

**ANALISIS PENGARUH ICSR (*ISLAMIC CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY*) DAN ZAKAT TERHADAP REPUTASI DAN
PROFITABILITAS PERUSAHAAN:
STUDI EMPIRIS PADA BANK SYARIAH DI INDONESIA**



SKRIPSI

Oleh:

Nama : Anci Lestari

NIM : 14312559

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2018**

**ANALISIS PENGARUH ICSR (*ISLAMIC CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY*) DAN ZAKAT TERHADAP REPUTASI DAN
PROFITABILITAS PERUSAHAAN:
STUDI EMPIRIS PADA BANK SYARIAH DI INDONESIA**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai derajat
Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Ekonomi Universitas
Islam Indonesia Yogyakarta

Oleh:

Nama : Anci Lestari

NIM : 14312559

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2018

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman / sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, April 2018



Penulis,

Anci

(Anci Lestari)

**ANALISIS PENGARUH ICSR (*ISLAMIC CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY*) DAN ZAKAT TERHADAP REPUTASI DAN
PROFITABILITAS PERUSAHAAN:
STUDI EMPIRIS PADA BANK SYARIAH DI INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama : Ancil Lestari

NIM : 14312559

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 11 April 2018

Dosen Pembimbing,



(Ayu Chairina Laksmi SE, MAppCom, MRes, PhD, Ak, CA)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

ANALISIS PENGARUH ICSR (ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY) DAN ZAKAT TERHADAP REPUTASI DAN PROFITABILITAS PERUSAHAAN STUDI EMPIRIS PADA BANK SYARIAH DI INDONESIA

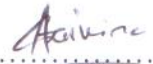
Disusun Oleh : ANCI LESTARI

Nomor Mahasiswa : 14312559

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Rabu, tanggal: 16 Mei 2018

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Ayu Chairina Laksmi, SE, M.App. Com. M.Res, Ph.D., Ak., CA.



Penguji : Mahmudi, SE., M.Si,Ak, CMA.



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.”

(Q.S Al-Insyirah ayat 6-8)

“Work hard in silence, let your success be your noise”

(Frank Ocean)

“Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk hari tua”

(Aristoteles)

HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan Rahmat Allah SWT yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang, dengan ini saya persembahkan skripsi ini untuk:

Ayah dan Almarhumah Ibu, yang selalu memberikan doa dan kasih sayangnya

Seluruh Keluarga Penulis, yang selalu memberikan dukungan dan motivasi

Sahabat dan teman seperjuangan, yang selalu memberikan semangat

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum wr.wb

Alhamdulillah Rabbil Alamin, dengan mengucap puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Shalawat berserta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, kepada para sahabatnya, hingga kepada umatnya sampai akhir zaman, aamiin.

Penelitian berjudul “**Analisis Pengaruh ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) dan Zakat Terhadap Reputasi dan Profitabilitas Perusahaan: Studi Empiris pada Bank Syariah di Indonesia**” disusun untuk memenuhi persyaratan ujian tugas akhir pada program Strata 1 (S1) Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, arahan, bimbingan, semangat serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. **Bapak Sugianto** sebagai ayah kandung penulis dengan penuh kesabaran, keikhlasan dan kasih sayang yang luar biasa dalam merawat dan mendidik penulis hingga saat ini. Penulis sangat bersyukur memiliki sosok ayah yang hebat dan kuat yang mampu membimbing penulis melewati

rintangan sampai saat ini. Semoga ayah selalu diberikan perlindungan oleh Allah SWT.

2. **Alm. Ibu Laila** sebagai ibu kandung penulis yang telah berada ditempat yang indah. Rasa sesal dan sejuta maaf pun tidak akan ada artinya lagi, berjuta-juta kata sayang yang selalu malu penulis ucapkan kepada ibunda selama ini semoga terbalas dengan tugas akhir ini yang mungkin dapat membuat ibunda senang disana. Semoga almarhumah ibunda tenang berada disisi Allah SWT. *I did it, mom.*
3. **Ibu Ayu Chairina Laksmi SE, MAppCom, MRes, PhD, Ak, CA** selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu dengan sabar memberikan arahan, bimbingan, serta saran dalam proses penyusunan skripsi. Suatu kehormatan bagi penulis mendapat kesempatan untuk menjadi salah satu anak bimbingan ibu. Terima kasih sedalam-dalamnya saya ucapkan, semoga seluruh kebaikan Bu Ayu dibalas oleh Allah SWT.
4. **Bapak Nandang Sutrisno, SH., M.Hum., LLM., Ph.D.** selaku Rektor Universitas Islam Indonesia, beserta seluruh jajaran pimpinan universitas.
5. **Bapak Bapak Dr. Dwipraptono Agus Harjito, M.Si.** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
6. **Bapak Drs. Dekar Urumsah, S.Si, M.Com., Ph.D.** selaku Ketua Program Studi Akuntansi FE UII beserta seluruh dosen Program Studi Akuntansi.
7. **Aris Suprpto, S.T, Yulius Arianto, S.Farm., Apt, Rico Arianto** saudara kandung penulis tercinta yang telah banyak memberikan

dorongan, semangat, kasih sayang dan bantuan baik secara moral maupun materi demi kelancaran skripsi ini. Semoga selalu dalam lindungan Allah SWT dan dilancarkan rejekinya.

8. **Cahaya Septia, S.Mat**, kakak ipar tercinta penulis yang telah mendukung penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih telah memberikan bimbingan kepada penulis dalam pengerjaan skripsi ini.
9. **Vygoma Geatara Fhyel, S.Ak**, seorang yang selalu memberikan dukungan dan motivasi untuk penulis dalam menjalani kehidupan dan penyelesaian tugas akhir ini. Terima kasih atas waktu yang telah banyak diluangkan untuk penulis. Semoga *support* mu selama ini diberikan balasan oleh Allah SWT. Tetap semangat dalam menjalani hidup dan wujudkanlah segala impianmu.
10. **Dwi Braja, Elsa Sarah, Elfera P. Zain, Rini Hastuti, Widya Ardianti, Sri Yunida** para member CuperXud yang susah sekali ngumpul secara lengkap. Terima kasih telah menjadi teman masa sekolah yang indah selama 10 tahun ini dan seterusnya semoga semuanya diberikan kemudahan dalam mewujudkan impian masing-masing.
11. **Novtafiah Dhini, Risha Oktaviani, Fitri Dayanti** para member Asarehe yang manjah yang menjadi tempat keluh kesah penulis dalam berbagai masalah. Terima kasih sudah mau mendengarkan cerita-cerita yang tidak penting dari penulis. Semoga kita semua diberikan lindungan oleh Allah SWT dan cepat bertemu dengan jodohnya masing-masing.

- 12. Afra Nadiya, Andansari Maskat, Nia Auliya, Risfa Rulmadani** dan anak HEPAP YUK yang telah menjadi teman pertama penulis di perguruan tinggi ini. Teman-teman yang memberikan canda tawa selama penulis menjalani awal perkuliahan hingga saat ini. Teman nongki, teman belajar sehari sebelum UAS. Semoga kita bertemu lagi dengan kesuksesan masing-masing.
- 13.** Teman-teman OCB M 2014 yang telah menjadi teman selama dikampus. Semoga semuanya dapat segera lulus dan mencapai semua cita-cita yang diinginkan.
- 14.** Teman-teman KKN Unit KP-244; **Aprilia Sindy Antika, Baiq Meilina Dilla, Andita Sri Wulandari, Rahmi Kusuma, Hamdan Arief, Erry Donneli, Prima Gumilang, Dimas Firmansyah.** Terima kasih atas kerjasama dan waktunya selama KKN yang membuat KKN menjadi momen yang tak terlupakan.
- 15.** Sahabat dan teman tercinta lainnya yang tidak cukup penulis sebutkan satu persatu disini, terimakasih telah menjadi sahabat dan teman seperjuangan penulis semasa hidup penulis.

Terimakasih sekali lagi kepada seluruh pihak yang namanya tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga semua amal kebaikan selama ini dibalas oleh Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi menyempurnakan skripsi ini.

Wassalamualaikum wr.wb

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ancil' with a stylized flourish at the end.

(Anci Lestari)

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Judul.....	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan	iv
Berita Acara Ujian Skripsi	v
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi.....	xiii
Daftar Tabel	xvi
Daftar Gambar.....	xvii
Daftar Lampiran	xviii
Abstrak	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Batasan Masalah.....	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Manfaat Penelitian.....	14
1.6 Sistematika Pembahasan	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
2.1 Landasan Teori	17
2.1.1 Teori Stakeholder.....	17
2.1.2 Teori <i>Legitimacy</i>	19
2.1.3 Sharia Enterprise Theory (SET)	20
2.2 Variabel Terkait.....	21
2.2.1 Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR).....	21
2.2.2 Zakat	32
2.2.3 Reputasi	39
2.2.4 Profitabilitas.....	41
2.3 Penelitian Terdahulu.....	45
2.4 Kerangka Pemikiran	54
2.5 Hipotesis Penelitian.....	55

2.5.1 Pengaruh <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i> (ICSR) Terhadap Reputasi Perusahaan	55
2.5.2 Pengaruh <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i> (ICSR) Terhadap Profitabilitas.....	56
2.5.3 Pengaruh Zakat Terhadap Reputasi Perusahaan	57
2.5.4 Pengaruh Zakat Terhadap Profitabilitas	58
BAB III METODE PENELITIAN.....	61
3.1 Definisi Operasional Variabel	61
3.1.1 Variabel Independen (Bebas).....	61
3.1.1.1 <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i> (ICSR)	61
3.1.1.2 Zakat.....	64
3.1.2 Variabel Dependen (Terikat)	64
3.1.2.1 Reputasi Perusahaan.....	64
3.1.2.2 Profitabilitas	67
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	67
3.3 Jenis dan Sumber Data	69
3.4 Metode Pengumpulan Data	69
3.5 Metode Analisis Data	69
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif	71
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	71
3.5.2.1 Uji Normalitas	71
3.5.2.2 Uji Multikolinearitas	72
3.5.2.3 Uji Autokorelasi	72
3.5.2.4 Uji Heteroskedastisitas.....	72
3.5.3 Uji Hipotesis	73
3.5.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda	73
3.5.3.1.1 Analisis Koefisien Determinasi	73
3.5.3.1.2 Uji Statistik t.....	74
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	75
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	75
4.2 Metode Analisis Data	78
4.3 Analisis Statistik Deskriptif.....	79
4.4 Uji Asumsi Klasik	81
4.4.1 Uji Normalitas.....	82
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	82

4.4.3 Uji Autokorelasi.....	83
4.4.4 Uji Heteroskedastisitas	85
4.5 Uji Hipotesis.....	86
4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda	87
4.5.1.1 Reputasi (Y1)	87
4.5.1.2 ROA (Y2).....	88
4.5.1.3 ROE (Y3)	90
4.5.1.4 Analisis Koefisien Determinasi.....	91
4.5.1.5 Uji Statistik t	93
4.5.1.5.1 Pengaruh ICSR Terhadap Reputasi Perusahaan.....	94
4.5.1.5.2 Pengaruh ICSR Terhadap Profitabilitas	95
4.5.1.5.3 Pengaruh Zakat Terhadap Reputasi Perusahaan.....	98
4.5.1.5.4 Pengaruh Zakat Terhadap Profitabilitas	99
BAB V PENUTUP.....	102
5.1 Kesimpulan.....	102
5.2 Implikasi	103
5.3 Keterbatasan	104
5.4 Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	112

DAFTAR TABEL

1.1 Perkembangan Jaringan Kantor Bank Syariah.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	46
3.1 Indeks ISR.....	62
3.2 Indeks GRI	65
3.3 Proses Penyeleksian Kriteria Sampel.....	68
4.1 Daftar Nama Perbankan Syariah.....	76
4.2 Data Penelitian	77
4.3 Hasil Statistik Deskriptif.....	79
4.4 Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov.....	82
4.5 Hasil Uji Multikolinearitas.....	83
4.6 Hasil Uji Autokorelasi Reputasi.....	84
4.7 Hasil Uji Autokorelasi ROA	84
4.8 Hasil Uji Autokorelasi ROE.....	84
4.9 Hasil Uji Glejser Variabel Reputasi	86
4.10 Hasil Uji Glejser Variabel ROA	86
4.11 Hasil Uji Glejser Variabel ROE.....	86
4.12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Reputasi.....	88
4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda ROA	89
4.14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda ROE.....	91
4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi Reputasi	92
4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi ROA.....	92
4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi ROE	93
4.18 Hasil Uji Statistik t.....	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i> (ICSR).....	28
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Indeks ISR	112
Lampiran 2: Indeks GRI.....	114
Lampiran 3: Daftar Nama Bank dalam Penelitian	116
Lampiran 4: Data Penelitian.....	117
Lampiran 5: Statistik Deskriptif.....	119
Lampiran 6: Uji Normalitas-Histogram	120
Lampiran 7: Uji Normalitas-Kolmogrov Smirnov.....	121
Lampiran 8: Uji Multikolinearitas	123
Lampiran 9: Uji Autokorelasi	124
Lampiran 10: Uji Heteroskedastisitas-Uji Scatterplot	125
Lampiran 11: Uji Heteroskedastisitas-Uji Glejser	126
Lampiran 12: Uji Koefisien Determinasi	127
Lampiran 13: Analisis Regresi Berganda.....	128

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) dan Zakat terhadap Reputasi dan Profitabilitas pada Bank Syariah di Indonesia. Profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini diproksi dengan ROA dan ROE. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan tahunan pada periode 2014, 2015 dan 2016 yang diperoleh dari website resmi masing-masing Bank Syariah di Indonesia yang dikumpulkan dengan teknik dokumentasi. Metode pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dan metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan ICSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi, pengungkapan ICSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA, pengungkapan ICSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROE, zakat tidak berpengaruh terhadap reputasi, zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA, dan zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROE.

Kata Kunci : *ICSR, Zakat, ROA, ROE, Bank Syariah, Indonesia.*

ABSTRACT

This research aims to find out the influence of ICSR (Islamic Corporate Social Responsibility) and Zakat on Reputation and Profitability at Shariah Bank in Indonesia. Profitability used in this research is proxied with ROA and ROE. The data used in this study is secondary data in the form of annual reports in the period 2014, 2015 and 2016 obtained from the official website of each Sharia Bank in Indonesia collected by documentation techniques. Sample selection method used in this study is purposive sampling and the method of analysis used in this study is multiple regression analysis. The results of this research indicate that ICSR disclosure has a significant and positive effect on reputation, the disclosure of ICSR has a significant and positive effect on ROA, the disclosure of ICSR has a significant and positive effect on ROE, zakat has no effect on reputation, zakat has a positive and significant effect on ROA, and zakat has a positive and significant ROE.

Keywords: *ICSR, Zakat, ROA, ROE, Sharia banks, Indonesia*

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini *Islamic Corporate Social Responsibility* sedang menjadi tema yang banyak dibicarakan tidak hanya di negara-negara yang penduduknya mayoritas muslim, tetapi telah menjadi objek utama pada penelitian di berbagai negara termasuk negara yang penduduknya menganut kepercayaan lain dan tidak menjalankan hukum syariah sebagai dasar etika dalam bisnis. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Arifin & Wardani, 2016). CSR merupakan wacana yang sedang mengemuka di dunia perusahaan multinasional. Wacana ini digunakan oleh perusahaan dalam rangka mengambil peran menghadapi perekonomian menuju pasar bebas. Perkembangan pasar bebas yang telah membentuk ikatan-ikatan ekonomi dunia telah mendorong perusahaan dari berbagai penjuru dunia untuk secara bersama melaksanakan aktivitasnya dalam rangka mensejahterakan masyarakat di sekitarnya.

Di Indonesia, perkembangan praktek dan pengungkapan CSR mendapat dukungan dari pemerintah, yaitu dengan mengeluarkan regulasi terhadap kewajiban praktek dan pengungkapan CSR melalui Undang-undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 pasal 66 dan 74. Pada Pasal 66 ayat (2) bagian c disebutkan bahwa selain menyampaikan laporan keuangan, perusahaan juga

diwajibkan melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Sedangkan dalam Pasal 74 menjelaskan kewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan bagi perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam. Selain itu, kewajiban pelaksanaan CSR juga diatur dalam Undang-Undang Penanaman Modal No. 25 Tahun 2007 Pasal 15 bagian b, Pasal 17, dan Pasal 34 yang mengatur setiap penanam modal diwajibkan untuk ikut serta dalam tanggung jawab sosial perusahaan (Mansur, 2012).

Kesadaran mengenai CSR ini terlihat dari makin banyaknya perusahaan yang mengungkapkan isu CSR dalam laporan keuangan tahunan maupun *press release* lain-lainnya terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja dan operasinya. Sebuah perusahaan harus menjunjung tinggi moralitas. Menurut Febrina dan Suaryana (2011) dalam Trisnawati (2012) parameter keberhasilan suatu perusahaan dalam sudut pandang CSR adalah mengedepankan prinsip moral dan etis, yakni menggapai suatu hasil terbaik tanpa merugikan kelompok masyarakat lainnya.

Dalam sebuah artikel berita yang ditulis oleh Noviyanti (2017) empat perusahaan asal Indonesia masuk dalam daftar penerima penghargaan *Asia Responsible Entrepreneurship Award* (AREA) 2017. Keempat perusahaan tersebut adalah PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, PT Combiphar, PT Bhimasena Power Indonesia, dan PT Pembangkitan Jawa Bali. AREA merupakan ajang tahunan yang pada tahun 2017 sudah digelar untuk kali ketiga. Kriteria penghargaan adalah inovasi program CSR. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan di Indonesia sudah mulai terlihat perkembangan CSR nya.

Penghargaan tersebut diharapkan mampu untuk memotivasi banyak perusahaan lainnya untuk mulai memikirkan kesadaran bertanggung jawab sosial, yang bermanfaat dan berdampak baik bagi masyarakat pada masa depan.

Sementara itu, alasan pemerintah menetapkan CSR sebagai kewajiban perusahaan adalah karena perusahaan dalam melakukan kegiatan usahanya, tidak jarang menimbulkan dampak-dampak negatif yang merugikan masyarakat serta lingkungan. Contoh kasus yang pernah terjadi, dan sampai saat ini pun belum ada penyelesaian yang tuntas, adalah kasus lumpur panas PT. Lapindo Brantas di Sidoarjo.

Dalam menjalankan usahanya, setiap perusahaan termasuk perbankan memiliki tanggung jawab sosial terhadap komunitas yang berkaitan dengan kegiatan operasional bisnisnya meliputi aspek ekonomi (*profit*), sosial (*people*), dan lingkungan (*planet*) atau biasa disebut *triple bottom line* (3P), yang diwujudkan dalam bentuk *Corporate Social Responsibility* (CSR). Akan tetapi, sejak peluncuran ISO 26000 pada awal November 2010 oleh lembaga *International Organization for Standardization* (ISO) mengenai *Guidance on Social Responsibility*, komponen *triple bottom line* ditambah aspek prosedur (*procedure*) (Fauziah & Yudho, 2013). Hal tersebut berarti bahwa CSR menunjukkan adanya bentuk kepedulian sebuah perusahaan yang mau menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) untuk kepentingan sosial manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan dan berdasarkan pada prosedur (*procedure*) operasi yang tepat.

Corporate social responsibility (CSR) dalam perspektif Islam merupakan praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab etis secara Islami. Perusahaan memasukan norma-norma agama Islam yang ditandai dengan adanya komitmen ketulusan dalam menjaga kontrak sosial di dalam operasinya. Dengan demikian, praktik bisnis dalam kerangka CSR Islami mencakup serangkaian kegiatan bisnis dalam bentuknya. Meskipun tidak dibatasi jumlah kepemilikan barang, jasa serta profitnya, namun cara-cara untuk memperoleh dan pendaayagunaannya dibatasi oleh aturan halal dan haram oleh syariah.

Selain itu, tantangan untuk menjaga citra perusahaan di masyarakat menjadi alasan mengapa suatu bank di Indonesia melakukan pelaporan CSR. Sama halnya dengan bank-bank syariah di Indonesia yang pastinya ingin menjaga citra perbankannya di masyarakat melalui pelaporan sosial. Pelaporan CSR merupakan praktik yang dibentuk berdasarkan nilai-nilai norma yang berlaku di masyarakat. Pada sektor perbankan syariah, nilai-nilai norma yang digunakan adalah nilai-nilai agama Islam, atau disebut juga dengan nilai-nilai syariah (Mansur, 2012).

Salah satu lembaga bisnis yang operasionalisasinya berdasarkan syariah adalah perbankan syariah. Pada perbankan syariah tanggung jawab sosial sangat relevan untuk dibicarakan mengingat beberapa faktor berikut; perbankan syariah berlandaskan syariah yang meminta mereka untuk beroperasi dengan landasan moral, etika, dan tanggung jawab sosial. Selain itu adanya prinsip atas ketaatan pada perintah Allah dan khalifah. Dan yang terakhir adanya prinsip atas kepentingan umum, terdiri dari penghindaran dari kerusakan dan kemiskinan (Sofyani & Setiawan, 2015).

Secara global, Industri perbankan syariah terus mencatat pertumbuhan yang kuat, dengan 20 bank teratas Islam mencatat pertumbuhan aset sebesar 16% dalam tiga tahun terakhir dan Arab Saudi muncul sebagai yang terbesar dipasar. Terdapat 20 top bank syariah yang memegang 57% dari total aset perbankan syariah global dan terkonsentrasi di 7 (tujuh) *core market* perbankan Islam yang meliputi: Saudi Arabia, Kuwait, UEA, Bahrain, Qatar, Malaysia dan Turki (Ismawati Haribowo, 2015). Di Indonesia, walaupun perbankan syariah tercatat tumbuh dengan sangat signifikan, namun dibandingkan perbankan konvensional, pangsa pasar perbankan syariah relatif kecil ukurannya, yaitu sebesar 2,2% (Bank Indonesia, 2008). Tetapi prospek industri syariah ini di masa datang diyakini akan semakin bagus dan patut diperhitungkan (Sofyani & Setiawan, 2015).

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia terlihat dari dalam publikasi *Islamic Financial Services Industry Stability Report 2016*, disebutkan perbankan syariah di Indonesia saat ini menjadi salah satu kontributor perkembangan perbankan syariah global yang diestimasi memiliki total aset sebesar \$1,9 triliun di akhir tahun 2016 dengan kontribusi sebesar 2,5% dari total aset keuangan syariah global. Sementara dalam laporan *Asian Development Bank* tahun 2016 disebutkan bahwa Indonesia turut berkontribusi sebesar 13,4% dari seluruh aset perbankan syariah di Asia yang mencapai sebesar \$209,3 miliar. *Global Islamic Finance Report 2016* juga menyebutkan Indonesia bersama UEA, Kuwait, Bahrain, dan Qatar dikelompokkan menjadi *emerging leaders* sebagai negara yang berpotensi untuk memiliki pengaruh pada keuangan syariah global (OJK, 2016).

Bank Muamalat Indonesia (BMI) merupakan bank syariah pertama yang didirikan di Indonesia, walaupun perkembangannya agak lambat apabila dibandingkan dengan negara lainnya. Apabila pada periode 1992-1998 hanya ada satu unit bank syariah, pada tahun 1999 mulai didirikan Bank Syariah Mandiri (BSM) dan memulai operasi pada tanggal 1 November 1999 (Fauziah & Yudho, 2013).

Perkembangan perbankan syariah yang tumbuh cukup pesat dalam beberapa tahun setelah BMI dan BSM didirikan menunjukkan minat masyarakat mengenai ekonomi syariah semakin bertambah. PT Bank Syariah Mega Indonesia (BSMI) resmi beroperasi sebagai bank syariah pada Agustus 2004, dan berganti nama menjadi PT Bank Mega Syariah pada tahun 2010. Pada Desember 2007 berawal dari akuisisi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., terhadap Bank Jasa Arta berdirilah Bank BRI Syariah yang kemudian mendapatkan izin dari Bank Indonesia (BI) pada tahun 2008 ditahun yang sama dengan Bank Syariah Bukopin untuk resmi mulai efektif beroperasi. Disusul pada tahun 2009, Bank Panin Dubai Syariah Tbk (Bank Panin Syariah Tbk) memperoleh izin operasi syariah di Bank Indonesia dan resmi beroperasi sebagai bank syariah pada Desember 2009. Pada juni 2009 PT Bank Central Asia, Tbk (BCA) mengakuisisi PT Bank Utama Internasional Bank (Bank UIB) yang menjadi PT Bank BCA Syariah dan kemudian beroperasi secara resmi sebagai Bank Umum Syariah pada tahun 2010, tahun yang sama dimana Bank BNI Syariah, PT Bank Victoria Syariah dan PT Bank Maybank Syariah juga beroperasi. Pada awal tahun 2010 juga didirikan dan dioperasikan Bank Jabar Banten Syariah (BJB Syariah). Kemudian pada tahun

2014 didirikan bank BTPN Syariah sebagai bank syariah ke 12 di Indonesia. Dan pada tahun 2016, dengan adanya konversi BPD Aceh menjadi Bank Aceh Syariah membuat jumlah Bank Umum Syariah di Indonesia menjadi 13 BUS.

Kiprah bank syariah di Indonesia sudah memasuki dekade ke 3. Sejak pertama kali dirintis pada tahun 1992 oleh Bank Muamalat Indonesia (BMI), bank syariah lainnya pun bermunculan. Hal ini tidak terlepas dari adanya prospek yang cerah disektor keuangan syariah Indonesia. Terlebih lagi pada tahun 2008 lahir undang-undang nomor 21 tentang perbankan syariah. Undang-undang ini menjadi payung hukum serta bukti pengakuan akan kehadiran perbankan syariah di Indonesia. Hingga April 2016 jumlah bank syariah di Indonesia berjumlah 199 bank syariah yang terdiri dari 12 Bank Umum Syariah (BUS), 22 Unit Usaha Syariah (UUS), dan 165 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) (Gustani, 2016). Perbankan syariah terus tumbuh didasari oleh nilai-nilainya yang berorientasi pada etika bisnis yang sehat. Penerapan bank dengan prinsip syariah juga semakin berkembang sampai bulan Desember 2016, industri perbankan syariah telah mempunyai jaringan sebanyak 13 Bank Umum Syariah (BUS), 21 Unit Usaha Syariah (UUS), dan 166 BPRS. Sementara itu jumlah jaringan kantor BUS dan UUS di tahun 2016 berjumlah 2.201 kantor, terdiri dari 1869 jaringan kantor BUS dan 332 jaringan kantor UUS yang tersebar di hampir seluruh penjuru Nusantara (OJK, 2016).

Tabel 1.1
Perkembangan Jaringan Kantor Bank Syariah

Kelompok Bank	2014	2015	2016
Bank Umum Syariah	12	12	13
Jumlah Kantor BUS	2.151	1.990	1.869
Layanan Syariah Bank (LSB)	2.160	2.175	2.655
Unit Usaha Syariah	22	22	21
Jumlah Kantor UUS	320	311	332
Layanan Syariah (LS)	1.787	2.009	2.567
BPRS	163	163	166
Jumlah Kantor BPRS	439	446	453
Jumlah Kantor BUS, UUS, & BPRS	2.910	2.747	2.654

Sumber: OJK 2016

Terjadi penurunan jumlah jaringan kantor BUS dan UUS yang disebabkan beberapa BUS dan UUS masih melakukan konsolidasi internal dan pemanfaatan jaringan kantor bank induk dalam bentuk Layanan Syariah Bank (LSB) dan Layanan Syariah (LS) dalam rangka penerapan POJK tentang pengembangan jaringan kantor perbankan syariah sebagai pemberian insentif oleh OJK kepada bank induk yang mendukung pengembangan bank syariah dengan membuka Layanan Syariah Bank di kantor bank konvensional (OJK, 2016).

Terkait dengan adanya kebutuhan mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial di perbankan syariah, saat ini marak diperbincangkan mengenai *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) yang diyakini menjadi standar pengungkapan CSR yang sesuai dengan perspektif Islam. Bila ditinjau dari perspektif syariah, konsep CSR sudah ada dalam ajaran islam. Menurut Sofyani, Ulum, Syam, dan L (2012) lembaga yang menjalankan bisnisnya berdasarkan syariah pada hakekatnya mendasarkan pada filosofi dasar Al Qur'an dan Sunah, sehingga menjadikan dasar bagi pelakunya dalam berinteraksi dengan lingkungan dan sesamanya. Pernyataan tersebut juga didukung dengan ayat dalam Al-Qur'an

surat Al-Qashash ayat 77: *“Dan carilah apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan kebahagiaanmu dari (kenikmatan) duniawi, dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan jangan kamu berbuat kerusakan apapun di muka bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan”* (Arifin & Wardani, 2016).

Secara umum, standar pelaporan yang sudah dikenal untuk mengimplementasikan CSR yaitu GRI (*Global Reporting Initiative*). Penelitian mengenai pengungkapan CSR dengan menggunakan standar GRI telah digunakan secara luas oleh beberapa peneliti. Penerapan GRI pada industri perbankan juga telah dilakukan oleh penelitian sebelumnya. Trisnawati (2011) melakukan analisis pengungkapan CSR pada 27 bank konvensional di Indonesia. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hanya terdapat 2 bank yang tidak mengungkapkan CSR. Fitria dan Hartanti (2010) dalam Trisnawati (2012) melakukan penelitian terhadap 3 bank konvensional dan 3 bank syariah. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan CSR bank konvensional lebih baik dibandingkan bank syariah.

Menurut Haniffah (2002) dalam penelitian Arsy (2015) menyatakan bahwa ada keterbatasan pada kerangka pelaporan sosial yang dilakukan oleh lembaga konvensional. Keterbatasan tersebut mencakup aspek-aspek spiritual dan moral, sebab dalam prinsip syariah tidak hanya berfokus pada aspek material saja sehingga diperlukan sebuah kerangka pelaporan sosial yang berdasarkan prinsip syariah dalam pelaporan CSR secara islami yaitu dengan menggunakan indeks

ISR (*Islamic Social Reporting*) untuk mencapai tujuan akuntabilitas dan transparansi.

Bentuk CSR bermacam-macam, mulai dari program sosial, pendidikan, kesehatan, amal dan lainnya. Dari beberapa tersebut wujudnya pun bermacam-macam, seperti: zakat, membagi-bagikan paket makanan siap santap, membuka posko layanan kesehatan, telekomunikasi, dan renovasi gedung pendidikan di daerah bencana, hingga terjun langsung mengevakuasi pengungsi (Fauzi, 2014).

Menurut Hafiduddin (2007) dalam Rhamadhani (2016) zakat merupakan bagian dari konsep CSR yang akan memberikan panduan pada perusahaan untuk memperhatikan kepentingan sosial disamping kepentingan perusahaan itu sendiri. Kedermawanan perusahaan dalam Islam diwadahi dan dilambangkan sebagai zakat pengusaha maupun perusahaan. Zakat merupakan salah satu rukun Islam yang hukumnya wajib bagi setiap muslim yang merdeka dan memiliki harta kekayaan sampai dengan jumlah tertentu yang telah mencapai nisab (Rhamadhani, 2016).

Ketentuan zakat menurut Islam tercantum dalam Al-Qur'an Q.S At-Taubah ayat 103 yang artinya *“Ambillah zakat dari harta mereka guna membersihkan dan menyucikan mereka dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doamu itu (menumbuhkan) ketentraman jiwa bagi mereka. Allah Maha Mendengar, Maha Mengetahui”*. Dan sesuai pula dengan hadits riwayat Muttafaquun Alaihi yang artinya *“Islam didirikan atas lima dasar: Mengikrarkan bahwa tidak ada Tuhan Selain Allah dan Muhammad adalah utusan Allah, mendirikan Sholat, Membayar*

Zakat, Menunaikan Haji, dan Berpuasa pada bulan Ramadhan” (H.R. Muttafaq’alaih).

Zakat merupakan sebuah sarana untuk mengentaskan kemiskinan dalam suatu negara bahkan merupakan salah satu solusi terbaik dalam mengurangi kemiskinan. Zakat juga sebagai variabel utama dalam menjaga kestabilan sosial ekonomi agar selalu berada pada posisi aman untuk terus berlangsung. Dari perspektif kolektif dan ekonomi, zakat akan melipatgandakan harta masyarakat. Proses pelipat gandaan ini dimungkinkan karena zakat dapat meningkatkan permintaan dan penawaran di pasar yang kemudian mendorong pertumbuhan ekonomi dan pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Fauzi, 2014).

Indonesia telah berlatih konsep perusahaan zakat, seperti yang terlihat di sektor perbankan syariah dan mengacu pada Undang-Undang Nomor 23/2011 tentang pengelolaan zakat. Dalam peraturan tersebut [dalam Pasal 1(2)], disebutkan bahwa zakat adalah harta yang harus dikeluarkan oleh seorang Muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan hukum Islam. Menurut peraturan di Indonesia, jumlah zakat yang dipotong dari 2,5% dari neraca atau laba perusahaan dapat menjadi insentif yang akan mengurangi penghasilan kena pajak perusahaan [dalam Pasal 22 UU No.23/2011 dan Pasal 23(2)] (Sidik & Reskino, 2016).

Indonesia sebagai negara berpenduduk mayoritas muslim terbesar di dunia memiliki potensi zakat yang sangat besar. Berdasarkan data penelitian dari Baznas

Indonesia pada 2016 potensi zakat mencapai Rp. 286 Triliun. Ketua Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Bambang Sudibyo, mengatakan bahwa setiap tahunnya pengumpulan zakat terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2010, zakat yang diperoleh sekitar Rp. 217 Triliun dan terus mengalami peningkatan di 2016 yang menyentuh angka Rp. 286 Triliun. Menteri Agama, Lukman Hakim Saifuddin mengatakan, Indonesia merupakan negara dengan jumlah lembaga keuangan syariah terbesar di dunia. Seperti diketahui, zakat adalah sektor sosial keuangan syariah yang memiliki tempat dan peran cukup signifikan. Lukman juga mengatakan bahwa kontribusi zakat dalam kebangkitan keuangan syariah telah mendapat pengakuan negara sejalan dengan visi menjadikan Indonesia sebagai pusat keuangan syariah dunia (Intan, 2017).

Adapun alasan penelitian ini memilih bank syariah di Indonesia dikarenakan Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia. Mayoritas penduduk yang beragama Islam menjadikan Indonesia sebagai pasar yang potensial dalam pengembangan keuangan syariah. Saat ini di Indonesia sedang gencar pula dilakukan edukasi dan sosialisasi mengenai sistem perbankan syariah sehingga diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap perbankan syariah dengan prinsip keadilan dan kepatuhan terhadap nilai-nilai syariah yang menjadi keunggulan dari sistem perbankan syariah dibanding sistem konvensional (Pratiwi, 2016). Penelitian ini dilakukan untuk melihat adakah pengaruh dilakukannya *Islamic Corporate Social Responsibility* dan Zakat pada bank syariah di Indonesia terhadap peningkatan minat masyarakat pada bank syariah dilihat dari tingkat reputasi dan profitabilitas bank syariah. Penelitian ini

juga lebih *up to date* dengan melihat laporan keuangan 3 tahun terakhir yaitu 2014, 2015, dan 2016 pada bank-bank syariah di Indonesia.

Dari uraian latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai topik tersebut dengan judul **“ANALISIS PENGARUH ICSR (*ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*) DAN ZAKAT TERHADAP REPUTASI DAN PROFITABILITAS PERUSAHAAN: STUDI EMPIRIS PADA BANK SYARIAH DI INDONESIA.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ICSR berpengaruh terhadap kenaikan reputasi bank syariah di Indonesia?
2. Apakah ICSR berpengaruh terhadap kenaikan profitabilitas bank syariah di Indonesia?
3. Apakah Zakat berpengaruh terhadap kenaikan reputasi bank syariah di Indonesia?
4. Apakah Zakat berpengaruh terhadap kenaikan profitabilitas bank syariah di Indonesia?

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada Bank Umum Syariah (BUS) yang telah mempublikasikan *annual report* untuk periode tahun 2014 sampai dengan tahun 2016 pada website resmi masing-masing bank.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh ICSR terhadap kenaikan reputasi bank syariah di Indonesia
2. Untuk menganalisis pengaruh ICSR terhadap kenaikan profitabilitas bank syariah di Indonesia
3. Untuk menganalisis pengaruh Zakat terhadap kenaikan reputasi bank syariah di Indonesia
4. Untuk menganalisis pengaruh Zakat terhadap kenaikan profitabilitas bank syariah di Indonesia

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada bank syariah dalam bentuk kontribusi sebagai masukan untuk dilakukannya lebih

banyak pengungkapan tindakan-tindakan sosial secara syariah dan penyelenggaraan zakat yang diharapkan mampu meningkatkan minat masyarakat terhadap bank syariah di Indonesia.

2. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada masyarakat sebagai bentuk pengetahuan tentang tingkat reputasi dan kenaikan profitabilitas yang dipengaruhi oleh pengungkapan kinerja sosial secara Islami dan zakat bank syariah di Indonesia.

3. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada akademisi dalam bentuk menambah wawasan serta pengetahuan mengenai pengaruh ICSR dan zakat terhadap tingkat kenaikan reputasi dan profitabilitas bank syariah di Indonesia.

4. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan peneliti gambaran langsung serta tambahan pengetahuan mengenai ICSR dan zakat serta manfaat penerapannya bagi bank syariah di Indonesia.

1.6 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan yang digunakan adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan landasan teori yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini, pengertian variabel yang terkait penelitian ini, telaah penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian yang akan diuji.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai populasi penelitian dan sampel penelitian, sumber data dan teknik pengumpulan data, definisi dan pengukuran variabel penelitian, dan metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai analisis yang telah diperoleh dan interpretasi hasil penelitian dari data yang telah diperoleh.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang diperoleh, implikasi hasil penelitian, keterbatasan serta saran bagi peneliti berikutnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Bagian landasan teori ini membahas teori-teori yang mendasari penelitian ini. Selain itu bagian ini juga membahas pengertian variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)*, Zakat, Reputasi dan Profitabilitas yang diproksikan dengan ROA dan ROE.

2.1.1 Teori Stakeholder

Teori *Stakeholder* menjelaskan bahwa ketika perusahaan bertemu dengan berbagai macam harapan para *stakeholder* mereka akan lebih mampu untuk menciptakan kinerja perusahaan yang luar biasa (Freeman, 1984). Teori *stakeholder* berpendapat bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun juga memberikan manfaat bagi *stakeholders*. Oleh karena itu organisasi memiliki akuntabilitas terhadap *stakeholder*-nya (Nur & Priantinah, 2012). Responsibilitas diartikan sebagai tanggungjawab perusahaan sebagai anggota masyarakat untuk mematuhi peraturan dan hukum yang berlaku serta pemenuhan terhadap kebutuhan-kebutuhan sosial, sedangkan akuntabilitas dapat diartikan sebagai kewajiban-kewajiban dari individu-individu atau penguasa yang dipercayakan untuk mengelola sumber-sumber daya publik dan yang bersangkutan dengannya untuk

dapat menjawab hal-hal yang menyangkut pertanggungjawabannya (Alydrus, 2016).

Dalam penelitian Arifin dan Wardani (2016) juga Anwar dan Alfattani (2014) berpendapat bahwa kinerja keuangan menggambarkan peran dalam meningkatkan kegiatan yang ditawarkan oleh bank Islam kepada investor.

Penelitian yang dilakukan Dusuki dan Dar (2005) dalam (Mansur 2012) tentang persepsi *stakeholders* terhadap pelaksanaan CSR perbankan syariah di Malaysia memberikan persepsi positif terhadap pengungkapan CSR perbankan syariah karena mereka beranggapan bahwa pengungkapan CSR merupakan salah satu hal yang harus dipertimbangkan dalam memilih jasa perbankan.

Dari paparan diatas, sudah seharusnya teori *stakeholder* menjadi landasan adanya ICSR, dimana penerapannya dengan melaksanakan kegiatan yang bersifat syariah dan tidak melanggar aturan agama kepada *stakeholders*, mulai dari kegiatan yang menciptakan kebajikan yang bukan melalui aktivitas-aktivitas yang mengandung unsur riba, melainkan dengan praktik yang diperintahkan Allah seperti zakat, infak, sedekah, wakaf. Hal tersebut sesuai dengan sabda Rasulullah SAW yang bunyinya, “*Memenuhi keperluan seorang mukmin lebih Allah cintai dari pada melakukan dua puluh kali haji dan pada setiap hajinya menginfakan ratusan ribu dirham dan dinar*”.

2.1.2 Teori *Legitimacy*

“Legitimacy is a generalized perception or assumption that the actions of an entity are desirable, proper, or appropriate within some socially constructed system of norms, values, beliefs, and definitions” (Suchman, 1995). Legitimasi dianggap sebagai menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas adalah merupakan tindakan yang diinginkan, pantas ataupun sesuai dengan norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial (Amri, 2015).

Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitar baik fisik maupun nonfisik menurut Hadi (2011) dalam (Rindawati & Asyik, 2015).

Legitimasi dianggap penting bagi perusahaan dikarenakan legitimasi masyarakat kepada perusahaan menjadi faktor yang strategis bagi perkembangan perusahaan ke depan.

Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa legitimasi perusahaan mendukung citra dan reputasi perusahaan sehingga pengungkapan informasi ICSR yang sesuai dengan syariat Islam akan memberikan manfaat dalam meningkatkan *image* dan legitimasi agar dapat dijadikan sebagai basis konstruksi strategi perusahaan.

Legitimasi juga berhubungan dengan zakat, karena dengan adanya zakat yang diberikan oleh perusahaan terhadap masyarakat tentunya akan berdampak

terhadap pembentukan *image* perusahaan itu sendiri yang dapat berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan nantinya (Kurniawan & Suliyanto, 2013).

2.1.3 Sharia Enterprise Theory (SET)

Konsep CSR dalam Islam terdiri dari konsep zakat, konsep keadilan, konsep kemaslahatan, konsep tanggung jawab dan konsep falah yang kemudian konsep-konsep tersebut terbentuk menjadi *Sharia Enterprise Theory* (Zakiy, 2015). *Sharia Enterprise Theory* (SET) digunakan untuk memahami pemangku kepentingan perusahaan dari perspektif Islam. Teori ini menyatakan bahwa *stakeholder* perusahaan meliputi tidak hanya manusia, tetapi juga lingkungan alam, dan Tuhan. Manusia akhirnya bertanggungjawab kepada Allah untuk semua aktivitas mereka di dunia Triyuwono (2007) dalam (Sidik & Reskino, 2016). Allah merupakan pihak yang paling tinggi dan menjadi satu-satunya tujuan hidup manusia dengan menempatkan Allah sebagai *stakeholder* tertinggi (Novarela & Sari, 2015).

Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa SET mendukung adanya *Islamic Corporate Social Responsibility* yang memang sesuai syariat Islam. Teori ini juga mendukung adanya pembayaran zakat oleh perbankan syariah yang memang merupakan kewajiban bagi muslim. Meutia (2010) menyatakan bahwa teori yang paling tepat untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan dalam hal bank syariah adalah *Sharia Enterprise Theory* (SET), hal ini karena dalam SET, Allah adalah sumber amanah utama, sedangkan sumber daya yang

dimiliki oleh para *stakeholders* adalah amanah dari Allah yang didalamnya melekat sebuah tanggung jawab untuk digunakan dengan cara dan tujuan yang ditetapkan oleh Sang Maha Pemberi Amanah.

2.2 Variabel Terkait

2.2.1 Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)

Secara konseptual, pengungkapan merupakan bagian integral dari pelaporan keuangan. Secara teknis, pengungkapan merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi yaitu penyajian informasi dalam bentuk seperangkat penuh statemen keuangan. Pengungkapan (*disclosure*) merupakan informasi yang diberikan oleh perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan mengenai keadaan perusahaan.

Menurut penelitian Andriyanto dan Metalia (2011) pengungkapan informasi dalam laporan keuangan perusahaan dibagi menjadi dua, yaitu pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*). Pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) merupakan pengungkapan yang diharuskan oleh peraturan yang berlaku, dalam hal ini adalah peraturan yang ditetapkan oleh lembaga yang berwenang. Sedangkan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) merupakan pengungkapan yang melebihi dari yang diwajibkan.

Menurut Ghozali, Imam, dan Chairi (2007) secara umum terdapat 3 konsep pengungkapan, yaitu:

a. Pengungkapan yang cukup (*adequate disclosure*)

Pengungkapan yang cukup adalah pengungkapan minimum yang harus dipenuhi agar laporan tidak menyesatkan untuk kepentingan pengambilan keputusan.

b. Pengungkapan yang wajar (*fair disclosure*)

Pengungkapan yang wajar adalah pengungkapan yang harus dicapai agar semua pihak mendapat informasi yang sama.

c. Pengungkapan yang penuh (*full disclosure*)

Pengungkapan yang penuh adalah pengungkapan yang menuntut penyajian dan pengungkapan secara penuh atas seluruh informasi yang relevan dengan pengambilan keputusan.

Definisi mengenai CSR atau tanggungjawab sosial perusahaan sekarang ini sangat luas dan beragam. Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) dalam penelitian Trisnawati (2012), CSR didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerjasama dengan komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan. Definisi dari McWilliams dan Siegel (2001) yang mendefinisikan CSR sebagai serangkaian tindakan perusahaan yang muncul untuk meningkatkan produk sosialnya, memperluas jangkauannya melebihi kepentingan ekonomi eksplisit perusahaan, dengan pertimbangan tindakan semacam ini tidak disyaratkan oleh peraturan hukum. Sementara Magnan dan Ferrel (2004) mengartikannya sebagai perilaku bisnis, dimana pengambilan keputusannya mempertimbangkan tanggung jawab

sosial dan memberikan perhatian secara lebih seimbang terhadap kepentingan *stakeholders* yang beragam (Ismayanti, 2015).

Definisi CSR berdasarkan Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007, tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan, yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.

Hingga saat ini belum ada definisi tetap atas tanggung jawab sosial, masing-masing pihak memiliki definisi dan interpretasi yang beragam mengenai CSR. Namun, secara umum menurut Wibisono (2007) dalam penelitian Sofyani, dkk (2012) CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawan yang dilakukan kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis dan memenuhi seluruh aspek ekonomi, sosial dan lingkungan dengan baik demi pertimbangan berkelanjutan.

Pelaporan tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan yang semula bersifat sukarela (*voluntary*) menjadi bersifat wajib (*mandatory*) dengan adanya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Dalam pasal 74 dijelaskan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam, wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, apabila tidak melaksanakan kewajiban tersebut akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Peraturan lain yang mewajibkan CSR yaitu Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, baik penanaman modal dalam negeri maupun penanaman modal asing. Dalam pasal 15 (b) dinyatakan bahwa setiap

penanam modal memiliki kewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan, apabila tidak melaksanakan kewajiban tersebut dikenai sanksi yang diatur dalam pasal 34, yaitu sanksi administratif dan sanksi lainnya. Sebagian besar perusahaan melaporkan CSR dalam laporan tahunan (*annual report*) dan *official website*-nya (Fauziah & Yudho, 2013).

Tujuan CSR diantaranya yaitu, pertama, perusahaan mesti menyadari bahwa mereka beroperasi dalam satu tatanan lingkungan masyarakat. Kegiatan sosial ini berfungsi sebagai kompensasi atau upaya timbal balik atas penguasaan sumber daya alam atau sumber daya ekonomi oleh perusahaan yang terkadang bersifat ekspansif atau eksploratif, disamping sebagai kompensasi sosial karena timbul ketidaknyaman pada masyarakat. Kedua, kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat. Perusahaan dituntut untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat, sehingga bisa tercipta harmonisasi hubungan, mendongkrak citra dan performa perusahaan. Ketiga, kegiatan CSR merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindarkan konflik sosial. Konflik itu bisa berasal dari dampak operasional perusahaan atau akibat yang timbul antara masyarakat dengan komponen perusahaan (Ismayanti, 2015).

CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan untuk memperbaiki masalah sosial dan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan, oleh sebab itu CSR sangat berperan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Menurut Heinkel, dkk (2001) perusahaan harus menganggap CSR sebagai strategi jangka panjang yang menguntungkan, bukan sebagai aktivitas

yang merugikan. Selain itu, pengungkapan CSR dapat digunakan sebagai alat manajerial untuk menghindari masalah sosial dan lingkungan (Rosiana dkk, 2013).

Pelaksanaan CSR akan berdampak positif bagi perusahaan. Beberapa manfaat bagi perusahaan dengan adanya CSR, sebagai berikut:

- a. CSR akan mengurangi resiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima oleh perusahaan. Perusahaan yang konsisten melaksanakan CSR akan mendapatkan dukungan luas dari komunitas yang merasakan manfaat dari aktivitas yang dijalankan.
- b. CSR dapat berfungsi sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis. Demikian pula ketika perusahaan diterpa kabar miring bahkan ketika perusahaan melakukan kesalahan, masyarakat lebih mudah memahami dan memaafkan.
- c. Keterlibatan dan kebanggaan karyawan. Karyawan akan merasa bangga bekerja pada perusahaan yang memiliki reputasi baik, yang secara konsisten melakukan upaya untuk meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitarnya.
- d. CSR akan memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para *stakeholdernya*.
- e. CSR akan meningkatkan penjualan produk. Dalam riset *Roper Search Worldwide* mengungkapkan bahwa konsumen akan lebih menyukai

produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang konsisten menjalankan CSR.

Seiring dengan pesatnya perkembangan bisnis syariah saat ini, beberapa ahli mulai menggagas bentuk pengungkapan CSR khusus untuk institusi bisnis syariah.

Konsep CSR juga terdapat dalam ajaran Islam. Lembaga yang menjalankan bisnisnya berdasarkan syariah pada hakekatnya mendasarkan pada filosofi dasar Al Qur'an dan Sunah, sehingga menjadikan dasar bagi pelakunya dalam berinteraksi dengan lingkungan dan sesamanya. Oleh karenanya ikatan hubungan antara institusi dengan lingkungannya dalam konsep syariah akan lebih kuat ketimbang dalam konsep konvensional. Hal ini didasarkan pada lembaga bisnis syariah didasarkan pada dasar-dasar *religijs* (Sofyani dkk., 2012).

Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan usahanya (OJK, 2013). Sedangkan menurut Machmud (2009) dalam penelitian Fauziah dan Yudho (2013) mendefinisikan bank syariah sebagai lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan Al Qur'an dan Hadits Nabi SAW.

Islam adalah agama yang secara lengkap mengatur seluruh aspek kehidupan manusia di muka bumi. Siwar dan Hossain (2009) dalam penelitian Arsy (2015) menyatakan bahwa landasan dasar dari agama Islam adalah *aqidah (belief and faith)*, *ibadah (worship)*, dan *akhlaq (morality and ethics)*. Dalam ekonomi

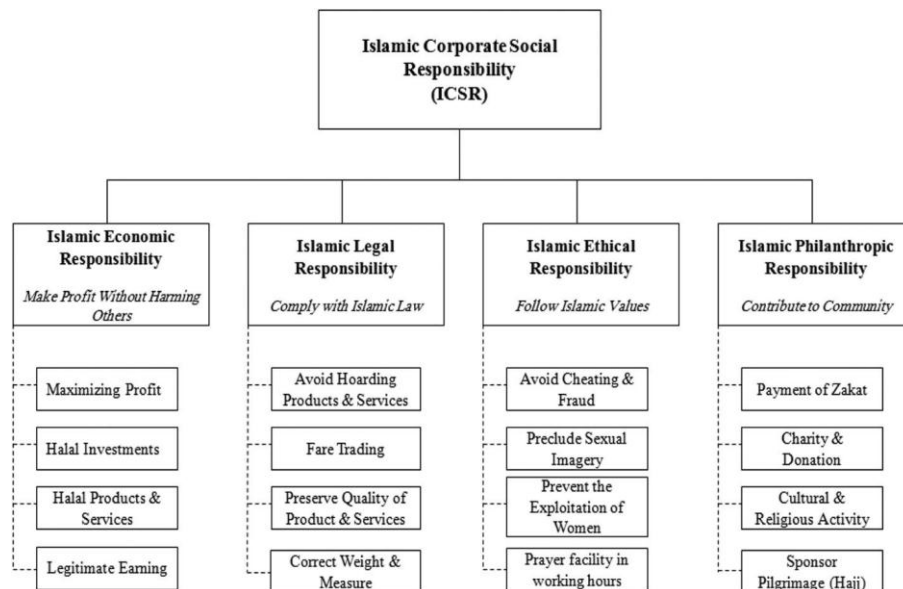
konvensional, pelaporan tanggung jawab sosial dikenal sebagai perpanjangan dari sistem pelaporan keuangan yang merefleksikan ekspektasi sosial yang lebih luas sehubungan dengan peran masyarakat dalam ekonomi atau kegiatan bisnis perusahaan. Terkait dengan hal itu, Haniffa (2002) dalam penelitian Arsy (2015) berpendapat bahwa pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan pada sistem konvensional hanya berfokus pada aspek material dan moral, dan karena itu ia memandang bahwa perlu adanya kerangka khusus untuk pelaporan pertanggung jawaban sosial yang sesuai dengan prinsip Islam.

Menurut Syukron (2015) CSR dalam perspektif Islam merupakan konsekuensi *inheren* dari ajaran islam itu sendiri. Tujuan dari syariat Islam (*Maqashid al syariah*) adalah *maslahah* sehingga bisnis adalah upaya untuk menciptakan *maslahah*, bukan sekedar mencari keuntungan.

Islam mempunyai prinsip pertanggungjawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkupnya, antara jiwa dan raga, antara individu dan keluarga, antara individu dan sosial, dan antara suatu masyarakat dengan masyarakat yang lain. Tanggung jawab sosial merujuk pada kewajiban-kewajiban sebuah perusahaan untuk melindungi dan memberi kontribusi kepada masyarakat dimana perusahaan itu berada. Sehingga dalam perspektif Islam, CSR merupakan realisasi dari konsep ajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. CSR selaras dengan pandangan Islam tentang manusia sehubungan dengan dirinya sendiri dan lingkungan sosial, dapat dipresentasikan dengan empat aksioma yaitu kesatuan (tauhid), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*) dan tanggung jawab (*responsibility*) (Darmawati, 2014).

Menurut Baydoun dan Willet (1997) mengingat pentingnya *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)*, diharapkan organisasi Islam selektif terhadap pemilihan anggota manajemen dan dewan dalam menentukan kualifikasi tertentu dan keyakinan agama dalam melaksanakan inisiatif pengungkapan ICSR (Arifin & Wardani, 2016). Bank syariah diharapkan menggambarkan tingkat tanggung jawab sosial perusahaan yang tinggi dan jelas dalam praktik pelaporan sosial mereka yang dibuktikan dalam laporan tahunan (Zubairu, Sakariyau, & Dauda, 2011).

Penelitian sebelumnya mengenai ICSR telah dilakukan oleh Khurshid dkk (2014) dengan menyatakan bahwa ICSR meliputi dimensi ekonomi islam, legal islam, etika islam, dan filantropi islam.



Gambar 2.1

Model *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)*

Sumber: (Khurshid dkk., 2014)

Menurut Muhammad Djakfar (2007) dalam penelitian Riswanti (2017) implementasi CSR dalam Islam secara rinci harus memenuhi beberapa unsur yang menjadikannya ruh sehingga dapat membedakan CSR dalam perspektif Islam dengan CSR secara Universal yaitu :

a. Al-Adl

Islam telah mengharamkan setiap hubungan bisnis atau usaha yang mengandung kezaliman dan mewajibkan terpenuhinya keadilan yang teraplikasikan dalam hubungan usaha dan kontral-kontrak serta perjanjian bisnis.

Sifat keseimbangan atau keadilan dalam bisnis adalah ketika korporat mampu menempatkan segala sesuatu pada tempatnya. Dalam beraktifitas di dunia bisnis, Islam mengharuskan berbuat adil yang diarahkan kepada hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta. Jadi, keseimbangan alam dan keseimbangan sosial harus tetap terjaga bersamaan dengan operasional usaha bisnis. Islam juga melarang segala bentuk penipuan, *gharar* (spekulasi), *najsyi* (iklan palsu), *ihtikar* (menimbun barang) yang akan merugikan pihak lain. Hal tersebut tercantum dalam Al-Qur'an Surat An-Nisa ayat 29 Allah SWT berfirman yang artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan

janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

b. Al-Ihsan

Islam hanya memerintahkan dan menganjurkan perbuatan baik bagi kemanusiaan, agar amal yang dilakukan manusia dapat memberi nilai tambah dan mengangkat derajat manusia baik individu maupun kelompok. Implementasi CSR dengan semangat ihsan akan dimiliki ketika individu atau kelompok melakukan kontribusi dengan semangat ibadah dan berbuat karena atas ridho Allah SWT.

Ihsan adalah melakukan perbuatan baik, tanpa adanya kewajiban tertentu, melakukan ibadah dengan khusyuk, ikhlas dan yakin bahwa Allah senantiasa mengawasi apa yang dilakukannya.

Bisnis yang dilandasi unsur ihsan dimaksudkan sebagai proses niat, sikap dan perilaku yang baik, transaksi yang baik, serta berupaya memberikan keuntungan lebih kepada *stakeholders*. Hal tersebut tercantum dalam Al-Qur'an Surat Az-Zumar Ayat 10 Allah SWT berfirman yang artinya:

“Katakanlah: "Hai hamba-hamba-Ku yang beriman. bertakwalah kepada Tuhanmu". Orang-orang yang berbuat baik di dunia ini memperoleh kebaikan. Dan bumi Allah itu adalah luas. Sesungguhnya hanya orang-orang yang bersabarlah Yang dicukupkan pahala mereka tanpa batas.”

c. Manfaat

Pada dasarnya, perbankan telah memberikan manfaat terkait operasional yang bergerak dalam bidang jasa yaitu jasa penyimpanan, pembiayaan dan produk atau fasilitas lain yang sangat dibutuhkan masyarakat.

Konsep manfaat dalam CSR lebih dari aktivitas ekonomi. Bank syariah sudah seharusnya memberikan manfaat yang lebih luas dan tidak statis misalnya terkait bentuk *philanthropi* dalam berbagai aspek sosial seperti pendidikan, kesehatan, pemberdayaan kaum marginal, pelestarian lingkungan.

d. Amanah

Perusahaan yang menerapkan CSR harus memahami dan menjaga amanah dari masyarakat yang secara otomatis terbebani di pundaknya misalnya menciptakan produk yang berkualitas, serta menghindari perbuatan tidak terpuji dalam setiap aktivitas bisnis. Amanah dalam perbankan dapat dilakukan dengan pelaporan dan transparan yang jujur kepada yang berhak, serta amanah dalam pembayaran pajak, pembayaran karyawan, dan lain-lain.

Meskipun ICSR dapat meningkatkan reputasi perusahaan sekaligus kinerja keuangan seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Arshad, Othman, dan Othman (2012), tetapi tujuan pemangku kepentingan di dalam perusahaan maupun bank berbasis syariah diharapkan bukanlah hanya mengejar faktor keuntungan semata, namun merupakan realisasi

murni sebagai khalifah yang bertanggung jawab di muka bumi. Menurut Chapra (1992) dalam penelitian Arifin dan Wardani (2016) di dalam Islam, kegiatan usaha tidak diasumsikan hanya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan material kegiatan tetapi harus dilakukan untuk memenuhi tanggung jawab agama juga.

Dalam penelitian Sidik dan Reskino (2016) ICSR diukur dengan menggunakan metode indeks pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) yang dibangun oleh Haniffa (2002). Menurut Haniffa (2002) dalam penelitian Gustani (2013) ISR adalah upaya pelaporan aspek-aspek sosial dalam aktivitas lembaga keuangan syariah dalam perspektif Islam sebagai sebuah alternatif untuk mereduksi kelemahan dalam praktik di lembaga keuangan syariah. Haniffa (2002) membuat lima tema pengungkapan Indeks ISR, yaitu Tema Pendanaan dan Investasi, Tema Produk dan Jasa, Tema Karyawan, Tema Masyarakat dan Tema Lingkungan Hidup yang kemudian dikembangkan oleh Othman dkk (2009) dengan menambahkan satu tema pengungkapan yaitu tema Tata Kelola Perusahaan (Arsy, 2015).

2.2.2 Zakat

Zakat secara harfiah berarti berkah, bersih, baik dan meningkat (Munawir, 1997). Zakat ditinjau dari segi bahasa (*lughatan*) mempunyai beberapa arti, yaitu keberkahan (*ak-barakatu*), pertumbuhan dan perkembangan (*al-nama'*), kesucian (*al-taharatu*), dan keberesan (*al-salahu*). Sedangkan arti zakat secara istilah

(*shar'iyah*) ialah bahwa zakat itu merupakan bagian dari harta dengan persyaratan tertentu, yang Allah SWT mewajibkan kepada pemiliknya untuk diserahkan kepada yang berhak menerimanya, dengan persyaratan tertentu (Nawawi, 2013). Sedangkan dalam UU No.38/1999 tentang Pengelolaan zakat disebutkan bahwa yang dimaksud zakat adalah harta yang wajib disisihkan oleh seorang muslim atau badan yang dimiliki oleh seorang muslim sesuai dengan ketentuan agama untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya.

Berdasarkan pengertian tersebut, maka zakat tidaklah sama dengan donasi/sumbangan/shadaqah yang bersifat sukarela. Zakat merupakan kewajiban setiap muslim yang harus dilaksanakan bukan merupakan hak untuk memilih apakah kita bisa membayar atau tidak membayar zakat. Zakat memiliki aturan yang jelas mengenai harta apa yang harus dizakatkan, batasan harta yang terkena zakat, cara perhitungan zakat dan aturan lainnya karena memiliki persyaratan dan aturan baku baik untuk alokasi, sumber, besaran maupun waktu tertentu yang telah ditetapkan syariah (Nurhayati & Wasilah, 2011).

Zakat menurut Q.S At-Tawbah (2): 60 artinya *“Sesungguhnya zakat itu bagi orang-orang fakir, orang miskin, amil zakat, yang dilunakkan hatinya (mualaf), untuk (memerdekakan) hamba sahaya, untuk (membebaskan) orang yang berutang, untuk jalan Allah dan untuk orang yang sedang dalam perjalanan, sebagai kewajiban dari Allah. Allah Maha Mengetahui, Maha Bijaksana”*.

Dalam Ramulyo (2000) tujuan daripada zakat antara lain sebagai berikut:

- 1) Mengangkat derajat fakir miskin dan membantunya keluar dari kesulitan hidup dan penderitaan, melindungi masyarakat dari bahaya kemiskinan dan kemelaratan.
- 2) Membantu permasalahan yang dihadapi kaum mustahiq (golongan orang yang berhak menerima zakat).
- 3) Membentangkan dan membina tali persaudaraan, gotong-royong, tolong menolong dalam kebaikan.
- 4) Menghilangkan sifat kikir, dengki, iri hati dan loba pemilik harta (selalu ingin memiliki banyak-banyak; serakah; tamak).
- 5) Menjembatani jurang pemisah antara yang kaya dan yang miskin diantara masyarakat.
- 6) Mengembangkan rasa tanggung jawab, solidaritas sosial dan kasih sayang pada diri sendiri dan sesama manusia terutama pada mereka yang mempunyai harta.
- 7) Mendidik manusia untuk disiplin dalam menunaikan kewajiban dan menyerahkan hak orang lain kepadanya.
- 8) Sarana pemerataan pendapatan untuk mewujudkan keadilan sosial.

Ada 8 golongan orang yang berhak untuk menerima zakat (mustahiq), tertera dalam Q.S At-Taubah ayat 60 yaitu:

- 1) Fakir, mereka yang hampir tidak memiliki apa-apa sehingga tidak mampu memenuhi kebutuhan pokok hidup.

- 2) Miskin, mereka yang memiliki harta namun tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan dasar untuk hidup.
- 3) Amil, mereka yang mengumpulkan dan membagikan zakat.
- 4) Mu'alaf, mereka yang baru masuk Islam dan membutuhkan bantuan untuk menyesuaikan diri dengan keadaan barunya.
- 5) Hamba sahaya, budak yang ingin memerdekakan dirinya.
- 6) Gharimin, mereka yang berhutang untuk kebutuhan yang halal dan tidak sanggup untuk memenuhinya.
- 7) Fisabilillah, mereka yang berjuang di jalan Allah, misal: dakwah, perang dan lainnya.
- 8) Ibnu Sabil, mereka yang kehabisan biaya di perjalanan.

Dalam ilmu Fiqih, zakat dibagi menjadi 2 macam, yaitu:

- 1) Zakat Fitrah

Zakat fitrah adalah zakat yang dikeluarkan oleh setiap orang Islam yang mempunyai kelebihan untuk keperluan keluarga yang wajar pada malam hari raya Idul Fitri (Ali & Ali, 1995). Zakat fitrah wajib dikeluarkan sebelum shalat id, namun ada pula yang membolehkan mengeluarkannya mulai pertengahan bulan puasa. Bukan dikatakan zakat fitrah apabila dilakukan setelah shalat id. Zakat fitrah dibayarkan sesuai dengan kebutuhan pokok suatu masyarakat, dengan ukuran yang juga disesuaikan dengan kondisi ukuran atau timbangan yang berlaku, juga dapat diukur dengan

satuan uang. Di Indonesia, zakat fitrah diukur dengan timbangan beras sebanyak 2,5 kg (Mursyidi, 2003).

2) Zakat Maal

Zakat maal adalah zakat yang berupa harta kekayaan yang dikeluarkan oleh seseorang atau badan hukum dengan ketentuan telah memenuhi satu nisab dan telah dimiliki selama satu tahun, yang sesuai dengan firman Allah dalam Q.S Al-Baqarah ayat 267 yang artinya *“Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya, melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya, Maha Terpuji”*.

Harta kekayaan yang wajib dizakati meliputi: binatang ternak, emas dan perak, barang perdagangan, hasil bumi serta barang tambang dan rikaz (barang temuan) (Rumah Zakat, 2018).

a) Binatang ternak dengan syarat sebagai berikut:

- i. Unta, sapi atau kerbau, dan kambing atau domba yang jinak.
- ii. Jumlah binatang ternak mencapai nisab (batasan antara apakah kekayaan itu wajib zakat atau tidak).

- iii. Pemilik binatang tersebut telah memilikinya selama satu tahun penuh terhitung dari hari pertama ia memilikinya dan pemilikan itu tetap tertahan selama masa kepemilikan.
 - iv. Binatang tersebut termasuk binatang yang mencari rumput sendiri dan bukan binatang yang diupayakan rumputnya dengan biaya pemilikinya.
- b) Emas dan perak dengan syarat sebagai berikut:
- i. Mencapai haul (tahunnya) yaitu satu tahun kepemilikan.
 - ii. Mencapai nisab yaitu sebesar 85 gr emas murni atau 595 gr perak.
 - iii. Dengan perhitungan 2,5%
- c) Hasil perdagangan dimana hasil dari berniaga atau berdagang wajib dikeluarkan zakatnya. Dengan syarat sebagai berikut:
- i. Nilai total dari kekayaan atas kegiatan berdagang (setelah dikurangi kewajiban) telah mencapai nisab (setara 85 gr emas).
 - ii. Telah mencapai haul (1 tahun).
 - iii. Besarnya zakat yang harus dibayarkan adalah 2,5%.
- d) Hasil bumi (Pertanian / Tanam-tanaman / Buah-buahan) dengan syarat sebagai berikut:

- i. Mencapai nishab 653 kg gabah atau 520 kg jika yang dihasilkan adalah makanan pokok.
 - ii. Jika selain makanan pokok, maka nishabnya disamakan dengan makanan pokok paling umum disebuah daerah.
 - iii. Kadar zakat apabila diairi dengan air hujan, sungai atau mata air maka 10%.
 - iv. Kadar zakat jika diairi dengan cara disiram / irigasi maka zakatnya 5%.
- e) Rikaz (barang temuan) dimana berupa emas atau perak yang tidak diketahui lagi pemiliknya maka wajib dikeluarkan zakat sebesar 20%.
- f) Profesi / Penghasilan dengan syarat sebagai berikut:
- i. Pendapatan telah mencapai nishab.
 - ii. Pendapatan setara 520 kg beras wajib mengeluarkan zakat 2,5%.
 - iii. Besar zakat dari pendapatan brutto = pendapatan total x 2,5%.
 - iv. Besar zakat dari penghasilan netto = pendapatan total – pengeluaran perbulan (pengeluaran kebutuhan primer termasuk pengeluaran keluarga) x 2,5%.

Bank umum syariah sebagai lembaga keuangan yang bergerak dibidang jasa keuangan syariah sudah seharusnya mengeluarkan zakat yang sesuai dengan aturan Islam dan aturan perundang-undangan sehingga tujuan kemaslahatan dan keberkahan dapat dicapai. UU No.17/2000 tentang Pajak Penghasilan menyatakan bahwa zakat tidak akan membebani perusahaan (Rhamadhani, 2016).

2.2.3 Reputasi

Reputasi memiliki definisi yang berbeda-beda karena reputasi dapat ditinjau dari berbagai sudut pandang. Namun, reputasi sering sekali dikaitkan dengan citra atau *image* yang dimiliki oleh suatu organisasi di hadapan publik. Dowling (1994) mendefinisikan reputasi perusahaan sebagai hasil evaluasi (penilaian) yang menggambarkan citra perusahaan menurut masyarakat. Argenti dan Druckenmiller (2004) dalam Arifin dan Wardani (2016) menyebut reputasi sebagai representasi kolektif dari citra yang dimiliki berbagai konstituen istilah untuk menyebut orang-orang yang terlibat dalam suatu kegiatan organisasi maupun mereka yang dilayani organisasi, yang dibangun dari waktu ke waktu dan didasarkan pada program perusahaan, kinerja perusahaan, dan bagaimana para konstituen mempersepsikan perilaku mereka terhadap perusahaan. Reputasi atau citra merupakan gambaran sebuah pemikiran yang ada dalam benak seseorang yang bisa berupa hal baik (positif) atau hal buruk (negatif) apabila tidak didukung oleh kemampuan atau keadaan yang sebenarnya.

Kesadaran akan peran bisnis di masyarakat yang telah meningkat seiring zaman telah menyebabkan dituntunya peran manajer untuk menerapkan CSR agar

dapat memenuhi permintaan para pemangku kepentingan. Kegagalan untuk memenuhi tuntutan pemangku kepentingan dapat menyebabkan penarikan dukungan dan berdampak buruk terhadap citra perusahaan dan keberlanjutan ekonomi. Menurut Brammer dan Pavelin (2004) dalam Arshad dkk (2012) berpendapat bahwa reputasi perusahaan akan meningkat saat perusahaan terlibat dalam kegiatan CSR dan mengungkapkannya di laporan tahunan mereka. Hal tersebut dikarenakan perusahaan dianggap memiliki nilai perusahaan dan aset tak berwujud yang dianggap positif dalam banyak hal seperti menarik pelanggan, menghasilkan minat investasi, menarik talenta terbaik, memotivasi pekerja, meningkatkan kepuasan pekerja, menghasilkan liputan media yang lebih positif dan menerima komentar positif.

Penelitian yang dilakukan oleh Prasetya (2010) dalam Yudiantara dan Rahanatha (2015) menghasilkan temuan bahwa CSR mempengaruhi citra perusahaan secara signifikan dan hal ini akan membuat sebuah merek (nama perusahaan) menjadi lebih dikenal dan diingat yang dapat membentuk ikatan emosional di benak konsumen. Kecenderungan tersebut bisa dijadikan acuan betapa pentingnya penerapan CSR pada suatu perusahaan dan meningkatkan reputasi perusahaan.

Menurut Ardianto dan Sumirat (2004) dalam Arifin dan Wardani (2016) perusahaan yang mempunyai reputasi positif lebih memungkinkan untuk menarik minat pelamar berkualitas tinggi, membangun pangsa pasar yang luas, menerapkan harga yang tinggi, dan lebih menarik minat investor. Daud (2016) menambahkan bahwa perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan akan lebih

memperhatikan pertanggungjawaban sosialnya kepada masyarakat, hal ini dapat meningkatkan citra perusahaan dan mempengaruhi tingkat penjualan. Brandco dan Rodrigues (2006) dalam Arifin dan Wardani (2016) mencatat bahwa perusahaan yang mempunyai profil ICSR yang tinggi mampu mengadakan dan meningkatkan interaksi mereka dengan konsumen, pemasok, dan investor yang mana hasilnya meningkatkan reputasi mereka. Informasi yang diungkapkan akan memudahkan para pemangku kepentingan dalam membuat keputusan etis Islam mereka. Dalam hal tersebut pada gilirannya akan meningkatkan tekanan pada organisasi Islam untuk meningkatkan prakarsa dan pengungkapan ICSR mereka.

2.2.4 Profitabilitas

Kartini dan Arianto (2008) dalam Rosiana dkk (2013) mengungkapkan bahwa profitabilitas adalah kemampuan sebuah perusahaan untuk memperoleh laba dalam periode tertentu. Menurut Harahap (2004), mengemukakan bahwa “Profitabilitas atau disebut juga rentabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya” sedangkan menurut Astuti (2004), mengartikan “Profitabilitas sebagai kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba” (Almar, Rachmawati, & Murni, 2012). Ukuran profitabilitas yang paling penting adalah laba bersih. Para investor dan kreditor sangat berkepentingan dalam mengevaluasi kemampuan perusahaan menghasilkan laba karena investor dan kreditor melihat laba perusahaan untuk dijadikan dasar pertimbangan pengambilan keputusan.

Pengambilan keputusan yang dimaksud seperti bagi investor menjadikan informasi keuangan tersebut sebagai dasar pertimbangan untuk menanamkan atau tidak menanamkan modal pada perusahaan tersebut dan bagi kreditor untuk memutuskan apakah akan menambah pinjamannya, menanggukhan pinjaman berikutnya, atau bahkan menarik pinjamannya yang telah diberikan pada suatu perusahaan.

Salah satu teknik dalam analisis laporan keuangan adalah analisis rasio keuangan. Analisis rasio keuangan merupakan instrumen analisis perusahaan yang menjelaskan berbagai perubahan dalam kondisi keuangan atau prestasi operasi di masa lalu dan membantu menggambarkan pola perubahan tersebut untuk kemudian menunjukkan risiko dan peluang yang melekat pada perusahaan yang bersangkutan (Iqtishodia, 2015).

Menurut Darsono dan Ashari (2005) dalam Almar dkk (2012), menyebutkan bahwa metode perhitungan profitabilitas perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai cara, yaitu:

- a. *Gross Profit Margin*, dicari dengan penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan dibagi penjualan bersih. Rasio ini berguna untuk mengetahui keuntungan kotor perusahaan dari setiap barang yang dijual. Jadi dapat diketahui untuk setiap barang yang dijual, perusahaan memperoleh keuntungan kotor sebesar x rupiah.
- b. *Net Profit Margin* (NPM), rasio ini menggambarkan besarnya laba bersih yang diperoleh oleh perusahaan pada setiap penjualan yang dilakukan.

- c. *Return On Asset* (ROA), merupakan salah satu rasio untuk mengukur profitabilitas perusahaan, yaitu merupakan perbandingan antara laba bersih dengan rata-rata total aktiva.
- d. *Return On Equity* (ROE), merupakan salah satu rasio untuk mengetahui besarnya kembalian yang diberikan oleh perusahaan untuk setiap rupiah modal dari pemilik.
- e. *Earning Per Share* (EPS), merupakan alat analisis yang dipakai untuk melihat keuntungan dengan dasar saham adalah *earnings per share* yang dicari dengan laba bersih dibagi saham beredar. Rasio ini menggambarkan besarnya pengembalian modal untuk setiap satu lembar saham.
- f. *Payout Ratio* (PR), merupakan rasio yang menggambarkan presentase dividen kas yang diterima oleh pemegang saham terhadap laba bersih yang diperoleh perusahaan.
- g. *Retention Ratio* (RR), merupakan rasio yang menggambarkan persentase laba bersih yang digunakan untuk penambahan modal perusahaan.
- h. *Productivity Ratio* (PR), merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan operasi perusahaan dalam menjual dengan menggunakan aktiva yang dimiliki.

Metode perhitungan profitabilitas yang akan digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

a. *Return On Assets (ROA)*

ROA merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan aset yang dipergunakan. Semakin tinggi tingkat ROA pada suatu perusahaan berarti perusahaan telah memaksimalkan secara efektif dan efisien assetnya dalam menghasilkan profitabilitas sehingga berdampak pada kinerja keuangan perusahaan yang baik (Arsy, 2015). Penulis akan menghitung ROA dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$ROA = \frac{LABA\ BERSIH}{TOTAL\ ASET}$$

b. *Return On Equity (ROE)*

ROE merupakan alat yang paling sering digunakan investor dalam pengambilan keputusan investasi menurut Indrawan (2011) dalam (Arifin & Wardani, 2016). ROE dapat memberikan gambaran mengenai tiga hal pokok berdasarkan DuPont framework, yaitu:

1. *Profitability*

Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang dihitung dengan *profit margin* dimana pendapatan bersih dibagi dengan penjualan. Semakin tinggi *profit margin* menginterpretasikan bahwa perusahaan menghasilkan *profit* dari setiap rupiah dari penjualannya.

2. *Assets management*

Efisiensi perusahaan dalam mengelola aset yang dimilikinya yang dihitung dengan *asset turnover* dimana penjualan dibagi dengan

rata-rata total aset. Semakin tinggi *asset turnover* menginterpretasikan bahwa perusahaan menggunakan asetnya dengan efisien sehingga menghasilkan penjualan yang lebih dari setiap rupiah dari aset.

3. *Financial leverage*

Hutang yang dipakai untuk menjalankan usaha yang dihitung dengan *equity multiplier* dimana rata-rata total aset dibagi dengan rata-rata total ekuitas.

Semakin tinggi *equity multiplier* menginterpretasikan bahwa aset perusahaan telah didanai oleh hutang.

Semakin tinggi ROE mengindikasikan bahwa perusahaan menggunakan dana investor secara efektif.

Penulis akan menghitung ROE dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$ROE = \frac{LABA\ BERSIH}{TOTAL\ EKUITAS}$$

Menurut Putri (2014), pemilihan ROA dan ROE sebagai proksi dari kinerja keuangan karena ROA dan ROE dianggap sesuai dalam mencerminkan usaha perusahaan dalam menghasilkan laba dari sumber daya yang dimiliki.

2.3 Penelitian Terdahulu

Berikut tabel penelitian terdahulu yang dijadikan acuan penulis dalam penelitian ini dan digunakan peneliti dalam menentukan variabel penelitian:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun penelitian	Judul/Topik Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Arifin dan Wardani (2016)	<i>Islamic corporate social responsibility disclosure, reputasi, dan kinerja keuangan: Studi pada bank syariah di Indonesia</i>	Variabel independen: ICSR Variabel dependen: Reputasi, ROA, dan ROE	Pengungkapan ICSR berpengaruh positif signifikan terhadap reputasi dan ROE tetapi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap ROA
2	Arshad, dkk (2012)	<i>Islamic corporate social responsibility, corporate reputation and performance</i>	Variabel independen: ICSR Variabel dependen: Reputasi dan Kinerja perusahaan	Kegiatan ICSR yang secara signifikan berhubungan positif dengan reputasi perusahaan dan kinerja perusahaan
3	Sidik dan Reskino (2016)	<i>Zakat and Islamic corporate social responsibility: Do these effect the performance of Sharia Banks?</i>	Variabel independen: Zakat dan ICSR Variabel dependen: Reputasi dan Kinerja perusahaan	Zakat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan dan kinerja perusahaan, ICSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan, dan ICSR memiliki hubungan positif namun tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan
4	Arsad, dkk (2014)	<i>The relationship between Islamic corporate social responsibility and Firm's performance: Empirical evidence from Shari'ah compliant companies</i>	Variabel independen: ICSR Variabel dependen: Kinerja perusahaan	Ada hubungan yang signifikan antara pengungkapan ICSR dan Kinerja perusahaan

5	Fauziah dan Yudho (2013)	Analisis pengungkapan tanggung jawab sosial perbankan syariah di Indonesia berdasarkan <i>Islamic social reporting indeks</i>	Membandingkan pengungkapan tanggung jawab sosial bank syariah di Indonesia berdasarkan indeks ISR	Skor indeks ISR tertinggi adalah Bank Muamalat Indonesia dan skor terendah adalah Bank Panin Syariah
6	Riswanti (2017)	Pengaruh <i>Islamic corporate social responsibility</i> , kinerja lingkungan terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan (Studi kasus pada bank umum syariah tahun 2011-2015)	Variabel independen: ICSR dan Kinerja lingkungan Variabel dependen: Profitabilitas dan Nilai perusahaan	ICSR berpengaruh signifikan positif terhadap profitabilitas, Kinerja lingkungan berpengaruh signifikan negatif terhadap profitabilitas, ICSR berpengaruh tidak signifikan positif terhadap nilai perusahaan, Kinerja lingkungan tidak berpengaruh tidak signifikan negatif terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas berpengaruh tidak signifikan negatif terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas tidak memediasi hubungan antara ICSR dan nilai perusahaan, dan Profitabilitas tidak memediasi hubungan antara kinerja lingkungan dan nilai perusahaan
7	Arsy (2015)	Pengaruh pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> terhadap <i>Return On Assets</i> (Studi Kasus Bank Umum Syariah di Indonesia)	Variabel independen: ISR Variabel dependen: ROA	Pengungkapan ISR tidak signifikan terhadap ROA

8	Ayuningtias (2016)	Pengaruh <i>Islamic social reporting</i> terhadap <i>Rreturn on asset</i> (ROA) Bank umum syari'ah di Indonesia periode 2011-2015	Variabel independen: ISR Variabel dependen: ROA	ISR tidak terbukti signifikan berpengaruh terhadap ROA bank umu syariah di Indonesia periode 2011-2015
9	Amirah dan Raharjo (2014)	Pengaruh Alokasi Dana Zakat Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah	Variabel independen: Penggunaan Dana Zakat Variabel dependen: Kinerja Keuangan Bank Syariah Variabel mediasi: Dana Pihak Ketiga	Zakat berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perbankan syariah, dana pihak ketiga secara penuh memediasi pengaruh alokasi dana zakat terhadap kinerja keuangan perbankan syariah pada periode 2009-2012
10	Rhamadhani (2016)	Pengaruh Zakat Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris pada Bank Umum Syariah di Indonesia)	Variabel independen: Zakat perusahaan Variabel dependen: Kinerja perusahaan (ROA)	Zakat berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan pada bank umum syariah di Indonesia pada periode 2011-2013

Arifin dan Wardani (2016) melakukan penelitian dengan judul “*Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure, Reputasi, dan Kinerja Keuangan: Studi pada Bank Syariah di Indonesia*”. Penelitian tersebut meneliti pengaruh ICSR terhadap reputasi korporasi, serta kinerja keuangan perusahaan yang diproxi kan dengan *Return On Assets* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE). Metode pemilihan sampel dalam penelitian tersebut adalah *purposive sampling* dengan kriterianya adalah bank umum syariah yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan menerbitkan *annual report* di website www.idx.co.id dan memperoleh jumlah sampel sebanyak 11 bank syariah. Pengujian tersebut dilakukan dengan menggunakan metode *content analysis* terhadap laporan keuangan tahunan pada

11 bank syariah di Indonesia selama periode tahun 2011, 2012, dan 2013. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa aktivitas pengungkapan ICSR dalam pelaporan keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap reputasi perusahaan dan ROE, namun pengungkapan ICSR tidak berpengaruh secara signifikan terhadap ROA.

Arshad, Othman dan Othman (2012) dengan judul "*Islamic Corporate Social Responsibility, Corporate Reputation and Performance*" melakukan pengujian untuk melihat pengaruh pengungkapan ICSR terhadap reputasi dan kinerja perusahaan. Sampel dalam penelitian tersebut terdiri dari semua bank syariah di Malaysia yaitu sebanyak 17 bank pada tahun 2008, 2009, dan 2010. Untuk tiga tahun sampel, diperoleh sampel sebanyak 50 kasus. Pendekatan penelitian menggunakan metode *content analysis* atas laporan keuangan tahunan bank syariah yang telah diterbitkan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan ICSR secara signifikan berhubungan positif dengan reputasi dan kinerja perusahaan.

Sementara itu Sidik dan Reskino (2016) dengan judul "*Zakat and Islamic Corporate Social Responsibility: Do These Effect the Performance of Sharia Banks?*" melakukan pengujian untuk melihat pengaruh zakat dan ICSR terhadap reputasi dan kinerja perusahaan. Data sampel secara selektif dikumpulkan dari 10 bank syariah di Indonesia pada periode 2011 sampai dengan 2014. Uji normalitas dan regresi logistik digunakan untuk menguji pengaruh zakat terhadap reputasi perusahaan, pengaruh ICSR terhadap reputasi perusahaan, pengaruh zakat terhadap kinerja perusahaan dan pengaruh ICSR terhadap kinerja perusahaan. Hasil

penelitian tersebut menunjukkan bahwa zakat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan, ICSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan, zakat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja suatu perusahaan, dan ICSR memiliki hubungan yang positif, namun tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Dalam penelitian Arsad dkk (2014) dengan judul “*The Relationship between Islamic Corporate Social Responsibility and Firm’s Performance: Empirical Evidence From Shari’ah Compliant Companies*” melakukan pengujian untuk melihat pengaruh ICSR dengan kinerja perusahaan. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan analisis pengungkapan tertimbang. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 114 *Shariah Compliant Companies* yang terdaftar di Bursa Malaysia yang dipilih berdasarkan kapitalisasi pasa besar yang berakhir pada tahun 2008 untuk periode dua tahun 2010 dan 2011. Sumber data menggunakan laporan tahunan perusahaan yang menjadi sampel penelitian. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara pengungkapan ICSR terhadap kinerja perusahaan.

Dalam penelitian Fauziah dan Yudho (2013) dengan judul “Analisis Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perbankan Syariah di Indonesia Berdasarkan *Islamic Reporting Indeks*” dilakukan pengujian untuk membandingkan pengungkapan tanggungjawab sosial bank syariah di Indonesia berdasarkan indeks ISR. Objek penelitian tersebut adalah 7 bank syariah di Indonesia. Penelitian tersebut menggunakan laporan tahunan pada periode 2011 yang dipublikasikan pada masing-masing bank yang menjadi sampel. Analisis

data dalam penelitian tersebut menggunakan *content analysis*. Hasil penelitian menunjukkan skor indek IRS tertinggi adalah Bank Muamalat Indonesia dengan skor 73% dan skor terendah adalah Bank Panin Syariah dengan skor 41%.

Riswanti (2017) dalam penelitiannya dengan judul “Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR), Kinerja Lingkungan Terhadap Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Bank Umum Syariah Tahun 2011-2016)” melakukan pengujian untuk mengetahui pengaruh ICSR dan kinerja lingkungan terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan. Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah 11 Bank Umum Syariah dengan periode penelitian tahun 2011 sampai dengan 2015. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah *path analysis* dengan software SPSS 21. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa ICSR berpengaruh signifikan positif terhadap profitabilitas, Kinerja lingkungan berpengaruh signifikan negatif terhadap profitabilitas, ICSR berpengaruh tidak signifikan positif terhadap nilai perusahaan, Kinerja lingkungan tidak berpengaruh tidak signifikan negatif terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas berpengaruh tidak signifikan negatif terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas tidak memediasi hubungan antara ICSR dan nilai perusahaan, dan Profitabilitas tidak memediasi hubungan antara kinerja lingkungan dan nilai perusahaan.

Arsy (2015) dalam penelitiannya dengan judul “Pengaruh Pengungkapan *Islamic Social Reporting* Terhadap *Return On Assets* (Studi Kasus Bank Umum Syariah di Indonesia)” melakukan penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengungkapan ISR terhadap ROA dengan menggunakan metode

analisis deskriptif dan analisis statistik. Data yang digunakan adalah data laporan tahunan dan laporan keuangan yang terdapat pada 8 bank umum syariah di Indonesia pada periode 2010 hingga 2013. Dalam penelitian tersebut ISR dihitung dengan indeksnya yang terdiri dari 6 tema pengungkapan yaitu Keuangan dan Investasi, Produk, Karyawan, Sosial, Lingkungan dan Tata Kelola Perusahaan. Masing-masing tema memiliki item penelitian yang totalnya mencapai 48 item penilaian. ROA dihitung dengan laba bersih dibagi total aset bank syariah. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan ISR tidak signifikan terhadap ROA.

Ayuningtias (2016) dalam penelitiannya dengan judul “Pengaruh *Islamic Social Responsibility* (ISR) Terhadap *Return On Asset* (ROA) Bank Umum Syari’ah di Indonesia periode 2011-2015” melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh ISR terhadap ROA pada bank umum syariah di Indonesia. Penelitian tersebut menggunakan sampel sebanyak 11 BUS yang terdaftar di Bank Indonesia pada tahun 2011-2015. Teknik penelitian tersebut menggunakan *purposive sampling* dengan menggunakan kriteria-kriteria yang telah ditentukan. Data yang digunakan adalah data sekunder yang berasal dari laporan tahunan (*annual report*) yang dipublikasikan oleh BUS. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa ISR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA.

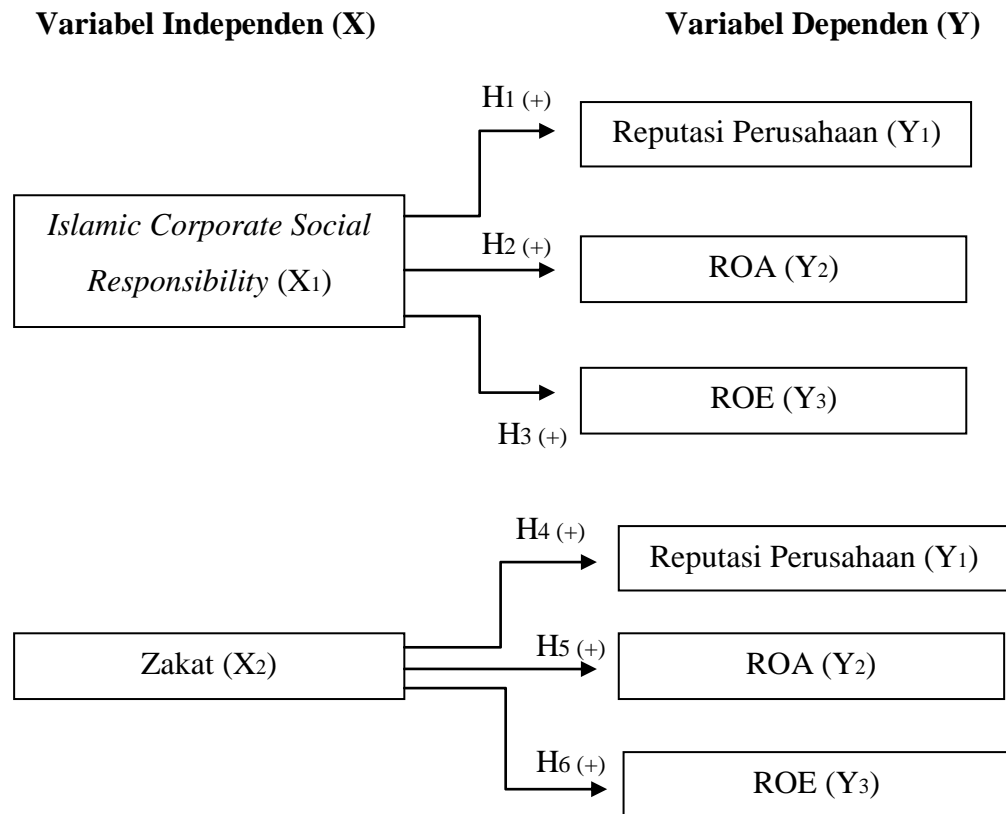
Dalam penelitian Amirah dan Raharjo (2014) dengan judul “Pengaruh Alokasi Dana Zakat Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah” melakukan penelitian untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh alokasi dana zakat dengan kinerja keuangan perbankan syariah pada periode 2009-2012. Pemilihan sampel

dilakukan dengan menggunakan *purposive sampling* dengan syarat semua perusahaan menerbitkan sumber dan penggunaan laporan dana zakat. Diperoleh sampel sebanyak 4 bank yaitu Bank Syariah Mandiri, Bank Muamalat, BRI Syariah, dan Bank Mega Syariah. Pengujian dilakukan dengan menggunakan efek mediasi *Partial Least Squares* (PLS), yaitu memasukkan Dana Pihak Ketiga sebagai variabel *intervening*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bank syariah tela menerapkan strategi pemasaran yang efektif melalui penyaluran zakat yang dilakukan serentak dalam rangka CSR dalam menarik investor untuk menginvestasikan dananya di bank syariah.

Rhamadhani (2016) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Zakat Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris pada Bank Umum Syariah di Indonesia)” melakukan penelitian untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh zakat terhadap kinerja perusahaan pada bank umum syariah di Indonesia. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data sekunder berupa laporan keuangan yang diperoleh dari situs resmi masing-masing BUS di Indonesia periode 2011-2013 yang dikumpulkan dengan melalui teknik dokumentasi berupa dokumen-dokumen dan laporan-laporan keuangan tahunan serta data lainnya yang berkaitan dengan penelitiannya. Metode yang digunakan adalah *purposive sampling* dan metode analisis yang digunakan dalam penelitiannya adalah analisis regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh signifikan antara zakat terhadap kinerja perusahaan yang diproksikan dengan ROA pada BUS di Indonesia.

2.4 Kerangka Pemikiran

Secara sederhana, kerangka pemikiran dalam penelitian ini ditunjukkan dengan bagan sebagai berikut:



Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran

Model penelitian dalam penelitian ini adalah pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* dan Zakat terhadap Reputasi, ROA, dan ROE. Dimana ICSR dan Zakat sebagai variabel independen, serta reputasi dan profitabilitas yang diproxy-kan dengan ROA dan ROE sebagai variabel dependen.

2.5 Hipotesis Penelitian

2.5.1 Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* Terhadap Reputasi Perusahaan

Menurut KBBI, reputasi adalah perbuatan dan sebagainya sebagai sebab mendapat nama baik. Brancoo dan Rodrigues (2006) dalam Arifin dan Wardani (2016) mencatat bahwa perusahaan yang mempunyai profil ICSR yang tinggi mampu mengadakan dan meningkatkan interaksi mereka dengan konsumen, pemasok, dan investor yang mana hasilnya meningkatkan reputasi mereka. Perusahaan tidak hanya meliputi manusia, tetapi juga lingkungan, alam dan Tuhan, dan akhirnya semua aktivitas didunia dipertanggungjawabkan dihadapan Allah SWT dimana Allah SWT sebagai *stakeholder* tertinggi (Sidik & Reskino, 2016). *Sharia Enterprise Theory (SET)* memahami pemangku kepentingan dari perspektif Islam sehingga SET mendukung adanya pengungkapan ICSR yang memang sesuai dengan syariat Islam.

Teori *Legitimacy* mendukung pengungkapan ICSR sesuai dengan syariat Islam akan memberikan manfaat dalam meningkatkan citra dan reputasi perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian Arifin dan Wardani (2016), Arshad,dkk (2012) dan Sidik dan Reskino (2016) menyatakan bahwa pengungkapan ICSR berpengaruh positif signifikan terhadap reputasi perusahaan.

Berdasarkan analisis dan penelitian terdahulu maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan

2.5.2 Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* Terhadap Profitabilitas

Laba atau *profit* merupakan indikator kesuksesan dari suatu badan usaha serta merupakan salah satu tujuan yang mendorong perusahaan untuk tetap bertahan dan berkembang lebih lanjut. Suatu perusahaan tidak akan bertahan dalam jangka panjang dan mencapai tujuannya sebagaimana yang telah direncanakan, bila perusahaan tidak mampu untuk menghasilkan laba (Almar dkk., 2012).

Teori *Stakeholder* mengemukakan bahwa ketika harapan para *stakeholder* dapat dipenuhi maka akan tercipta kinerja perusahaan yang luar biasa. Pelaksanaan pengungkapan ICSR pada perbankan syariah mendapat tanggapan positif dalam pertimbangan memilih jasa perbankan di Malaysia (Mansur, 2012).

Meskipun ICSR dapat meningkatkan profitabilitas seperti hasil penelitian Riswanti (2017), tetapi tujuan pemangku kepentingan di dalam perusahaan syariah maupun bank syariah tidak hanya berfokus pada orientasi laba semata, namun merupakan realisasi murni sebagai khalifah yang bertanggungjawab di muka bumi. Menurut Chapra (1992) dalam Arifin dan Wardani (2016) di dalam Islam, kegiatan usaha tidak diasumsikan hanya untuk kebutuhan dan keinginan material kegiatan tetapi harus dilakukan untuk memenuhi tanggung jawab agama juga. Menurut Putri (2014) pemilihan ROA dan ROE dianggap sesuai dalam mencerminkan usaha perusahaan dalam menghasilkan laba dari sumber daya yang dimiliki. Penelitian yang dilakukan Arifin dan Wardani (2016) menunjukkan bahwa ICSR berpengaruh positif signifikan terhadap ROE tetapi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap ROA. Hal tersebut sejalan dengan

penelitian Arsy (2015) dan Ayuningtias (2016) yang menunjukkan bahwa pengungkapan ISR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA.

Berdasarkan analisis dan penelitian terdahulu maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) berpengaruh positif terhadap *Return On Asset* (ROA)

H3: Pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) berpengaruh positif terhadap *Return On Equity* (ROE)

2.5.3 Pengaruh Zakat Terhadap Reputasi Perusahaan

Barney (1991) mengatakan bahwa reputasi merupakan salah satu elemen kunci *intangible resources* yang akan menjadi sumber dari penciptaan kondisi keunggulan daya saing berkelanjutan (*sustainable competitive advantage*) suatu perusahaan. Bank syariah, sebagai lembaga keuangan syariah memiliki tanggung jawab besar untuk berkontribusi dalam pemerataan pendapatan yang sama dalam masyarakat, menegakkan keadilan dalam perekonomian dan efisien dalam memobilisasi modal (Basah & Yusuf, 2013). Salah satu cara untuk mendistribusikan pendapatan secara adil dan merata adalah dengan membayar dan mendistribusikan zakat.

Sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku di Indonesia yaitu UU No.23/2011 tentang Pengelolaan zakat pada Pasal 4 (3) bahwa zakat mal merupakan harta yang dimiliki oleh muzaki perseorangan atau badan usaha, sedangkan Pasal 23 bahwa bukti setoran zakat digunakan sebagai penurunan

penghasilan kena pajak. Kedua pasal tersebut, mengakomodir perhitungan zakat perusahaan secara legal.

Selain untuk pemenuhan kewajiban dari perspektif agama, membayar zakat juga merupakan cara bagi bank syariah untuk mempertahankan citra perusahaan mereka, sehingga tercipta reputasi yang baik bagi perusahaan di mata *stakeholder*. Hal ini sesuai dengan Teori *Legitimacy* dimana zakat yang diberikan oleh perusahaan akan berdampak positif terhadap masyarakat yang dapat membentuk *image* atau reputasi dari perusahaan itu sendiri. Menurut Drever dkk (2007) dalam Sidik dan Reskino (2016), zakat dibayar, dikelola, didistribusikan dan dilaporkan perusahaan sebagai bagian dari CSR mereka yang akan menjadi sinyal positif kepada masyarakat sehingga menjadi salah satu yang dapat membantu perusahaan dalam meraih simpati dan dukungan dari *stakeholder*. Walaupun belum banyak studi yang meneliti efek zakat terhadap reputasi perusahaan, namun hal tersebut sejalan dengan penelitian Sidik dan Reskino (2016) menyatakan bahwa zakat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan.

Berdasarkan analisis dan penelitian terdahulu maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4: Zakat berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan

2.5.4 Pengaruh Zakat Terhadap Profitabilitas

Zakat dalam konsep Islam adalah suatu kewajiban bagi umat muslim baik individu maupun suatu entitas yang telah mencapai nishabnya. Sebagai suatu

kewajiban yang berkaitan erat dengan unsur sosial, zakat mempunyai hikmah dan manfaat yang memberikan keberkahan baik bagi pemberi maupun penerima zakat. Pemberi zakat akan mendapat keberkahan karena adanya nilai tambah atau reputasi baik sehingga berdampak pada peningkatan kinerja perusahaan atau profitabilitas perusahaan itu sendiri. Sedangkan pihak penerima akan merasa terbantu karena dapat mencukupi kebutuhan sehari-harinya dengan adanya zakat tersebut (Kurniawan & Suliyanto, 2013).

Distribusi zakat terhadap golongan masyarakat kurang mampu akan menjadi pendapatan yang membuat mereka memiliki daya beli atau akses pada perekonomian. Sementara itu, peningkatan penawaran akan terjadi karena zakat memberikan disinsentif bagi penumpukan harta diam (tidak diusahakan atau *idle*) dengan mengenakan ‘potongan’ sehingga mendorong harta untuk diusahakan dan dialirkan untuk investasi di sektor riil. Dan pada akhirnya, zakat berperan besar dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi makro (Fauzi, 2014).

Kedermawanan suatu perusahaan diwadahi dan dilambangkan sebagai zakat pengusaha maupun perusahaan. Zakat merupakan suatu kewajiban bagi umat muslim yang tergolong mampu (Hafiduddin, 2007).

Kinerja perusahaan yang bisa diukur dengan profitabilitas perusahaan merupakan hal penting yang harus dicapai oleh setiap perusahaan karena merupakan cerminan dari kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengalokasikan sumber daya. Keterkaitan antara kinerja perusahaan dan zakat adalah bahwa dengan kinerja yang baik maka bank akan cenderung mengeluarkan zakat sesuai dengan ketentuan agama (Rhamadhani, 2016). Hal ini sejalan dengan

penelitian Sidik dan Reskino (2016), Fauzi (2014) serta Amirah dan Raharjo (2014) menyatakan bahwa zakat memiliki efek positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan bank syariah di Indonesia. Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rhamdhani (2016) menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara zakat terhadap kinerja perusahaan yang diukur dengan ROA pada bank umum syariah di Indonesia. *Sharia Enterprise Teory* (SET) mendukung adanya pembayaran zakat oleh perbankan syariah karena memang pembayaran zakat tersebut merupakan bentuk kewajiban bagi muslim. Dan sesuai dengan Teori *Stakeholder* dalam pemenuhan keinginan para *stakeholder* yang berada dilingkup syariah pasti menginginkan aktivitas syariah seperti melakukan kewajiban yang dipercaya dalam mengelola sumber daya yang bersifat syariah dan melakukan praktik yang diperintahkan Allah SWT.

Berdasarkan analisis dan penelitian terdahulu maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H5 : Zakat berpengaruh positif terhadap *Return On Asset* (ROA)

H6 : Zakat berpengaruh positif terhadap *Return On Equity* (ROE)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011).

3.1.1 Variabel Independen (Bebas)

Variabel independen adalah variabel bebas atau variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Variabel independen (bebas) dalam penelitian ini adalah:

3.1.1.1 *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)*

ICSR diukur dengan menggunakan indeks *Islamic Social Reporting (ISR)*. Indeks ISR yang digunakan dipilih karena perusahaan yang diteliti adalah Bank Umum Syariah sehingga pengukuran indeks ISR lebih tepat digunakan karena diyakini sesuai dengan perspektif Islam. Kerangka indeks ISR yang diyakini dalam penelitian ini ada 6 tema menurut Othman dkk., (2009) dalam Riswanti (2017) yaitu: keuangan dan investasi, produk dan jasa, karyawan, masyarakat, lingkungan, dan tata kelola. Nilai ISR di peroleh dari hasil *content analysis* dengan memberi nilai pada setiap komponen ISR secara dikotomi, yaitu 1 apabila komponen tersebut diungkapkan dan 0 apabila tidak diungkapkan.

Rumus perhitungan pengungkapan ICSR adalah sebagai berikut:

$$ICSR = \frac{\text{Jumlah item yang diungkapkan}}{\text{Jumlah total item pengungkapan}}$$

Indeks ISR yang digunakan sebagai perhitungan untuk mengukur seberapa jauh bank syariah menerapkan prinsip Islam dalam pengungkapan ICSR ini terdiri dari 48 item yang merupakan tolak ukur pelaksanaan kinerja sosial perbankan syariah.

Berikut ini merupakan daftar indeks ISR yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3.1
Indeks ISR

<i>A. Finance and Investment Theme</i>	
A1	Kegiatan yang mengandung Riba
A2	Kegiatan yang mengandung ketidakjelasan (<i>gharar</i>)
A3	Zakat (jumlahnya dan penerima zakatnya)
A4	Kebijakan atas pembayaran tertunda dan penghapusan piutang tak tertagih
A5	Kegiatan investasi (secara umum)
A6	Proyek pembiayaan (secara umum)
<i>B. Product and Service Theme</i>	
B1	Persetujuan dewan pengawas syariah untuk suatu produk baru
B2	Definisi setiap produk
B3	Pelayanan atas keluhan konsumen
<i>C. Employee Theme</i>	
C1	Jam kerja karyawan
C2	Hari libur
C3	Tunjangan karyawan
C4	Pendidikan dan pelatihan karyawan (pengembangan SDM)
C5	Renumerasi karyawan
C6	Kesetaraan hak antara pria dan wanita
C7	Kesehatan dan keselamatan karyawan
C8	Keterlibatan karyawan
C9	Lingkungan kerja
C10	Karyawan dari kelompok khusus (misalnya cacat fisik atau mantan pengguna narkoba)
C11	Tempat beribadah yang memadai bagi karyawan

<i>D. Society (Community Involvement) Theme</i>	
D1	Pemberian donasi (sadaqah)
D2	Wakaf
D3	Pinjaman untuk kebaikan (<i>Qardh Hasan</i>)
D4	Sukarelawan dari kalangan karyawan
D5	Pemberian beasiswa sekolah
D6	Pemberdayaan kerja para lulusan sekolah/kuliah
D7	Pengembangan generasi muda
D8	Peningkatan kualitas hidup masyarakat
D9	Kepedulian terhadap anak-anak
D10	Menyokong kegiatan sosial kemasyarakatan/kesehatan/olahraga
<i>E. Environment Theme</i>	
E1	Konservasi lingkungan hidup
E2	Tidak membuat polusi lingkungan hidup
E3	Pendidikan mengenai lingkungan hidup
E4	Penghargaan/sertifikasi lingkungan hidup
E5	Sistem manajemen lingkungan
<i>F. Corporate Governance Theme</i>	
F1	Status kepatuhan terhadap syariah
F2	Rincian nama direksi/manajemen
F3	Profil jajaran direksi/manajemen
F4	Rincian tanggung jawab manajemen
F5	Pernyataan mengenai remunerasi manajemen
F6	Jumlah pelaksanaan rapat manajemen
F7	Rincian nama dewan pengawas syariah
F8	Profil dewan pengawas syariah
F9	Rincian tanggung jawab dewan pengawas syariah
F10	Pernyataan mengenai remunerasi dewan pengawas syariah
F11	Jumlah remunerasi rapat dewan pengawas syariah
F12	Struktur kepemilikan saham
F13	Kebijakan anti korupsi

Sumber: Riswanti (2017)

3.1.1.2 Zakat

Zakat diukur dengan menggunakan data pada zakat yang dibayarkan oleh perusahaan, umumnya di perusahaan zakat bank syariah diungkapkan dalam laporan laba rugi atau di laporan tahunannya. Zakat dihitung porsi 2,5% dari laba bersih setelah pajak untuk tahun tersebut. Zakat dalam penelitian ini menggunakan variabel *dummy* yaitu ketika perusahaan membayar zakat akan diberikan nilai 1 (satu), dan nilai 0 (nol) apabila tidak membayar zakat.

3.1.2 Variabel Dependen (Terikat)

Variabel dependen adalah variabel terikat atau variabel yang dipengaruhi oleh keberadaan variabel bebas. Variabel dependen (terikat) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.1.2.1 Reputasi Perusahaan

Untuk mengukur seberapa baik reputasi perusahaan, penelitian ini menggunakan GRI G4 sebagai dasar perhitungan indeks *Reputation score*. GRI merupakan singkatan dari *Global Reporting Initiative* yang menjadi pedoman dalam pelaporan keberlanjutan. Perhitungan skor menggunakan indeks GRI dipilih karena telah digunakan secara luas sebagai alat untuk meningkatkan kepercayaan pelaporan perusahaan secara global serta mendapatkan persepsi positif terhadap reputasi eksternal. Pengukuran indeks GRI ini juga telah dilakukan pada penelitian Arifin dan Wardani (2016) dan Arshads dkk (2012).

Indeks GRI G4 yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 22 item dari total item GRI G4 sebanyak 99 item. Indeks GRI yang digunakan dalam penelitian ini telah disesuaikan dengan kondisi perbankan yang dirumuskan oleh Trisnawati (2012) dalam penelitiannya.

Rumus perhitungan skor reputasi adalah sebagai berikut:

$$\text{Reputasi} = \frac{\text{Jumlah item yang diungkapkan}}{\text{Jumlah total item GRI}}$$

Berikut daftar indeks GRI G4 yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3.2
Indeks GRI

No	Indikator
	Kategori: Ekonomi
	Aspek: Kinerja Ekonomi
EC1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan.
EC2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim.
EC4	Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah.
	Aspek: Keberadaan di Pasar
	Aspek: Dampak Ekonomi Tidak Langsung
EC7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan.
EC8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak.
	Aspek: Kepatuhan
	Kategori: Sosial
	Sub-Kategori: Praktik Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Bekerja
	Aspek: Kepegawaian
LA1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah.
LA2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan.
	Aspek: Kesehatan dan Keselamatan Kerja
LA5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen-pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja.
LA8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja.

	Aspek: Pelatihan dan Pendidikan
LA10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti.
LA11	Persentase karyawan yang menerima revidu kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut gender dan kategori karyawan.
	Aspek: Keberagaman dan Kesetaraan Peluang
LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya.
	Aspek: Kesetaraan Remunerasi Perempuan dan Laki-laki
LA13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan.
	Aspek: Mekanisme Pengaduan Masalah Ketenagakerjaan
LA16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi.
	Sub-Kategori: Masyarakat
	Aspek: Anti-korupsi
SO4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan & prosedur anti-korupsi.
SO5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil.
	Aspek: Kebijakan Publik
SO6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/penerima manfaat.
	Aspek: Anti Persaingan
	Aspek: Kepatuhan
SO8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan.
	Sub-Kategori: Tanggung Jawab Atas Produk
	Aspek: Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan
PR1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan yang dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan.
	Aspek: Pelabelan Produk dan Jasa
PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis.
PR5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan.
PR8	Aspek: Privasi Pelanggan
	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan.

Sumber: Penulis (2018)

3.1.2.2 Profitabilitas

Profitabilitas dalam penelitian ini di *proxy*-kan dengan ROA dan ROE. Variabel ROA menunjukkan seberapa banyak laba bersih yang dapat diperoleh dari keseluruhan total aset yang dimiliki oleh perusahaan yang dihitung dengan membagi laba bersih dengan total aset. Variabel ROE menunjukkan pengembalian atas investasi pemegang saham yang dihitung dengan membagi laba bersih dengan total ekuitas.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perbankan syariah yang terdaftar di Bank Indonesia pada tahun 2014 sampai dengan tahun 2016. Metode pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pengambilan sampel bertujuan (*purposive sampling*), yaitu pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Sampel-sampel yang diambil harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. Perbankan Syariah yang terdaftar di Bank Indonesia pada tahun 2014 sampai dengan 2016
- b. Perbankan Syariah yang menerbitkan laporan tahunannya selama 3 tahun berturut-turut, yaitu tahun 2014, 2015 dan 2016, memiliki data keuangan dan data pasar yang lengkap pada website bank masing-masing

- c. Perbankan Syariah yang mengungkapkan CSR di dalam *annual reportnya* pada website bank masing-masing

Atas dasar kriteria tersebut diperoleh sampel sebagai berikut: (Daftar nama BUS terdapat dalam website resmi (Bank Indonesia, 2018))

Tabel 3.3
Proses Penyeleksian Kriteria Sampel

Bank Umum Syariah	Annual Report 2014-2016	Pengungkapan CSR
PT Bank BNI Syariah	YA	YA
PT Bank Mega Syariah	YA	YA
PT Bank Muamalat Indonesia	YA	YA
PT Bank Syariah Mandiri	YA	YA
PT Bank BCA Syariah	YA	YA
PT Bank BRI Syariah	YA	YA
PT Bank Jabar Banten Syariah	YA	YA
PT Bank Panin Dubai Syariah	YA	YA
PT Bank Syariah Bukopin	YA	YA
PT Bank Victoria Syariah	YA	-
PT Bank Maybank Syariah Indonesia	YA	YA
PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah	YA	YA
PT Bank Aceh Syariah	Baru terdaftar pada 2016	-
Jumlah	12 Bank	11 Bank

Sumber: Penulis, 2018

Sehingga setelah adanya proses penentuan sampel dengan tiga kriteria diatas, maka dapat diperoleh sampel sebanyak 11 Bank Umum Syariah yang memenuhi kriteria tersebut.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang dipakai dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang bersumber dari dokumentasi publikasi perusahaan. Menurut KBBI, data sekunder adalah data yang diperoleh seorang peneliti secara tidak langsung dari objeknya, tetapi melalui sumber lain baik lisan maupun tulisan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *annual report* pada tahun 2014, 2015, dan 2016 yang juga memuat pengungkapan pertanggungjawaban sosialnya. Data berupa laporan tahunan yang dipublikasikan oleh bank syariah diperoleh di website masing-masing bank syariah yang diteliti dan data yang ada di Bank Indonesia.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi pustaka, yaitu pengumpulan data dan informasi dengan mengolah data yang bersumber dari literatur, buku, jurnal, hasil dari penelitian terdahulu, serta media lainnya yang berhubungan dengan topik dalam penelitian ini. Penelitian ini juga menggunakan metode studi dokumentasi, yaitu mempelajari informasi yang terdapat dalam laporan tahunan (*annual report*) yang berasal dari *website* masing-masing bank syariah yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

3.5 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda (*Multiple Regression Analysis*). Analisis regresi berganda

digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, serta menunjukkan arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Analisis regresi dengan lebih dari satu variabel independen disebut dengan analisis regresi berganda (Widarjono, 2015). Regresi berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh antara beberapa variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) atau untuk mengetahui seberapa jauh perubahan variabel bebas (X) dalam mempengaruhi variabel terikat (Y).

Analisis regresi berganda menggunakan persamaan sebagai berikut:

$$Y1 = \alpha + \beta1X1 + \beta2X2 + e$$

$$Y2 = \alpha + \beta1X1 + \beta2X2 + e$$

$$Y3 = \alpha + \beta1X1 + \beta2X2 + e$$

Keterangan:

Y1 : Reputasi Perusahaan

Y2 : *Return On Asset*

Y3 : *Return On Equity*

α : Konstanta

β : Koefisien Regresi Model

X1 : *Islamic Corporate Social Responsibility*

X2 : Zakat

e : Error term model (variabel residual)

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan data yang akan di analisis. Analisis deskriptif akan memberikan gambaran suatu data yang diperoleh dari nilai rata-rata, *standar deviasi*, maksimum, minimum dari variabel-variabel yang diteliti (Umar, 2010).

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Untuk memenuhi syarat pengujian model regresi terhadap hipotesis maka harus memenuhi beberapa asumsi yang disebut asumsi klasik. Hal ini dilakukan agar menghindari perolehan yang bias. Berikut pengujian asumsi klasik data yang harus dilakukan sebelum melakukan pengujian analisis regresi berganda.

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi untuk mengetahui apakahtiap variabel dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2011). Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan histogram dan metode *Kolmogorov-Smirnov* dengan nilai $p > 0,05$ ($p > 0,05$) maka model analisis regresi dikatakan berdistribusi normal.

3.5.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berfungsi untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya hubungan antara variabel-variabel bebas atau independen (Ghozali, 2011). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas atau independen. Uji ini dilakukan dengan mencari nilai VIF (*Variances Inflation Factor*) dan *Tolerance*. Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi karena nilai $VIF = 1/tolerance$. Kriteria pengambilan keputusan dengan nilai VIF dan *tolerance* adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai *tolerance* $\geq 0,10$ atau nilai VIF ≤ 10 , mengartikan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.
- b) Jika nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau nilai VIF ≥ 10 , mengartikan bahwa telah terjadi multikolinearitas.

3.5.2.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi berfungsi untuk menguji agar mengetahui apakah ada korelasi variabel yang ada didalam model prediksi dengan perubahan waktu. Dalam penelitian ini untuk menguji autokorelasi menggunakan metode uji *Durbin Watson*.

3.5.2.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berfungsi untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke satu pengamatan yang lain

(Ghozali, 2011). Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas menggunakan grafik *Scatter-Plot* dan Uji Glejser. Pada pengujian dengan menggunakan *scatter-plot* jika titik pada grafik menyebar secara acak (*random*) diatas maupun dibawah nol pada sumbu Y, berarti tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada pengujian dengan menggunakan uji glejser jika nilai sig > 0,05, berarti tidak terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadinya heteroskedastisitas.

3.5.3 Uji Hipotesis

3.5.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi linier berganda untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen yang sebelumnya harus lolos uji asumsi klasik.

3.5.3.1.1 Analisis Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi berfungsi untuk menguji agar mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Uji koefisien determinasi ini dapat dilihat dari seberapa besar variabel bebas (independen) yang digunakan dalam penelitian mampu untuk menjelaskan variabel terikat (dependen). Uji koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai R^2 terletak antara 0 sampai dengan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$).

3.5.3.1.2 Uji Statistik t

Uji signifikansi t digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh masing-masing variabel independen dengan variabel dependen pada model regresi. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ($\alpha= 5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

1. H0 ditolak jika *p-value (significant- t)* $< 0,05$ dan koefisien regresi sesuai dengan yang diprediksi.
2. H0 gagal ditolak jika *p-value (significant- t)* $> 0,05$ dan koefisien regresi tidak sesuai dengan yang diprediksi.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji bagaimana *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) dan zakat dapat mempengaruhi reputasi dan *profitabilitas* perbankan syariah yang ada di Indonesia saat ini. Dalam penelitian ini, data yang digunakan merupakan data yang berasal dari *annual report* perusahaan. Objek penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah industri perbankan syariah yang ada di Indonesia. Pada saat ini, perbankan syariah di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup terlihat dimana bank-bank syariah sudah banyak tersebar di hampir seluruh penjuru di Indonesia. Perkembangan perbankan syariah di Indonesia dikarenakan sudah mulai bermunculan kesadaran masyarakat muslim di Indonesia akan pentingnya prinsip-prinsip islami yang tertuang dalam prinsip perbankan syariah. Prinsip perbankan syariah pada dasarnya tidak mengenal adanya konsep bunga uang tetapi diganti dengan prinsip bagi hasil karena adanya kemitraan/kerjasama (*mudharabah* dan *musyarakah*) dan peminjaman uang yang hanya memungkinkan untuk tujuan sosial tanpa adanya imbalan apapun.

Menurut data terbaru terdapat 13 perbankan syariah yang terdapat di Indonesia. Periode tahun yang digunakan adalah tahun 2014-2016. Berdasarkan *purposive sampling*, dengan kriteria sampel yang telah ditentukan diperoleh sampel yang layak dijadikan objek penelitian adalah sebanyak 11 Bank Umum

Syariah (BUS) dari populasi sebanyak 13 BUS yang memenuhi kriteria peneliti. Tabel 4.1 berikut menampilkan nama-nama sampel perbankan syariah yang menjadi objek penelitian ini:

Tabel 4.1
Daftar Nama Perbankan Syariah

No.	Nama Bank Umum Syariah	Annual Report
1	PT Bank BNI Syariah	2014-2016
2	PT Bank Mega Syariah	2014-2016
3	PT Bank Muamalat Indonesia	2014-2016
4	PT Bank BCA Syariah	2014-2016
5	PT Bank BRI Syariah	2014-2016
6	PT Bank Panin Dubai Syariah	2014-2016
7	PT Bank Syariah Bukopin	2014-2016
8	Bank Syariah Mandiri	2014-2016
9	PT Bank Maybank Syariah Indonesia	2014-2016
10	PT Bank BJB Syariah	2014-2016
11	BTPN Syariah	2014-2016

Sumber: (Bank Indonesia, 2018)

Berdasarkan informasi data dari bank-bank yang digunakan sebagai sampel, maka dilakukan pengukuran *Islamic Corporate Social Responsibility* berdasarkan ISR Indeks, Zakat dengan variabel *dummy*, Reputasi perusahaan berdasarkan GRI Indeks, dan *Profitabilitas* yang diproxikan dengan ROA dan ROE. Hasil dari data tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.2 berikut:

Tabel 4.2
Data Penelitian

NAMA BANK	TAHUN	VARIABEL INDEPENDEN		VARIABEL DEPENDEN		
		ICSR	ZAKAT	ROA	ROE	REPUTASI
BCA SYARIAH	2014	0,4791666	1	0,008	0,0290	0,363636364
	2015	0,5	1	0,01	0,0320	0,363636364
	2016	0,5833333	1	0,011	0,0350	0,409090909
BNI SYARIAH	2014	0,6875	1	0,0127	0,1083	0,818181818
	2015	0,7291666	1	0,0143	0,1139	0,863636364
	2016	0,7708333	1	0,0144	0,1194	0,954545455
BRI SYARIAH	2014	0,4791666	1	0,0008	0,0044	0,363636364
	2015	0,5416666	1	0,0077	0,0633	0,454545455
	2016	0,7083333	1	0,0095	0,0740	0,590909091
BSM	2014	0,6458333	1	0,0017	0,0149	0,545454545
	2015	0,7291666	1	0,0056	0,0592	0,681818182
	2016	0,7708333	1	0,0059	0,0581	0,727272727
BUKOPIN	2014	0,4375	1	0,0027	0,0239	0,409090909
	2015	0,4375	1	0,0079	0,0535	0,863636364
	2016	0,625	1	0,0076	0,0515	0,545454545
MAYBANK SYARIAH	2014	0,4583333	1	0,0361	0,0683	0,545454545
	2015	0,2916666	0	-0,2013	-0,3204	0,181818182
	2016	0,3333333	0	-0,0951	-0,2762	0,363636364
MEGA SYARIAH	2014	0,2708333	1	0,0029	0,0250	0,227272727
	2015	0,3333333	1	0,003	0,0161	0,363636364
	2016	0,5833333	1	0,0263	0,1197	0,863636364
MUAMALAT	2014	0,625	1	0,0017	0,0213	0,727272727
	2015	0,6458333	1	0,002	0,0278	0,772727273
	2016	0,7083333	1	0,0022	0,0300	0,909090909

Tabel 4.2
Data Penelitian (Lanjutan)

PANIN SYARIAH	2014	0,54166666	1	0,0199	0,0701	0,454545455
	2015	0,52083333	1	0,0114	0,0494	0,590909091
	2016	0,5625	1	0,0037	0,0176	0,727272727
BJB SYARIAH	2014	0,41666666	1	0,0072	0,0373	0,454545455
	2015	0,33333333	1	0,0025	0,0092	0,409090909
	2016	0,52083333	0	-0,0809	-0,4905	0,5
BTPN SYARIAH	2014	0,70833333	1	0,0423	0,1375	0,681818182
	2015	0,75	1	0,0524	0,1789	0,818181818
	2016	0,79166666	1	0,0898	0,3171	0,863636364

Sumber: Data yang diolah, 2018

4.2 Metode Analisis Data

Selama tahun 2014 sampai dengan tahun 2016, sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 11 perbankan syariah yang telah memenuhi syarat kriteria sampel. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan pemilihan sampel yang diperoleh dengan menggunakan kriteria tertentu yaitu perbankan syariah yang terdaftar di Indonesia pada periode 2014 sampai dengan 2016, perbankan syariah yang menerbitkan laporan tahunannya selama 3 tahun berturut-turut yaitu 2014, 2015, dan 2016 yang memiliki data keuangan dan data pasar yang lengkap pada website bank masing-masing, dan perbankan syariah yang mengungkapkan CSR di dalam laporan tahunannya pada bank masing-masing.

Hasil penelitian ini berupa informasi untuk menguji apakah ICSR dan Zakat berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas yang diproxikan dengan ROA dan ROE serta Reputasi perusahaan. Sesuai dengan penjelasan permasalahan dan metode yang telah dikemukakan, serta untuk kepentingan pengujian hipotesis maka teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik melalui program SPSS versi 22.0. Berikut hasil penelitian ini:

4.3 Analisis Statistik Deskriptif

Berikut adalah hasil statistik deskriptif pada variabel ICSR, Zakat, ROA, ROE, dan Reputasi bank syariah di Indonesia tahun 2014-2016.

Tabel 4.3.
Hasil Statistik Deskriptif Variabel

Descriptive Statistics			
Variable	Mean	Std. Deviation	n
Reputasi (Y1)	.58815	.214089	33
ROA (Y2)	.00139	.047590	33
ROE (Y3)	.02662	.141806	33
ICSR (X1)	.56124	.151395	33
Zakat (X2)	.90909	.291937	33

Sumber: Output SPSS yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 4.3 diatas dapat disimpulkan deskriptif masing-masing variabel sebagai berikut:

1. Reputasi (Y1)

Raputasi dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan indeks GRI-G4 sebanyak 22 item yang telah disesuaikan dengan kondisi perbankan. Dari hasil analisis data diatas ditunjukkan bahwa ukuran reputasi pada sampel

bank syariah di Indonesia memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,58815 dan nilai standar deviasi atau simpangan baku adalah sebesar 0,214089 lebih kecil dari nilai *mean* yang berarti bahwa tingkat sebaran reputasi memiliki variasi yang kecil atau bisa dikatakan data tersebut homo.

2. ROA (Y2)

ROA dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan rumus laba bersih dibagi dengan total aset yang terdapat didalam laporan tahunan perbankan syariah. Dari hasil analisis data diatas ditunjukkan bahwa ROA pada sampel bank syariah di Indonesia memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,00139 dan nilai standar deviasi atau simpangan baku adalah sebesar 0,047590 lebih besar dari nilai *mean* yang berarti bahwa tingkat sebaran ROA memiliki variasi yang besar atau bisa dikatakan data tersebut hetero.

3. ROE (Y3)

ROE dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan rumus laba bersih dibagi dengan total ekuitas yang terdapat dalam laporan tahunan perbankan syariah. Dari hasil analisis data diatas ditunjukkan bahwa ROE pada sampel bank syariah di Indonesia memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,02662 dan nilai standar deviasi atau simpangan baku adalah sebesar 0,141806 lebih besar dari nilai *mean* yang berarti bahwa tingkat sebaran ROE memiliki variasi yang besar atau bisa dikatakan data tersebut hetero.

4. *Islamic Corporate Social Responsibility / ICSR (X1)*

ICSR dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan indeks ISR dengan total item pengungkapan sebanyak 48 item. Dari hasil analisis data diatas ditunjukkan bahwa ICSR pada sampel bank syariah di Indonesia memiliki nilai rata-rata sebesar 0,56124 dan standar deviasi atau simpangan baku adalah sebesar 0,151395 lebih kecil dari nilai *mean* yang berarti bahwa tingkat sebaran ICSR memiliki variasi yang kecil atau bisa dikatakan data tersebut homo.

5. Zakat (X2)

Zakat dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan rumus laba bersih setelah pajak x tarif pajak sebesar 2,5%. Dari hasil analisis data diatas ditunjukkan bahwa Zakat pada sampel bank syariah di Indonesia memiliki rata-rata sebesar 0,90909 dan standar deviasi atau simpangan baku adalah sebesar 0,291937 lebih kecil dari nilai *mean* yang berarti bahwa tingkat sebaran zakat memiliki variasi yang kecil atau bisa dikatakan data tersebut homo.

4.4 Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil pengujian segala penyimpangan klasik terhadap penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji agar mengetahui apakah model regresi variabel terikat (dependen) memiliki distribusi data normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal. Penelitian ini menggunakan analisis histogram dan Uji *Kolmogorov-Smirnov* dalam melakukan uji normalitas. Hasil dari uji normalitas dengan menggunakan histogram dapat dilihat di lampiran 6. Dari lampiran 6 dapat dilihat bahwa residual terdistribusi secara normal baik Reputasi, ROA maupun ROE dan berbentuk simetris tidak menceng ke kanan atau ke kiri. Hal tersebut juga dapat dipertegas dengan hasil pengujian *Kolmogorov-Smirnov* pada Tabel 4.4 berikut dimana nilai semua variabel $p > 0,05$ yang berarti bahwa semua variabel terdistribusi secara normal. Hasil pengujian *Kolmogorov-Smirnov* secara lengkap dapat dilihat di lampiran 7.

Tabel 4.4
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

	Reputasi	ROA	ROE
n	33	33	33
Asymp. Sig (2-tailed)	.200 ^{c,d}	.093 ^c	.085 ^c

Sumber: Output SPSS yang diolah, 2018

4.4.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji agar mengetahui apakah didalam sebuah model regresi ada interkorelasi atau kolinearitas antar variabel bebas (independen) atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi interkorelasi atau kolinearitas di antara variabel bebas (independen). Uji

multikolinearitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat sebagai berikut:

Dari Tabel 4.5 berikut dapat dilihat bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar 1,169 atau kurang dari 10 dan nilai *Tolerance* sebesar 0,855 atau lebih dari 0,01 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas. Hal ini juga dapat dipertegas dengan nilai *Standar Error* dan *Beta* pada masing-masing variabel bebas (independen) yang kurang dari 1.

Tabel 4.5
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
ICSR	.855	1.169
Zakat	.855	1.169

Sumber: Output SPSS yang diolah, 2018

4.4.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji agar mengetahui apakah ada korelasi variabel yang ada didalam model prediksi dengan perubahan waktu. Dalam penelitian ini pengujian autokorelasi dilakukan dengan menggunakan metode uji *Durbin Watson*. Hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada Tabel 4.6, Tabel 4.7 dan Tabel 4.8. Pada pengujian autokorelasi pada penelitian ini nilai k adalah 3 (jumlah variabel independen) dan n (jumlah sampel) 33. Dengan menggunakan data tersebut maka diperoleh nilai $d_U = 1,5770$ dan $d_L = 1,3212$. Pada Tabel 4.6 dengan menggunakan uji *Durbin-Watson* diperoleh angka *Durbin-Watson* sebesar 1,753

yang terletak diantara d_U dan $4-d_U$ ($1,5770 - 2,423$) sehingga tidak ada masalah autokorelasi. Pada Tabel 4.7, angka *Durbin-Watson* yang diperoleh adalah sebesar 1,732 yang terletak diantara d_U dan $4-d_U$ ($1,5770 - 2,423$) sehingga tidak ada masalah autokorelasi. Pada Tabel 4.8, angka *Durbin-Watson* yang diperoleh adalah sebesar 1,620 yang terletak diantara d_U dan $4-d_U$ ($1,5770 - 2,423$) dan angka tersebut juga menunjukkan tidak ada masalah autokorelasi.

Tabel 4.6
Hasil Uji Autokorelasi Reputasi

Model	Durbin-Watson
1	1.753

Predictors: (Constant), Zakat, ICSR
Dependent Variable: Reputasi

Sumber: Output SPSS yang diolah, 2018

Tabel 4.7
Hasil Uji Autokorelasi ROA

Model	Durbin-Watson
1	1.732

Predictors: (Constant), Zakat, ICSR
Dependent Variable: ROA

Sumber: Output SPSS yang diolah, 2018

Tabel 4.8
Hasil Uji Autokorelasi ROE

Model	Durbin-Watson
1	1.620

Predictors: (Constant), Zakat, ICSR
Dependent Variable: ROE

Sumber: Output SPSS yang diolah, 2018

4.4.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji agar mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan Uji *Scatter-Plot* dan Uji Glejser.

Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan *Scatter-Plot* dapat dilihat di lampiran 10. Dari hasil uji heteroskedastisitas dengan *Scatter-Plot* pada lampiran 10 dapat dilihat bahwa titik-titik pada setiap tabel menyebar secara acak (*random*). Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. Hal tersebut juga dapat dipertegas dengan hasil pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Glejser.

Dari Tabel 4.9 dapat dilihat hasil uji Glejser yang didapatkan pada variabel dependen reputasi. Nilai sig pada variabel independen ICSR adalah sebesar 0,886 ($\text{sig} > 0,05$) dan nilai sig pada variabel independen Zakat adalah sebesar 0,202 ($\text{sig} > 0,05$) yang berarti bahwa data penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Dari Tabel 4.10 dapat dilihat hasil uji glejser yang didapatkan pada variabel dependen ROA. Nilai sig pada variabel independen ICSR adalah sebesar 0,353 ($\text{sig} > 0,05$) dan nilai sig pada variabel independen Zakat adalah sebesar 0,159 ($\text{sig} > 0,05$) yang berarti bahwa data penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Dari Tabel 4.11 dapat dilihat hasil uji glejser yang didapatkan pada variabel dependen ROE. Nilai sig pada variabel independen ICSR adalah sebesar 0,829 ($\text{sig} > 0,05$) dan nilai sig pada variabel independen Zakat adalah sebesar 0,384

(sig > 0,05) yang berarti bahwa data penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Tabel 4.9
Hasil Uji Glejser pada Variabel Reputasi

Model		Sig
1	(Constant)	,383
	ICSR	,886
	Zakat	,202

Dependent Variable: Reputasi

Sumber: Output SPSS yang diolah, 2018

Tabel 4.10
Hasil Uji Glejser pada Variabel ROA

Model		Sig
1	(Constant)	,241
	ICSR	,353
	Zakat	,159

Dependent Variable: ROA

Sumber: Output SPSS yang diolah, 2018

Tabel 4.11
Hasil Uji Glejser pada Variabel ROE

Model		Sig
1	(Constant)	,114
	ICSR	,829
	Zakat	,384

Dependent Variable: ROE

Sumber: Output SPSS yang diolah, 2018

4.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui dan membuktikan apakah ICSR dan Zakat berpengaruh signifikan terhadap Reputasi, ROA dan ROE pada perbankan syariah di Indonesia.

4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan analisis regresi linier berganda (*multiple regression*).

4.5.1.1 Reputasi (Y1)

Dari Tabel 4.12 dihasilkan perhitungan konstanta dan koefisien regresi model (beta) masing-masing variabel sehingga dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y1 = -0,061 + 1,072X1 + 0,052X2$$

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda tersebut di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar -0,061 menunjukkan bahwa jika variabel-variabel independen (ICSR dan Zakat) diasumsikan tidak mengalami perubahan (konstan) maka nilai Y1 (Reputasi) adalah sebesar -0,061 satuan.
2. Koefisien variabel ICSR (X1) sebesar 1,072 berarti setiap kenaikan variabel ICSR sebesar 1 satuan, maka Reputasi akan turun sebesar 1,072 satuan dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.
3. Koefisien variabel Zakat (X2) sebesar 0,052 berarti setiap kenaikan variabel Zakat sebesar 1 satuan, maka Reputasi akan turun sebesar 0,052

satuan dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.

Tabel 4.12

Hasil Analisis Regresi Berganda Variabel Reputasi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.061	.102		-.595	.557
ICSR	1,072	.172	.758	6,235	.000
Zakat	.052	.089	.071	.586	.562

Dependent Variable: Reputasi

Sumber: Output SPSS yang diolah, 2018

4.5.1.2 ROA (Y2)

Dari rangkuman Tabel 4.13 dihasilkan perhitungan konstanta dan koefisien regresi model (beta) masing-masing variabel sehingga dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y_2 = -0,152 + 0,068X_1 + 0,126X_2$$

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda tersebut di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar -0,152 menunjukkan bahwa jika variabel-variabel independen (ICSR dan Zakat) diasumsikan tidak mengalami perubahan (konstan) maka nilai Y2 (ROA) adalah sebesar -0,152 satuan.
2. Koefisien variabel ICSR (X1) sebesar 0,068 berarti setiap kenaikan variabel ICSR sebesar 1 satuan, maka ROA akan turun sebesar 0,068 satuan dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.
3. Koefisien variabel Zakat (X2) sebesar 0,126 berarti setiap kenaikan variabel Zakat sebesar 1 satuan, maka ROA akan turun sebesar 0,126 satuan dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.

Tabel 4.13

Hasil Analisis Regresi Berganda Variabel ROA

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.152	.017		-8.696	.000
ICSR	.068	.029	.218	2.334	.026
Zakat	.126	.015	.775	8.312	.000

Dependent Variable: ROA

Sumber: Output SPSS yang diolah, 2018

4.5.1.3 ROE (Y3)

Dari rangkuman Tabel 4.14 dihasilkan perhitungan konstanta dan koefisien regresi model (beta) masing-masing variabel sehingga dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y3 = -0,441 + 0,205X1 + 0,387X2$$

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda tersebut di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar -0,441 menunjukkan bahwa jika variabel-variabel independen (ICSR dan Zakat) diasumsikan tidak mengalami perubahan (konstan) maka nilai Y2 (ROE) adalah sebesar -0,441 satuan.
2. Koefisien variabel ICSR (X1) sebesar 0,205 berarti setiap kenaikan variabel ICSR sebesar 1 satuan, maka ROE akan turun sebesar 0,205 satuan dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.
3. Koefisien variabel Zakat (X2) sebesar 0,387 berarti setiap kenaikan variabel Zakat sebesar 1 satuan, maka ROE akan turun sebesar 0,387satuan dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.

Tabel 4.14
Hasil Analisis Regresi Berganda Variabel ROE

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.441	.047		-9.350	.000
ICSR	.205	.079	.219	2.592	.015
Zakat	.387	.041	.798	9.445	.000

Dependent Variable: ROE

Sumber: Output SPSS yang diolah, 2018

4.5.1.4 Analisis Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk menguji agar mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Uji koefisien determinasi ini dapat dilihat dari seberapa besar variabel bebas (independen) yang digunakan dalam penelitian mampu untuk menjelaskan variabel terikat (dependen). Uji koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai R^2 terletak antara 0 sampai dengan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$).

Dari Tabel 4.15 dapat dilihat hasil pengujian regresi pada variabel Reputasi diperoleh koefisien korelasi (R) sebesar 0,788 dan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,621 yang berarti bahwa secara statistik variabel independen yakni ICSR dan Zakat mampu menjelaskan variabel dependen Reputasi sebesar 62,10%, sedang yang 37,90% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Dari Tabel 4.16 hasil pengujian regresi pada variabel ROA diperoleh koefisien korelasi (R) sebesar 0,881 dan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,777

yang berarti bahwa secara statistik variabel independen yakni ICSR dan Zakat mampu menjelaskan variabel dependen ROA sebesar 77,70%, sedang yang 22,30% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Dari Tabel 4.17 hasil pengujian regresi pada variabel ROE diperoleh koefisien korelasi (R) sebesar 0,904 dan koefisien determinasi (R²) sebesar 0,817 yang berarti bahwa secara statistik variabel independen yakni ICSR dan Zakat mampu menjelaskan variabel dependen ROE sebesar 81,70%, sedang yang 18,30% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Hasil lengkap dari pengujian koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel-tabel berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi Reputasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.788	.621	.595	.136176

Predictors: (Constant), Zakat, ICSR
Dependent Variable: Reputasi

Sumber: Output SPSS yang diolah, 2018

Tabel 4.16
Hasil Uji Koefisien Determinasi ROA

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.881	.777	.762	.023221

Predictors: (Constant), Zakat, ICSR
Dependent Variable: ROA

Sumber: Output SPSS yang diolah, 2018

Tabel 4.17
Hasil Uji Koefisien Determinasi ROE

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.904	.817	.805	.062655

Predictors: (Constant), Zakat, ICSR
Dependent Variable: ROE

Sumber: Output SPSS yang diolah, 2018

4.5.1.5 Uji Statistik t

Pengujian hipotesis dengan uji statistik t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas (independen) secara individual dalam menerangkan variabel terikat (dependen).

Maka digunakan uji t, dimana: $df = n - k$, $n = 33$, $k = 2$, $df = 31$, sehingga $t_{tabel} = 2,03951$. Taraf signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5% ($p < 0,05$).

Tabel 4.18 dibawah ini menyajikan hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik t sebagai berikut:

Tabel 4.18
Hasil Uji Statistik t

Hipotesa	t tabel	t hitung	p-value	β	Hasil
H1	2.03951	6.235	.000	1.072	Berhubungan Positif, Signifikan
H2	2.03951	2.334	.026	.068	Berhubungan Positif, Signifikan
H3	2.03951	2.592	.015	.205	Berhubungan Positif, Signifikan
H4	2.03951	.586	.562	.052	Tidak Berhubungan
H5	2.03951	8.312	.000	.126	Berhubungan Positif, Signifikan
H6	2.03951	9.445	.000	.387	Berhubungan Positif, Signifikan

Sumber: Penulis, 2018

4.5.1.5.1 Pengaruh ICSR Terhadap Reputasi Perusahaan

Berdasarkan Tabel 4.18 pada H1 diperoleh nilai $t_{hitung} = 6,235$ dan nilai koefisien beta (β_1) = 1,072 dengan *p-value* 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga H_0 ditolak dan nilai *p-value* lebih kecil dari tarif signifikansi yang ditentukan yaitu $p < 0,05$ sehingga signifikan dan koefisien beta (β_1) tersebut arahnya positif. Hasil ini menunjukkan bahwa pengungkapan ICSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Arifin dan Wardani (2016) yang mengindikasikan bahwa bank syariah yang mempunyai tingkat pengungkapan ICSR tinggi mempunyai reputasi yang tinggi pula. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Arshad dkk. (2012) yang menemukan bahwa manajemen memandang pengungkapan informasi ICSR sebagai potensi yang cukup dalam mengkomunikasikan bahwa perusahaan mereka bertanggungjawab secara sosial dan peka terhadap berbagai keprihatinan pemangku kepentingan dari perspektif Islam sehingga memberikan dampak positif dalam membangun reputasi

perusahaan. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sidik dan Reskino (2016) yang menemukan bahwa pengungkapan ICSR memiliki efek positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan teori *Legitimacy* yang mendukung pengungkapan ICSR sesuai dengan syariat Islam akan memberikan manfaat dalam meningkatkan citra dan reputasi perusahaan. Perusahaan yang mampu berinteraksi dengan lingkungannya dengan sangat baik akan meningkatkan kepercayaan pihak-pihak disekitar perusahaan sehingga dapat berkomunikasi dengan lancar dan akan mempengaruhi reputasi dari perusahaan tersebut.

4.5.1.5.2 Pengaruh ICSR Terhadap Profitabilitas

4.5.1.5.2.1 Pengaruh ICSR Terhadap ROA

Berdasarkan Tabel 4.18 pada H2 diperoleh nilai $t_{hitung} = 2,334$ dan nilai koefisien beta (β_1) = 0,068 dengan *p-value* 0,026. Ternyata hasil tersebut menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga H_0 ditolak dan nilai *p-value* lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditentukan yaitu $p < 0,05$ sehingga signifikan dan koefisien beta (β_1) tersebut arahnya positif. Hasil ini menunjukkan bahwa pengungkapan ICSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Riswanti (2017) yang menyimpulkan bahwa ICSR berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap profitabilitas yang khususnya ROA. Penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Putri dkk. (2014) yang menyatakan bahwa aktivitas tanggung jawab sosial berpengaruh signifikan terhadap kenaikan ROA.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arshad dkk. (2012) yang menemukan bahwa ICSR menjadi sumber daya perusahaan yang mampu memenuhi harapan pemangku kepentingan untuk mencapai keberlanjutan ekonomi bagi perusahaan sehingga memberikan dampak positif terhadap kinerja perusahaan terutama ROA.

Meski hasil penelitian ini mendukung beberapa penelitian terdahulu akan tetapi penelitian ini tidak mendukung penelitian Ayuningtias (2016) dan Arsy (2015) yang menemukan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial secara islami tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA. Hasil penelitian ini juga tidak sejalan dengan penelitian Arifin dan Wardani (2016) yang mengatakan bahwa informasi bank syariah yang diungkapkan dalam ICSR tidak banyak dikaitkan dengan aktivitas perolehan laba atas aktiva yang digunakan.

Meski hasil penelitian ini berbeda dengan beberapa penelitian terdahulu, penelitian ini telah sesuai dengan teori *Stakeholder* yang mengemukakan bahwa ketika harapan para *stakeholder* dapat dipenuhi maka akan tercipta kinerja perusahaan yang luar biasa. Para *Stakeholder* muslim tentunya menginginkan inisiatif pengungkapan ICSR yang sesuai konsep Islam untuk merefleksikan akuntabilitas dan etika bank ke *stakeholdernya*. Perusahaan yang mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunannya akan semakin meningkatkan profitabilitas perusahaannya, hal tersebut dapat terjadi karena aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan merupakan investasi bagi perusahaan demi keberlangsungan dan pertumbuhan perusahaan.

4.5.1.5.2.2 Pengaruh ICSR Terhadap ROE

Berdasarkan Tabel 4.18 pada H3 diperoleh nilai $t_{hitung} = 2,592$ dan nilai koefisien beta (β_1) = 0,205 dengan $p-value$ 0,015. Ternyata hasil tersebut menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga H_0 ditolak dan nilai $p-value$ lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditentukan yaitu $p < 0,05$ sehingga signifikan dan koefisien beta (β_1) tersebut arahnya positif. Hasil ini menunjukkan bahwa pengungkapan ICSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROE.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Almar dkk.(2012), Ehsan dan Kaleem (2012) serta Arifin dan Wardani (2016) yang menemukan bahwa pengungkapan aktivitas tanggung jawab sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROE. Meski demikian hasil penelitian ini berbeda dari penelitian yang dilakukan oleh Sidik dan Reskino (2016) yang menyimpulkan bahwa ICSR tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan yang diukur dengan menggunakan ROE.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik hubungan antara perusahaan dengan masyarakat disekitarnya melalui aktivitas tanggung jawab sosial secara Islami ternyata mampu dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan. Hal ini juga sejalan dengan teori *Legitimacy* yang menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas adalah merupakan tindakan yang diinginkan, pantas ataupun sesuai dengan norma yang dapat diterima oleh *stakeholdernya*.

Tindakan pengungkapan ICSR yang sesuai dengan syariah atau konsep Islam juga mendukung SET (*Sharia Enterprise Theory*) yang menyatakan bahwa *stakeholder* perusahaan meliputi tidak hanya manusia, tetapi juga lingkungan alam, dan Tuhan. Oleh karenanya dapat disimpulkan bahwa aktivitas-aktivitas dalam pengungkapan tanggung jawab sosial bank syariah yang diteliti dalam penelitian ini sudah sesuai konsep Islam dan dapat dipertanggungjawabkan pula di hadapan Tuhan.

4.5.1.5.3 Pengaruh Zakat Terhadap Reputasi Perusahaan

Berdasarkan Tabel 4.18 pada H4 diperoleh nilai $t_{hitung} = 0,586$ dan nilai koefisien beta (β_1) = 0,052 dengan *p-value* 0,562. Hasil tersebut menunjukkan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ sehingga H0 diterima dan nilai *p-value* lebih besar dari tarif signifikansi yang ditentukan yaitu $p > 0,05$ sehingga tidak signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa pengungkapan zakat tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sidik dan Reskino (2016) yang menyatakan bahwa zakat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan. Zakat yang dikeluarkan merupakan amanah dan sesuai dengan syariat Islam didukung oleh SET (*Sharia Enterprise Theory*) yang terbentuk dari konsep-konsep yang mengatakan bahwa konsep Islam terdiri dari konsep zakat, konsep keadilan, konsep kemaslahatan, konsep tanggung jawab dan konsep falah. Teori *Stakeholder* menyatakan bahwa tujuan utama sebuah perusahaan adalah memberikan manfaat kepada *stakeholder*. Namun dari hasil penelitian ini, pengungkapan zakat tidak mampu dalam

memberikan tambahan informasi yang diperlukan para *stakeholder* sehingga informasi pengungkapan zakat tidak dapat meningkatkan reputasi bank syariah di Indonesia. Dari penelitian ini juga dapat dilihat bahwa ada atau tidaknya pengungkapan zakat tidak mempengaruhi reputasi perusahaan karena diasumsikan masyarakat berfikir bahwa semua bank syariah di Indonesia memang sudah membayar zakat padahal tidak semua bank syariah di Indonesia membayar zakat karena satu dan lain hal seperti pada periode tertentu bank syariah tersebut mengalami kerugian.

4.5.1.5.4 Pengaruh Zakat Terhadap Profitabilitas

4.5.1.5.4.1 Pengaruh Zakat Terhadap ROA

Berdasarkan Tabel 4.18 pada H5 diperoleh nilai $t_{hitung} = 8,312$ dan nilai koefisien beta (β_1) = 0,126 dengan *p-value* 0,000. Ternyata hasil tersebut menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga H_0 ditolak dan nilai *p-value* lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditentukan yaitu $p < 0,05$ sehingga signifikan dan koefisien beta (β_1) tersebut arahnya positif. Hasil ini menunjukkan bahwa pengungkapan zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Amirah dan Raharjo (2014) yang menyimpulkan bahwa zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan yang salah satunya diukur dengan ROA. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rhamadhani (2016) yang membuktikan bahwa dalam kaitannya dengan kinerja perusahaan yang diukur dengan ROA, berzakat tidak akan mengurangi harta. Penelitian ini

juga sesuai dengan *Sharia Enterprise Theory* (SET) yang juga mendukung adanya pembayaran zakat oleh perbankan syariah karena memang pembayaran zakat tersebut merupakan bentuk kewajiban bagi muslim dan merupakan bentuk tanggungjawab kepada Allah SWT.

Hasil penelitian ini didukung juga dengan ajaran Islam bahwa Allah SWT telah menjamin bahwa mengeluarkan zakat tidak akan mengurangi harta. Hal tersebut juga terdapat dalam sebuah hadits dari Asma' binti Abi Bakr, Rasulullah SAW bersabda: *“Janganlah engkau menyimpan harta (tanpa mendedekahkannya). Jika tidak, maka Allah akan menahan rizki untukmu”*.

4.5.1.5.4.2 Pengaruh Zakat Terhadap ROE

Berdasarkan Tabel 4.18 pada H6 diperoleh nilai $t_{hitung} = 9,445$ dan nilai koefisien beta (β_1) = 0,387 dengan *p-value* 0,000. Ternyata hasil tersebut menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga H_0 ditolak dan nilai *p-value* lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditentukan yaitu $p < 0,05$ sehingga signifikan dan koefisien beta (β_1) tersebut arahnya positif. Hasil ini menunjukkan bahwa pengungkapan zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROE.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Mahyar (2014) yang menemukan bahwa zakat perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROE. Penelitian ini juga sejalan dengan pendapat Ilmi (2011) bahwa peningkatan zakat bisa menjadi motivasi bagi perusahaan untuk memperoleh laba perusahaan yang nantinya akan menjadi salah satu rujukan bagi para investor dan calon investor dalam memutuskan apakah akan berinvestasi di

dalam perusahaan tersebut atau tidak. Selanjutnya hasil ini juga sejalan dengan penelitian Sidik dan Reskino (2016) yang menemukan bahwa zakat mampu meningkatkan kinerja perusahaan.

Hasil penelitian ini juga berhasil membuktikan teori *Stakeholder* dalam konteks pemenuhan keinginan para *stakeholder* yang berada dilingkup syariah. Para *stakeholder* tersebut pastinya menginginkan aktivitas syariah seperti melakukan kewajiban yang dipercaya dalam mengelola sumber daya yang bersifat syariah dan melakukan praktik yang diperintahkan Allah SWT. Zakat dipercaya mampu untuk menumbuhkan harta itu sendiri, tidak mengurangi kekayaan namun benar-benar meningkatkan dan dapat menguntungkan karena zakat disebut sebagai berkah dengan tujuan membersihkan persepuluhan properti dimana ada hak orang lain didalamnya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* dan Zakat terhadap Reputasi dan *Profitabilitas* yang diproksikan dengan ROA dan ROE pada Bank Umum Syariah di Indonesia dengan sampel sebanyak 11 BUS yang menjadi target penelitian, diperoleh hasil sebagai berikut:

1. *Islamic Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Reputasi perusahaan pada perbankan syariah di Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan $p\text{-value} = 0,000$ dengan $p < 0,05$. Pengungkapan dan pelaporan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan oleh perbankan syariah sesuai dengan syariat Islam mampu meningkatkan nilai reputasi perbankan syariah tersebut. Dengan komunikasi yang lancar dan membangun hubungan yang positif antara perusahaan dan lingkungan sekitar mampu meningkatkan reputasi perusahaan.
2. *Islamic Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA. Hal ini dibuktikan dengan $p\text{-value} = 0,026$ dengan $p < 0,05$. Pengungkapan dan pelaporan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan oleh perbankan syariah sesuai dengan syariat Islam mampu meningkatkan ROA perbankan syariah.

3. *Islamic Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROE. Hal ini dibuktikan dengan $p\text{-value} = 0,015$ dengan $p < 0,05$. Pengungkapan dan pelaporan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan oleh perbankan syariah sesuai dengan syariat Islam mampu meningkatkan ROE perbankan syariah.
4. Zakat tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Reputasi perusahaan pada perbankan syariah di Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan $p\text{-value} = 0,562$ dengan $p > 0,05$. Zakat yang dikeluarkan perbankan syariah tidak berpengaruh dalam kenaikan nilai reputasi perusahaan bank syariah di Indonesia.
5. Zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA. Hal ini dibuktikan dengan $p\text{-value} = 0,000$ dengan $p < 0,05$. Zakat yang dikeluarkan perbankan syariah terbukti tidak mengurangi harta perusahaan bank syariah di Indonesia.
6. Zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROE. Hal ini dibuktikan dengan $p\text{-value} = 0,000$ dengan $p < 0,05$. Zakat yang dikeluarkan perbankan syariah menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap ROE bank syariah di Indonesia.

5.2 Implikasi

Dari kesimpulan yang ditarik diatas mempunyai implikasi sebagai berikut:

1. Hasil kesimpulan menyatakan bahwa pengungkapan ICSR berpengaruh signifikan terhadap reputasi dan profitabilitas bank

syariah di Indonesia serta Zakat berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas bank syariah di Indonesia maka seharusnya bank umum syariah di Indonesia dapat terus meningkatkan perkembangan dan pertumbuhan perbankan syariah yang sejalan dan sesuai dengan konsep Islam.

2. Meskipun dari hasil kesimpulan menyatakan bahwa Zakat tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi perbankan syariah di Indonesia, tetap saja bank syariah di Indonesia harus mengeluarkan Zakat dikarenakan Zakat merupakan hal wajib yang harus dikeluarkan apalagi bank syariah harus berdasarkan konsep syariah.

5.3 Keterbatasan

Sampel dan jumlah periode data yang diteliti oleh penelitian ini masih relatif sedikit yaitu hanya sebanyak 11 Bank Umum Syariah dengan rentang waktu dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2016.

5.4 Saran

Saran bagi penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel-variabel independen lain yang secara teoritis berpengaruh terhadap reputasi dan profitabilitas perbankan syariah di Indonesia.

2. Peneliti selanjutnya dapat menambah periode data minimal lima tahun agar dapat melihat perubahan perkembangan perbankan syariah di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan Khurshid, M., Al-Aali, A., Ali Soliman, A., & Mohamad Amin, S. (2014). *Developing an islamic corporate social responsibility model (icsr). Competitiveness Review* (Vol. 24). <https://doi.org/10.1108/CR-01-2013-0004>
- Ali, M. D., & Ali, H. D. (1995). *Lembaga-Lembaga Islam Di Indonesia*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Almar, M., Rachmawati, R., & Murni, A. (2012). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Profitabilitas Perusahaan. Diambil 9 Desember 2017, dari <https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/handle/123456789/2309?show=full>
- Alydrus, S. R. (2016). Akuntabilitas dan Responsibilitas. Diambil 9 Desember 2017, dari <https://id.scribd.com/doc/293397662/Akuntabilitas-Dan-Responsibilitas>
- Amirah, & Raharjo, T. B. (2014). Pengaruh alokasi dana zakat terhadap kinerja keuangan perbankan syariah. *Jurnal Universitas Pancasakti Tegal*, 5 (2), 73–81. Diambil dari <http://e-journal.upstegal.ac.id/index.php/per/article/view/369/366>
- Amri, N. F. (2015). Teori Legitimasi. Diambil 9 Desember 2017, dari <http://www.e-akuntansi.com/2015/09/teori-legitimasi.html>
- Andriyanto, R. W., & Metalia, M. (2011). Perbandingan tingkat kelengkapan mandatory disclosure dan voluntary disclosure informasi akuntansi antara industri high-profile dan low-profile. *Jurnal Akuntansi dan Investasi*, 12(1), 15–35. Diambil dari <http://journal.umy.ac.id/index.php/ai/article/view/661>
- Arifin, J., & Wardani, E. A. (2016). Islamic corporate social responsibility disclosure , reputasi , dan kinerja keuangan : studi pada bank syariah di indonesia. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 20 (1), 37–46. Diambil dari <http://journal.uui.ac.id/index.php/JAAI/article/view/7007>
- Arsad, S., Said, R., Yusoff, H., Haji-Othman, Y., & Ahmad, R. (2014). The relationship between islamic corporate social responsibility and firm's performance : empirical evidence from shari'ah compliant companies. *European Journal of Business and Management*, 6 (36), 161–174. Diambil dari <http://www.iiste.org/Journals/index.php/EJBM/article/view/17362>
- Arshad, R., Othman, S., & Othman, R. (2012). Islamic corporate social responsibility, corporate reputation and performance. *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering*, 6 (4), 643–647. Diambil dari <https://waset.org/publications/10239/islamic-corporate-social-responsibility-corporate-reputation-and-performance>

- Arsy, A. R. (2015). *Pengaruh pengungkapan islamic social reporting terhadap return on assets (studi kasus bank umum syariah di indonesia)*. Universitas Islam Bandung.
- Ayuningtias, A. V. (2016). *Pengaruh islamic social responsibility (isr) terhadap return on assets (roa) bank umum syari'ah di indonesia periode 2011-2015*. UIN Walisongo.
- Bank Indonesia. (2018). Bank Umum Syariah. Diambil 9 Januari 2018, dari <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan-keuangan/bank/umum-syariah/Default.aspx>
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Basah, M., & Yusuf, M. (2013). Islamic bank and corporate social responsibility (csr). *Islamic Management and Business*, 5(11), 194–209. <https://doi.org/10.1108/08288660910986900>
- Darmawati. (2014). Corporate social responsibility dalam perspektif islam. *Mazahib*, 13(2), 125–138.
- Daud, A. (2016). Pengaruh inovasi layanan dan keunggulan posisional pada kinerja pemasaran. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 66–78.
- Dowling. (1994). *Corporate Reputations: Strategic for Developing the Corporate Brand*. London: Kogan Page.
- Ehsan, S., & Kaleem, A. (2012). An empirical investigation of the relationship between corporate social responsibility and financial performance (evidence from manufacturing sector of pakistan). *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 2(3), 2909–2922.
- Fauzi, A. (2014). *Pengaruh zakat perbankan dan corporate social responsibility terhadap kinerja bank umum syariah di indonesia periode 2009-2013*. UIN Sunan Kalijaga.
- Fauziah, K., & Yudho, P. (2013). Analisis pengungkapan tanggung jawab sosial perbankan syariah di indonesia berdasarkan islamic social reporting indeks. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 5(1), 12–20. <https://doi.org/10.2308/accr.2008.83.3.629>
- Freeman. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman Publishing.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, & Chairi, A. (2007). *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gustani. (2013). Model pelaporan kinerja sosial perbankan syariah: implementasi islamic social reporting index (index isr) di indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, 1(No.2), 35–49.
- Gustani. (2016). Daftar Lengkap Bank Syariah (BUS, UUS, dan BPRS) di Indonesia. Diambil 9 Desember 2017, dari <http://akuntansikeuangan.com/daftar-lengkap-bank-syariah/>
- Hafiduddin, D. (2007). *Agar Harta Bertambah Berkah*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Ilmi, B. M. (2011). Pengaruh zakat sebagai tanggung jawab sosial perusahaan terhadap kinerja perusahaan pada bank syariah di indonesia (mandiri syariah bank, mega syariah bank and muamalat indonesian bank). *Jurnal Graduasi*, 26(10–21).
- Intan, N. (2017, November 29). Baznas : Potensi Zakat di Indonesia Sangat Besar. *Koran republika.co.id*. Diambil dari <http://khazanah.republika.co.id/berita/dunia-islam/wakaf/17/11/29/p05ukg335-baznas-potensi-zakat-di-indonesia-sangat-besar>
- Iqtishodia. (2015, Januari 22). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Profitabilitas Bank Syariah : Pendekatan Statistik Deskriptif. *Koran republika.co.id*. Diambil dari <http://www.republika.co.id/berita/koran/iqtishodia/15/01/22/nikj8-faktor-faktor-yang-mempengaruhi-profitabilitas-bank-syariah-pendekatan-statistik-deskriptif>
- Ismawati Haribowo. (2015). Analisis pengaruh islamic corporate governance terhadap corporate social responsibility (studi kasus pada bank syariah di indonesia). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 5(1), 147–172.
- Ismayanti, N. F. (2015). Akuntansi corporate social responsibility (csr) pada bank syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2), 1–24.
- Kurniawan, A., & Suliyanto. (2013). *Zakat sebagai aspek terbaru dan pengungkapan islamic social reporting terhadap kinerja keuangan: sebuah agenda penelitian*. Diambil dari <http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/Performance/article/viewFile/355/358>
- Mahyar, F. (2014). *Pengaruh zakat sebagai tanggung jawab sosial perusahaan terhadap kinerja perusahaan pada bank bni syariah dan bri syariah 2011-2013*. Diambil dari http://etd.unsyiah.ac.id/index.php?p=show_detail&id=12862
- Mansur, S. (2012). Pelaporan corporate social responsibility perbankan syariah dalam perspektif syariah enterprise theory (studi kasus pada laporan tahunan pt bank syariah mandiri). *Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, 2(2), 107–133.

- Meutia, I. (2010). *Menata Pengungkapan CSR di Bank Islam (Suatu Pendekatan Kritis)*. Jakarta: Citra Pustaka Indonesia.
- Munawir, A. W. (1997). *Kamus Al Munawir Arab-Indonesia Terlengkap*. Surabaya: Pustaka Progresif.
- Mursyidi. (2003). *Akuntansi Zakat Kontemporer*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nawawi, I. (2013). *Manajemen Zakat Dan Wakaf (2 Revisi)*. Jakarta: VIV Press.
- Novarela, D., & Sari, I. M. (2015). Pelaporan corporate social responsibility perbankan syariah dalam perspektif syariah enterprise theory. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, 2(2), 145–160.
- Noviyanti, S. (2017, Juni 3). 4 Perusahaan Indonesia Dapat Penghargaan Inovasi CSR Tingkat Asia. *Kompas Online*. Diambil dari <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2017/06/03/151821926/4.perusahaan.indonesia.dapat.penghargaan.inovasi.csr.tingkat.asia>
- Nur, M., & Priantinah, D. (2012). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan csr di Indonesia (studi empiris pada perusahaan berkategori high profile yang listing di bei). *Jurnal Nominal*, 1(1), 22–34.
- Nurhayati, S., & Wasilah. (2011). *Akuntansi Syariah di Indonesia (2 revisi)*. Jakarta: Salemba Empat.
- OJK. (2013). Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah. Diambil 9 Desember 2017, dari <http://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/regulasi/undang-undang/Pages/undang-undang-nomor-21-tahun-2008-tentang-perbankan-syariah.aspx>
- OJK. (2016). Laporan Perkembangan Perbankan dan Keuangan Syariah 2016. Diambil 9 Desember 2017, dari <http://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Laporan-Perkembangan-Perbankan-dan-Kuangan-Syariah-2016.aspx>
- Pratiwi, I. Y. (2016, Mei 5). Perkembangan Bank Syariah di Indonesia. *Kompas Online*. Diambil dari https://www.kompasiana.com/ikayulip/perkembangan-bank-syariah-di-indonesia_572ac4d3f1927349059f6b6f
- Putri, A. F., Darminto, & Dwiatmanto. (2014). Pengaruh corporate social responsibility terhadap profitabilitas perusahaan (studi pada indeks sri-kehati yang listing di bei periode 2010-2012). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 13(1), 1–10.
- Putri, D. R. R. (2014). *Hubungan antara corporate social responsibility dan kinerja keuangan industri keuangan syariah di indonesia*. Universitas Diponegoro. Diambil dari eprints.undip.ac.id/43135/1/01_PUTRI.pdf
- Ramulyo, M. I. (2000). *Hukum Perkawinan, Hukum Kewarisan Hukum Acara Peradilan Agama Dan Zakat Menurut Hukum Islam*. Jakarta: Sinar Grafika.

- Rhamadhani, R. F. (2016). Pengaruh zakat terhadap kinerja perusahaan (studi empiris pada bank umum syariah di Indonesia). *Jurnal Studia Islamika*, 13(2), 344–361.
- Rindawati, M. W., & Asyik, N. F. (2015). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, dan kepemilikan publik terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR). *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 4(6), 1–15.
- Riswanti. (2017). *Pengaruh Islamic social responsibility, kinerja lingkungan terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan (studi kasus pada bank umum syariah tahun 2011-2015)*. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Diambil dari etheses.uin-malang.ac.id/5968/
- Rosiana, G. A. M. E., Juliarsa, G., & Sari, M. M. R. (2013). Pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 5.3, 723–738.
- Rumah Zakat. (2018). Pengenalan Zakat. Diambil 27 Januari 2018, dari <https://www.rumahzakat.org/zakat/>
- Sidik, I., & Reskino. (2016). Zakat and Islamic corporate social responsibility: do these effect the performance of sharia banks? *Journal of Economics and Business*, 1(2).
- Sofyani, H., & Setiawan, A. (2015). Perbankan syariah dan tanggungjawab sosial: sebuah studi komparasi Indonesia dan Malaysia dengan pendekatan Islamic social reporting index dan global reporting initiative index. *At-Taradhi*, 5(2). <https://doi.org/10.18592/taradhi.v5i2.228>
- Sofyani, H., Ulum, I., Syam, D., & L, S. W. (2012). Islamic social reporting index sebagai model pengukuran kinerja sosial perbankan syariah (studi komparasi Indonesia dan Malaysia). *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 4(1), 36–46.
- Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: strategic and institutional approaches. *Academy of Management Journal*, 20(3), 571–610.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Syukron, A. (2015). CSR dalam perspektif Islam dan perbankan syariah. *Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, 5(1), 1–22.
- Trisnawati, R. (2012). Pengukuran tanggung jawab sosial perusahaan perbankan syariah di Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Audit Indonesia*, 16, 103–121.
- Umar, H. (2010). *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Widarjono, A. (2015). *Statistika Terapan Dengan Excel & SPSS* (1 ed.). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

- Yusdantara, I. K., & Rahanatha, G. B. (2015). Pengaruh corporate social responsibility terhadap reputasi perusahaan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan (studi pada pt.coca cola amatil denpasar). *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(4), 813–831. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-06776-2>
- Zakiy, F. S. (2015). *Sharia enterprise theory sebagai pilar pengungkapan corporate social responsibility di perbankan syariah (studi kasus pada pt. bank syariah mandiri cab. malang)*. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Diambil dari etheses.uin-malang.ac.id/1571/
- Zubairu, U. M., Sakariyau, O. B., & Dauda, C. K. (2011). Social reporting practices of islamic banks in saudi arabia. *International Journal of Business and Social Science*, 2(23), 193–205.

LAMPIRAN 1

INDEKS ISR

<i>A. Finance and Investment Theme</i>	
A1	Kegiatan yang mengandung Riba
A2	Kegiatan yang mengandung ketidakjelasan (<i>gharar</i>)
A3	Zakat (jumlahnya dan penerima zakatnya)
A4	Kebijakan atas pembayaran tertunda dan penghapusan piutang tak tertagih
A5	Kegiatan investasi (secara umum)
A6	Proyek pembiayaan (secara umum)
<i>B. Product and Service Theme</i>	
B1	Persetujuan dewan pengawas syariah untuk suatu produk baru
B2	Definisi setiap produk
B3	Pelayanan atas keluhan konsumen
<i>C. Employee Theme</i>	
C1	Jam kerja karyawan
C2	Hari libur
C3	Tunjangan karyawan
C4	Pendidikan dan pelatihan karyawan (pengembangan SDM)
C5	Renumerasi karyawan
C6	Kesetaraan hak antara pria dan wanita
C7	Kesehatan dan keselamatan karyawan
C8	Keterlibatan karyawan
C9	Lingkungan kerja
C10	Karyawan dari kelompok khusus (misalnya cacat fisik atau mantan pengguna narkoba)
C11	Tempat beribadah yang memadai bagi karyawan
<i>D. Society (Community Involvement) Theme</i>	
D1	Pemberian donasi (<i>sadaqah</i>)
D2	Wakaf
D3	Pinjaman untuk kebaikan (<i>Qardh Hasan</i>)
D4	Sukarelawan dari kalangan karyawan
D5	Pemberian beasiswa sekolah
D6	Pemberdayaan kerja para lulusan sekolah/kuliah
D7	Pengembangan generasi muda
D8	Peningkatan kualitas hidup masyarakat
D9	Kepedulian terhadap anak-anak
D10	Menyokong kegiatan sosial kemasyarakatan/kesehatan/olahraga
<i>E. Environment Theme</i>	
E1	Konservasi lingkungan hidup
E2	Tidak membuat polusi lingkungan hidup
E3	Pendidikan mengenai lingkungan hidup
E4	Penghargaan/sertifikasi lingkungan hidup
E5	Sistem manajemen lingkungan

<i>F. Corporate Governance Theme</i>	
F1	Status kepatuhan terhadap syariah
F2	Rincian nama direksi/manajemen
F3	Profil jajaran direksi/manajemen
F4	Rincian tanggung jawab manajemen
F5	Pernyataan mengenai remunerasi manajemen
F6	Jumlah pelaksanaan rapat manajemen
F7	Rincian nama dewan pengawas syariah
F8	Profil dewan pengawas syariah
F9	Rincian tanggung jawab dewan pengawas syariah
F10	Pernyataan mengenai remunerasi dewan pengawas syariah
F11	Jumlah remunerasi rapat dewan pengawas syariah
F12	Struktur kepemilikan saham
F13	Kebijakan anti korupsi

LAMPIRAN 2

INDEKS GRI

No	Indikator
	Kategori: Ekonomi
	Aspek: Kinerja Ekonomi
EC1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan.
EC2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim.
EC4	Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah.
	Aspek: Keberadaan di Pasar
	Aspek: Dampak Ekonomi Tidak Langsung
EC7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan.
EC8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak.
	Aspek: Kepatuhan
	Kategori: Sosial
	Sub-Kategori: Praktik Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Bekerja
	Aspek: Kepegawaian
LA1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah.
LA2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan.
	Aspek: Kesehatan dan Keselamatan Kerja
LA5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen-pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja.
LA8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja.
	Aspek: Pelatihan dan Pendidikan
LA10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti.
LA11	Persentase karyawan yang menerima reviu kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut gender dan kategori karyawan.
	Aspek: Keberagaman dan Kesetaraan Peluang
LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya.
	Aspek: Kesetaraan Remunerasi Perempuan dan Laki-laki
LA13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan.
	Aspek: Mekanisme Pengaduan Masalah Ketenagakerjaan
LA16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi.
	Sub-Kategori: Masyarakat
	Aspek: Anti-korupsi
SO4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan & prosedur anti-korupsi.

SO5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil.
	Aspek: Kebijakan Publik
SO6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/penerima manfaat.
	Aspek: Anti Persaingan
	Aspek: Kepatuhan
SO8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan.
	Sub-Kategori: Tanggung Jawab Atas Produk
	Aspek: Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan
PR1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan yang dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan.
	Aspek: Pelabelan Produk dan Jasa
PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis.
PR5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan.
PR8	Aspek: Privasi Pelanggan
	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan.

LAMPIRAN 3

DAFTAR NAMA BANK DALAM PENELITIAN

No.	Nama Bank Umum Syariah	Annual Report
1	PT Bank BNI Syariah	2014-2016
2	PT Bank Mega Syariah	2014-2016
3	PT Bank Muamalat Indonesia	2014-2016
4	PT Bank BCA Syariah	2014-2016
5	PT Bank BRI Syariah	2014-2016
6	PT Bank Panin Dubai Syariah	2014-2016
7	PT Bank Syariah Bukopin	2014-2016
8	Bank Syariah Mandiri	2014-2016
9	PT Bank Maybank Syariah Indonesia	2014-2016
10	PT Bank BJB Syariah	2014-2016
11	BTPN Syariah	2014-2016

LAMPIRAN 4

DATA PENELITIAN

NAMA BANK	TAHUN	VARIABEL INDEPENDEN		VARIABEL DEPENDEN		
		ICSR	ZAKAT	ROA	ROE	REPUTASI
BCA SYARIAH	2014	0,479166667	1	0,008	0,0290	0,363636364
	2015	0,5	1	0,01	0,0320	0,363636364
	2016	0,583333333	1	0,011	0,0350	0,409090909
BNI SYARIAH	2014	0,6875	1	0,0127	0,1083	0,818181818
	2015	0,729166667	1	0,0143	0,1139	0,863636364
	2016	0,770833333	1	0,0144	0,1194	0,954545455
BRI SYARIAH	2014	0,479166667	1	0,0008	0,0044	0,363636364
	2015	0,541666667	1	0,0077	0,0633	0,454545455
	2016	0,708333333	1	0,0095	0,0740	0,590909091
BSM	2014	0,645833333	1	0,0017	0,0149	0,545454545
	2015	0,729166667	1	0,0056	0,0592	0,681818182
	2016	0,770833333	1	0,0059	0,0581	0,727272727
BUKOPIN	2014	0,4375	1	0,0027	0,0239	0,409090909
	2015	0,4375	1	0,0079	0,0535	0,863636364
	2016	0,625	1	0,0076	0,0515	0,545454545
MAYBANK SYARIAH	2014	0,458333333	1	0,0361	0,0683	0,545454545
	2015	0,291666667	0	-0,2013	-0,3204	0,181818182
	2016	0,333333333	0	-0,0951	-0,2762	0,363636364
MEGA SYARIAH	2014	0,270833333	1	0,0029	0,0250	0,227272727
	2015	0,333333333	1	0,003	0,0161	0,363636364
	2016	0,583333333	1	0,0263	0,1197	0,863636364
MUAMALAT	2014	0,625	1	0,0017	0,0213	0,727272727
	2015	0,645833333	1	0,002	0,0278	0,772727273
	2016	0,708333333	1	0,0022	0,0300	0,909090909

PANIN SYARIAH	2014	0,541666667	1	0,0199	0,0701	0,454545455
	2015	0,520833333	1	0,0114	0,0494	0,590909091
	2016	0,5625	1	0,0037	0,0176	0,727272727
BJB SYARIAH	2014	0,416666667	1	0,0072	0,0373	0,454545455
	2015	0,333333333	1	0,0025	0,0092	0,409090909
	2016	0,520833333	0	-0,0809	-0,4905	0,5
BTPN SYARIAH	2014	0,708333333	1	0,0423	0,1375	0,681818182
	2015	0,75	1	0,0524	0,1789	0,818181818
	2016	0,791666667	1	0,0898	0,3171	0,863636364

LAMPIRAN 5

STATISTIK DESKRIPTIF

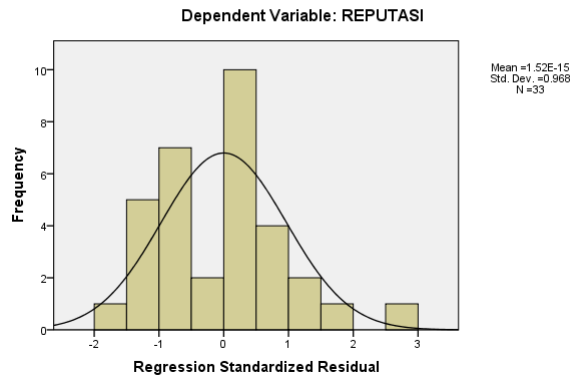
Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	n
Reputasi (Y1)	.58815	.214089	33
ROA (Y2)	.00139	.047590	33
ROE (Y3)	.02662	.141806	33
ICSR (X1)	.56124	.151395	33
Zakat (X2)	.90909	.291937	33

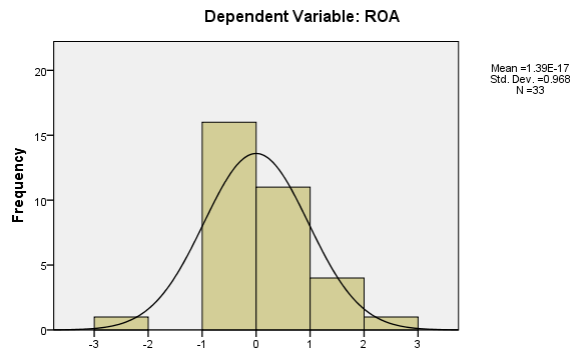
LAMPIRAN 6

UJI NORMALITAS - HISTOGRAM

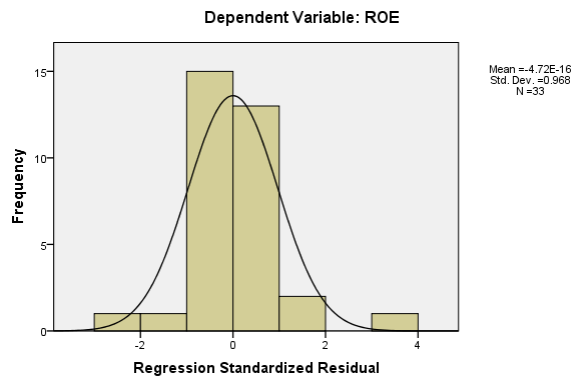
Histogram



Histogram



Histogram



LAMPIRAN 7

UJI NORMALITAS - UJI KOLMOGOROV-SMIRNOV

**Reputasi
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
n		33
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.13185169
Most Extreme Differences	Absolute	.106
	Positive	.106
	Negative	-.077
Test Statistic		.106
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

**ROA
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
n		33
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.02248343
Most Extreme Differences	Absolute	.141
	Positive	.127
	Negative	-.141
Test Statistic		.141
Asymp. Sig. (2-tailed)		.093 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

ROE
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
n		33
Normal Parameters ^{a,b}		
	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.06066512
Most Extreme	Absolute	.143
Differences	Positive	.143
	Negative	-.114
Test Statistic		.143
Asymp. Sig. (2-tailed)		.085 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

LAMPIRAN 8

UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
(Constant)	-.061	.102		-.595	.557					
¹ ICSR	1.072	.172	.758	6.235	.000	.785	.751	.701	.855	1.169
ZAKAT	.052	.089	.071	.586	.562	.360	.106	.066	.855	1.169

a. Dependent Variable: REPUTASI

LAMPIRAN 9

UJI AUTOKORELASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.788 ^a	.621	.595	.136176	.621	24.547	2	30	.000	1.753

a. Predictors: (Constant), ZAKAT, ICSR

b. Dependent Variable: REPUTASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.881 ^a	.777	.762	.023221	.777	52.203	2	30	.000	1.732

a. Predictors: (Constant), ZAKAT, ICSR

b. Dependent Variable: ROA

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.904 ^a	.817	.805	.062655	.817	66.960	2	30	.000	1.620

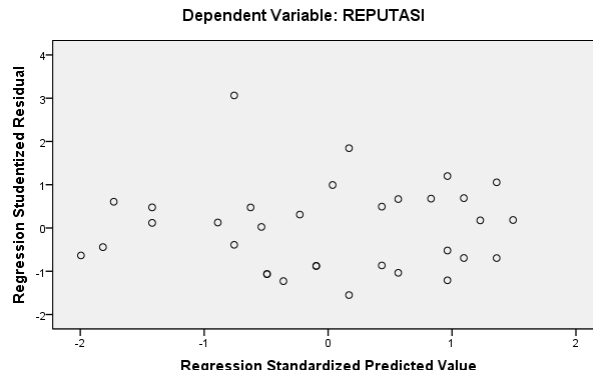
a. Predictors: (Constant), ZAKAT, ICSR

b. Dependent Variable: ROE

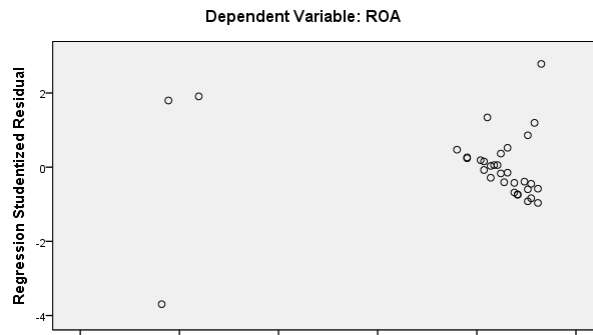
LAMPIRAN 10

UJI HETEROSKEDASTISITAS - UJI SCATTER-PLOT

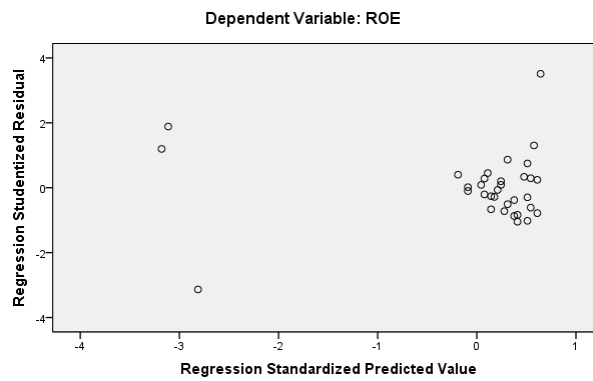
Scatterplot



Scatterplot



Scatterplot



LAMPIRAN 11

UJI HETEROKEDASTISITAS - UJI GLEJSER

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,052	,059		,885	,383
ICSR	-,014	,099	-,028	-,145	,886
ZAKAT	,067	,051	,250	1,304	,202

a. Dependent Variable: REPUTASI

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,097	,081		1,196	,241
ICSR	-,129	,136	-,180	-,944	,353
ZAKAT	,102	,071	,275	1,446	,159

a. Dependent Variable: ROA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,091	,056		1,626	,114
ICSR	-,020	,093	-,042	-,217	,829
ZAKAT	,043	,048	,172	,884	,384

a. Dependent Variable: ROE

LAMPIRAN 12

UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.788 ^a	.621	.595	.136176	.621	24.547	2	30	.000	1.753

a. Predictors: (Constant), ZAKAT, ICSR

b. Dependent Variable: REPUTASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.881 ^a	.777	.762	.023221	.777	52.203	2	30	.000	1.732

a. Predictors: (Constant), ZAKAT, ICSR

b. Dependent Variable: ROA

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.904 ^a	.817	.805	.062655	.817	66.960	2	30	.000	1.620

a. Predictors: (Constant), ZAKAT, ICSR

b. Dependent Variable: ROE

LAMPIRAN 13

ANALISIS REGRESI BERGANDA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.061	.102		-.595	.557					
ICSR	1.072	.172	.758	6.235	.000	.785	.751	.701	.855	1.169
ZAKAT	.052	.089	.071	.586	.562	.360	.106	.066	.855	1.169

a. Dependent Variable: REPUTASI

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.152	.017		-	.000					
ICSR	.068	.029	.218	2.334	.026	.513	.392	.201	.855	1.169
ZAKAT	.126	.015	.775	8.312	.000	.858	.835	.717	.855	1.169

a. Dependent Variable: ROA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.441	.047		-	.000					
ICSR	.205	.079	.219	2.592	.015	.522	.428	.202	.855	1.169
ZAKAT	.387	.041	.798	9.445	.000	.881	.865	.738	.855	1.169

a. Dependent Variable: ROE

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.910	2	.455	24.547	.000 ^b
	Residual	.556	30	.019		
	Total	1.467	32			

a. Dependent Variable: Reputasi

b. Predictors: (Constant), Zakat , ICSR

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.056	2	.028	52.203	.000 ^b
	Residual	.016	30	.001		
	Total	.072	32			

a. Dependent Variable: ROA

b. Predictors: (Constant), Zakat , ICSR

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.526	2	.263	66.960	.000 ^b
	Residual	.118	30	.004		
	Total	.643	32			

a. Dependent Variable: ROE

b. Predictors: (Constant), Zakat , ICSR

Hasil Uji Statistik t

Hipotesa	t tabel	t hitung	p-value	β	Hasil
H1	2.03951	6.235	.000	1.072	Berhubungan Positif, Signifikan
H2	2.03951	2.334	.026	.068	Berhubungan Positif, Signifikan
H3	2.03951	2.592	.015	.205	Berhubungan Positif, Signifikan
H4	2.03951	.586	.562	.052	Tidak Berhubungan
H5	2.03951	8.312	.000	.126	Berhubungan Positif, Signifikan
H6	2.03951	9.445	.000	.387	Berhubungan Positif, Signifikan