

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan ekonomi yang ketat mengharuskan setiap perusahaan untuk terus berinovasi, sehingga perusahaan dituntut untuk terus bersaing. Salah satu cara yang dilakukan perusahaan selain pada kegiatan bisnis yang menguntungkan yaitu dengan pelaksanaan tanggung jawab sosial yang berdampak baik, tidak hanya berdampak bagi operasional perusahaan, akan tetapi juga bagi kelangsungan perusahaan untuk jangka panjang yang memungkinkan peningkatan terhadap akses pasar yang lebih luas.¹ Tanggung jawab sosial perusahaan biasa disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat.² Kegiatan operasional perusahaan selalu diarahkan pada pencapaian tujuan yaitu dengan meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran para pemangku kepentingan. performa keuangan dan Reputasi merupakan indikator keberhasilan manajemen perusahaan terutama dalam mengelola keuangannya. Untuk meningkatkan kinerja keuangan dan reputasi perusahaan tidak lepas dari tanggung jawab perusahaan dalam memenuhi kewajiban peduli sosialnya.³ Semua perusahaan di Indonesia sudah melakukan praktik CSR pada akhir tahun 1990 dengan diberlakukannya undang-

¹ Aliah Pratiwi, Nafisah Nurul rahmatia, and Puji Muniarty, "Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar di BEI," *Owner* 4, no. 1 (January 31, 2020): 95, <https://doi.org/10.33395/owner.v4i1.201>.

² Hasnia and Siti Rofingatun, "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Growth Dan Media Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan," *Jurnal Akuntansi & Keuangan Daerah* 12, no. 1 (Mei 2019): 56–71.

³ Hilya Nafi Husna, "Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility Terhadap Reputasi Perusahaan dan Kinerja Keuangan," *Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unisulla (KIMU)* 3, 2020, 587–608.

undang. No. 23 tahun 1997 tentang pengelolaan lingkungan hidup pasal 41 ayat (1). Aturan ini tidak mewajibkan korporasi untuk melakukan kegiatan CSR dan hanya bersifat opsional. Kemudian pemerintah mewajibkan kegiatan CSR, yang sebelumnya hanya bersifat sukarela menjadi tanggung jawab perusahaan. Serta melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial ini pada Laporan Tahunan yang tertuang dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 yang diterbitkan oleh pemerintah.⁴

Perusahaan yang menganut konsep CSR artinya telah memberikan kontribusi terhadap lingkungan, baik masyarakat maupun alam sekitar perusahaan dalam berbagai bentuk kegiatan usaha yang dipublikasikan dalam suatu laporan.⁵ Kegiatan CSR meliputi, program sosial, program kesehatan (seperti: membuka posko pelayanan kesehatan), program pendidikan, inisiatif amal, dan lain-lain.⁶ CSR merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap pemangku kepentingan (*Stakeholder*) atau pihak-pihak yang terkait dan berhubungan dengan perusahaan yang dilandasi tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah *triple bottom lines*, yaitu *profit*, *people* dan *planet* (3P).⁷ Menurut Elkington konsep ini menjelaskan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan harus memperhatikan *profit* untuk laba perusahaan, *people* untuk

⁴ Robby Heryanto and Agung Juliarto, "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan," *Diponegoro Journal Of Accounting* 6 nomor 4 (2019): 1–8.

⁵ Anggi Pratiwi Sitorus, "Penerapan Dan Penilaian Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Islam," *Attanmiyah: Jurnal ekonomi dan Bisnis* 1, no. 2 (2022), <https://ejurnalstebis.ac.id/index.php/At-Tanmiyah/index>.

⁶ Johan Arifin and Eke Ayu Wardani, "Islamic corporate social responsibility disclosure, reputasi, dan kinerja keuangan: Studi pada bank syariah di Indonesia," *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia* 20, no. 1 (June 1, 2019): 38–46, <https://doi.org/10.20885/jaai.vol20.iss1.art4>.

⁷ Cassy A Lumi, Riane Johnly Pio, and Wehelmina Rumawas, "Implementasi Corporate Social Responsibility Berdasarkan Konsep Triple Bottom Line Pada PT Bank SulutGo," *Productivity* 4, no. 4 (2023): 444–49."

memenuhi kesejahteraan masyarakat, dan *planet* untuk ikut berkontribusi dalam melindungi kelestarian lingkungan.⁸

Tabel 1. 1
Data Bank Umum Syariah

NO	Bank Umum Syariah	Operasional
1	Bank Aceh Syariah	2006
2	BPD Riau Kepri Syariah	2022
3	BPD Nusa Tenggara Barat Syariah	2018
4	Bank Muamalat Syariah	1992
5	Bank Victoria Syariah	2010
6	Bank Jabar Banten Syariah	2010
7	Bank Syariah Indonesia, Tbk	2021
8	Bank Mega Syariah	2004
9	Bank Panin Dubai Syariah, Tbk	2009
10	Bank Syariah Bukopin	2008
11	BCA Syariah	2010
12	BTPN Syariah	2014
13	Bank Aladin Syariah	1994

(Sumber: OJK data diolah 2023)

Tabel 1.1 menjelaskan bahwa kehadiran bank syariah di Indonesia ditandai dengan berdirinya Bank Muamalat ditahun 1992. Kemudian membuka jalan bagi ekspansi bank umum syariah. Pada tahun 2021 Bank Syariah Indonesia atau dikenal dengan Bank BSI menjadi contoh pertumbuhan ini, hasil dari penggabungan dari ketiga

⁸ Heru Suwasono and Ayuning Anggraini, “Pengaruh Financial Distress, Leverage, Umur Perusahaan, Tipe Industri dan Gender Diversity Terhadap Sustainability Report,” *Proceeding Seminar Nasional & Call For Papers*, 2021, 34.”

bank syariah yaitu Bank Mandiri Syariah, Bank BNI Syariah dan Bank BRI Syariah. Selain itu, Bank Aladin Syariah sebelumnya beroperasi sebagai bank Net yang turut muncul. Tren ini menodorong beberapa bank konvensional di Indonesia untuk meluncurkan Unit Usaha Syariah (UUS) guna memperluas operasional perusahaan. Saat ini terdapat 13 Bank Umum Syariah di Indonesia. Menurut statistik OJK pada tahun 2023, jumlah lembaga perbankan syariah di Indonesia sebanyak 202 bank terdiri dari 13 Bank Umum Syariah (BUS), 20 Unit Usaha Syariah (UUS), dan 169 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).⁹

Pesatnya pertumbuhan perbankan syariah selain mencari profit pada kegiatan bisnisnya, juga menekankan pada pentingnya aspek sosial. *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perbankan syariah merupakan wujud komitmen perusahaan terhadap para pemangku kepentingan. Perbankan syariah harus menyelaraskan kedua tujuan tersebut dan menjadikannya sebagai fokus dalam kegiatan operasionalnya.

Meskipun profitabilitas sangat penting bagi bank untuk mempertahankan bisnisnya, bank syariah juga bertanggung jawab dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Adapun pada aspek berorientasi sosial, bank syariah harus berkontribusi dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat.¹⁰ ICSR sama halnya dengan CSR sama-sama menjalankan kegiatan sosial, yang membedakan ICSR tidak hanya melihat dari sisi ekonomi material atau adanya tatanan hukum namun juga bertumpu pada hukum islam.

⁹ “Data Statistik Perbankan Syariah,” January 2023, <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Januari-2023.aspx>.

¹⁰ Sofyan Hadinata, “Islamic Social Reporting Index Dan Kinerja Keuangan Pada Perbankan Syariah Di Indonesia,” *EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 2, no. 1 (July 4, 2019): 72, <https://doi.org/10.14421/EkBis.2018.2.1.1099>.

tetapi juga bertumpu pada syariat islam. Hal ini terlihat dari kegiatan seperti berinfaq, bersedekah, berzakat, tidak menimbulkan kerugian atau kerusakan, serta memberikan pinjaman kepada orang lain (*qard*) serta memberikan penghidupan yang baik kepada orang-orang yang membutuhkan. Sedangkan CSR lebih mementingkan perolehan pendapatan dan keberlangsungan keberadaan perusahaan yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan.¹¹ Pelaksanaan aktivitas CSR bukan hanya mengikuti peraturan yang sudah ditetapkan oleh pemerintah. Namun, dituntut untuk dapat mensejahterakan dan memberikan manfaat untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat.¹² ICSR didasari oleh beberapa teori yaitu teori *stakeholder*, teori *Sharia Enterprise Theory* dan teori Legitimasi.¹³

Adanya peningkatan permintaan terhadap lembaga-lembaga syariah dikalangan masyarakat, hal ini tentunya memberikan peluang besar bagi perbankan syariah untuk meningkatkan layanannya. Salah satu cara untuk mrcapainya dengan meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan melalui pengungkapan pertanggungjawaban sosialnya secara transparan.¹⁴ Kewajiban pelaporan sosial pada laporan keuangan bank umum syariah adalah kewajiban yang terdapat dalam Standar Akuntansi Keuangan

¹¹ Muhammad Yasir Yusuf, *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) Lembaga Keuangan Syariah (Teori Dan Praktek)*. (Jakarta, Indonesia: Kencana, 2018), <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/472>.

¹² Desi Wahyuni, "Problematisa Implementatif Corporate Social Responsibility Pada Bank Syariah di Indonesia," *MIZANI: Wacana Hukum, Ekonomi dan Keagamaan* 6, no. 2 (2019): 94.

¹³ Gusfarini Fauziah, Abdul Kohar Irwanto, and Muhammad Syamsun, "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan pada Indeks Saham LQ45," *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah* 11, no. 1 (August 10, 2020): 52–60, <https://doi.org/10.29244/mikm.11.1.52-60>.

¹⁴ Isnan Mardiansyah, "Leverage, Ukuran Dewan Komisaris, Ukuran Dewan Pengawas Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR)," *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance* 5, no. 1 (July 1, 2021): 43, <https://doi.org/10.21043/malia.v5i1.10543>.

(PSAK) No. 101 (Revisi 2016). standar ini berkaitan Penyajian Laporan Keuangan Syariah, bertujuan untuk memberikan informasi laporan keuangan entitas syariah dan dapat dibandingkan di berbagai periode pelaporan keuangan entitas lain.¹⁵

Perbankan syariah melaksanakan kebijakan keterbukaan ICSR-nya yang mencakup berbagai aspek seperti, sumber daya manusia, produk dan layanan, terlibat dalam masyarakat dan akuntabilitas lingkungan hidup melalui sistem baitul maal yang pengeolaannya dan penyaluran dananya bersumber dari *Hibah, Infaq, Zakat, Sedekah*, atau sejenisnya yang tertuang pada pasal 4 ayat (2) UU No.21 tahun 2008. Penilaian ICSR didasarkan pada *Islamic Social Reporting index*.¹⁶ Indeks ISR ini bertujuan untuk meningkatkan transparansi dalam kegiatan bisnis. ISR juga memfokuskan pada aspek sosial yang tertuang pada laporan tahunan perusahaan syariah.

¹⁵ Moh Khoirul Anam, “Penerapan PSAK 101 Pada Laporan Dana Zakat Dan Dana Kebajikan,” *Misykat Al-Anwar* 28, no. 2 (2019): 397–416.

¹⁶ Eka Cahyaningtyas and Clara Shinta Canggih, “Islamic Corporate Social Responsibility Dan Kinerja Keuangan Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia,” *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 3, no. 2 (August 1, 2020): 72–81, <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n2.p72-81>.

Tabel 1. 2
Perkembangan Market Share Perbankan Syariah

<i>Market Share</i>	2018	2019	2020	2021	2022	2023
	5,96%	6,17%	6,51%	6,74%	7,09%	10,94%

(Sumber: OJK data diolah 2023)

Berdasarkan tabel 1.2 persentase *market share* perbankan syariah pada tahun 2018 sebesar 5,96 %. Perkembangan tersebut terus mengalami peningkatan hingga di tahun 2023 menembus batas yakni sebesar 10,94% semakin baik dibandingkan tahun sebelumnya yang sebesar 7,09%.¹⁷

Namun, meskipun perkembangan perbankan syariah yang cukup pesat, peningkatan *market share* nya belum signifikan. Perbankan syariah Indonesia hanya memperoleh sebesar 10,94%. Angka tersebut masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan *market share* di negara-negara muslim lainnya, seperti Uni Emirat Arab sebesar 19,6%, Malaysia sebesar 23,8% dan Arab Saudi sebesar 51,1%. Populasi penduduk Indonesia beragama islam, seharusnya *market share* perbankan syariah Indonesia lebih besar. Keterlambatan dalam pertumbuhan perbankan syariah ini disebabkan oleh kualitas bank syariah di Indonesia yang belum optimal. Khususnya pada Unit Usaha Syariah yang berada di bawah bank konvensional.¹⁸ Perkembangan *market share* perbankan syariah indonesia yang masih kecil menjadi salah satu faktor

¹⁷ “Snapshot Perbankan Syariah,” January 2024, <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan-kegiatan/publikasi/default.aspx>.

¹⁸ Hatta Setiabudhi, “Analisis Pengaruh Pengungkapan Islamic Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Empiris Pada Bank Syariah),” *JRKA : Jurnal Riset Keuangan Dan Akuntansi* 9, no. 2 (2022): 31–43.

bank umum syariah masih belum memaksimalkan dalam melakukan kegiatan CSRnya. Mengingat pelaksanaan CSR umumnya memerlukan biaya yang cukup besar, namun kegiatan CSR dapat memberikan keuntungan yang lebih besar bagi perusahaan melalui investasi jangka panjang yang berdampak pada kelangsungan perusahaan serta dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan performa keuangan perusahaan.¹⁹

Menurut studi Habib Sa'dul Kholqi²⁰ berdasarkan Indeks pengungkapan CSR oleh *Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions* (AAOIFI), hanya dua Bank Umum Syariah (BUS) yang memiliki indeks pengungkapan melebihi 50 persen dari seluruh BUS yang ada di Indonesia. meskipun sektor perbankan syariah menunjukkan pertumbuhan yang positif namun, tingkat pengungkapan CSR berdasarkan nilai-nilai islam masih terbilang rendah. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa peningkatan performa CSR perusahaan berhubungan langsung dengan peningkatan pengungkapan yang dilakukan.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dalam periode waktu tertentu dengan memanfaatkan keseluruhan modal yang dimiliki. Profitabilitas merupakan salah satu faktor dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hubungannya jika performa keuangan perusahaan rendah maka perlu melakukan kegiatan CSR-nya. Sehingga Perusahaan berharap calon investor akan

¹⁹ Palupi Pratiwi et al., "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Al-Mal = Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam* 2, no. 2 (2021).

²⁰ Habib Sa'dul Kholqi and Dina Fitriasia Septiarini, "Pengungkapan ICSR, Reputasi, Visibilitas Bank Syariah : Penelitian dengan Mediator dan Moderator," *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 8, no. 3 (May 31, 2021): 338, <https://doi.org/10.20473/vol8iss20213pp338-353>.

membaca performa keuangan perusahaan. Profitabilitas yang maksimal dapat mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan yang bermanfaat bagi investor.²¹ Hal ini menggambarkan bahwa semakin tinggi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* maka semakin tinggi pula tingkat perolehan profitabilitas juga semakin tinggi. Temuan studi Sumartono et.al²² mengungkapkan bahwa terdapat hubungan antara profitabilitas dengan pengungkapan CSR. Novtia Mihing²³ mengatakan sebaliknya bahwa profitabilitas tidak berdampak terhadap pengungkapan CSR.

Dalam studi Lely Ana Ferawati Ekaningsih²⁴ menyatakan terdapat dampak pengaruh antara *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas yang diproksikan dengan ROE dengan Objek 10 perusahaan yang masuk di *Jakarta Islamic Index* tahun 2016-2018. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan dalam pelaporan aktivitas tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan telah sesuai dengan hukum islam dan mampu meningkatkan profitabilitas perusahaan. Hasil studi tersebut juga menunjukkan bahwa penerapan CSR dalam islam secara komprehensif harus

²¹ Handayani, Dewi Saptantinah Puji Astuti, and Fajar Harimurti, "Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Nilai Perusahaan Terhadap Profitabilitas Yang Terdaftar Di Otoritas Jasa Keuangan Tahun 2012-2016," *Jurnal Akuntansi Dan Sistem Teknologi Informasi* 14 (n.d.): 125–33.

²² Sumartono et al., "Pengungkapan Corporate Sosial Responsibility pada Perusahaan Publik di Indonesia: Melalui Karakteristik Perusahaan," *Wahana Riset Akuntansi* 9, no. 1 (April 30, 2021): 9, <https://doi.org/10.24036/wra.v9i1.111830>.

²³ Novtia Mihing, "Analisis Peengaruh Profitabilitas, Ukuran Perushaaan, Leverage Dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Coroporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017," *Jurnal Kajian Ilmiah Akuntansi* 8, no. 1 (2019).

²⁴ Lely Ana Ferawati Ekaningsih, "Islamic Corporate Social Responsibilty Pengaruhnya Pada Profitabilitas Keuangan di Jakarta Islamic Index/JII," *Jurnal ekonomi Syariah Darussalam* 4, no. 1 (2023).

memenuhi berbagai faktor yang menjadikannya pembeda CSR dalam perspektif islam yaitu *al-Adl*, *al-Ihsan*, manfaat, amanah.

Dewanto Putra Wicaksono²⁵ dari hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak memiliki pengaruh positif terhadap kinerja keuangan yang diproksikan dengan ROA, *Corporate Social Responsibility* tidak memiliki pengaruh positif terhadap reputasi perusahaan, namun reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Reputasi sebagai variabel mediasi menunjukkan bahwa reputasi perusahaan tidak berperan sebagai faktor mediasi dalam memediasi dampak pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan. Penelitian ini berfokus pada objek perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI dengan sampel 38 bank periode 2015-2019 dengan menggunakan metode Regresi Linier Berganda.

Menurut Muslihati²⁶ berdasarkan *annual report* serta laporan keberlanjutan bank syariah, menunjukkan bahwa beberapa pengungkapam CSR masih beluk diungkapkan. Kriteria-kriteria yang belum diungkapkan meliputi, kurangnya program yang berkaitan dengan pelestarian alam, penggunaan pendapatan *non halal*, distribusi program yang tidak merata, penargetan kegiatan CSR serta minimnya kemitraan. Temuan ini konsisten dengan studi Yuni Mayanti menunjukkan bahwa, banyak perusahaan yang

²⁵ Dewanto Putra Wicaksono, "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan yang Dimediasi oleh Reputasi," *Jurnal Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya* 9, no. 2 (2021).

²⁶ Muslihati, Siradjuddin, and Syahrudin, "Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Bank Syariah," *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (December 16, 2018): 29–42, <https://doi.org/10.26618/j-hes.v2i1.1390>.

belum melaksanakan kegiatan CSRnya karena menganggap bahwa kegiatan CSR memerlukan biaya yang tinggi yang dapat mengurangi *profit* perusahaan.²⁷

Reputasi adalah penilaian secara umum oleh masyarakat. *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) adalah salah satu karakteristik yang membantu perusahaan berbasis syariah untuk memperbaiki reputasinya. salah satu strategi untuk menjaga nama baik perusahaan yaitu melalui melakukan ICSR nya.²⁸ Semakin baik reputasi perusahaan maka semakin baik perusahaan menerima sumber dayanya. Semakin tinggi indeks ICSR yang dilakukan, maka reputasi perusahaan juga semakin meningkat. Studi lain yang dilakukan oleh Annisa Eka Syafrina²⁹ menurut survey yang melibatkan 70 orang responden, ditemukan bahwa aktivitas *Corporate Social Responsibility* yang dijalankan oleh perusahaan memberikan pengaruh positif terhadap reputasi perusahaan, sekitar 29% reputasi perusahaan diperoleh melalui efektivitas *Corporate Social Responsibility*, sedangkan sisanya sebesar 71% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Dampak reputasi yang baik dari masyarakat akan mendatangkan para investor, dengan begitu profit perusahaan juga akan bertambah. Hasil studi yang dilakukan

²⁷ Yuni Mayanti and Rani Putri Kusuma Dewi, "Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Bisnis Islam," *Journal of Applied Islamic Economics and Finance* 1, no. 3 (June 30, 2021): 651–60, <https://doi.org/10.35313/jaief.v1i3.2612>.

²⁸ Nuril Alfi Darsiya, Moh Amin, and Junaedi, "Dampak Zakat dan Tanggung Jawab Sosial (CSR) pada Reputasi dan Hasil Kerja Bank umum Syariah," *E-JRA : Jurnal Ilmiah Riset dan Akuntansi* 08, no. 01 (2019).

²⁹ Annisa Eka Syafrina, "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Reputasi Perusahaan (Studi Eksplanatif Persepsi Masyarakat RT 10 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung terhadap Kegiatan Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing)," *Jurnal Komunikasi, Masyarakat Dan Keamanan* 3, no. 1 (March 26, 2021), <https://doi.org/10.31599/komaskam.v3i1.3197>.

Prasojo dkk.³⁰ Menunjukkan bahwa CSR digunakan sebagai alat untuk membangun reputasi perusahaan yang lebih baik. Hal tersebut membuktikan bahwa Kegiatan CSR dapat memberikan dampak baik berupa peningkatan kepercayaan kepada perusahaan yang berdampak bagi keberlanjutan perusahaan. Keberhasilan suatu perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya dilihat dari laba atau profit yang dihasilkan suatu perusahaan. Temuan ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Syurmita³¹ menunjukkan bahwa ICSR berpengaruh positif signifikan terhadap reputasi dan kinerja perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian yang ada, maka perlu penelitian lanjutan untuk menentukan penelitian mana yang mendapat dukungan.. Pengungkapan CSR sangat penting karena dampaknya besar terbukti dapat memperkuat hubungan antara pengungkapan CSR terhadap Profitabilitas dan Reputasi perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk membedakan studi ini dengan studi sebelumnya dengan mengevaluasi seberapa pengaruh ICSR terhadap Profitabilitas dan Reputasi dengan variabel terikatnya yaitu profitabilitas dan reputasi sedangkan variabel bebasnya hanya ICSR. Perbedaan utama terletak pada pemilihan laporan tahunan bank umum syariah sebagai objek, dengan periode mencakup tahun 2018-2023. Dalam penelitian ini, profitabilitas diproksikan menggunakan *Return On Equity* (ROE). ROE

³⁰ Prasojo, Sofyan Hadinata, and Muhammad Yusuf Shalihin, "Corporate Social Responsibility Dan Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah," *EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 2, no. 2 (April 24, 2020): 151, <https://doi.org/10.14421/EkBis.2018.2.2.1130>.

³¹ Syurmita and Miranda Junisar Fircarina, "Pengaruh Zakat, Islamic Corporate Social Responsibility dan Penerapan Good Governance Bisnis Syariah terhadap Reputasi dan Kinerja Bank Umum Syariah di Indonesia," *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial* 1, no. 2 (August 31, 2020): 87, <https://doi.org/10.36722/jaiss.v1i2.463>.

menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba bersih untuk memberikan pengembalian ekuitas pemegang saham. Semakin tinggi profitabilitas ini maka akan semakin baik, dikarenakan akan memberikan tingkat pengembalian yang lebih besar kepada pemegang saham. Reputasi perusahaan diukur menggunakan *market share* yaitu Dana Pihak Ketiga (DPK) yang dikelola bank umum syariah. Penggunaan DPK untuk mengukur reputasi perusahaan dikarenakan DPK tersebut mencerminkan tingkat kepercayaan masyarakat dalam menyimpan dananya pada bank umum syariah. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dengan menguji variabel menggunakan Teknik Regresi Data Panel

Dengan demikian, peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas dan Reputasi Bank Umum Syariah Periode 2018-2023”**

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

1. Implementasi CSR pada perusahaan menjadikan jembatan hubungan baik antara perusahaan dengan pihak internal (karyawan, investor) dan Eksternal (lingkungan dan masyarakat)
2. *Islamic Corporate Social Responsibility* sudah seharusnya dilakukan oleh perusahaan syariah yaitu salah satunya yaitu bank umum syariah yang tidak lagi menginduk kepada bank konvensional dimana konsepnya membantu dan menolong sesama sebagai kontribusi perusahaan kepada *stakeholder* sehingga

kegiatan bisnis yang dilakukan bank umum syariah berkembang secara berkelanjutan.

3. Implementasi ICSR yang dilakukan bank umum syariah masih tergolong rendah dan belum sepenuhnya dilakukan karena perusahaan menganggap bahwa kegiatan ICSR yang dilakukan akan mengeluarkan biaya yang akan berdampak pada profit yang didapatkan perusahaan berkurang dan bank umum syariah belum mendapatkan kepercayaan sepenuhnya dari masyarakat dilakukan sehingga akan berdampak pada reputasi perusahaan karena *stakeholder* bukan hanya melihat dari kinerja keuangan yang baik tetapi juga dari tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan.

1.2.2 Batasan Masalah

Penelitian ini berfokus pada Bank Umum Syariah (BUS) yang telah dipublikasi pada laporan tahunan atau *annual report* di *website* resmi masing-masing bank syariah. Terdapat 10 bank umum syariah yang menjadi objek pada penelitian ini yang mengungkapkan kegiatan ICSR nya dan profitabilitas yang diprosikan dengan *Return On Equity* (ROE) serta Reputasi yang di proksikan dengan Dana Pihak Ketiga periode 2018-2023.

1.2.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang tersebut, rumusan yang menjadi dasar skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) berpengaruh terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah diukur dengan ROE periode 2018-2023?
2. Apakah *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) berpengaruh terhadap Reputasi Bank Umum Syariah diukur dengan total DPK periode 2018-2023?
3. Bagaimana Analisis Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) terhadap Profitabilitas dan Reputasi Bank Umum Syariah periode 2018-2023?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah tersebut, dilakukannya penelitian ini yang bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) terhadap profitabilitas Bank Umum Syariah diukur dengan ROE periode 2018-2023?
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) terhadap Reputasi Bank Umum Syariah diukur dengan DPK periode 2018-2023?

3. Untuk mengetahui bagaimana Analisis pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) terhadap Profitabilitas dan Reputasi Bank Umum Syariah periode 2018-2023?

1.3.2 Manfaat penelitian

Manfaat pada penelitian ini diharapkan penulis adalah sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan keuntungan bagi bank syariah dalam bentuk kontribusi sebagai masukan untuk dilakukan lebih banyak pengungkapan tindakan-tindakan sosial secara syariah untuk meningkatkan transparansi diharapkan mampu meningkatkan daya tarik masyarakat terhadap bank syariah di Indonesia.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai ICSR serta manfaat penerapannya bagi bank syariah di Indonesia.

3. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan bagi penulis sendiri untuk dapat untuk dijadikan sarana pembelajaran dalam menganalisis permasalahan yang ada pada bank syariah, sehingga dengan dilakukan studi ini dapat menambah pengetahuan mengenai dampak ICSR terhadap profitabilitas dan reputasi Bank Umum Syariah di Indonesia.

1.4 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pertama membahas latar belakang permasalahan, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian selain itu, bab ini juga menyajikan sistematika penulisan yang akan digunakan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab kedua menguraikan tentang tinjauan teori yang relevan dengan variabel penelitian, review studi terdahulu, kangka pemikiran serta hipotesis yang diajukan.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ketiga menjelaskan mengenai tentang populasi dan sampel, tempat dan waktu penelitian, sumber data, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengumpulan dan pengolahan data

BAB IV : PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab keempat menguraikan deskripsi data yang diperoleh, temuan dari penelitian, instrumen penelitian dan hasil yang telah dilakukan.

BAB V : PENUTUP

Bab terakhir, berisi menyajikan kesimpulan, saran untuk penelitian selanjutnya serta keterbatasan-keterbatasan penelitian