



THE INFLUENCE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) ON THE REPUTATION AND FINANCIAL PERFORMANCE OF BANKS LISTED ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE (IDX) FOR THE 2021-2023 PERIOD

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP REPUTASI DAN KINERJA KEUANGAN BANK YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2021-2023

Ayi Astuti¹, NR. Ayke Nurliaty², Indri Utami³
Universitas Langlangbuana
Email: ayiaastuti721@gmail.com

ABSTRACT

This study explores the impact of Corporate Social Responsibility (CSR) on corporate reputation and financial performance in the banking industry. With increasing public attention to ethical and sustainable business practices, this study aims to identify the relationship between CSR implementation, public image, and bank financial results as measured by Return on Asset (ROA). The methodology used is a quantitative approach with regression analysis of data obtained from the annual reports of banks listed on the Indonesia Stock Exchange and the CSR index. The results show that banks that actively implement CSR tend to have a better reputation in the eyes of the public and stakeholders, as well as show an increase in long-term financial performance as measured by revenue and net profit growth. In addition, the analysis shows that CSR contributes positively to ROA with a significant correlation coefficient. These findings suggest that CSR not only fulfills social responsibility but is also an important strategy to improve banks' financial performance. This study emphasizes the need for bank management to integrate CSR as part of their long-term strategy.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR); Corporate Reputation; Financial Performance; Banking Industry; Return on Assets (ROA)

ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi dampak Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap reputasi perusahaan dan kinerja keuangan di industri perbankan. Dengan meningkatnya perhatian masyarakat terhadap praktik bisnis yang beretika dan berkelanjutan, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara pelaksanaan CSR, citra publik, dan hasil keuangan bank yang diukur dengan Return on Asset (ROA). Metodologi yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi terhadap data yang diperoleh dari laporan tahunan bank-bank yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan indeks CSR. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bank yang aktif melaksanakan CSR cenderung memiliki reputasi yang lebih baik di mata publik dan pemangku kepentingan, serta menunjukkan peningkatan kinerja keuangan jangka panjang yang terukur melalui pertumbuhan pendapatan dan laba bersih. Selain itu, hasil analisis menunjukkan bahwa CSR berkontribusi positif terhadap ROA dengan koefisien korelasi yang signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa CSR tidak hanya memenuhi tanggung jawab sosial tetapi juga merupakan strategi penting untuk meningkatkan kinerja keuangan bank. Penelitian ini menekankan perlunya manajemen bank untuk mengintegrasikan CSR sebagai bagian dari strategi jangka panjang mereka.

Kata kunci: Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR); Reputasi Perusahaan; Kinerja Keuangan; Industri Perbankan; Return on Assets (ROA)

I. PENDAHULUAN

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility/CSR) telah menjadi aspek yang semakin penting dalam industri perbankan. Masyarakat dan pemangku kepentingan kini lebih memperhatikan praktik bisnis yang beretika dan berkelanjutan, terutama di tengah tantangan lingkungan dan sosial yang semakin kompleks (Sjioen et al., 2023). Bank tidak lagi hanya berperan sebagai entitas bisnis yang berorientasi pada profit, tetapi juga sebagai agen perubahan yang mendukung pembangunan sosial dan lingkungan. Tren saat ini menunjukkan bahwa nasabah dan investor lebih memilih bank yang memiliki komitmen kuat terhadap CSR (Teguh, 2024). Menurut laporan terbaru (Sitanggang et al., 2024), 73% konsumen cenderung memilih bank dengan program CSR yang jelas dan terukur, yang menegaskan bahwa CSR berperan dalam membentuk preferensi konsumen dan loyalitas nasabah.

Penelitian sebelumnya telah membuktikan bahwa keterlibatan bank dalam CSR berdampak positif terhadap reputasi dan kinerja keuangan perusahaan (Putri et al., 2023). Bank dengan inisiatif CSR yang kuat cenderung memiliki hubungan yang lebih baik dengan pemangku kepentingan, mengurangi tingkat keluhan, dan meningkatkan loyalitas nasabah (Anggraeni Putri, 2024). Selain itu, di era digital saat ini, citra perusahaan dapat dengan cepat dipengaruhi oleh media sosial, di mana praktik CSR yang baik dapat memperkuat reputasi bank (Rachmawati, 2024).

Dari perspektif kinerja keuangan, penelitian menunjukkan adanya korelasi positif antara implementasi CSR dan profitabilitas bank. Studi Mahendra et al. (2024) mengungkapkan bahwa bank yang aktif dalam CSR melaporkan pertumbuhan laba bersih yang lebih baik dibandingkan bank yang tidak menjalankan inisiatif serupa. Hal ini didukung oleh Aprilianti et al. (2023), yang menemukan bahwa investasi dalam CSR dapat mengurangi risiko operasional dan meningkatkan daya tarik investor.

Namun, meskipun banyak penelitian telah dilakukan mengenai hubungan antara CSR, reputasi perusahaan, dan kinerja keuangan di sektor perbankan, penelitian ini memiliki perbedaan signifikan dengan studi sebelumnya. Fokus utama penelitian ini adalah untuk menggali lebih dalam bagaimana jenis program CSR tertentu (misalnya, program pendidikan, lingkungan, atau pemberdayaan ekonomi) berkontribusi secara berbeda terhadap peningkatan reputasi dan kinerja keuangan bank. Selain itu, penelitian ini juga akan mengkaji apakah ada perbedaan dampak antara bank konvensional dan bank syariah dalam implementasi CSR. Terdapat beberapa celah penelitian yang belum banyak dieksplorasi. Mayoritas studi sebelumnya hanya berfokus pada dampak umum CSR terhadap reputasi dan kinerja keuangan, tanpa menggali lebih dalam mengenai faktor-faktor spesifik yang mempengaruhi hubungan tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan menganalisis lebih lanjut bagaimana jenis program CSR tertentu (misalnya, program pendidikan, lingkungan, atau pemberdayaan ekonomi) berkontribusi secara berbeda terhadap peningkatan reputasi dan kinerja keuangan bank. Selain itu, penelitian ini juga akan mengkaji apakah ada perbedaan dampak antara bank konvensional dan bank syariah dalam implementasi CSR.

Selain itu, periode penelitian yang digunakan dalam studi ini mencakup 2021–2023, yang merupakan masa transisi dari pandemi COVID-19 menuju pemulihan ekonomi. Dalam konteks ini, penting untuk memahami bagaimana strategi CSR bank selama dan setelah pandemi memengaruhi reputasi dan kinerja keuangan mereka. Studi ini akan memberikan wawasan yang lebih spesifik mengenai efektivitas CSR sebagai strategi keberlanjutan di sektor

perbankan, terutama dalam menghadapi perubahan dinamika ekonomi dan preferensi konsumen.

Berikut tabel 1 menyajikan nama-nama bank, program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR), reputasi, dan kinerja keuangan untuk setiap bank yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2021:

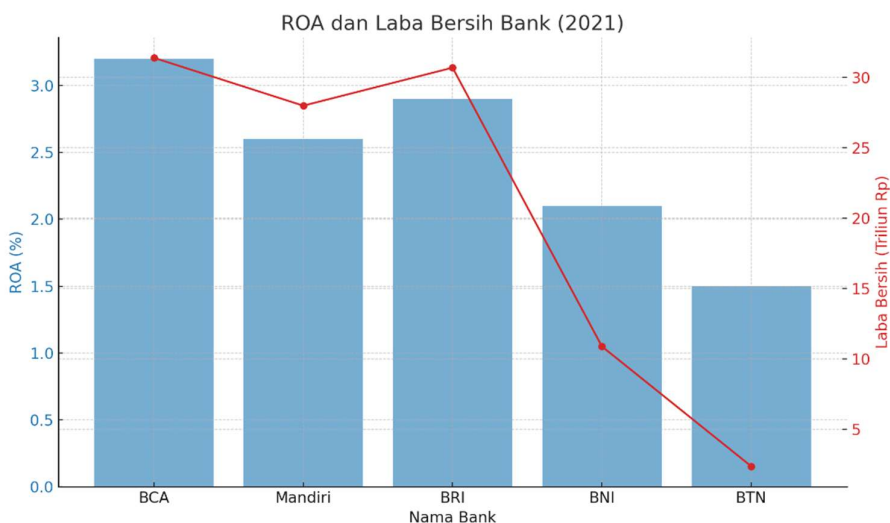
Tabel 1
Dampak CSR terhadap Reputasi dan Kinerja Keuangan Bank

Nama Bank	Program CSR	Reputasi	Kinerja Keuangan (2021)
Bank Central Asia (BCA)	Beasiswa pendidikan, kelestarian lingkungan, program kesehatan	Reputasi yang tinggi karena keterlibatan yang kuat dalam CSR, khususnya di bidang pendidikan dan lingkungan.	ROA: 3,2%, Laba Bersih: Rp 31,4 triliun (+15,8% YoY)
Bank Mandiri	Dukungan untuk UKM, kepedulian terhadap lingkungan, kesehatan, dan pendidikan	Diakui atas komitmennya dalam memberdayakan UKM dan mendukung inisiatif kesehatan selama pandemi.	ROA: 2,6%, Laba Bersih: Rp 28 triliun (+66,8% YoY)
Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Pembangunan pedesaan, literasi keuangan, dan program bantuan bencana	Mempertahankan reputasi yang kuat dengan fokus pada pemberdayaan pedesaan dan bantuan bencana, selaras dengan pembiayaan mikro intinya fokus.	ROA: 2,9%, Laba Bersih: Rp 30,7 triliun (+66,5% YoY)
Bank Negara Indonesia (BNI)	Inisiatif pendidikan dan pengembangan masyarakat	Diakui untuk proyek-proyek pengembangan masyarakat yang komprehensif dan jangka panjang. istilah keterlibatan dalam pendidikan.	ROA: 2,1%, Laba Bersih: Rp 10,89 triliun (+232,1% YoY)
Bank Tabungan	Dukungan untuk pembangunan	Berfokus pada peningkatan	ROA: 1,5%, Laba Bersih: Rp 2,37

Negara (BTN)	perumahan, bantuan bencana	akses terhadap perumahan yang terjangkau, dengan reputasi sebagai mitra terpercaya dalam pembiayaan perumahan dan bantuan bencana.	triliun (+48,7% YoY)
---------------------	----------------------------	--	----------------------

Sumber: www.idx.co.id.

Gambar 1
Dampak CSR terhadap Reputasi dan Kinerja Keuangan Bank



Sumber: www.idx.co.id.

Bank Central Asia (BCA) menunjukkan kinerja keuangan terbaik dengan ROA tertinggi sebesar 3,2% dan laba bersih terbesar mencapai Rp 31,4 triliun. Ini mencerminkan efisiensi tinggi dalam pengelolaan aset serta kemampuan bank dalam menghasilkan keuntungan yang stabil. Bank Rakyat Indonesia (BRI) dan Bank Mandiri juga mencatatkan kinerja yang kuat dengan ROA masing-masing sebesar 2,9% dan 2,6%, serta laba bersih yang cukup tinggi, yaitu Rp 30,7 triliun dan Rp 28 triliun.

Meskipun memiliki ROA yang lebih rendah, Bank Negara Indonesia (BNI) mencatatkan peningkatan laba bersih yang sangat signifikan, mencapai Rp 10,89 triliun dengan pertumbuhan 232,1% YoY. Hal ini menunjukkan adanya strategi ekspansi atau efisiensi operasional yang berhasil meningkatkan laba meskipun efektivitas pemanfaatan asetnya masih lebih rendah dibandingkan bank-bank lain. Sementara itu, Bank Tabungan Negara (BTN) mencatatkan ROA terendah sebesar 1,5%, yang mengindikasikan efisiensi profitabilitas yang lebih rendah. Namun, BTN tetap mencatatkan pertumbuhan laba bersih yang cukup baik, yaitu Rp 2,37 triliun dengan kenaikan sebesar 48,7% YoY, yang menunjukkan perannya dalam pembiayaan perumahan masih memberikan hasil yang positif.

Dari hasil analisis ini, terlihat bahwa bank dengan ROA yang lebih tinggi cenderung memiliki reputasi dan kinerja keuangan yang lebih baik. Implementasi strategi bisnis yang kuat, termasuk program CSR yang efektif, kemungkinan memainkan peran penting dalam meningkatkan profitabilitas dan kepercayaan pemangku kepentingan. Selain itu, pertumbuhan laba BNI yang sangat tinggi menunjukkan adanya strategi bisnis yang sukses meskipun tingkat efisiensi pemanfaatan asetnya masih perlu ditingkatkan.

Berikut tabel 2 yang menunjukkan nama-nama bank, program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR), reputasi, dan kinerja keuangan untuk setiap bank yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk tahun 2022:

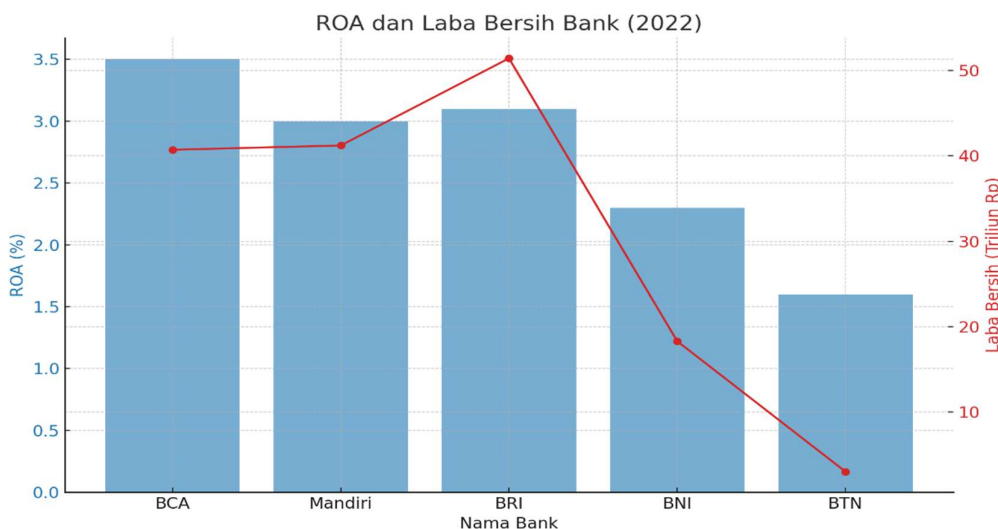
Tabel 2
Dampak CSR terhadap Reputasi dan Kinerja Keuangan Bank

Nama Bank	Program CSR	Reputasi	Kinerja Keuangan (2022)
Bank Central Asia (BCA)	Beasiswa pendidikan, program lingkungan, inisiatif kesehatan, pelestarian budaya	Terus mempertahankan reputasi tinggi dengan komitmen yang kuat terhadap lingkungan dan pelestarian pendidikan.	ROA: 3,5%, Bersih Laba: Rp 40,7 triliun (+29,1% YoY)
Bank Mandiri	Pengembangan UMKM, bantuan kesehatan, pemberdayaan masyarakat, edukasi keuangan	Peningkatan reputasi sebagai pendukung utama pengembangan UMKM dan bantuan untuk pandemi masyarakat yang terkena dampak.	ROA: 3,0%, Bersih Laba: Rp 41,2 triliun (+47,9% YoY)
Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Literasi keuangan, pemberdayaan usaha mikro, bantuan bencana, pendidikan	Sangat dihormati di segmen bisnis mikro dan bantuan bencana, dengan peningkatan reputasi dalam literasi keuangan.	ROA: 3,1%, Bersih Laba: Rp 51,4 triliun (+67,1% YoY)
Bank Negara Indonesia (BNI)	Pemberdayaan masyarakat, pendidikan, kelestarian lingkungan	Menjadi semakin dikenal untuk proyek-proyek pemberdayaan masyarakat dan pendidikan, dengan peningkatan reputasi yang signifikan	ROA: 2,3%, Bersih Laba: Rp 18,3 triliun (+67,8% YoY)

		di antara para pemangku kepentingan.	
Bank Tabungan Negara (BTN)	Pembangunan perumahan berkelanjutan, pemberdayaan masyarakat, kesehatan	Terus memperkuat reputasinya sebagai mitra strategis dalam pembiayaan perumahan dan dukungan bencana, dengan fokus pada properti dan komunitas sektor.	ROA: 1,6%, Bersih Laba: Rp 3,04 triliun (+28,4% YoY)

Sumber: www.idx.co.id.

Gambar 2
Dampak CSR terhadap Reputasi dan Kinerja Keuangan Bank



Sumber: www.idx.co.id.

Pada tahun 2022, Bank Rakyat Indonesia (BRI) mencatatkan laba bersih tertinggi sebesar Rp 51,4 triliun dengan ROA sebesar 3,1%. Hal ini menunjukkan bahwa BRI berhasil mengoptimalkan program CSR-nya, terutama dalam literasi keuangan dan pemberdayaan usaha mikro, yang kemungkinan besar berdampak pada peningkatan profitabilitasnya. Bank Mandiri juga mengalami pertumbuhan laba yang signifikan mencapai Rp 41,2 triliun dengan ROA sebesar 3,0%, mengindikasikan bahwa strategi pengembangan UMKM dan edukasi keuangan yang mereka jalankan telah memberikan dampak positif terhadap kinerja keuangannya.

Bank Central Asia (BCA) masih mempertahankan kinerja yang kuat dengan ROA tertinggi sebesar 3,5% dan laba bersih mencapai Rp 40,7 triliun. Keunggulan BCA dalam menjaga reputasi melalui program pendidikan, kesehatan, serta pelestarian budaya menunjukkan bahwa CSR mereka tidak hanya berfokus pada aspek lingkungan tetapi juga keberlanjutan sosial yang lebih luas. Sementara itu, Bank Negara Indonesia (BNI) juga menunjukkan pertumbuhan laba yang signifikan mencapai Rp 18,3 triliun dengan ROA sebesar 2,3%. Peningkatan reputasi BNI dalam

pemberdayaan masyarakat dan kelestarian lingkungan tampaknya semakin meningkatkan kepercayaan nasabah dan pemangku kepentingan.

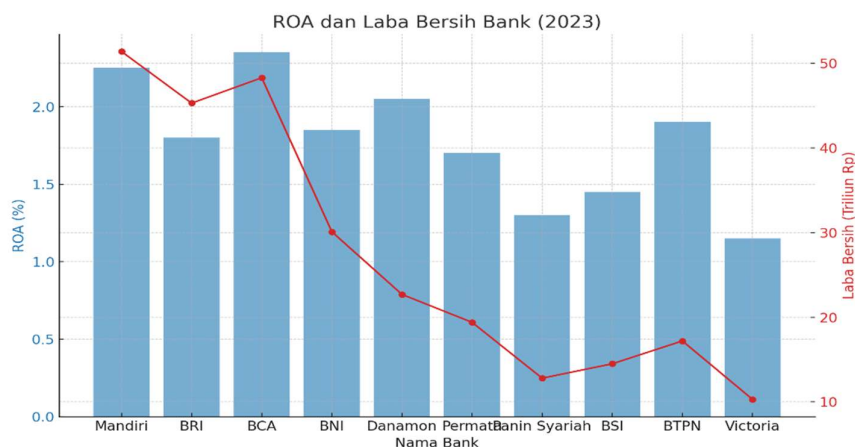
Bank Tabungan Negara (BTN) mencatatkan laba bersih yang lebih kecil dibandingkan bank lain, yaitu Rp 3,04 triliun dengan ROA sebesar 1,6%. Meskipun demikian, BTN tetap mempertahankan perannya sebagai mitra strategis dalam pembiayaan perumahan dan pemberdayaan masyarakat. Dari keseluruhan data, dapat terlihat bahwa bank dengan CSR yang lebih terarah dan berkelanjutan cenderung memiliki performa keuangan yang lebih baik, baik dari segi profitabilitas maupun persepsi reputasi di kalangan pemangku kepentingan.

Tabel 3
Dampak CSR terhadap Reputasi dan Kinerja Keuangan Bank

Nama Bank	Program CSR	Reputasi	Kinerja Keuangan
PT Bank Mandiri (Persero) Tbk	Mandiri untuk Negeri	Dikenal sebagai bank terbesar di Indonesia	ROA: 2,25%, bersih laba Rp. 51,4 triliun (2023)
PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	BRI Peduli	Memiliki reputasi yang baik di kalangan UMKM	ROA: 1,80%, bersih laba Rp. 45,3 triliun (2023)
PT Bank Central Asia Tbk	BCA Peduli	Dikenal dengan layanan terbaik dan inovatif	ROA: 2,35%, bersih laba Rp. 48,3 triliun (2023)
PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk	BNI Peduli	Memiliki reputasi yang baik dalam tanggung jawab sosial	ROA: 1,85%, bersih laba Rp.30,1 triliun (2023)
PT Bank Danamon Indonesia Tbk	Danamon Peduli	Reputasi yang baik dalam hal keberlanjutan	ROA: 2,05%, bersih laba Rp. 22,7 triliun (2023)
PT Bank Permata Tbk	Permata Peduli	Memiliki reputasi yang baik dalam inovasi dan CSR	ROA: 1,70%, bersih laba Rp. 19,4 triliun (2023)
PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk	Panin Peduli	Mengembangkan reputasi di segmen syariah	ROA: 1,30%, bersih laba 12,8 triliun (2023)
PT Bank Syariah Indonesia Tbk	BSI Berdaya	Dikenal dengan CSR yang berfokus pada kesejahteraan masyarakat	ROA: 1,45%, bersih laba Rp. 14,5 triliun (2023)
PT BTPN Tbk	BTPN Sinaya	Dikenal di segmen perbankan mikro dan CSR	ROA: 1,90%, bersih laba 17,2 triliun (2023)
PT Bank Victoria International Tbk	Victoria Peduli	Reputasi yang baik dalam inovasi layanan	ROA: 1,15%, bersih laba Rp. 10,3 triliun (2023)

Sumber: www.idx.co.id.

Gambar 3
Dampak CSR terhadap Reputasi dan Kinerja Keuangan Bank



Sumber: www.idx.co.id.

Bank Mandiri mencatatkan laba bersih tertinggi sebesar Rp 51,4 triliun dengan ROA sebesar 2,25%, yang menunjukkan performa yang cukup kuat dalam mengelola asetnya. Bank Central Asia (BCA) juga memiliki kinerja yang baik dengan laba bersih Rp 48,3 triliun dan ROA sebesar 2,35%, yang sedikit lebih tinggi dari Bank Mandiri. Di sisi lain, Bank Rakyat Indonesia (BRI) mencatat laba bersih sebesar Rp 45,3 triliun, dengan ROA yang lebih rendah di angka 1,80%, yang menunjukkan bahwa meskipun keuntungan yang diperoleh besar, tingkat efisiensi dalam penggunaan asetnya lebih rendah dibandingkan beberapa bank lainnya.

Bank Negara Indonesia (BNI) mencatat laba bersih sebesar Rp 30,1 triliun dengan ROA 1,85%. Sementara itu, Bank Danamon memiliki ROA sebesar 2,05% dengan laba bersih Rp 22,7 triliun, yang menunjukkan bahwa meskipun keuntungannya lebih kecil dibandingkan bank-bank besar lainnya, efisiensinya dalam mengelola aset cukup baik. Bank Permata dan Bank Syariah Indonesia (BSI) mencatat laba bersih masing-masing sebesar Rp 19,4 triliun dan Rp 14,5 triliun, dengan ROA sebesar 1,70% dan 1,45%.

Bank Panin Dubai Syariah dan Bank Victoria International memiliki laba bersih yang lebih kecil dibandingkan bank-bank lain dalam daftar ini, masing-masing sebesar Rp 12,8 triliun dan Rp 10,3 triliun, dengan ROA yang juga lebih rendah, yaitu 1,30% dan 1,15%. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun bank-bank tersebut tetap mendapatkan keuntungan, tingkat efisiensi dalam memanfaatkan aset mereka masih lebih rendah dibandingkan bank besar lainnya.

Secara keseluruhan, grafik ini mengilustrasikan bagaimana ROA dan laba bersih tidak selalu berjalan seiring. Beberapa bank dengan laba bersih yang tinggi tidak selalu memiliki ROA yang tinggi, yang menunjukkan bahwa strategi bisnis dan pengelolaan aset yang mereka terapkan memiliki perbedaan yang signifikan. Bank dengan ROA yang lebih tinggi menunjukkan efisiensi yang lebih baik dalam penggunaan asetnya, sementara bank dengan laba bersih yang besar menunjukkan kapasitas mereka dalam menghasilkan keuntungan meskipun mungkin memiliki efisiensi yang lebih rendah.

Dengan adanya analisis yang lebih mendalam dan spesifik ini, penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi celah penelitian yang belum banyak dieksplorasi serta memberikan rekomendasi berbasis data bagi perbankan dalam

mengembangkan strategi CSR yang lebih efektif. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengkaji ulang hubungan antara CSR dan kinerja keuangan yang telah banyak dibahas dalam studi sebelumnya, dengan pendekatan yang lebih kontekstual sesuai dengan perubahan lingkungan bisnis dan regulasi terkini. Oleh karena itu, penelitian ini perlu dilakukan untuk memperbarui temuan-temuan sebelumnya serta memberikan perspektif baru dalam memahami peran CSR dalam sektor perbankan yang terus berkembang.

II. METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mengukur dan menganalisis secara statistik hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Metode kuantitatif memungkinkan peneliti untuk menggunakan data numerik untuk mendapatkan hasil yang dapat diandalkan dan generalisasi dari populasi yang lebih besar (Susanto et al., 2024). Dalam penelitian ini, analisis regresi digunakan untuk mengidentifikasi dan mengukur dampak dari independen (CSR) terhadap variabel dependen (reputasi perusahaan dan kinerja keuangan). Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengevaluasi sejauh mana kontribusi CSR terhadap reputasi dan kinerja keuangan bank (Putri et al., 2023).

Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari laporan tahunan bank yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Laporan tahunan merupakan sumber informasi yang penting karena mencakup data keuangan dan non-keuangan yang mencerminkan kinerja dan kebijakan perusahaan (Irsyadi et al., 2024). Selain itu, data juga dikumpulkan dari indeks CSR yang diterbitkan secara nasional maupun internasional. Indeks-indeks ini memberikan penilaian mengenai seberapa baik perusahaan melaksanakan tanggung jawab sosialnya, yang akan berguna untuk mengukur variabel CSR dalam penelitian ini.

Variabel Penelitian

- a. Variabel Independen: CSR. CSR diukur melalui berbagai indikator, seperti kebijakan lingkungan, kontribusi sosial, dan transparansi pelaporan.
- b. Variabel Dependen:
- c. Reputasi Perusahaan: Diukur melalui survei nasabah dan pemangku kepentingan, serta analisis media untuk menilai persepsi publik terhadap bank.
- d. Kinerja Keuangan: Diukur melalui rasio keuangan seperti return on asset (ROA), return on equity (ROE), dan pertumbuhan laba bersih.

Sumber Data

Sumber data untuk penelitian ini meliputi:

- a. Data Primer: Dikumpulkan melalui survei terhadap manajemen bank untuk mengumpulkan informasi mengenai pelaksanaan CSR dan dampaknya terhadap reputasi dan kinerja keuangan. Survei ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan data langsung dan terkini dari tokoh-tokoh yang berwenang di dalam bank (Rifai, 2018).
- b. Data Sekunder: Diperoleh dari laporan tahunan bank-bank yang terdaftar di BEI. Laporan-laporan ini mencakup data keuangan dan informasi mengenai CSR (Rama, 2014).

inisiatif yang dilakukan oleh bank. Data sekunder sangat penting untuk menganalisis kinerja keuangan dalam konteks yang lebih luas dan memperkuat temuan-temuan dari survei.

Proses Analisis

Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana. Metode statistik ini digunakan untuk menguji dampak dari satu variabel independen terhadap satu variabel dependen (Gujarati & Porter, 2009). Analisis regresi linier sederhana membantu memahami bagaimana variasi dalam variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen.

Persamaan untuk analisis regresi linier sederhana dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

Penjelasan:

- Y1 = Reputasi Bank (variabel dependen pertama)
- Y2 = Kinerja Keuangan (ROA) (variabel dependen kedua)
- X = Corporate Social Responsibility (CSR) (variabel independen)
- a = Konstanta regresi
- b = Koefisien regresi
- e = Error term

Pemilihan ROA sebagai ukuran kinerja keuangan dalam penelitian ini didasarkan pada sifatnya yang mengukur efisiensi profitabilitas, memungkinkan perbandingan antarbank, relevan dengan dampak CSR, dan sering digunakan dalam penelitian sebelumnya. Dengan menggunakan ROA, penelitian dapat memberikan wawasan yang lebih jelas mengenai bagaimana keterlibatan bank dalam program CSR berkontribusi terhadap efisiensi keuangan mereka. Dengan memanfaatkan data yang diperoleh dari laporan tahunan dan indeks CSR, analisis ini akan memberikan gambaran mengenai sejauh mana pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan bank (Bhernadha et al., 2017).

Melalui metode ini, peneliti dapat mengevaluasi apakah bank yang secara efektif menerapkan praktik CSR cenderung memiliki ROA yang lebih tinggi dibandingkan dengan bank yang tidak. Jika koefisien regresi positif dan signifikan, maka hal ini mengindikasikan hubungan positif antara CSR dan ROA, sehingga memperkuat anggapan bahwa peningkatan tanggung jawab sosial perusahaan dapat diharapkan untuk berkontribusi pada kinerja keuangan yang lebih baik.

Untuk memastikan keakuratan analisis, peneliti dapat melakukan uji asumsi regresi, seperti uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji homoskedastisitas, sebelum menarik kesimpulan dari hasil analisis regresi (Martaningtyas et al., 2024). Berdasarkan hasil uji asumsi klasik yang telah dilakukan, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi statistik yang diperlukan. Model ini tidak mengalami masalah normalitas, multikolinearitas, maupun heteroskedastisitas, sehingga hasil analisis regresi dapat diinterpretasikan secara valid dan reliabel. Dengan demikian, model regresi yang digunakan mampu menggambarkan hubungan yang akurat antara Corporate Social Responsibility (CSR) dengan kinerja keuangan (ROA) serta reputasi bank, sehingga hasil penelitian dapat menjawab pertanyaan penelitian secara lebih meyakinkan."

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Tabel 4
Menyajikan Hasil Koefisien Korelasi Dan Koefisien Determinasi.
Ringkasan Model^b

Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.391 ^a	.162	15.00828	1.758

a. Predictors: (Constant), CSR

b. Variabel Dependen: ROA

Sumber: Data Diolah menggunakan SPSS Versi 25 (2023)

Berdasarkan analisis yang dilakukan dengan menggunakan SPSS 25, pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Return On Assets (ROA) dapat dilihat dari koefisien korelasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien korelasi (R) sebesar 0,391, yang mengindikasikan adanya hubungan antara CSR dan ROA sebesar 39,1%. Sementara itu, koefisien determinasi (R^2) tercatat sebesar 16,2%, yang berarti bahwa CSR mampu menjelaskan 16,2% variasi dalam ROA. Namun, nilai Adjusted R Square yang lebih tepat digunakan dalam penelitian ini tercatat sebesar 13,2%, yang menunjukkan bahwa variabel independen (CSR) hanya mampu menjelaskan 13,2% variasi dalam ROA. Sisanya, sebesar 86,8%, dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Analisis ini menyoroti bahwa meskipun CSR berkontribusi terhadap kinerja keuangan yang diukur dengan ROA, sebagian besar faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan berasal dari variabel lain yang mungkin lebih signifikan.

Pengujian Hipotesis Parsial (Uji-t)

Pengujian hipotesis secara parsial (uji-t) bertujuan untuk mengevaluasi apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Return On Assets (ROA). Kriteria pengujian ini dinyatakan dengan simbol sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ ($\alpha=0.05$), maka H_0 diterima, dan H_a ditolak. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($\alpha=0.05$), maka H_0 ditolak, dan H_a diterima.

Tabel 5
Hasil Pengujian Hipotesis

Model	Unstandardized	Standardized	t	sig.	
	Coefficients				
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	21.926	4.834		4.689	.000
CSR	-	5.832	-.397	-2.318	.037
	13.318				

a. Variabel Dependen: ROA

Sumber: Data Diolah dengan SPSS Versi 25 (2023)

Berdasarkan perhitungan pada Tabel 5, tingkat signifikansi untuk variabel Corporate Social Responsibility (CSR) (X) lebih kecil dari 0,05, dengan nilai signifikansi sebesar 0,037. Oleh karena itu, hipotesis nol (H_0) ditolak, yang berarti

bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) (X) berpengaruh signifikan terhadap Return On Assets (ROA) (Y). Namun, nilai koefisien regresi sebesar -13,318 menunjukkan bahwa pengaruh CSR terhadap ROA bersifat negatif. Hal ini dapat disebabkan oleh meningkatnya biaya operasional akibat pengeluaran CSR yang tinggi, yang dalam jangka pendek dapat mengurangi profitabilitas bank. Meskipun CSR berkontribusi dalam membangun reputasi dan loyalitas pelanggan, dampaknya terhadap profitabilitas mungkin baru terasa dalam jangka panjang. Dengan demikian, meskipun hubungan antara CSR dan ROA signifikan, efek jangka pendek yang ditunjukkan dalam penelitian ini masih bersifat negatif.

DISKUSI

Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh, pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Return On Assets (ROA) menunjukkan hubungan yang signifikan, namun bersifat negatif. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi sebesar -13,318 dengan tingkat signifikansi 0,037 lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis nol (H_0) ditolak. Artinya, CSR memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ROA, tetapi dalam arah negatif. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan pengeluaran CSR justru dapat menurunkan profitabilitas bank dalam jangka pendek.

Selain itu, nilai Adjusted R Square yang lebih tepat digunakan dalam penelitian ini tercatat sebesar 13,2%, yang berarti bahwa CSR hanya mampu menjelaskan 13,2% variasi dalam ROA, sementara 86,8% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Faktor-faktor tersebut dapat mencakup efisiensi operasional bank, strategi manajemen keuangan, persaingan di industri perbankan, serta kondisi ekonomi makro yang memengaruhi profitabilitas.

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel CSR lebih kecil dari 0,05 (dalam hal ini 0,037), yang berarti hipotesis nol (H_0) ditolak. Dengan demikian, CSR memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ROA. Namun, nilai koefisien regresi sebesar -13,318 menunjukkan bahwa pengaruh tersebut bersifat negatif, yang berarti bahwa peningkatan pengeluaran untuk program CSR justru berkontribusi pada penurunan profitabilitas bank dalam jangka pendek.

Meskipun CSR dapat memberikan manfaat bagi reputasi dan hubungan dengan pemangku kepentingan, dalam konteks jangka pendek, pelaksanaan CSR yang lebih besar cenderung mengurangi Return On Assets (ROA) bank yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Hal ini dapat dijelaskan melalui hipotesis biaya (cost hypothesis), yang menyatakan bahwa pengeluaran CSR meningkatkan beban operasional perusahaan tanpa memberikan keuntungan finansial langsung. Oleh karena itu, bank perlu menyeimbangkan antara investasi dalam CSR dan pengelolaan profitabilitas, agar CSR tidak hanya menjadi kewajiban sosial, tetapi juga selaras dengan strategi keuangan yang berkelanjutan.

IV. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Return On Assets (ROA) pada bank yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021-2023. Hasil analisis menunjukkan bahwa peningkatan investasi dalam CSR justru menyebabkan penurunan profitabilitas bank dalam jangka pendek. Hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar -13,318 dan nilai signifikansi 0,037, yang lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis nol (H_0) ditolak.

Meskipun CSR memiliki manfaat dalam meningkatkan reputasi perusahaan dan memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan, dalam jangka pendek, pengeluaran CSR dapat meningkatkan beban operasional bank tanpa dampak langsung terhadap profitabilitas. Selain itu, nilai Adjusted R Square sebesar 13,2% menunjukkan bahwa CSR hanya mampu menjelaskan 13,2% variasi dalam ROA, sementara 86,8% variasi lainnya dipengaruhi oleh faktor lain, seperti efisiensi operasional, kebijakan manajemen keuangan, dan kondisi makroekonomi yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil ini mendukung hipotesis biaya (cost hypothesis), yang menyatakan bahwa CSR dapat menjadi beban tambahan yang mengurangi profitabilitas dalam jangka pendek. Oleh karena itu, bank perlu mempertimbangkan keseimbangan antara pengeluaran CSR dan strategi keuangan mereka untuk memastikan bahwa inisiatif sosial yang diimplementasikan tetap memberikan nilai tambah dalam jangka panjang.

Rekomendasi

Sejalan dengan hasil penelitian ini, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat dipertimbangkan agar program Corporate Social Responsibility (CSR) yang dijalankan oleh bank lebih efektif dan tidak membebani profitabilitas dalam jangka pendek.

Pertama, bank perlu mengelola program CSR dengan lebih efisien agar dampaknya tidak terlalu besar terhadap penurunan Return On Assets (ROA). Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan memilih program CSR yang tidak hanya berorientasi pada kepentingan sosial, tetapi juga memiliki manfaat ekonomi yang nyata bagi bank. Program literasi keuangan, pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas, serta dukungan bagi UMKM bisa menjadi pilihan yang lebih strategis karena dapat meningkatkan loyalitas nasabah dan memperkuat posisi pasar bank.

Kedua, pengelolaan anggaran CSR harus lebih diperhatikan agar tidak menimbulkan tekanan berlebih terhadap profitabilitas. Bank sebaiknya tidak hanya menjalankan CSR sebagai bentuk tanggung jawab sosial tanpa perhitungan dampak finansialnya, tetapi juga memastikan bahwa program yang dijalankan dapat menciptakan nilai tambah bagi perusahaan dalam jangka panjang. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah menyesuaikan alokasi dana CSR dengan kondisi keuangan perusahaan, sehingga tidak mengganggu operasional utama.

Ketiga, penelitian lebih lanjut sangat diperlukan untuk memahami faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap profitabilitas bank. Mengingat CSR hanya menjelaskan sebagian kecil variasi dalam ROA, penelitian di masa mendatang dapat mengeksplorasi variabel lain seperti efisiensi operasional, kebijakan manajemen risiko, inovasi produk perbankan, serta faktor eksternal seperti kondisi ekonomi makro dan regulasi pemerintah yang mungkin memiliki dampak lebih besar terhadap kinerja keuangan bank.

Keempat, pihak manajemen bank perlu meningkatkan pemahaman internal mengenai peran dan manfaat CSR agar tidak hanya dianggap sebagai kewajiban perusahaan semata. Dengan memberikan edukasi kepada karyawan dan manajemen mengenai bagaimana CSR dapat berkontribusi terhadap keberlanjutan bisnis, diharapkan implementasi CSR dapat dilakukan dengan lebih efektif dan tidak hanya menjadi beban biaya. Selain itu, komunikasi yang baik dalam internal perusahaan juga penting agar seluruh pihak memahami bagaimana CSR dapat dikaitkan dengan strategi bisnis secara keseluruhan.

Melalui rekomendasi ini, diharapkan bank dapat menjalankan CSR dengan

pendekatan yang lebih terukur dan strategis, sehingga tetap dapat memberikan manfaat bagi masyarakat tanpa harus mengorbankan stabilitas keuangan perusahaan.

V. REFERENSI

- Anggraeni Putri, Y. N.2024. Pengaruh digital marketing, kualitas layanan dan corporate image terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan. IAIN Ponorogo.
- Aprilianti, N., Surtiani, A., & Johan, A.2023. Kinerja bisnis UMKM Kota Bandung: Peran strategi bauran pemasaran dan kualitas pelayanan (studi pada Rumah Makan Sambel Mitoha Bandung). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(6), 8450–8461.
- Aprilianti, Y. A., Topowijono, T., & Azizah, D. F.2017. Pengaruh corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan. *Jurnal Administrasi Bisnis, Universitas Brawijaya*, 50(1), 34–45.
- Irsyadi, A. F., Elshaday, N., & Theresia, F.2024. Pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba pada perusahaan PT. Indofood. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB)*, 1(3), 113–118.
- Mahendra, A. T., Candra, M., Masdaini, E., & Apriandika, R.2024. Corporate governance, kebijakan green banking, dan kinerja lingkungan bank. CV Gita Lentera, Jakarta.
- Martaningtyas, N. U., Septiyaningrum, E. A., & Maulana, Z.2024. Dampak pelanggaran asumsi klasik terhadap kesalahan inferensi dalam analisis ekonometrika. *Synergy: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 255–265.
- Oktavianus, L. C., Daromes, F. E., & Asri, M.2024. Influence of financial performance and environmental performance on company reputation. *AJAR*, 7(1), 51–78.
- Purwanti, A., Pesiwarissa, R. C. E., Nuridah, S., Isma, A., & Ardhiyansyah, A.2023. Pengaruh kualitas sistem akuntansi terhadap pengendalian internal dalam rangka pemasaran berkelanjutan: Studi kasus pada industri retail di Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi dan Keuangan*, 5(2), 68–80.
- Putri, S., Budianto, E. W. H., & Dewi, N. D. T.2023. Bank Bukopin Syariah dan Konvensional: Studi pustaka (library research) dan bibliometrik VOSviewer. *Research Gate*, 1–30. Diakses dari <https://www.researchgate.net/publication/xxxx> pada 22 November 2024.
- Rachmawati, E. I.2024. Analisis dampak corporate social responsibility (CSR) terhadap reputasi perusahaan. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(3), 10429–10445.
- Rama, A.2014. Analisis determinan pengungkapan Islamic social reporting: Studi kasus bank umum syariah di Indonesia. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 95–115.
- Rifai, E.2018. Model pelaksanaan pemolisian masyarakat (POLMAS) oleh FKPM dalam menciptakan kamtibmas di Kota Bandar Lampung. *Cepalo*, 2(1), 43–54.
- Sitanggang, A. S., Aulia, A. A., Wahyudi, V. Q., Gradiansya, A., & Putri, N. A.2024. Penerapan fintech dalam strategi bisnis internasional. *MASMAN: Master Manajemen*, 2(3), 256–264.
- Sjioen, A. E., Amaludin, A., Rukmana, A. Y., Syamsulbahri, S., & Wahyudi, I.2023. Bisnis berkelanjutan dan tanggung jawab sosial perusahaan: Studi tentang dampak dan strategi implementasi. *Jurnal Bisnis dan*

Manajemen West Science, 2(3), 239–248.

Susanto, P. C., Arini, D. U., Yuntina, L., Soehaditama, J. P., & Nuraeni, N.2024.

Konsep penelitian kuantitatif: Populasi, sampel, dan analisis data (sebuah tinjauan pustaka). *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3(1), 1–12.

Teguh, F.2024. Tata kelola destinasi: Membangun ekosistem pariwisata. UGM Press, Yogyakarta.