatkan loyalitas konsumen di Pakistan, dengan kekaguman merek (*brand admiration*) sebagai mediator parsial. Lebih lanjut, (Sun et al., 2020) mengidentifikasi bahwa inisiatif perbankan hijau memoderasi hubungan tidak langsung antara CSR dan loyalitas konsumen hijau melalui ko-kreasi di Pakistan, menunjukkan bahwa keterlibatan aktif nasabah dalam konteks inisiatif hijau dapat memperkuat dampak positif CSR. Dari sisi internal, (Sobhani et al., 2021) menunjukkan bahwa praktik *Socially Responsible Human Resource Management* (SRHRM) di Bangladesh berpengaruh positif terhadap *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) karyawan dan reputasi bank, serta berpengaruh negatif terhadap niat karyawan untuk keluar. OCB juga ditemukan memediasi sebagian hubungan antara SRHRM dan reputasi bank.

KESIMPULAN

Temuan dari berbagai penelitian ini mengindikasikan bahwa inisiatif CSR dan ESG secara umum berkorelasi positif dengan berbagai aspek kinerja bank, baik keuangan maupun non-keuangan, serta dapat meningkatkan stabilitas dan mengurangi risiko. Namun, dampak ini tidak selalu seragam dan sangat dipengaruhi oleh konteks spesifik seperti tingkat perkembangan negara, kerangka institusional, karakteristik bank (misalnya ukuran), fokus pilar ESG tertentu (lingkungan seringkali menonjol), dan bagaimana CSR dikomunikasikan serta dipersepsikan oleh pemangku kepentingan internal (karyawan) dan eksternal (konsumen). Kepercayaan dan keterlibatan pemangku kepentingan muncul sebagai mediator dan moderator kunci dalam menerjemahkan upaya CSR menjadi hasil yang diinginkan. Untuk praktik di Indonesia, hasil-hasil ini menyarankan bahwa investasi dalam CSR yang strategis, transparan, dan relevan dengan konteks lokal, serta didukung oleh tata kelola yang kuat, berpotensi memberikan manfaat signifikan bagi sektor perbankan.

Implikasi Praktis

Temuan-temuan ini secara kolektif menyarankan bahwa bank sebaiknya mengintegrasikan CSR ke dalam strategi inti bisnis mereka. Investasi dalam CSR bukan hanya merupakan kewajiban etis tetapi juga dapat memberikan keuntungan kompetitif yang nyata melalui peningkatan kinerja keuangan, loyalitas nasabah yang lebih tinggi, reputasi yang lebih baik, dan karyawan yang lebih terlibat. Komunikasi yang transparan dan efektif mengenai inisiatif CSR, serta penerapan SRHRM, juga menjadi kunci keberhasilan. Dengan demikian, penelitian lintas negara ini memberikan bukti empiris yang kuat mengenai manfaat CSR di sektor perbankan, terutama dalam konteks pasar negara berkembang yang dinamis.

Penelitian ini memberikan wawasan bagi para pembuat kebijakan dan regulator di sektor perbankan. Mereka dapat mempertimbangkan untuk mengembangkan kebijakan yang mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi CSR mereka secara lebih transparan dan komprehensif. Selain itu, mereka dapat mempertimbangkan untuk memberikan insentif bagi perusahaan yang berpartisipasi aktif dalam kegiatan CSR.

Kendala dan Penelitian Selanjutnya

Tinjauan literatur ini mengenai Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) di sektor perbankan ini masih memiliki keterbatasan seperti adanya Keterbatasan Sampel dan Generalisasi Dimana Banyak studi menggunakan sampel yang kecil atau terbatas secara geografis, sehingga sulit untuk menggeneralisasi temuan ke konteks yang lebih luas. Selain itu, Mayoritas penelitian bersifat *cross-sectional* (data satu waktu), yang membatasi kemampuan untuk menentukan hubungan sebab-akibat secara pasti. Potensi Bias Adanya risiko *common method bias* (bias metode umum) dan *social desirability bias* (bias keinginan sosial) akibat penggunaan kuesioner yang diisi sendiri. Pengukuran Subjektif Dimana Pengukuran persepsi CSR dan sikap konsumen atau karyawan seringkali bersifat

subjektif. Untuk memajukan penelitian di bidang ini Penelitian mendatang diharapkan dapat mengatasi keterbatasan dengan Perluas Cakupan Gunakan sampel yang lebih besar, beragam (jenis bank, lintas negara/budaya), dan pertimbangkan sektor jasa lain untuk perbandingan. menggunakan Desain Longitudinal Lakukan studi longitudinal untuk melacak perubahan dampak CSR dan memperkuat analisis kausalitas. Eksplorasi Variabel Lebih Lanjut dengan Identifikasi dan uji lebih banyak variabel mediator (misalnya, kualitas layanan, keterlibatan pelanggan) dan moderator (misalnya, variabel demografi). Adopsi Metode Campuran: Kombinasikan metode kuantitatif dan kualitatif untuk pemahaman yang lebih mendalam. Fokus pada Dimensi CSR Spesifik dengan Analisis dampak dari berbagai dimensi CSR (lingkungan, sosial, etika) secara terpisah.

SARAN

Mempertimbangkan implikasi praktis dan teoritis dari penelitian ini, berikut adalah beberapa saran yang perlu dipertimbangkan

1. Saran Praktis

Penggunaan Data Deret Waktu yang Lebih Panjang: Bank dan institusi lain disarankan untuk menggunakan data deret waktu yang lebih panjang dalam penelitian mereka. Hal ini dapat memberikan hasil estimasi yang lebih akurat dan komprehensif mengenai hubungan antara kinerja keberlanjutan sosial dan lingkungan dengan faktor-faktor penentu kinerja bank.

Penerapan Teknik Kausalitas Granger: Penelitian di masa depan disarankan untuk menerapkan teknik kausalitas Granger untuk menguji hubungan sebab-akibat antara kinerja keberlanjutan sosial dan lingkungan dengan faktor-faktor penentu kinerja bank. Teknik ini dapat membantu mengidentifikasi apakah kinerja keberlanjutan mempengaruhi kinerja keuangan, atau sebaliknya.

Dimensi Tata Kelola dalam Pengukuran Keberlanjutan: Studi lebih lanjut disarankan untuk memasukkan dimensi tata kelola dalam pengukuran keberlanjutan. Tata kelola yang baik dapat menjadi faktor penting dalam keberhasilan implementasi praktik keberlanjutan.

Kontribusi terhadap Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDG): Bank dan institusi lain didorong untuk menilai bagaimana mereka dapat berkontribusi terhadap Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDG) Perserikatan Bangsa-Bangsa. Hal ini dapat mencakup berbagai cara, seperti pendanaan proyek-proyek berkelanjutan, investasi pada energi terbarukan, atau memberikan layanan keuangan yang mendukung keberlanjutan sosial dan lingkungan.

2. Saran Teoretis

Pengembangan Model yang Lebih Komprehensif: Penelitian di masa depan dapat mengembangkan model yang lebih komprehensif untuk menjelaskan hubungan antara kinerja keberlanjutan, tata kelola, dan kinerja keuangan bank. Model ini dapat mencakup faktor-faktor lain yang relevan, seperti ukuran bank, risiko kredit, dan kondisi ekonomi makro.

Penggunaan Teori Pemangku Kepentingan: Penelitian lebih lanjut dapat menggunakan teori pemangku kepentingan untuk menganalisis bagaimana berbagai kelompok pemangku kepentingan (seperti karyawan, pelanggan, dan investor) mempengaruhi dan dipengaruhi oleh praktik keberlanjutan bank.

Penelitian Kualitatif: Selain penelitian kuantitatif, penelitian kualitatif juga diperlukan untuk memahami secara mendalam bagaimana bank mengimplementasikan praktik keberlanjutan dan bagaimana praktik tersebut mempengaruhi kinerja mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan. Penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak, atas bantuan, saran, dan dukungan yang telah diberikan baik secara financial maupun non financial yang telah memungkinkan penelitian ini dilakukan.

REFERENSI

- Ahmed, S. U., Islam, Z., & Hasan, I. (2012). *Corporate Social Responsibility and Financial Performance Linkage* -. 1(1), 14–21. Retrieved from <http://www.hgpub.com/jorm.html>
- Aini, B. Q., & Anggraini, T. (2024). Analisis Prinsip-Prinsip Environmental, Social and Governance (ESG) Pada Operasional BSI Stabat Kh Zainul Arifin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(02), 1455–1465. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i2.13309>
- Alam, K., & Nazrul, M. (2022). *How Does Corporate Social Responsibility Impact The Financial Inclusion ? An Econometric Study on Banking Sector in Bangladesh*. 13(1), 52–60. <https://doi.org/10.9790/5933-1301035260>
- Belasri, S., Gomes, M., Pijourlet, G., Belasri, S., Gomes, M., & Pijourlet, G. (2020). *Corporate social responsibility and bank efficiency*. <https://doi.org/10.1016/j.mulfin.2020.10061>
- Birindelli, G., Ferretti, P., Intonti, M., & Iannuzzi, A. P. (2015). On the drivers of corporate social responsibility in banks: evidence from an ethical rating model. *Journal of Management and Governance*, 19(2), 303–340. <https://doi.org/10.1007/s10997-013-9262-9>
- Bowen, H. R. (1953). *Social Responsibility of the Businessman*. New York: Harper and Row.
- Buallay, A. (2019). Management of Environmental Quality: An International Journal Is sustainability reporting (ESG) associated with performance? Evidence from the European banking sector. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 30(1), 98–115. <https://doi.org/10.1108/MEQ-12-2017-0149>
- Buallay, A., Fadel, S. M., Al-Ajmi, J. Y., & Saudagaran, S. (2020). Sustainability reporting and performance of MENA banks: is there a trade-off? *Measuring Business Excellence*, 24(2), 197–221. <https://doi.org/10.1108/MBE-09-2018-0078>
- Carroll, A. B. (1979). Corporate performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.
- Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, July-August. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
- Carroll, A. B. (2021). Corporate Social Responsibility: Perspectives on the CSR Construct's Development and Future. *Business and Society*, 60(6), 1258–1278. <https://doi.org/10.1177/00076503211001765>
- Chiaramonte, L., Dreassi, A., Girardone, C., & Piserà, S. (2022). Do ESG strategies enhance bank stability during financial turmoil? Evidence from Europe. *European Journal of Finance*, 28(12), 1173–1211. <https://doi.org/10.1080/1351847X.2021.1964556>
- Christensen, H. B., Hail, L., & Leuz, C. (2019). Adoption of CSR and Sustainability Reporting Standards: Economic Analysis and Review. *SSRN Electronic Journal*, August. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3427748>
- Crossley, R. M., Elmagrhi, M. H., & Ntim, C. G. (2021). Sustainability and legitimacy theory: The case of sustainable social and environmental practices of small and medium-sized enterprises. *Business Strategy and the Environment*, 30(8), 3740–3762. <https://doi.org/10.1002/bse.2837>
- Dahlsrud, A. (2006). How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. *Corporate social responsibility and environmental management*, 15(1), 1-13. <https://doi.org/10.1002/csr.132>

- Fauzi, S. E., Sudjono, S., & Saluy, A. B. (2021). Comparative Analysis of Financial Sustainability Using the Altman Z-Score, Springate, Zmijewski and Grover Models for Companies Listed at Indonesia Stock Exchange Sub-Sector Telecommunication Period 2014 – 2019. *Journal of Economics and Business*, 4(1). <https://doi.org/10.31014/aior.1992.04.01.321>
- Friedman, M. (1970). of Business is to Increase its Profits. *New York Times Magazine*, September, 13, 122-126.
- Hopkins, M. (2003). The business case for CSR: where are we?. *International Journal of Business Performance Management*, 5(2-3), 125-140. <https://doi.org/10.1504/IJBPM.2003.003261>
- Idowu, S. O. (2013). Corporate Social Responsibility Report. *Encyclopedia of Corporate Social Responsibility*, 594–598. https://doi.org/10.1007/978-3-642-28036-8_188
- Khan, I., & Fatma, M. (2023). CSR Influence on Brand Image and Consumer Word of Mouth: Mediating Role of Brand Trust. *Sustainability (Switzerland)*, 15(4). <https://doi.org/10.3390/su15043409>
- Kumar, B. R. (2024). *Case 84 Ameris Bancorp BT - Rising Stars : Integrative Case Studies on the 100 Fastest-Growing Companies* (B. R. Kumar (ed.); pp. 609–614). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-50032-9_84
- Kurniadi, A., Rahman, A. H., Indriani, F., & Diponegoro, U. (2024). *Research Horizon*. 0696.
- Landi, G., & Rapone, V. (2018). The Impact of Adopting Corporate Social Responsibility on Corporate Financial Performance: Evidence From Italian Listed Companies. *International Journal of Accounting and Financial Reporting*, 8(4), 307. <https://doi.org/10.5296/ijaf.v8i4.13734>
- Leclercq-Machado, L., Alvarez-Risco, A., Esquerre-Botton, S., Almanza-Cruz, C., de las Mercedes Anderson-Seminario, M., Del-Aguila-Arcenales, S., & Yáñez, J. A. (2022). Effect of Corporate Social Responsibility on Consumer Satisfaction and Consumer Loyalty of Private Banking Companies in Peru. *Sustainability (Switzerland)*, 14(15). <https://doi.org/10.3390/su14159078>
- Mallin, C., Farag, H., & Ow-Yong, K. (2014). Corporate social responsibility and financial performance in Islamic banks. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 103. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2014.03.001>
- Mandiri, P. T. B., & Mandiri, P. T. B. (2023). *ESG Guiding Principle*.
- Maqbool, S., & Zameer, M. N. (2018). Corporate social responsibility and financial performance: An empirical analysis of Indian banks. *Future Business Journal*, 4(1), 84–93. <https://doi.org/10.1016/j.fbj.2017.12.002>
- Maslow, A. H. (1954). *Motivation and Personality*. New YorN: Harpaer & Row Publishers.
- Memon, S., Waqar Sethar, Adnan Pitafi, & Wasim Uddin. (2019). Impact of CSR on Financial Performance of Banks: A Case Study. *Journal of Accounting and Finance in Emerging Economies*, 5(1), 129–140. <https://doi.org/10.26710/jafee.v5i1.366>
- Neitzert, F., & Petras, M. (2022). Corporate social responsibility and bank risk. In *Journal of Business Economics* (Vol. 92, Issue 3). Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/s11573-021-01069-2>
- Nguyen Kim, Q. T. (2024). Corporate governance, corporate social responsibility and bank performance in Vietnam with mediators. *Cogent Business and Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2336654>
- Nizam, E., Ng, A., Dewandaru, G., & Nagayev, R. (2019). Journal of Multinational Financial The impact of social and environmental sustainability on financial performance : A global analysis of the banking sector. *Journal of Multinational Financial Management*, 49, 35–53. <https://doi.org/10.1016/j.mulfin.2019.01.002>
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S., ... Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *The BMJ*, 372. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>

- Platonova, E., Asutay, M., Dixon, R., & Mohammad, S. (2018). The Impact of Corporate Social Responsibility Disclosure on Financial Performance : Evidence from the GCC Islamic Banking Sector. *Journal of Business Ethics*, 151(2), 451–471. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3229-0>
- Prieto, A. B. T., Shin, H. K., Lee, Y., & Lee, C. W. (2020). Relationship among CSR initiatives and financial and non-financial corporate performance in the ecuadorian banking environment. *Sustainability (Switzerland)*, 12(4). <https://doi.org/10.3390/su12041621>
- Safitri, N., Ahmar, N., Zaky, M., & Rahmani, M. A. (2022). Green Intellectual Capital and Environmental Management Accounting: a Literatur Review. *Jurnal Proaksi*, 9(3), 281–291. <https://doi.org/10.32534/jpk.v9i3.3096>
- Safitri, N., Setiatin, T., Zaelani, R., Zaky, M., & Suaebah, E. (2024). Eksplorasi Green Intellectual Capital dan Green Accounting: Tinjauan Literatur dalam Mendukung Keberlanjutan. *Jurnal Proaksi*, 11(1), 30–47. <https://doi.org/10.32534/jpk.v11i1.5482>
- Siueia, T. T., Wang, J., & Deladem, T. G. (2019). Jurnal Produksi Bersih Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan kinerja keuangan : Sebuah studi perbandingan di sektor perbankan Afrika Sub-Sahara. *Journal of Cleaner Production*, 226, 658–668. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.04.027>
- Sobhani, F. A., Haque, A., & Rahman, S. (2021). Socially responsible hrm, employee attitude, and bank reputation: The rise of CSR in Bangladesh. *Sustainability (Switzerland)*, 13(5), 1–17. <https://doi.org/10.3390/su13052753>
- Sofya, N. (2024). Model Integrasi Environmental , Social And Governance Dan Maqashid Syari ' Ah Dalam Keberlanjutan Bank Syari ' Ah Indonesia Tahun 2020-2023 Pendahuluan Perbankan syari ' ah telah berkembang menjadi salah satu pilar penting dalam industri keuangan global . <https://doi.org/10.30983/krigan.v2i2.9094>
- solihin. (2023). *Tanggung Jawab Digital Perusahaan di Indonesia : Sebuah Tinjauan Konseptual Medkom : Jurnal Media dan Komunikasi Praktek Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau Corporate Social Responsibility Penanaman Modal, dan Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik*. 3, 77–215. <https://doi.org/10.20473/medkom.v3i2.45470>
- Stevenson, H. H., & Jarillo, J. C. (2007). A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management. *Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective*, 11(5), 155–170. https://doi.org/10.1007/978-3-540-48543-8_7
- Sun, H., Rabbani, M. R., Ahmad, N., Sial, M. S., Guping, C., Zia-Ud-din, M., & Fu, Q. (2020). Csr, co-creation and green consumer loyalty: Are green banking initiatives important? A moderated mediation approach from an emerging economy. *Sustainability (Switzerland)*, 12(24), 1–22. <https://doi.org/10.3390/su122410688>
- Szegedi, K., & Khan, Y. (2020). *Corporate Social Responsibility and Financial Performance : Evidence from Pakistani Listed Banks*. 1–19. <https://doi.org/10.3390/su12104080>
- Tetiana, L., Alla, B., Agrarian, M. N., Anna, B., National, M., & Gannichenko, T. (2022). *JEL Classification : G21; M14* 1. 31(January), 77–81.
- Tomas, T., Wang, J., & Geoffrey, T. (2019). Corporate Social Responsibility and fi nancial performance : A comparative study in the Sub-Saharan Africa banking sector. *Journal of Cleaner Production*, 226, 658–668. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.04.027>
- Tran, Y. T. H. (2014). CSR in banking sector: A literature review and new research directions. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 2(1), 1–22. Retrieved from <https://ijecm.co.uk/wp-content/uploads/2014/11/21112.pdf>
- Tuzzolino, F., & Armandi, B. R. (1981). A need-hierarchy framework for assessing corporate social responsibility. *Academy of management review*, 6(1), 21-28. <https://doi.org/10.2307/257137>

- Velte, P., & Stawinoga, M. (2020). Do chief sustainability officers and CSR committees influence CSR-related outcomes? A structured literature review based on empirical-quantitative research findings. In *Journal of Management Control* (Vol. 31, Issue 4). Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/s00187-020-00308-x>
- Waddock, S. A., & Graves, S. L. (2011). The Effect of Corporate Social Responsibility on Financial Performance: An Empirical Analysis. *Strategic Management Journal*, Volume 32, Issue 7, Pages 804-835, 9(1), 2152.
- Wei, J., Xiong, R., Hassan, M., Shoukry, A. M., Aldeek, F. F., & Khader, J. A. (2021). Entrepreneurship, Corporate Social Responsibilities, and Innovation Impact on Banks' Financial Performance. *Frontiers in Psychology*, 12(August), 1–10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.680661>
- Yang, J., & Basile, K. (2019). The impact of corporate social responsibility on brand equity. *Marketing Intelligence and Planning*, 37(1), 2–17. <https://doi.org/10.1108/MIP-02-2018-0051>