P-ISSN : 2579-969X ; E-ISSN : 2622-7940

STUDI LITERATUR SISTEMATIS: HUBUNGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP *FINANCIAL PERFORMANCE*

Anggia Marshanda Putri[1], Edo Arta Fandala Putra[2] , Luk Luk Fuadah[3]
[1-2] Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya
email: anggia.anggia15@gmail.com[1], edoarta0301@gmail.com[2]

ABSTRAK

Corporate Social Responsibility (CSR) semakin dipandang sebagai bagian penting dari strategi bisnis yang tidak hanya mendukung keberlanjutan perusahaan, tetapi juga berpotensi meningkatkan *financial performance* (FP). Meski demikian, penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam, mulai dari hubungan positif, negatif, hingga tidak signifikan. Penelitian ini bertujuan meninjau secara sistematis keterkaitan antara CSR dan FP dalam berbagai konteks industri serta pendekatan metodologi. Metode yang digunakan adalah *Systematic Literature Review* (SLR) dengan merujuk pada pedoman PRISMA. Data dikumpulkan dari 45 artikel jurnal internasional (Scopus Q1–Q3) dan nasional (Sinta S1–S3) yang relevan dengan topik penelitian. Hasil analisis menunjukkan bahwa CSR dapat memberikan manfaat berupa peningkatan reputasi, efisiensi operasional, kepercayaan pemangku kepentingan, serta penguatan *brand value*. Namun, di sisi lain CSR juga dapat menjadi beban biaya jika dilaksanakan secara simbolis atau tidak terintegrasi dengan strategi bisnis. Dengan demikian, kesimpulan utama dari kajian ini adalah CSR berpotensi memberikan dampak positif terhadap FP apabila dirancang secara strategis, relevan dengan kebutuhan pemangku kepentingan, dan dijalankan dalam kerangka keberlanjutan jangka panjang. Kontribusi penelitian ini terletak pada penyajian pemetaan komprehensif mengenai hasil-hasil penelitian CSR dan FP, memberikan klarifikasi atas inkonsistensi temuan sebelumnya, serta menawarkan perspektif baru bagi akademisi dalam pengembangan teori maupun bagi praktisi dalam merancang strategi CSR yang selaras dengan tujuan keuangan perusahaan.
Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility, Financial Performance, Systematic Literature Review, PRISMA, Stakeholder Theory*

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility (CSR) is increasingly viewed as a crucial part of business strategy, not only supporting corporate sustainability but also potentially improving financial performance (FP). However, previous research has shown mixed results, ranging from positive to negative to insignificant. This study aims to systematically review the relationship between CSR and FP across various industry contexts and methodological approaches. The method used was a Systematic Literature Review (SLR) based on the PRISMA guidelines. Data was collected from 45 international (Scopus Q1–Q3) and national (Sinta S1–S3) journal articles relevant to the research topic. The analysis shows that CSR can provide benefits in the form of improved reputation, operational efficiency, stakeholder trust, and strengthened brand value. However, CSR can also be a cost burden if implemented symbolically or not integrated with business strategy. Therefore, the main conclusion of this study is that CSR has the potential to positively impact FP if designed strategically, relevant to stakeholder needs, and implemented within a long-term sustainability framework. This research's contribution lies in presenting a comprehensive mapping of CSR and FP research findings, clarifying inconsistencies in previous findings, and offering new perspectives for academics developing theory and practitioners designing CSR strategies aligned with corporate financial objectives.
Keywords: *Corporate Social Responsibility, Financial Performance, Systematic Literature Review, PRISMA, Stakeholder Theory*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis modern menuntut perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial, tetapi juga mengintegrasikan aspek sosial dan lingkungan melalui praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR). Konsep ini telah berevolusi dari sekadar filantropi menjadi bagian dari *sustainable business strategy*, seiring meningkatnya perhatian publik terhadap isu keberlanjutan, perubahan iklim, dan kesenjangan sosial. (Arian et al., 2023). Secara global, CSR semakin penting dengan hadirnya standar pelaporan keberlanjutan seperti *Environmental, Social, and Governance* (ESG), yang digunakan investor, lembaga keuangan, maupun konsumen dalam menilai perusahaan. Reputasi CSR yang baik memberikan kepercayaan pasar dan dukungan berbagai pihak, sehingga menjadikan CSR bukan lagi pilihan opsional, melainkan faktor strategis penentu daya saing perusahaan jangka panjang. (Huang et al., 2025)

Di Indonesia, urgensi CSR semakin nyata dengan adanya regulasi seperti Undang-Undang Perseroan Terbatas (UU No. 40 Tahun 2007) yang secara eksplisit mewajibkan perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Regulasi ini menegaskan bahwa CSR bukan sekadar pilihan strategis, melainkan kewajiban hukum yang apabila diabaikan dapat menimbulkan sanksi serta menurunkan legitimasi perusahaan di mata publik (Nur Rozak, 2021). Selain itu, Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No. 51/POJK.03/2017 tentang penerapan keuangan berkelanjutan juga mengharuskan lembaga jasa keuangan, emiten, dan perusahaan publik untuk menyusun Rencana Aksi Keuangan Berkelanjutan (RAKB) serta menyampaikan laporan keberlanjutan (*sustainability report*) setiap tahun. Aturan ini menjadi instrumen penting dalam mendorong transparansi, akuntabilitas, dan pengintegrasian aspek ESG (*Environmental, Social, Governance*) dalam strategi bisnis. (Pangaribuan & Idrianita, 2024)

Kondisi ini menunjukkan bahwa CSR tidak lagi sekadar tren global, tetapi telah bertransformasi menjadi kewajiban hukum yang mengikat dan standar tata kelola yang harus dipenuhi perusahaan. Selain itu, tekanan pasar global seperti tuntutan investor internasional, rating indeks ESG serta tren *green economy* juga memperkuat posisi CSR sebagai faktor yang memengaruhi akses pendanaan, reputasi internasional, hingga daya saing ekspor Indonesia (Nurmiati & Resnawaty, 2025). Dengan demikian, CSR tidak hanya terkait legitimasi di pasar domestik, tetapi juga menjadi prasyarat penting bagi perusahaan yang ingin berkompetisi di pasar global.

Corporate Social Responsibility (CSR) pada dasarnya merujuk pada komitmen perusahaan untuk bertanggung jawab secara etis atas dampak aktivistas usahanya, dengan menyeimbangkan kepentingan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Menurut *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), CSR mencakup perilaku etis, kontribusi pada pembangunan ekonomi, serta peningkatan kualitas hidup karyawan, keluarga, komunitas lokal, dan masyarakat luas, yang diwujudkan melalui program lingkungan, pengembangan masyarakat, kesejahteraan karyawan, maupun penerapan *good corporate governance*. Kemudian, CSR juga dipandang sebagai sarana menjalin hubungan dengan stakeholder, memperoleh legitimasi sosial, serta membangun reputasi positif yang pada akhirnya mendukung keberlanjutan dan daya saing perusahaan. (D. Zhang et al., 2022)

Sementara itu, *financial performance* merupakan salah satu indikator utama yang digunakan untuk menilai keberhasilan suatu perusahaan. *Financial performance* sering diukur melalui indikator seperti *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), *Tobin's Q*, *Earnings per Share* (EPS), hingga *Net Profit Margin*. Ukuran-ukuran ini mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya dan menghasilkan keuntungan bagi pemegang saham. Oleh karena itu, *financial performance* menjadi fokus penting dalam penelitian yang mengkaji dampak CSR terhadap perusahaan. (Muchiri et al., 2022)

Hubungan antara CSR dan *financial performance* menarik untuk diteliti karena dapat menunjukkan apakah investasi perusahaan dalam aktivitas sosial benar-benar menghasilkan manfaat ekonomi. Jika CSR terbukti mampu meningkatkan profitabilitas, maka perusahaan akan semakin terdorong untuk mengintegrasikan program tanggung jawab sosial dalam strategi bisnis mereka (Dela et al., 2024). Namun, jika hubungan tersebut lemah atau tidak signifikan, perusahaan mungkin akan menganggap CSR sebagai beban biaya tambahan yang tidak memberikan imbal hasil secara langsung. (Li et al., 2023)

Penelitian terdahulu mengenai hubungan CSR dan *financial performance* menunjukkan hasil yang beragam. Beberapa penelitian menemukan hubungan positif yang signifikan, menunjukkan bahwa CSR mampu meningkatkan *financial performance* melalui peningkatan reputasi, loyalitas konsumen, serta efisiensi operasional. Sebagai contoh, perusahaan yang aktif melaksanakan CSR sering kali mendapat citra positif di mata publik, yang pada gilirannya meningkatkan penjualan dan profitabilitas (Li et al., 2023). Namun, penelitian lain menemukan hasil yang tidak signifikan, bahkan ada yang menunjukkan hubungan negatif. Dalam pandangan ini, CSR dipandang sebagai biaya tambahan yang dapat menurunkan margin keuntungan, terutama dalam jangka pendek (Suttipun et al., 2021). Perbedaan hasil ini menunjukkan bahwa hubungan CSR dan *financial performance* tidak bersifat universal, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti jenis industri, wilayah, metode penelitian, hingga cara pengukuran CSR dan *financial performance* itu sendiri.

Untuk menjelaskan hubungan antara CSR dan *financial performance*, penelitian ini juga akan menganalisis menggunakan teori utama yaitu *Stakeholder Theory* yang dipelopori oleh R. Edward Freeman (1984) serta didukung oleh beberapa teori lain seperti *Signal Theory, Legitimacy Theory, Agency Theory*, hingga *Slack Resources Theory*. *Stakeholder Theory* menekankan bahwa keberlangsungan perusahaan bergantung pada kemampuannya memenuhi kepentingan para *stakeholders*, bukan hanya pemegang saham. Melalui pelaksanaan CSR, perusahaan dapat memperkuat hubungan dengan karyawan, konsumen, pemerintah, masyarakat, dan investor sehingga memperoleh dukungan yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan *financial performance* (Awa et al., 2024). Dengan demikian, CSR berfungsi sebagai instrumen strategis untuk membangun kepercayaan, memperoleh legitimasi, serta meningkatkan loyalitas pasar, yang secara keseluruhan menjelaskan potensi hubungan positif antara CSR dan *financial performance*.

Integrasi berbagai kerangka teori tersebut menjadi kontribusi teoritis penting dalam penelitian ini, karena dapat memperkuat pemahaman mengenai bagaimana CSR memengaruhi kinerja keuangan melalui mekanisme legitimasi, sinyal pasar, efisiensi sumber daya, maupun hubungan dengan stakeholder. Dengan memanfaatkan pendekatan multi-teori, penelitian ini berusaha menjembatani

perbedaan perspektif yang selama ini muncul dalam literatur.

Meski demikian, penelitian terdahulu yang menelaah hubungan CSR dan financial performance masih menunjukkan hasil yang beragam. Sebagian besar menggunakan pendekatan kuantitatif lintas industri maupun lintas negara, namun belum menghasilkan kesepakatan mengenai arah hubungan yang pasti. Perbedaan metodologi, indikator pengukuran, dan konteks industri membuat temuan-temuan yang ada sulit untuk disimpulkan secara konsisten. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan literatur yang perlu dijembatani melalui kajian sistematis.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk melakukan *Systematic Literature Review* (SLR) dengan pedoman *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses* (PRISMA). Pendekatan ini dipilih untuk mengidentifikasi, menyeleksi, dan menganalisis penelitian-penelitian sebelumnya secara sistematis dan transparan. Secara praktis, penelitian ini juga diharapkan memberikan kontribusi bagi regulator, investor, dan manajemen perusahaan dengan menghadirkan wawasan mengenai bagaimana CSR dapat dikelola tidak hanya sebagai kewajiban hukum, tetapi juga sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing dan kinerja keuangan yang berkelanjutan.

II. TINJAUAN LITERATUR

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) merujuk pada komitmen dan praktik perusahaan untuk mempertimbangkan dampak sosial, lingkungan, dan tata kelola dalam operasionalnya, bukan sekadar aksi filantropi satu arah. Dalam praktiknya, CSR mencakup beragam inisiatif, seperti pengelolaan limbah, efisiensi energi, program pengembangan masyarakat, peningkatan kesejahteraan karyawan, serta transparansi pelaporan. Kegiatan ini sering dikodifikasikan dalam standar pelaporan, seperti *Environmental, Social, and Governance* (ESG), atau panduan pelaporan seperti *Global Reporting Initiative* (GRI) (Huang et al., 2025). Hal ini membuat CSR dapat diukur baik sebagai *disclosure* (pengungkapan) maupun sebagai kinerja nyata (*outcome*) yang diindeks oleh lembaga penilaian. Penting dicatat bahwa pengukuran CSR beragam antar studi. Ada penelitian yang menggunakan skor indeks, sementara yang lain mengandalkan *content analysis* terhadap laporan tahunan. Perbedaan metode pengukuran ini menyebabkan heterogenitas hasil temuan dalam literatur. Selain itu, pelaksanaan CSR sangat dipengaruhi oleh konteks industri, regulasi, dan tekanan dari *stakeholders*. (Suttipun et al., 2021)

Meskipun literatur tentang CSR telah banyak berkembang, sebagian besar studi masih menghadapi keterbatasan yang cukup mendasar. Pertama, tidak adanya standar baku dalam mengukur CSR menyebabkan hasil penelitian sulit dibandingkan secara konsisten, baik antar negara maupun antar industri seperti pada penelitian Zhang & Liu (2023). Kedua, ada beberapa penelitian terdahulu cenderung hanya fokus pada satu dimensi CSR (misalnya aspek lingkungan atau sosial), sehingga mengabaikan sifat CSR yang multidimensi dan saling terkait seperti pada penelitian Galant & Cadez (2017) dan Ang et al., (2020). Ketiga, beberapa studi lebih menitikberatkan pada data sekunder seperti laporan tahunan, yang tidak sepenuhnya mencerminkan implementasi nyata CSR di lapangan seperti pada penelitian T. H. Nguyen et al., (2021) dan Santria & Mulyani (2023). Keterbatasan-keterbatasan ini menunjukkan bahwa meskipun CSR sering dianggap sebagai faktor strategis, bukti empiris yang

tersedia masih bervariasi dan belum memberikan gambaran yang utuh.

Oleh karena itu, diperlukan kajian sistematis yang mampu menyintesis beragam pendekatan pengukuran dan konteks penelitian, sehingga dapat menghadirkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana CSR seharusnya diposisikan dalam kaitannya dengan kinerja keuangan perusahaan.

Financial Performance

Financial performance mengacu pada kemampuan perusahaan menghasilkan nilai ekonomi bagi pemegang saham maupun kreditur. Kinerja ini biasanya diukur melalui indikator akuntansi, seperti *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin*, maupun melalui indikator pasar, seperti *Tobin's Q* dan *Earnings per Share* (EPS). Pemilihan metrik memengaruhi implikasi hasil penelitian. Ukuran akuntansi cenderung merefleksikan hasil historis dan efisiensi penggunaan aset, sedangkan ukuran pasar lebih menekankan pada ekspektasi investor terhadap prospek masa depan. Keduanya memiliki kelebihan dan keterbatasan dalam menangkap pengaruh CSR terhadap *financial performance* (D. Sharma & Chakraborty, 2024). Analisis hubungan antara CSR dan *financial performance* umumnya memerlukan kontrol terhadap variabel-variabel penting, seperti ukuran perusahaan, tingkat utang (*leverage*), struktur industri, dan pertumbuhan perusahaan, untuk menghindari bias seleksi. Secara teoritis, CSR dapat memengaruhi *financial performance* melalui beberapa mekanisme, antara lain peningkatan reputasi, pengurangan risiko, efisiensi operasional, serta kemudahan akses ke sumber pendanaan. (C. T. Nguyen et al., 2022)

Namun penelitian terdahulu mengenai kinerja keuangan juga tidak luput dari sejumlah keterbatasan metodologis. Pertama, sebagian besar studi masih berfokus pada hubungan langsung antara CSR dan kinerja keuangan tanpa mempertimbangkan variabel mediasi atau moderasi yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan tersebut seperti pada penelitian Rizal et al., (2025); Rossi et al., (2021) dan J. Zhang & Liu (2023). Hal ini menyebabkan pemahaman mengenai mekanisme pengaruh CSR terhadap *financial performance* menjadi kurang komprehensif. Kedua, sebagian penelitian menggunakan data sekunder selama periode waktu yang terbatas, sehingga sulit menangkap efek jangka panjang CSR terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan seperti pada penelitian Gunawan & Yuanita (2018), Hariadi et al., (2022) dan Januarty (2019).

Keterbatasan-keterbatasan ini menunjukkan bahwa diperlukan kajian sistematis yang tidak hanya menilai arah hubungan antara CSR dan *financial performance*, tetapi juga menganalisis pola, konteks, serta mekanisme yang mendasarinya. Melalui pendekatan *Systematic Literature Review (SLR)*, penelitian ini berupaya memberikan sintesis yang lebih komprehensif dan kritis terhadap berbagai hasil empiris yang telah dipublikasikan.

Stakeholder Theory

Stakeholder Theory, yang dipelopori oleh R. Edward Freeman (1984), memandang perusahaan bukan hanya sebagai instrumen pencipta nilai bagi *shareholders*, melainkan sebagai entitas yang berkewajiban mempertimbangkan kepentingan berbagai *stakeholders*. Pihak-pihak tersebut mencakup karyawan, pelanggan, pemasok, komunitas lokal, serta regulator. Teori ini menekankan bahwa keberlanjutan operasi perusahaan sangat bergantung pada dukungan, kepercayaan,

dan legitimasi yang diberikan oleh para *stakeholders*. (Awa et al., 2024)

Dalam perspektif ini, CSR dipandang sebagai alat strategis untuk memenuhi ekspektasi *stakeholders*. Praktik CSR yang konsisten dapat membangun kepercayaan, memperkuat reputasi, serta mendorong dukungan pasar, seperti melalui loyalitas konsumen atau penerimaan publik terhadap aktivitas perusahaan (Awa et al., 2024). Dukungan tersebut pada akhirnya dapat meningkatkan *financial performance*. Namun demikian, teori ini juga menyoroti tantangan praktis, seperti potensi konflik kepentingan antar *stakeholders*, ketidakjelasan prioritas, dan kesulitan dalam mengoperasionalkan konsep CSR. Faktor-faktor inilah yang menjelaskan mengapa hasil studi empiris mengenai hubungan CSR dan *financial performance* masih beragam, serta menegaskan pentingnya analisis yang kontekstual dan komprehensif. (Rahi et al., 2024)

Meski demikian, hasil dari berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penggunaan *Stakeholder Theory* sebagai kerangka tunggal dalam menjelaskan hubungan antara CSR dan kinerja keuangan sering kali belum cukup menangkap kompleksitas interaksi antara faktor sosial, ekonomi, dan strategis perusahaan. Sejumlah studi juga masih terbatas dalam memahami dinamika strategis perusahaan ketika merespons tekanan eksternal, atau bagaimana sinyal CSR diterjemahkan menjadi persepsi positif di pasar modal. Oleh karena itu, integrasi dengan teori-teori lain menjadi penting untuk memperkaya pemahaman dan menjelaskan variasi hasil empiris.

Pertama, *Signal Theory* membantu menjelaskan bagaimana pengungkapan CSR dapat menjadi sinyal kredibilitas dan keandalan perusahaan di mata investor. Ketika perusahaan secara aktif melaporkan aktivitas CSR, hal itu mengirimkan pesan tentang stabilitas dan tanggung jawab jangka panjang, yang kemudian dapat meningkatkan kepercayaan pasar dan nilai saham (J. Zhang & Liu, 2023). Kedua, *Legitimacy Theory* melengkapi perspektif *Stakeholder Theory* dengan menekankan bahwa perusahaan melaksanakan CSR untuk memperoleh dan mempertahankan legitimasi sosial. Dengan kata lain, CSR tidak hanya bertujuan memenuhi kepentingan *stakeholders*, tetapi juga menjaga "lisensi sosial" untuk beroperasi (C. T. Nguyen et al., 2022). Ketiga, *Agency Theory* memberikan perspektif yang lebih kritis dengan melihat CSR sebagai potensi sumber konflik antara manajemen dan pemegang saham. Dalam beberapa kasus, CSR bisa dimanfaatkan untuk membangun citra manajemen, bukan murni untuk kepentingan ekonomi perusahaan, yang dapat menjelaskan temuan negatif atau tidak signifikan terhadap *financial performance* (Lachuer & Jabeur, 2022). Keempat, teori lain seperti *Value-Relevance Theory*, *Dynamic Capabilities Theory*, dan *Slack Resources Theory* memberikan sudut pandang tambahan yang menjelaskan bagaimana CSR dapat memengaruhi nilai perusahaan melalui inovasi, kemampuan adaptif, serta alokasi sumber daya yang efisien (Candio, 2024; Aftab et al., 2024; Kludacz-Alessandri & Cygańska, 2021).

Dengan mengintegrasikan berbagai teori ini, penelitian ini berupaya memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang hubungan CSR dan kinerja keuangan. Pendekatan multi-teori memungkinkan analisis yang lebih tajam terhadap hasil empiris yang beragam, sekaligus menjembatani perbedaan interpretasi antara studi yang menemukan hubungan positif, negatif, maupun tidak signifikan.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *Systematic Literature Review* (SLR) dengan mengacu pada pedoman *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses* (PRISMA) untuk meninjau hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *financial performance*. Artikel yang ditelaah diperoleh dari jurnal internasional bereputasi yang terindeks Scopus (Q1–Q3) dan jurnal nasional terindeks Sinta (S1–S3), melalui database seperti Google Scholar, MDPI, Sage Journals, Wiley, Elsevier, Emerald hingga Taylor & Francis. Dari proses identifikasi, penyaringan, dan seleksi, dipilih 45 artikel yang relevan berdasarkan kualitas publikasi, kesesuaian topik, serta keterkaitannya dengan isu CSR dan *financial performance*, sehingga memberikan gambaran sistematis, transparan, dan terstruktur atas kajian ini. Berikut daftar jurnal yang digunakan sebagai bahan analisis

:

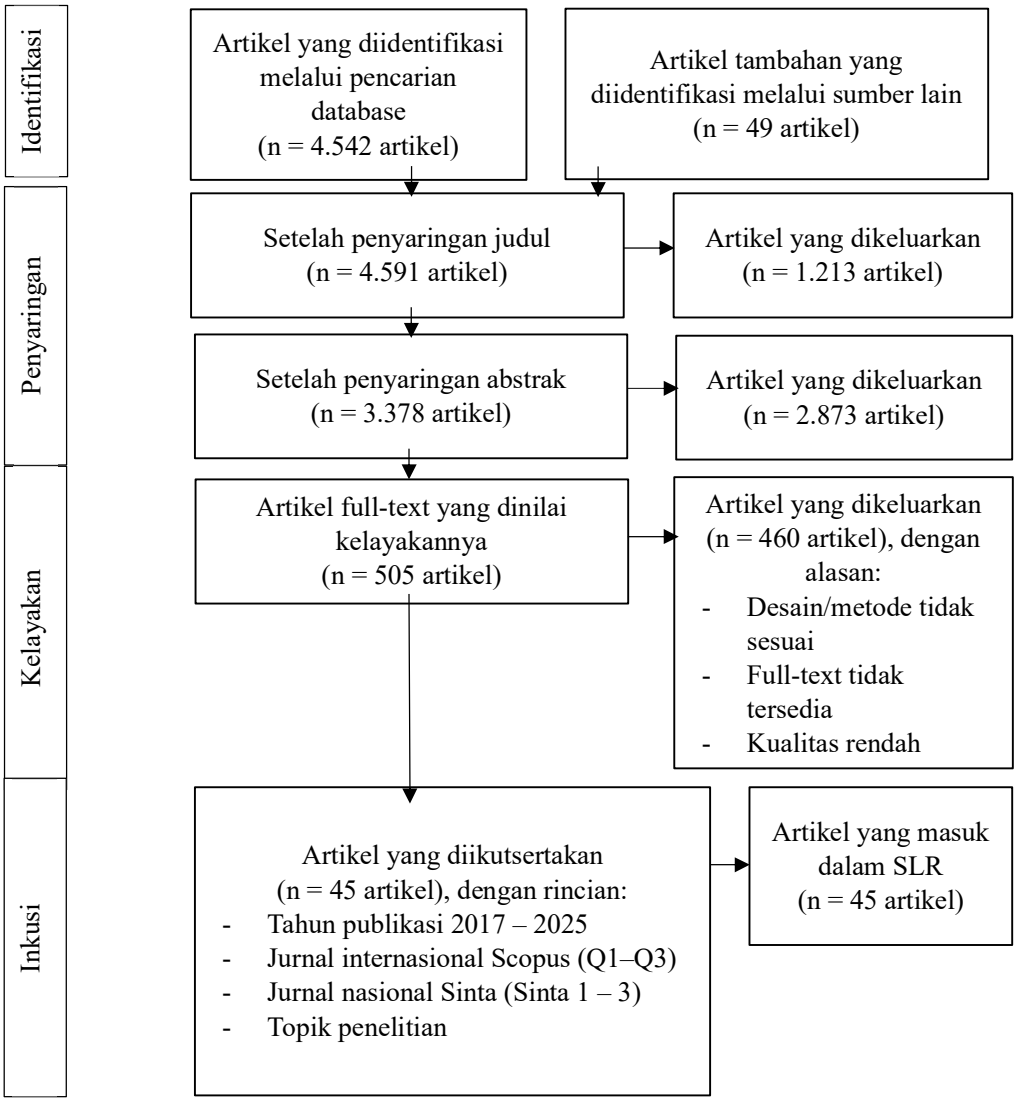
Tabel 1. Jurnal Terdahulu

Jurnal Penerbit	Jumlah	Index	Negara
Sustainability (MDPI)	10	Q1	Switzerland
Risks (MDPI)	1	Q1	Switzerland
Journal of Risk and Financial Management (MDPI)	1	Q1	Switzerland
Buildings (MDPI)	1	Q1	Switzerland
Energies (MDPI)	1	Q1	Switzerland
Journal of Environmental Management (Elsevier)	1	Q1	United States
Discover Sustainability (Springer)	1	Q1	Netherlands
Journal of Business Ethics (Springer)	1	Q1	Netherlands
Sage Open (Sage Journals)	1	Q1	United States
Corporate Social Responsibility and Environmental Management (Wiley)	2	Q1	United Kingdom
Asian Journal of Accounting Research (Emerald)	1	Q2	United Kingdom
Journal of Asset Management (Sringer)	1	Q2	United Kingdom
Future Business Journal (Springer)	1	Q2	United Kingdom
Economic Research-Ekonomska Istraživanja (Taylor & Francis	1	Q2	United Kingdom
Cogent Business & Management (Taylor & Francis)	2	Q2	United Kingdom
Asian Journal of Accounting Research (Emerald)	1	Q2	United Kingdom
Academic Journal of Interdisciplinary Studies	1	Q2	Italy
Journal of Asian Finance, Economics and Business	1	Q3	Korea Selatan
Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan (JIAKES)	1	S2	Indonesia
Journal of Management and Innovation Entrepreunership (JMIE)	1	S2	Indonesia
Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan (JIMKES)	1	S2	Indonesia
Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia	1	S2	Indonesia
Jurnal Ekonomi Trisakti	2	S3	Indonesia
Journal of Entrepreneurship & Business	1	S3	Indonesia
Jurnal Akuntansi, Audit dan Sistem Informasi Akuntansi (JASA)	1	S3	Indonesia
Management and Business Review (MBR)	1	S3	Indonesia
Owner: Riset & Jurnal Akuntansi	4	S3	Indonesia
Jurnal Eksplorasi Akuntansi (JEA)	1	S3	Indonesia

Akuntansi Bisnis & Manajemen (AMB)	2	S3	Indonesia
Total Jurnal	**45**		

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan jurnal didominasi dengan indeks Scopus Q1,Q2 dan Q3 serta Sinta 2 dan Sinta 3. Proses seleksi artikel dilakukan melalui beberapa tahap. Pertama, dilakukan pencarian awal dengan menggunakan kata kunci yang relevan, seperti *"corporate social responsibility"*, *"CSR and financial performance"*, *"CSR and firm performance"*, serta *"stakeholder theory and CSR"*. Kedua, hasil pencarian kemudian ditinjau melalui judul, abstrak, dan tahun publikasi untuk menyaring artikel yang sesuai dengan fokus penelitian. Tahap berikutnya adalah peninjauan mendalam terhadap keseluruhan isi artikel yang lolos seleksi awal. Pemeriksaan ini dilakukan untuk memastikan bahwa artikel benar-benar memenuhi kriteria kelayakan yang telah ditentukan, seperti kejelasan metodologi, kesesuaian objek penelitian, serta relevansi hasil temuan dengan tujuan penelitian.

Sebagai bagian dari fokus penelitian, kajian ini juga menyoroti konteks negara berkembang seperti Indonesia serta negara maju seperti eropa, dalam memahami hubungan antara CSR dan kinerja keuangan. Hal ini penting karena praktik dan pelaporan CSR di negara berkembang sering kali dipengaruhi oleh faktor sosial, budaya, dan tekanan eksternal yang berbeda dibandingkan dengan negara maju. Seperti ekspektasi masyarakat terhadap tanggung jawab sosial perusahaan cenderung lebih kuat di lingkungan yang memiliki nilai-nilai kolektivistik dan hubungan sosial yang erat. Selain itu, keterbatasan sumber daya dan ketimpangan tingkat kematangan tata kelola perusahaan juga dapat memengaruhi cara perusahaan menerapkan CSR dan dampaknya terhadap kinerja keuangan. Oleh karena itu, SLR ini tidak hanya merangkum hasil-hasil penelitian global, tetapi juga berupaya mengidentifikasi bagaimana karakteristik khas negara berkembang dapat memoderasi hubungan antara CSR dan kinerja keuangan. Berikut ada flowchat Prisma dalam penelitian ini:



Gambar 1. Flowchard PRISMA

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil *systematic literature review* (SLR) terhadap sepuluh artikel terpilih yang membahas hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *financial performance*. Setiap temuan dianalisis secara komparatif untuk mengidentifikasi pola, perbedaan, serta faktor kontekstual yang memengaruhi hasil penelitian.

Teori yang Digunakan

Berdasarkan hasil analisis dan observasi diketahui bahwa artikel-artikel yang ditinjau menggunakan beragam kerangka teori, antara lain *Stakeholder Theory*, *Signal Theory*, *Legitimacy Theory, Agency Theory* hingga *Slack Resources Theory.* Mayoritas penelitian menggunakan *Stakeholder Theory* sebagai landasan utama, sementara beberapa artikel mengombinasikan dua hingga tiga teori

sekaligus dalam menjelaskan keterkaitan antara CSR dan *financial performance*. Berikut rekapitulasi teori-teori yang digunakan dalam penelitian terdahulu:

Tabel 2. Rekapitulasi Teori-teori yang Digunakan Jurnal Terdahulu

Teori	Jumlah
Stakeholder Theory	32 Jurnal
Signal Theory	2 Jurnal
Legitimacy Theory	5 Jurnal
Agency Theory	7 Jurnal
Value-Relevance Theory	1 Jurnal
Dynamic Capabilities Theory	1 Jurnal
Slack Resources Theory	1 Jurnal
Catatan: Beberapa jurnal menggunakan lebih dari 1 teori sekaligus	

Berdasarkan tabel 2, Dari keseluruhan 45 jurnal yang ditelaah, dapat disimpulkan bahwa *Stakeholder Theory* merupakan landasan teori yang paling dominan digunakan oleh para peneliti. Teori ini berangkat dari pandangan bahwa keberlangsungan perusahaan sangat ditentukan oleh kemampuannya memenuhi kepentingan berbagai pemangku kepentingan, tidak hanya pemegang saham. (Dela et al., 2024; Eledum & Elmahgop, 2024; Ji et al., 2024) hingga (J. Zhang & Liu, 2023) semuanya menggunakan *Stakeholder Theory* untuk menjelaskan peran CSR dalam menciptakan legitimasi, meningkatkan kepercayaan, serta membangun reputasi yang pada akhirnya berdampak positif pada kinerja keuangan. Dominasi teori ini mencerminkan keyakinan bahwa CSR adalah instrumen strategis untuk menjaga hubungan harmonis dengan stakeholder.

Sebagaimana Freeman (1984) dalam (Awa et al., 2024) yang menekankan bahwa manajer harus mempertimbangkan kepentingan semua pemangku kepentingan, bukan hanya pemegang saham, untuk memastikan kelangsungan jangka panjang perusahaan. Dengan demikian, integrasi CSR yang strategis sejalan dengan prinsip ini karena memungkinkan perusahaan menyeimbangkan kebutuhan berbagai pihak sekaligus meningkatkan nilai perusahaan. Namun, *Stakeholder Theory* juga banyak digunakan untuk menjelaskan hasil penelitian yang beragam, baik positif maupun negatif. Pada penelitian (Saputra et al., 2024) menemukan bahwa program CSR berbasis *people* justru berdampak negatif terhadap kinerja keuangan karena dianggap beban biaya, bukan strategi berkelanjutan. Temuan ini menegaskan bahwa meski *Stakeholder Theory* dominan, implementasi CSR di lapangan sering kali berbeda tergantung konteks industri, regulasi, maupun kesiapan manajemen perusahaan

Teori kedua yang cukup sering muncul adalah *Signal Theory*, seperti pada penelitian (J. Zhang & Liu, 2023) dan (Gunawan & Yuanita, 2018). Dalam perspektif ini, CSR dipandang sebagai sinyal yang dikirimkan perusahaan kepada pasar dan stakeholder mengenai kualitas manajemen, prospek jangka panjang, serta komitmen terhadap keberlanjutan. Pengungkapan CSR yang baik dianggap mampu menurunkan asimetri informasi, meningkatkan kepercayaan investor, dan memperkuat nilai pasar perusahaan. Dengan demikian, *Signal Theory* lebih menyoroti aspek komunikasi CSR sebagai strategi untuk memengaruhi persepsi eksternal.

Sementara itu, *Legitimacy Theory* juga digunakan dalam sejumlah penelitian,

seperti oleh (Cahyani & Mayangsari, 2022; C. T. Nguyen et al., 2022; T. H. Nguyen et al., 2021). Teori ini menjelaskan bahwa perusahaan melakukan CSR untuk memperoleh atau mempertahankan legitimasi sosial dari masyarakat. Dalam konteks Vietnam, seperti , CSR disclosure justru berdampak negatif karena biaya tinggi, terutama pada aspek lingkungan (C. T. Nguyen et al., 2022). Namun, di penelitian lain, CSR disclosure justru memperkuat profitabilitas (T. H. Nguyen et al., 2021). Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas legitimasi melalui CSR sangat dipengaruhi oleh konteks budaya, regulasi, dan ekspektasi publik.

Agency Theory juga muncul dalam berbagai penelitian, seperti oleh (Cahyaningrum et al., 2022; Januarty, 2019; Santria & Mulyani, 2023) hingga (Lachuer & Jabeur, 2022). Teori ini menyoroti adanya konflik kepentingan antara manajer (agen) dan pemegang saham (prinsipal). CSR dalam perspektif ini sering dipandang sebagai aktivitas yang tidak langsung meningkatkan laba, sehingga kadang dianggap sebagai beban biaya. (Santria & Mulyani, 2023) menemukan CSR disclosure tidak berpengaruh signifikan terhadap FP karena dianggap hanya formalitas. Namun, (Januarty, 2019) justru menemukan CSR dapat meningkatkan ROA melalui pengelolaan aset yang lebih baik.

Selain teori-teori utama di atas, terdapat peneliti yang menggunakan *Value-Relevance Theory*, seperti yang dilakukan oleh (Candio, 2024). Teori ini berfokus pada relevansi nilai informasi CSR bagi investor dalam pengambilan keputusan. Namun, hasilnya tidak konsisten, sikap CSR ternyata tidak mampu memperkuat hubungan ESG dan FP. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun CSR *disclosure* memberikan informasi tambahan, pasar tidak selalu menganggapnya relevan secara ekonomi.

Teori yang lebih modern seperti *Dynamic Capabilities Theory* juga mulai digunakan. Seperti pada penelitian (Aftab et al., 2024), dlam pandangan ini, CSR dilihat sebagai bagian dari kapabilitas dinamis perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis, khususnya melalui inovasi hijau (green innovation). CSR tidak hanya dipandang sebagai aktivitas sosial, melainkan sumber daya strategis yang memperkuat daya saing jangka panjang. Selain itu, *Slack Resources Theory* juga dipakai oleh (Kludacz-Alessandri & Cygańska, 2021). Teori ini menekankan hubungan timbal balik antara CSR dan FP: ketika perusahaan memiliki kinerja keuangan yang baik, mereka memperoleh sumber daya longgar (*slack*) untuk membiayai program CSR. Sebaliknya, CSR yang efektif dapat meningkatkan reputasi dan profitabilitas. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan CSR–FP bukanlah satu arah, melainkan siklus yang saling menguatkan.

Hubungan *Corporate Social Responsibility* dengan *Financial Performance*

Peneliti melakukan tinjauan terhadap studi-studi yang meneliti hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *financial performance* (FP) dalam berbagai konteks industri dan negara selama sepuluh tahun terakhir. Tabel 3 memperlihatkan ringkasan hasil penelitian sebelumnya yang menyoroti peran CSR dalam memengaruhi kinerja keuangan, baik melalui peningkatan reputasi, efisiensi operasional, maupun *brand value*. Selain itu, beberapa penelitian juga menekankan peran variabel moderating seperti *government support*, tingkat kompetisi industri, serta inovasi berkelanjutan yang dapat memperkuat atau melemahkan hubungan CSR–FP.

Tabel 3. Ringkasan Hasil Penelitian Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan *Financial Performance* (FP)

Peneliti	Temuan						
	(+)	(-)	B	TB	Mod	TM	K
(Ahyani & Puspitasari, 2019; Cahyani & Mayangsari, 2022; Dela et al., 2024; Eledum & Elmahgop, 2024; Gunawan & Yuanita, 2018; Hariadi et al., 2022; Januarty, 2019; Ma et al., 2023; T. H. Nguyen et al., 2021; Novatiani & Apriwandi, 2023; Rizal et al., 2025; Rossi et al., 2021; J. Zhang & Liu, 2023); (Aftab et al., 2024; Cho et al., 2019; Coelho et al., 2023; Galant & Cadez, 2017; Hariyani et al., 2025; Kaur & Singh, 2021; Kludacz-Alessandri & Cygańska, 2021; Mahrani & Soewarno, 2018; C. Nguyen & Nguyen, 2021)	22						
(Costa & Fonseca, 2022; Ji et al., 2024; Lachuer & Jabeur, 2022; Ma & Yasir, 2023; C. T. Nguyen et al., 2022; Santria & Mulyani, 2023; Saputra et al., 2024; D. Sharma & Chakraborty, 2024; R. B. Sharma et al., 2021)		7					
(Pramukti & Buana, 2019)			1				
(Ang et al., 2020; Cahyaningrum et al., 2022; Fatimah & Annisa, 2023; Firdaus et al., 2025; Hidayah & Wijaya, 2022; Sameer, 2021)				6			
(Candio, 2024; Ji et al., 2024)					2		
(C. T. Nguyen et al., 2022; Sang et al., 2022)						2	
(Al-Swidi et al., 2024; Meseguer-Sánchez et al., 2021; Sánchez-Hernández et al., 2021; Sheehy & Farneti, 2021; Wu & Jin, 2022)							5
Total	**45**						

Keterangan simbol:
(+) : berpengaruh positif signifikan
(-) : berpengaruh negatif signifikan
TB : tidak berpengaruh / tidak signifikan
Mod : ada pengaruh moderasi
K : Kualitatif (Strategi, Peran, Mekanisme, Konsep CSR)

Berdasarkan tabel 3 hasil analisis dari 45 penelitian menunjukkan bahwa hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *financial performance* (FP) cukup kompleks. Tidak ada hasil yang sepenuhnya konsisten. Beberapa penelitian menemukan pengaruh positif (Dela et al., 2024; Eledum & Elmahgop, 2024; Hariadi et al., 2022; J. Zhang & Liu, 2023), sementara yang lain justru melaporkan pengaruh negatif (Costa & Fonseca, 2022; Ma & Yasir, 2023; D. Sharma & Chakraborty, 2024). Ada juga studi yang menyatakan tidak ada pengaruh yang signifikan (Ang et al., 2020; Cahyaningrum et al., 2022; Hidayah & Wijaya, 2022). Perbedaan hasil ini menunjukkan bahwa hubungan CSR–FP bersifat kontingen (tidak universal), sangat

dipengaruhi oleh konteks industri, tingkat kematangan perusahaan, dan bagaimana CSR diintegrasikan dalam strategi bisnis.

Penelitian yang menemukan pengaruh positif umumnya menjelaskan bahwa CSR membantu membangun reputasi perusahaan, meningkatkan kepercayaan konsumen dan investor, serta memperkuat loyalitas pemangku kepentingan. Semua faktor ini pada akhirnya bisa mendorong peningkatan pendapatan dan mengurangi risiko. (Eledum & Elmahgop, 2024) serta (Ahyani & Puspitasari, 2019) menunjukkan bahwa CSR dapat meningkatkan kepatuhan regulasi sekaligus membangun kepercayaan pelanggan. (Novatiani & Apriwandi, 2023) menambahkan bahwa CSR mendorong loyalitas serta kepercayaan masyarakat untuk berinvestasi. Sementara itu, (J. Zhang & Liu, 2023) menekankan CSR sebagai *signal* yang dapat memperkuat *brand value*. Penelitian lain, seperti (Coelho et al., 2023; Galant & Cadez, 2017) serta (Cho et al., 2019) juga menegaskan bahwa CSR yang kredibel bisa meningkatkan diferensiasi produk dan menciptakan nilai ekonomi nyata. Hal ini menunjukkan bahwa CSR akan memberikan dampak positif terutama ketika dikelola sebagai strategi nilai tambah (*value creation strategy*), bukan sekadar tanggung jawab sosial dan diarahkan pada kelompok pemangku kepentingan yang memiliki pengaruh langsung terhadap kinerja keuangan.

Sebaliknya, penelitian lain melihat CSR lebih sebagai beban biaya, terutama bila tidak terhubung dengan strategi perusahaan atau hanya bersifat simbolis. (D. Sharma & Chakraborty, 2024) menemukan bahwa kewajiban hukum CSR di India dianggap sebagai biaya tambahan yang menekan laba perusahaan. (Costa & Fonseca, 2022) juga menilai CSR sebagai *sunk cost* jika tidak dipadukan dengan inovasi strategis. Bahkan, (Saputra et al., 2024) menunjukkan bahwa aktivitas CSR di dimensi *people* justru menambah beban biaya tanpa memberikan keuntungan finansial yang jelas. Hal ini sejalan dengan (C. T. Nguyen et al., 2022; Santria & Mulyani, 2023) yang menyoroti tingginya biaya CSR di bidang lingkungan sehingga menurunkan profitabilitas jangka pendek.

Ada pula penelitian yang menemukan tidak adanya pengaruh atau *no-effect*. Biasanya hal ini terjadi karena CSR hanya dijalankan sebagai formalitas atau kewajiban hukum (Ang et al., 2020; Cahyaningrum et al., 2022; Sameer, 2021). (Hidayah & Wijaya, 2022) menjelaskan bahwa di sektor batu bara, reputasi CSR sulit diterjemahkan menjadi permintaan pasar karena produk bersifat *business-to-business* (B2B) dan berbasis komoditas. (Pramukti & Buana, 2019) juga menekankan bahwa CSR yang hanya menjadi *window dressing* tanpa komitmen internal nyata tidak membawa nilai tambah.

Jenis CSR yang dipilih juga sangat menentukan hasilnya. (Ji et al., 2024) membedakan antara *primary CSR* (PCSR), yang berfokus pada pemangku kepentingan inti seperti pelanggan, dan *secondary CSR* (SCSR), yang berfokus pada lingkungan atau komunitas. Mereka menemukan bahwa PCSR lebih efektif dalam meningkatkan FP, sementara SCSR cenderung tidak signifikan, terutama bagi perusahaan baru. (Dela et al., 2024) juga melaporkan bahwa CSR di bidang lingkungan, sosial, dan ekonomi bisa berdampak positif jika diarahkan pada efisiensi dan pengurangan risiko. Temuan serupa ditunjukkan oleh (C. Nguyen & Nguyen, 2021) serta (T. H. Nguyen et al., 2021) yang menemukan bahwa fokus pada aspek karyawan berkontribusi positif terhadap *return on assets* (ROA) dan *return on equity* (ROE).

Selain jenis CSR, perbedaan antara *CSR disclosure* (pengungkapan) dan *CSR performance* (aksi nyata) juga menjadi faktor penting. (Gunawan & Yuanita, 2018)

serta (T. H. Nguyen et al., 2021) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR yang jelas dan berkualitas dapat memberikan sinyal positif kepada investor. Namun, penelitian lain seperti (C. T. Nguyen et al., 2022) dan (Santria & Mulyani, 2023) menemukan bahwa pengungkapan semata, terutama yang menyoroti biaya lingkungan, justru bisa berdampak negatif. (Galant & Cadez, 2017) menambahkan bahwa hasil penelitian bisa berbeda tergantung pada instrumen pengukuran, seperti penggunaan indeks reputasi, skor ESG, atau analisis konten laporan perusahaan.

Penelitian terbaru juga menekankan peran variabel moderator dan mediator. (Ji et al., 2024) menemukan bahwa *government support* dapat memperkuat dampak CSR, sementara (Dela et al., 2024) melaporkan bahwa tingkat kompetisi industri juga bisa memperbesar efek positif CSR. Faktor lain seperti karakter dewan direksi (Rossi et al., 2021), *degree of internationalization* (Sang et al., 2022), serta *green innovation* (Aftab et al., 2024) terbukti memengaruhi hubungan CSR dan FP. (J. Zhang & Liu, 2023) bahkan menyoroti peran *brand value* sebagai jalur penting yang menghubungkan CSR dengan peningkatan kinerja finansial.

Beberapa studi menemukan pola hubungan non-linear. (Ma & Yasir, 2023), (Sang et al., 2022), serta (Lachuer & Jabeur, 2022) menemukan pola *inverted U-shaped*, yaitu CSR dalam jumlah moderat bisa meningkatkan kinerja finansial, tetapi pengeluaran CSR yang terlalu besar justru menurunkan profitabilitas. Artinya, perusahaan perlu menemukan titik optimal dalam merancang strategi CSR.

Konteks industri dan negara juga tidak kalah penting. Pada sektor perbankan, CSR banyak berhubungan dengan reputasi dan stabilitas (Firdaus et al., 2025; Rizal et al., 2025). Di industri makanan dan properti, CSR cenderung berdampak positif ((Ahyani & Puspitasari, 2019; Eledum & Elmahgop, 2024). Sebaliknya, pada sektor tambang dan manufaktur, dampaknya sering lemah atau bahkan negatif (Hidayah & Wijaya, 2022; D. Sharma & Chakraborty, 2024). Perbedaan antarnegara juga memengaruhi seperti Maladewa (Sameer, 2021), Vietnam (C. T. Nguyen et al., 2022; T. H. Nguyen et al., 2021), Pakistan (Ma et al., 2023) dan Eropa (Candio, 2024) yang masing-masing memiliki regulasi, kondisi pasar, dan ekspektasi publik yang berbeda.

Faktor metodologi juga berkontribusi pada beragamnya hasil penelitian. (Ji et al., 2024) menggunakan *panel regression* dengan *instrumental variable* untuk menguji hubungan jangka panjang, sementara (Eledum & Elmahgop, 2024) memakai *PLS-SEM* untuk menganalisis variabel mediasi. (C. T. Nguyen et al., 2022) menggunakan *system* GMM untuk membedakan efek jangka pendek dan jangka panjang. Variasi dalam indikator kinerja (seperti ROA, ROE, Tobin's Q, EVA, NPM, EPS, hingga skor ESG) serta perbedaan sumber data juga membuat hasil penelitian menjadi beragam (Coelho et al., 2023; Galant & Cadez, 2017).

Hasil analisis ini menunjukkan bahwa CSR dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif bila diintegrasikan dengan strategi bisnis dan diarahkan kepada pemangku kepentingan yang tepat (Ji et al., 2024; C. Nguyen & Nguyen, 2021). Namun, jika CSR hanya dijalankan secara simbolis, diwajibkan tanpa strategi yang jelas, atau melebihi kapasitas perusahaan, maka CSR justru bisa menjadi beban (Ma & Yasir, 2023; D. Sharma & Chakraborty, 2024). Untuk itu, penelitian di masa depan perlu menekankan desain *longitudinal*, penggunaan standar yang konsisten dalam mengukur CSR (Galant & Cadez, 2017), serta meneliti lebih jauh variabel moderator dan mediator, seperti *government support*, *green innovation*, tingkat kompetisi industri, dan *brand value* (Candio, 2024; Dela et al., 2024; Sang et al., 2022).

Secara keseluruhan, temuan yang beragam dalam penelitian-penelitian tersebut mencerminkan bahwa hubungan antara CSR dan *financial performance* tidak bersifat linier maupun universal, melainkan sangat dipengaruhi oleh konteks kelembagaan, karakteristik industri, dan strategi perusahaan. Perbedaan hasil ini terutama muncul karena setiap konteks memberikan tekanan, insentif, dan ekspektasi sosial yang berbeda terhadap pelaksanaan CSR.

Pertama, dari sisi konteks negara, penelitian di negara berkembang seperti Indonesia, Vietnam, dan Pakistan menunjukkan bahwa pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan seringkali bergantung pada sejauh mana masyarakat dan pemangku kepentingan menghargai aktivitas sosial perusahaan. Di negara-negara dengan tingkat kesadaran publik dan sistem pelaporan CSR yang masih berkembang, CSR lebih sering dijalankan sebagai kewajiban simbolis atau *compliance-based*, bukan strategi yang terintegrasi secara mendalam dalam model bisnis (Sameer, 2021; Ma & Yasir, 2023). Sehingga, efek finansialnya tidak selalu langsung terlihat. Sebaliknya, di negara dengan lingkungan institusional yang lebih matang, seperti kawasan Eropa, CSR cenderung berfungsi sebagai mekanisme strategis yang meningkatkan reputasi dan daya saing (Candio, 2024; Coelho et al., 2023).

Kedua, faktor industri juga berperan penting dalam menjelaskan variasi hubungan CSR–FP. Pada industri dengan *stakeholder visibility* tinggi seperti perbankan, makanan, dan properti, CSR memberikan efek reputasional yang kuat karena konsumen dan investor sensitif terhadap isu etika dan keberlanjutan (Firdaus et al., 2025; Eledum & Elmahgop, 2024). Sebaliknya, sektor berbasis komoditas seperti pertambangan dan manufaktur sering menghadapi *legitimacy pressure* yang besar, tetapi dampak CSR-nya terhadap profitabilitas cenderung lebih lemah, karena nilai sosial belum sepenuhnya diterjemahkan menjadi keuntungan ekonomi (Hidayah & Wijaya, 2022; Sharma & Chakraborty, 2024).

Ketiga, perbedaan strategi dan orientasi perusahaan juga menjadi faktor pembeda. Perusahaan yang menjadikan CSR sebagai bagian dari strategi jangka panjang cenderung memperoleh hasil positif dan berkelanjutan (Ji et al., 2024; Zhang & Liu, 2023). Sebaliknya, CSR yang bersifat *ad-hoc* atau sekadar untuk memenuhi citra publik (*window dressing*) sering kali gagal menghasilkan dampak keuangan yang berarti (Pramukti & Buana, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa CSR perlu diintegrasikan dengan model bisnis dan inovasi strategis agar dapat menciptakan nilai tambah yang nyata.

Keempat, dari aspek metodologis, variasi hasil juga muncul karena perbedaan dalam instrumen pengukuran dan pendekatan analisis. Studi yang menggunakan ukuran pasar seperti *Tobin's Q* atau *EPS* cenderung menemukan hasil yang lebih positif karena menangkap persepsi investor terhadap nilai jangka panjang. Sebaliknya, penelitian yang menggunakan indikator akuntansi seperti *ROA* atau *NPM* sering menunjukkan hasil yang tidak signifikan atau negatif, karena efek CSR terhadap kinerja keuangan biasanya tidak langsung dan baru terlihat dalam jangka panjang (Galant & Cadez, 2017).

Dengan demikian, perbedaan arah dan kekuatan hubungan CSR–FP dapat dipahami sebagai refleksi dari konteks kelembagaan, struktur industri, serta orientasi strategis perusahaan. Pola ini menegaskan bahwa CSR bukan sekadar instrumen sosial, melainkan bagian dari strategi korporat yang hasilnya sangat tergantung pada bagaimana perusahaan mengelola sinergi antara

tanggung jawab sosial, efisiensi ekonomi, dan keunggulan kompetitif.

Peran Strategis CSR dalam Mendorong Keberlanjutan Perusahaan

Peran strategis *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam keberlanjutan perusahaan semakin menonjol dalam literatur terkini. Sejumlah penelitian menegaskan bahwa integrasi CSR ke dalam strategi bisnis tidak hanya berdampak pada kinerja finansial jangka pendek, tetapi juga membentuk fondasi bagi keberlanjutan jangka panjang. Sharma & Chakraborty (2024) menekankan bahwa dampak positif CSR terhadap kinerja keuangan akan lebih kuat ketika CSR diintegrasikan secara strategis dalam proses pengambilan keputusan, bukan sekadar kewajiban kepatuhan. Perusahaan yang menempatkan CSR sebagai bagian inti dari strategi korporat menunjukkan kemampuan lebih baik dalam menciptakan nilai berkelanjutan melalui pengelolaan risiko sosial dan lingkungan yang lebih efisien serta peningkatan reputasi di mata pemangku kepentingan. Dengan demikian, CSR berperan sebagai instrumen adaptif yang memperkuat daya tahan perusahaan terhadap perubahan eksternal dan krisis ekonomi.

Pandangan ini sejalan dengan Wu (2022), yang menegaskan bahwa CSR bukan lagi tentang *"if"* melainkan *"how"* bagaimana perusahaan mampu mengimplementasikan CSR untuk mencapai pembangunan berkelanjutan. CSR dipandang sebagai mekanisme penting bagi perusahaan untuk melindungi dan meningkatkan kesejahteraan sosial serta menjamin manfaat berkelanjutan bagi berbagai pemangku kepentingan. Selain itu, pelaksanaan CSR yang baik juga meningkatkan efektivitas tata kelola perusahaan melalui penguatan sistem pengendalian internal dan peningkatan kualitas informasi akuntansi yang menjadi dasar pengambilan keputusan strategis. Dengan demikian, CSR tidak hanya memiliki nilai sosial, tetapi juga memperkuat fondasi tata kelola dan keberlanjutan organisasi. (Sheety, 2021)

Selain itu, Sanchez (2021) menekankan bahwa konsep keberlanjutan mencakup tiga dimensi utama seperti ekonomi, sosial, dan lingkungan sebagaimana tertuang dalam kerangka *Sustainable Development Goals* (SDGs) yang dikembangkan oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB). CSR dalam konteks ini, berfungsi sebagai jembatan antara pertumbuhan ekonomi dan tanggung jawab sosial-lingkungan. Perusahaan yang menerapkan CSR secara komprehensif tidak hanya berfokus pada profitabilitas, tetapi juga pada pelestarian sumber daya alam serta peningkatan kualitas hidup masyarakat (Swidi, 2024). Savitz dan Weber (2006) dalam Hernandez (2021) bahkan menggambarkan perusahaan berkelanjutan sebagai entitas yang menghasilkan keuntungan sekaligus menjaga lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan sosial.

Penelitian Candio (2024) dan Saputra et al. (2024) memperkuat pandangan tersebut dengan menunjukkan bahwa CSR yang terintegrasi dengan inovasi berkelanjutan dapat menghasilkan efek ganda bagi perusahaan. Pendekatan yang memadukan CSR dengan *green innovation* mendorong efisiensi operasional, pengurangan emisi, dan diferensiasi produk yang ramah lingkungan, yang pada akhirnya menciptakan keunggulan kompetitif jangka panjang. Dalam konteks negara berkembang, sebagaimana dikemukakan oleh Ma et al. (2023), CSR berfungsi tidak hanya sebagai sarana reputasional, tetapi juga sebagai mekanisme legitimasi sosial yang memperkuat kepercayaan publik dan meningkatkan akses perusahaan terhadap sumber daya eksternal. Namun, efektivitas

CSR dalam mendorong keberlanjutan finansial sangat bergantung pada kualitas tata kelola dan komitmen internal perusahaan.

Secara keseluruhan, integrasi CSR dalam strategi perusahaan memungkinkan terciptanya keseimbangan antara tujuan ekonomi, sosial, dan lingkungan. CSR bukan hanya alat filantropi, melainkan strategi bisnis yang memastikan keberlanjutan perusahaan di tengah perubahan lingkungan global yang dinamis.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan telaah terhadap 40 studi, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *financial performance* (FP) bersifat kompleks dan tidak selalu konsisten. Sebagian besar penelitian menunjukkan bahwa CSR mampu memberikan dampak positif ketika dijalankan secara strategis, berorientasi pada pemangku kepentingan inti, serta terintegrasi dengan tujuan bisnis perusahaan. CSR dalam konteks ini berfungsi sebagai sarana membangun reputasi, meningkatkan kepercayaan konsumen dan investor, serta memperkuat loyalitas yang pada akhirnya berkontribusi pada kinerja keuangan. Namun, penelitian lain menemukan bahwa CSR dapat menjadi beban biaya jika implementasinya bersifat simbolis, diwajibkan tanpa strategi, atau tidak relevan dengan karakteristik industri.

Selain itu, perbedaan jenis CSR (*primary* vs. *secondary*), kualitas *disclosure*, serta adanya variabel moderator seperti dukungan pemerintah, kompetisi industri, dan *green innovation* turut menentukan arah hubungan CSR–FP. Faktor kontekstual, seperti sektor industri, regulasi negara, serta instrumen pengukuran yang digunakan, juga menjelaskan mengapa hasil penelitian berbeda-beda. Oleh karena itu, CSR dapat menjadi sumber *competitive advantage* hanya jika diposisikan sebagai investasi strategis, bukan sekadar kewajiban atau pengeluaran jangka pendek. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya, penting dilakukan studi longitudinal dengan standar pengukuran CSR yang lebih konsisten agar hasil dapat lebih terbandingkan lintas konteks.

Berdasarkan telaah terhadap 40 studi, hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *financial performance* (FP) menunjukkan pola yang kompleks dan tidak selalu konsisten. Sebagian besar penelitian menemukan bahwa CSR memberikan dampak positif ketika diintegrasikan secara strategis ke dalam tujuan bisnis perusahaan dan diarahkan pada pemangku kepentingan inti. CSR dalam konteks ini berfungsi sebagai sarana untuk memperkuat reputasi, meningkatkan kepercayaan konsumen dan investor, serta membangun loyalitas yang berdampak pada peningkatan kinerja finansial. Namun, hasil berbeda ditemukan ketika CSR dijalankan hanya sebagai kewajiban hukum, bersifat simbolis, atau tidak relevan dengan karakteristik industri, sehingga justru menjadi beban biaya. Perbedaan hasil ini juga dipengaruhi oleh jenis CSR yang dijalankan (*primary* vs. *secondary* CSR), kualitas *disclosure*, variabel moderator seperti dukungan pemerintah, kompetisi industri, dan *green innovation*, serta faktor kontekstual seperti regulasi, kondisi pasar, dan budaya perusahaan di negara berkembang. Dalam konteks keberlanjutan, CSR tidak hanya berdampak pada aspek finansial, tetapi juga memiliki kontribusi nyata terhadap keberlanjutan sosial dan lingkungan melalui peningkatan legitimasi sosial, efisiensi sumber daya, serta penguatan hubungan antara perusahaan dan masyarakat.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, jumlah literatur yang ditelaah masih terbatas pada 40 artikel, sehingga belum sepenuhnya

merepresentasikan keseluruhan bukti empiris lintas konteks industri dan negara. Kedua, sebagian besar studi masih berfokus pada indikator keuangan konvensional dan belum mengukur aspek keberlanjutan non-keuangan seperti *social impact* atau *environmental performance*. Selain itu, variasi metodologi dan instrumen pengukuran menyebabkan hasil sulit dibandingkan secara langsung. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan desain longitudinal atau meta-analisis guna menilai efek CSR dalam jangka panjang, serta mengembangkan pendekatan multidimensi yang menggabungkan indikator ekonomi, sosial, dan lingkungan. Perlu juga dilakukan kajian lebih mendalam pada konteks negara berkembang termasuk Indonesia, agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana CSR berkontribusi terhadap keberlanjutan perusahaan secara holistik.

REFERENSI

Aftab, J., Abid, N., Sarwar, H., Amin, A., Abedini, M., & Veneziani, M. (2024). Does corporate social responsibility drive financial performance? Exploring the significance of green innovation, green dynamic capabilities, and perceived environmental volatility. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, *31*(3), 1634–1653. https://doi.org/10.1002/csr.2654

Ahyani, R., & Puspitasari, W. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, *6*(2), 245–262. https://doi.org/10.25105/jat.v6i2.5479

Al-Swidi, A. K., Al-Esmael, B., Al Bakri, A. A. K., Al-Hakimi, M. A., & Benarfa, O. (2024). Linking corporate social responsibility to sustainability performance: a multicase study approach in Qatari companies. *Discover Sustainability*, *5*(1), 441. https://doi.org/10.1007/s43621-024-00688-3

Ang, J., Murhadi, W. R., & Ernawati, E. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dan Earning Management sebagai Variabel Moderasi. *Journal of Entrepreneurship & Business*, *1*(1), 11–20. https://doi.org/10.24123/jerb.v11.2820

Arian, A., Sands, J., & Tooley, S. (2023). Industry and Stakeholder Impacts on Corporate Social Responsibility (CSR) and Financial Performance: Consumer vs. Industrial Sectors. *Sustainability*, *15*(16), 12254. https://doi.org/10.3390/su151612254

Awa, H. O., Etim, W., & Ogbonda, E. (2024). Stakeholders, stakeholder theory and Corporate Social Responsibility (CSR). *International Journal of Corporate Social Responsibility*, *9*(1), 11. https://doi.org/10.1186/s40991-024-00094-y

Cahyani, R. S. A., & Mayangsari, S. (2022). Pengaruh Environmental Performance, Corporate Governance, Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, *2*(2), 475–486. Https://Doi.Org/10.25105/jet.v2i2.14321

Cahyaningrum, S. P., Titisari, K. H., & Astungkara, A. (2022). Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance dan Corporate Social

Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Owner*, *6*(3), 3027–3035. https://doi.org/10.33395/owner.v6i3.1012

Candio, P. (2024). The effect of ESG and CSR attitude on financial performance in Europe: A quantitative re-examination. *Journal of Environmental Management*, *354*, 120390. https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2024.120390

Cho, S. J., Chung, C. Y., & Young, J. (2019). Study on the Relationship between CSR and Financial Performance. *Sustainability*, *11*(2), 343. https://doi.org/10.3390/su11020343

Coelho, R., Jayantilal, S., & Ferreira, J. J. (2023). The impact of social responsibility on corporate financial performance: A systematic literature review. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, *30*(4), 1535–1560. https://doi.org/10.1002/csr.2446

Costa, J., & Fonseca, J. P. (2022). The Impact of Corporate Social Responsibility and Innovative Strategies on Financial Performance. *Risks*, *10*(5), 103. https://doi.org/10.3390/risks10050103

Dela, E., Ye, J., & Berhe, H. M. (2024). The Impact of Corporate Social Responsibility on Financial Performance in Indonesian Highly Polluted Industries: Mediating Role of Industry Competitiveness. *Sage Open*, *14*(4). https://doi.org/10.1177/21582440241259479

Eledum, H., & Elmahgop, F. O. (2024). The Effect of Corporate Social Responsibility on Corporate Performance in the Food Industry in Saudi Arabia: A Partial Least Squares Structural Equation Modeling Approach. *Sustainability*, *16*(18), 7925. https://doi.org/10.3390/su16187925

Fatimah, S. N., & Annisa, D. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, *11*(2), 255–268. https://doi.org/10.37641/jiakes.v11i2.1629

Firdaus, A., Mariana, M., Diana, D., Alfianti, J., Saputra, R., & Aztari, A. M. (2025). Pengaruh GCG dan CSR dalam Meningkatkan Kinerja Keuangan Bank di BEI. *Owner*, *9*(2), 666–677. https://doi.org/10.33395/owner.v9i2.2672

Galant, A., & Cadez, S. (2017). Corporate social responsibility and financial performance relationship: a review of measurement approaches. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, *30*(1), 676–693. https://doi.org/10.1080/1331677X.2017.1313122

Gunawan, B., & Yuanita, R. (2018). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Yang Dimoderasi Oleh Struktur Kepemilikan. *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, *3*(1), 58–70. Https://doi.org/10.23917/reaksi.v3i1.5608

Hariadi, S., Putri, D. R., & Sugiono, D. (2022). Pengaruh Good Corporate Governance & Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan (The Influence of GCG and CSR on Financial Performance). *Akutansi Bisnis & Manajemen (ABM)*, *29*(1), 29. https://doi.org/10.35606/jabm.v29i1.1022

Hariyani, J. R., Ika Indriasari, & Rr. Hawik Ervina I. (2025). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Sektor Kesehatan Yang Terdaftar Di Bei Periode 2021-2023. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, *2*(4), 2569–2578. https://doi.org/10.70248/jmie.v2i4.2716

Hidayah, N., & Wijaya, S. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pertambangan Batu Bara (The Effect of CSR on the Financial Performance of Coal Mining Companies). *Akutansi Bisnis & Manajemen (ABM)*, *29*(1), 18. https://doi.org/10.35606/jabm.v29i1.1021

Huang, K., Li, Y., Oyewale, K., & Tworoger, E. (2025). Corporate Social Responsibility and Firm Financial Performance: Evidence from America's Best Corporate Citizens. *International Journal of Financial Studies*, *13*(3), 119. https://doi.org/10.3390/ijfs13030119

Januarty, T. A. (2019). Pengaruh Struktur Kepemilikan, Ukuran Perusahaan, Dan Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Periode 2016. *JASA (Jurnal Akuntansi, Audit Dan Sistem Informasi Akuntansi)*, *3*(2), 298–314. https://doi.org/h ttps://doi.org/10.36555/jasa.v3i2.888

Ji, H., Sheng, S., & Wan, J. (2024). Corporate Social Responsibility Practices and Financial Performance of New Ventures: The Moderating Role of Government Support. *Sustainability*, *16*(3), 1328. https://doi.org/10.3390/su16031328

Kaur, N., & Singh, V. (2021). Empirically examining the impact of corporate social responsibility on financial performance: evidence from Indian steel industry. *Asian Journal of Accounting Research*, *6*(2), 134–151. https://doi.org/10.1108/AJAR-07-2020-0061

Kludacz-Alessandri, M., & Cygańska, M. (2021). Corporate Social Responsibility and Financial Performance among Energy Sector Companies. *Energies*, *14*(19), 6068. https://doi.org/10.3390/en14196068

Lachuer, J., & Jabeur, S. Ben. (2022). Explainable artificial intelligence modeling for corporate social responsibility and financial performance. *Journal of Asset Management*, *23*(7), 619–630. https://doi.org/10.1057/s41260-022-00291-z

Li, J., Fu, T., Han, S., & Liang, R. (2023). Exploring the Impact of Corporate Social Responsibility on Financial Performance: The Moderating Role of Media Attention. *Sustainability*, *15*(6), 5023. https://doi.org/10.3390/su15065023

Ma, C., Chishti, M. F., Durrani, M. K., Bashir, R., Safdar, S., & Hussain, R. T. (2023). The Corporate Social Responsibility and Its Impact on Financial Performance: A Case of Developing Countries. *Sustainability*, *15*(4), 3724. https://doi.org/10.3390/su15043724

Ma, C., & Yasir, L. (2023). Carrot or Stick? CSR and Firm Financial Performance. *Journal of Business Ethics*, *188*(2), 349–365. https://doi.org/10.1007/s10551-023-05336-w

Mahrani, M., & Soewarno, N. (2018). The effect of good corporate governance mechanism and corporate social responsibility on financial performance with earnings management as mediating variable. *Asian Journal of Accounting*

Research, *3*(1), 41–60. https://doi.org/10.1108/AJAR-06-2018-0008

Meseguer-Sánchez, V., Gálvez-Sánchez, F. J., López-Martínez, G., & Molina-Moreno, V. (2021). Corporate Social Responsibility and Sustainability. A Bibliometric Analysis of Their Interrelations. *Sustainability*, *13*(4), 1636. https://doi .org/10.3390/su13041636

Muchiri, M. K., Erdei-Gally, S., & Fekete-Farkas, M. (2022). Effect of CSR on the Financial Performance of Financial Institutions in Kenya. *Economies*, *10*(7), 174. https://doi.org/10.3390/economies10070174

Nguyen, C., & Nguyen, L. (2021). The Relationship Between Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Empirical Evidence from Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, *8*(1), 75–83. https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no8.0075

Nguyen, C. T., Nguyen, L. T., & Nguyen, N. Q. (2022). Corporate social responsibility and financial performance: The case in Vietnam. *Cogent Economics & Finance*, *10*(1), 1–18. https://doi.org/10.1080/23322039.2022.2075600

Nguyen, T. H., Vu, Q. T., Nguyen, D. M., & Le, H. L. (2021). Factors Influencing Corporate Social Responsibility Disclosure and Its Impact on Financial Performance: The Case of Vietnam. *Sustainability*, *13*(15), 8197. https://doi.org/10.3390/su13158197

Novatiani, R. A., & Apriwandi, A. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Koperasi Simpan Pinjam di Kota Bandung. *Owner*, *7*(4), 3520–3529. https://doi.org/10.33395/owner.v7i4.1645

Nur Rozak, Y. (2021). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Bukan Sumber Daya Alam dalam Perspektif ISO 26000. *Jurnal Lex Renaissance*, *6*(1). https://doi.org/10.20885/JLR.vol6.iss1.art7

Nurmiati, D. R., & Resnawaty, R. (2025). Corporate Social Responsibility (CSR) Berbasis Environment Social Government (ESG) 4Plus Oleh PT. Semen Jawa. *Economic and Education Journal (Ecoducation)*, *7*(1), 240–256. https://doi.org/10.33503/ecoducation.v7i1.1401

Pangaribuan, C. M. P., & Idrianita, I. (2024). Analisis Praktik Esg Bank First Mover on Sustainable Finance. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, *4*(3), 1392–1406. https://doi.org/10.37481/jmeb.v4i3.944

Pramukti, A., & Buana, A. P. (2019). Pengungkapan Tanggungjawab Sosial dan Kinerja Keuangan. *Owner*, *3*(2), 301–306. https://doi.org/10.33395/owner.v3i2.153

Rahi, A. F., Johansson, J., Blomkvist, M., & Hartwig, F. (2024). Corporate sustainability and financial performance: A hybrid literature review. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, *31*(2), 801–815. https://doi.org/10.1002/csr.2600

Rizal, Moch. D., Dewi, M. R. K., & Kristantiningtyas, D. (2025). The Impact of Corporate Social Responsibility on Banking Financial Performance with Good Corporate Governance. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, *13*(1), 283–294. https://doi.org/10.37641/jimkes.v13i1.3095

Rossi, M., Chouaibi, J., Chouaibi, S., Jilani, W., & Chouaibi, Y. (2021). Does a Board Characteristic Moderate the Relationship between CSR Practices and Financial Performance? Evidence from European ESG Firms. *Journal of Risk and Financial Management*, *14*(8), 354. https://doi.org/10.3390/jrfm14080354

Sameer, I. (2021). Impact of corporate social responsibility on organization's financial performance: evidence from Maldives public limited companies. *Future Business Journal*, *7*(1), 1–21. https://doi.org/10.1186/s43093-021-00075-8

Sánchez-Hernández, M. I., Vázquez-Burguete, J. L., García-Miguélez, M. P., & Lanero-Carrizo, A. (2021). Internal Corporate Social Responsibility for Sustainability. *Sustainability*, *13*(14), 7920. https://doi.org/10.3390/su13147920

Sang, M., Zhang, Y., Ye, K., & Jiang, W. (2022). Moderating Effects of Internationalization between Corporate Social Responsibility and Financial Performance: The Case of Construction Firms. *Buildings*, *12*(2), 185. https://doi.org/10.3390/buildings12020185

Santria, Y., & Mulyani, E. (2023). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsbility dan Mekanisme Corporate Governance terhadap Kinerja Keuangan:Studi pada Perusahaan Consumer Non-Cyclicals yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2022. *JURNAL EKSPLORASI AKUNTANSI*, *5*(4), 1599–1613. https://doi.org/10.24036/jea.v5i4.1171

Saputra, A. H. R., Rini, E. S., & Absah, Y. (2024). Pengaruh corporate social responsibility dan green innovation terhadap kinerja keuangan perusahaan. *MBR (Management and Business Review)*, *8*(1), 1–23. https://doi.org/https://doi.org/10.21067/mbr.v8i1.9493

Sharma, D., & Chakraborty, S. (2024). Corporate social responsibility and financial performance: does CSR strategic integration matter? *Cogent Business & Management*, *11*(1), 1–22. https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2392182

Sharma, R. B., Sharma, A., Ali, S., & Dadhich, J. (2021). Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Evidence from Manufacturing and Service Industry. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, *10*(3), 301. https://doi.org/10.36941/ajis-2021-0085

Sheehy, B., & Farneti, F. (2021). Corporate Social Responsibility, Sustainability, Sustainable Development and Corporate Sustainability: What Is the Difference, and Does It Matter? *Sustainability*, *13*(11), 5965. https://doi.org/10.3390/su13115965

Suttipun, M., Lakkanawanit, P., Swatdikun, T., & Dungtripop, W. (2021). The Impact of Corporate Social Responsibility on the Financial Performance of Listed Companies in Thailand. *Sustainability*, *13*(16), 8920. https://doi.org/10.3390/su13168920

Wu, L., & Jin, S. (2022). Corporate Social Responsibility and Sustainability: From a Corporate Governance Perspective. *Sustainability*, *14*(22), 15457. https://doi.org/10.3390/su142215457

Zhang, D., Lu, S., Morse, S., & Liu, L. (2022). The impact of COVID-19 on business perspectives of sustainable development and corporate social responsibility in China. *Environment, Development and Sustainability*, *24*(6), 8521–8544.

https://doi.org/10.1007/s10668-021-01798-y

Zhang, J., & Liu, Z. (2023). The Impact of Corporate Social Responsibility on Financial Performance and Brand Value. *Sustainability*, *15*(24), 16864. https://doi.org/10.3390/su152416864