



ZAKAT FUNDS, NON-HALAL FUNDS, ISLAMIC SOCIAL REPORTING ON THE ISLAMIC COMMERCIAL BANKS PERFORMANCE AND REPUTATION

Puji Suciarti[✉], Novi Lailiyul Wafiroh

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia

[✉]pujisuciarti2@gmail.com, novilailiyulw@uin-malang.ac.id

<https://doi.org/10.46367/jas.v7i1.1105>

Received: Apr 25, 2023 Revised: Mei 09, 2023 Accepted: Mei 16, 2023 Published: Jun 23, 2023

ABSTRACT

This study aims to show how the influence of zakat funds, non-halal funds, and Islamic social reporting (ISR) on the performance and reputation of Islamic commercial banks. This type of research uses a quantitative approach. The research population is Islamic commercial banks (ICB) in Indonesia registered with the financial services authority (FSA) for the 2016-2020 period; 14 ICB samples were obtained using the saturated sample technique. The data used is secondary data derived from the annual report of each bank. Data analysis techniques using structural equation modelling (SEM) with the help of AMOS 26 software include classic assumption tests, model feasibility, and hypotheses. The results of this study indicate that zakat funds and ISR do not affect bank performance as a proxy for return on assets (ROA). However, non-halal funds significantly negatively affect ROA. Zakat funds do not affect the company's reputation proxied by market share. However, non-halal funds significantly negatively affect market share, and ISR significantly positively affects market share. This research can contribute to proving whether signalling theory, stakeholder theory, and sharia enterprise theory can strengthen or weaken the influence of zakat funds, non-halal funds, and ISR on the performance and reputation of ICB and can become reference material for Islamic banks to improve their performance and reputation.

Keywords: zakat funds, non-halal funds, ISR, ROA, market share.

DANA ZAKAT, DANA NON HALAL, ISLAMIC SOCIAL REPORTING PADA KINERJA DAN REPUTASI BANK UMUM SYARIAH

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan bagaimana pengaruh dana zakat, dana non halal, dan *Islamic social reporting (ISR)* terhadap kinerja dan reputasi bank umum syariah. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian adalah bank umum syariah (BUS) di Indonesia yang terdaftar di otoritas jasa keuangan (OJK) periode 2016-2020, diperoleh total 14 sampel BUS dengan teknik sampel jenuh. Data yang digunakan adalah data sekunder berasal dari annual report masing-masing bank. Teknik analisis data menggunakan *structural equation modelling (SEM)* dengan bantuan *software* AMOS 26 meliputi uji asumsi klasik, kelayakan model, dan hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dana zakat dan *ISR* tidak berdampak terhadap kinerja bank yang diprosikan dengan *return on asset (ROA)*. Namun, dana non halal memiliki dampak negatif signifikan terhadap *ROA*. Dana zakat tidak berdampak terhadap reputasi perusahaan yang diprosikan dengan *market share*. Namun dana non halal secara signifikan memiliki dampak negatif terhadap *market share* dan *ISR* secara signifikan memiliki dampak positif terhadap *market share*. Kemudian *ROA* tidak memiliki dampak terhadap *market share*. Penelitian ini dapat berkontribusi dalam membuktikan apakah *signalling theory*, *stakeholders theory*, dan *sharia enterprise theory*, mampu menguatkan atau melemahkan pengaruh dari dana zakat, dana non halal, dan *ISR* terhadap kinerja dan reputasi BUS serta dapat menjadi bahan referensi bank syariah untuk meningkatkan kinerja dan reputasinya.

Kata kunci: dana zakat, dana non halal, *ISR*, *ROA*, *market share*.



PENDAHULUAN

Perkembangan positif terlihat pada lembaga keuangan dan perbankan dari tahun ke tahun, terutama perbankan syariah. Selain total aset perbankan syariah semakin meningkat dari tahun ke tahun, jumlah pembiayaan bank syariah juga meningkat lebih tinggi dibandingkan perbankan konvensional. Bulan September 2022 pertumbuhan pembiayaan bank syariah mencapai 19,0% *year on year (yoy)* (Walfajri 2022). Bank syariah berbeda dengan bank konvensional baik dalam prinsip maupun praktik termasuk dalam penyajian laporan keuangan. Pelaporan dana sosial pada laporan keuangan BUS wajib dilakukan oleh entitas syariah (IAI 2007). Laporan sumber dan penggunaan zakat, laporan sumber dan penggunaan dana kebajikan merupakan contoh laporan keuangan yang hanya dibuat oleh entitas syariah, tidak dengan entitas konvensional.

Laporan sumber dan penggunaan zakat berisi tentang zakat yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam periode tertentu. Semakin meningkat jumlah zakat yang disalurkan maka akan semakin baik *image* bank syariah yang bersangkutan (V. Y. Pratama 2022). Selain zakat, pada bank syariah juga terdapat dana non halal yang disajikan dalam laporan sumber dan penggunaan dana kebajikan. Adanya dana non halal yang diungkapkan dalam laporan sumber dan penggunaan dana kebajikan menunjukkan bahwa bank syariah masih melakukan kegiatan transaksi yang bisa mengakibatkan riba. Hal ini menimbulkan kekhawatiran bahwa dapat mengurangi keinginan calon nasabah untuk menginvestasikan dananya di bank syariah (Sholihah 2021). Di Indonesia lembaga keuangan yang dominan digunakan untuk melakukan transaksi adalah lembaga keuangan konvensional. Dengan demikian, tidak dapat dipungkiri bahwa bank syariah juga masih bekerja sama dalam bidang investasi dengan lembaga keuangan konvensional tersebut.

Pengalokasian dana zakat dan dana non halal pada bank syariah disalurkan untuk membiayai kegiatan corporate social responsibility (CSR). Pada perbankan syariah, CSR dikenal dengan istilah *Islamic Social Reporting (ISR)*. *ISR* merupakan bentuk pertanggungjawaban sosial perusahaan kepada masyarakat yang dilandasi dengan prinsip-prinsip Islam. Sehingga *ISR* bukan hanya bentuk pertanggungjawaban kepada manusia tetapi juga kepada Allah SWT. Apabila suatu bank mengungkapkan tanggung jawab sosialnya, maka bank tersebut akan memperoleh reaksi positif dari lingkungan sekitar, sehingga akan berdampak positif pada bank. Sebagai bank yang beroperasi dilandasi dengan prinsip syariah, maka reputasi perlu dipertahankan oleh bank. Salah satu faktor yang bisa meningkatkan reputasi bank syariah ialah kinerja keuangan yang baik. Selain itu, dengan penyaluran dan pengungkapan dana non halal juga diharapkan mampu meningkatkan reputasi bank di mata masyarakat. Bank syariah menyajikan dana zakat dan pendapatan non halal dalam laporan sumber dan penggunaan zakat serta laporan sumber dan penggunaan dana kebajikan.

Beberapa penelitian terdahulu sudah mengkaji dana zakat, dana non halal, dan *ISR* terhadap kinerja dan reputasi perbankan syariah seperti yang dilakukan oleh A. A. Afandi, Supaijo, and Ningsih (2019); Pangesti and Sutanto (2020); Lenap, Karim, and Sasanti (2021); Marito, Nofinawati, and Hardana (2021); Nurhayati and Rustiningrum (2021); Wardiwyono and Jayanti (2021); Septian, Eliza, and Bahtiar (2022), dimana menunjukkan hasil yang berbeda-beda dalam



penelitiannya. Penelitian tersebut telah mengkaji pengaruh dari salah satu variabel dana zakat, dana non halal, dan *ISR* terhadap kinerja ataupun reputasi bank syariah. Namun, pada penelitian ini menggabungkan ketiga variabel tersebut sebagai variabel independen, kinerja dan reputasi perusahaan sebagai variabel dependen. Berdasarkan kesenjangan hasil penelitian terdahulu dan perbedaan variabel kajian, maka perlu dilakukan penelitian terbaru dengan objek penelitian yang lengkap dan data *time series* dengan rentang waktu yang berbeda serta menggunakan pendekatan analisis data yang berbeda juga. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan pengaruh dana zakat, dana non halal, dan *ISR* terhadap kinerja dan reputasi bank syariah.

TELAAH LITERATUR

Signalling Theory

Signalling theory atau teori sinyal adalah teori yang pertama kali dikemukakan oleh (Spence 1973). Dalam teori ini, dua pihak yang terlibat yaitu manajemen perusahaan sebagai pengirim sinyal berupa informasi dan masyarakat sebagai calon investor sebagai penerima sinyal tersebut. Informasi yang diberikan perusahaan merupakan sinyal atau isyarat yang bisa dipergunakan oleh para investor dalam mengambil keputusan (Spence 1973). Dengan demikian, perusahaan harus mengungkapkan semua informasi yang ada, termasuk informasi keuangan dan non keuangan. Hal tersebut perlu untuk dilakukan sebagai upaya meminimalisir adanya asimetri informasi (Komala et al. 2021).

Stakeholders Theory

Freeman (1984) mengembangkan teori stakeholder, yang dikenal sebagai *stakeholder theory* pada tahun 1984. Teori ini memaparkan jika sebuah perusahaan yang beroperasi bukan hanya suatu bisnis yang didirikan hanya untuk kepentingan para manajemen, melainkan juga supaya memberikan manfaat bagi para pemangku kepentingan (*stakeholders*). Selain itu, dalam teori ini mengasumsikan bahwa dukungan *stakeholder* diperlukan untuk memenuhi eksistensi perusahaan, sehingga segala aktivitas perusahaan memerlukan dukungan dan persetujuan dari *stakeholder* (Ananda and NR 2020).

Shariah Enterprise Theory

Islam memiliki konsep yang dikenal dengan "*shariah enterprise theory*", yang terdiri dari konsep zakat, konsep tanggung jawab, konsep keadilan, konsep kemaslahatan, dan konsep falah, dimana semua konsep dalam *shariah enterprise theory* ini telah dijelaskan di dalam Al-Quran (Ananda and NR 2020). Teori ini mengasumsikan bahwa pengungkapan setiap kegiatan operasional perusahaan harus dilakukan secara transparan dan akuntabel dengan berdasarkan pada prinsip-prinsip syariah untuk mencakup *stakeholders* yang cukup luas, yaitu Allah SWT, manusia, dan lingkungan. Dalam teori ini *stakeholders* tertinggi adalah Allah SWT (Ilmi, Fatimah, and Sumarlin 2020).

Bank Syariah

Bank syariah merupakan lembaga keuangan bank yang beroperasi dan melaksanakan kegiatan bisnis berlandaskan prinsip-prinsip syariah Islam,



khususnya yang berkaitan dengan dengan praktik muamalah islam (N. A. Pratama, Muchlis, and Wahyuni 2018). Bank syariah juga bisa didefinisikan sebagai perbankan atau lembaga keuangan yang kegiatan operasional serta produk-poduknya dikembangkan berdasarkan Al-Quran dan hadits Rasulullah SAW. Perbedaan prinsip yang digunakan oleh bank konvensional dan bank syariah merupakan salah satu hal mendasar yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi keduanya (Machmud and Rukmana 2010, 9). Jika bank konvensional menggunakan prinsip mencari keuntungan sebesar-besarnya dengan tingkat suku bunga yang ditentukan, sedangkan bank syariah menggunakan prinsip bagi hasil.

Dana Zakat

Dana zakat atau zakat merupakan sebagian harta setiap muslim dari pendapatan yang halal yang wajib dikeluarkan jika telah memenuhi *nishab* dan *haul* yang telah diatur dalam syariat. Wajib zakat (*muzakki*) mengeluarkan zakat, kemudian diserahkan kepada penerima zakat yang biasa disebut *mustahiq* (Lenap, Karim, and Sasanti 2021). Secara terminologi (*syar'i*), zakat merupakan sebagian harta yang diamanahi Allah SWT agar didistribusikan kepada mereka yang memenuhi syarat sebagai penerima zakat (*mustahiq*) yang ditentukan dalam Al-Quran. Bank syariah mengungkapkan dan menyajikan dana zakat pada laporan sumber dan penggunaan dana zakat.

Dana Non Halal

Semua pendapatan yang berasal dari transaksi atau kegiatan yang bertentangan dengan prinsip syariah disebut sebagai dana non halal. Dana tersebut bisa berupa bunga atas investasi pada bank konvensional atau pun jasa giro yang diterima dari bank konvensional (Lenap, Karim, and Sasanti 2021). Laporan sumber dan penggunaan dana kebajikan menyajikan pengungkapan keberadaan dana non halal yang dimiliki bank. Pada perbankan syariah, dana ini dipergunakan untuk aktivitas sosial bank dan tidak bisa digunakan dalam kegiatan usahanya.

Islamic Social Reporting

Pada entitas syariah untuk mengukur CSR digunakan istilah *islamic social reporting (ISR)*. *ISR* merupakan bentuk pertanggung jawaban sosial perusahaan kepada masyarakat yang dilandasi dengan prinsip-prinsip islam. Sehingga *ISR* bukan hanya bentuk pertanggung jawaban kepada manusia tetapi juga kepada Allah SWT. Dalam pengungkapannya, *ISR* memiliki indeks yang terbentuk dengan dasar *accounting and auditing organization for islamic finance institutions (AAOIFI)*, yang kemudian dikembangkan lagi oleh para peneliti. Indeks *ISR* pertama kali dipublikasikan oleh Haniffa (2002), yang memiliki lima tema yaitu: 1) Keuangan dan investasi (*finance and investment theme*), 2) Produk dan pelayanan (*product and service theme*), 3) Tenaga kerja/karyawan (*employees theme*), 4) Masyarakat (*society theme*), 5) Lingkungan (*environment theme*). Kemudian, Othman, Thani, and Ghani (2009) melakukan pengembangan dengan menambahkan tema tata kelola perusahaan (*corporate governance theme*), sehingga total indeks *ISR* terdiri dari enam tema islam (N. A. Pratama, Muchlis, and Wahyuni 2018).



Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan perusahaan sangat penting dalam memikat investor untuk menginvestasikan dana mereka di perusahaan tersebut (Sulhan and Halimah 2013). Kinerja keuangan menggambarkan tentang kondisi keuangan suatu perusahaan, meliputi aspek kemampuan perusahaan dalam menghimpun dan menyalurkan dana dalam jangka waktu tertentu dengan indikator pengukuran berupa profitabilitas, kecukupan modal, dan likuiditas. Adanya kinerja keuangan membuat kita bisa mengetahui kinerja manajemen dan karyawan dalam mengelola aset apakah sudah efektif ataukah belum (Humanitisri and Ghozali 2018).

Reputasi

Reputasi merupakan sebuah persepsi atau pandangan tentang bagaimana suatu perusahaan (Jasin et al. 2021). Menciptakan suatu reputasi juga tidaklah mudah, harus dibangun selama bertahun-tahun, sehingga tidak bisa diperoleh secara instan dalam waktu yang singkat. Reputasi perusahaan memberikan gambaran tentang keefektifan perusahaan, meliputi hasil baik atau buruknya perusahaan, serta melihat sisi kuat dan lemahnya perusahaan dari sudut pandang investor, karyawan, konsumen, dan masyarakat publik (Afifah, Astuti, and Irawan 2021). Dengan demikian, gagasan atau informasi yang diberikan perusahaan dan dapat diterima dengan baik, maka akan menjadi acuan bagaimana perusahaan tersebut dikenal dan dipandang oleh masyarakat luas.

Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan teori sinyal, bank syariah yang mengeluarkan zakat akan mengirimkan sinyal bahwa bank syariah tersebut transparan dalam setiap aktivitas bisnisnya. Dengan harapan bahwa hal tersebut akan meningkatkan efektivitas bank. Sinyal yang dikirim diharapkan akan berdampak positif terhadap kinerja keuangan bank (Wardiwiyo and Jayanti 2021). Masyarakat akan semakin percaya kepada bank yang menyalurkan zakat, yang nantinya akan berdampak pada kinerja keuangan bank (Adisaputra 2021). Mayasari (2020); Cahya et al. (2021) juga menegaskan bahwa dana zakat secara signifikan berdampak pada kinerja bank. Dengan demikian, dapat dibuat hipotesis (H1): dana zakat berdampak signifikan terhadap kinerja BUS.

Pengeluaran zakat yang dilakukan perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan sedang memberikan sinyal kepada masyarakat bahwa perusahaan tersebut transparan dalam setiap aktivitasnya dan telah beroperasi sesuai prinsip syariah. Dalam perspektif *shariah enterprise theory* bank umum syariah yang mengeluarkan zakat membuktikan bahwa bank tersebut telah melakukan upaya memenuhi kewajibannya kepada Allah SWT (Wardiwiyo and Jayanti 2021). Pengeluaran zakat perusahaan merupakan pemberian sinyal oleh pihak perusahaan kepada publik. Ketika sinyal tersebut direspon positif oleh masyarakat akan akan berimbas pada baiknya reputasi yang dimiliki perusahaan. Lenap, Karim, and Sasanti (2021) menyatakan bahwa dana zakat berdampak pada reputasi bank syariah. Dengan demikian dapat dibuat hipotesis (H2): dana zakat berdampak signifikan terhadap reputasi BUS.

Laporan sumber dan penggunaan dana kebajikan mengungkapkan bahwa bank syariah memiliki sumber pendanaan yang berasal dari transaksi yang menghasilkan riba dan bertentangan dengan prinsip syariah dengan menyebutkan



adanya pendapatan non halal. Hal ini dikhawatirkan akan menurunkan keinginan calon nasabah terhadap bank syariah (Sholihah 2021). Namun, dalam praktiknya dana non halal tersebut digunakan bank syariah untuk kegiatan sosial, tidak sedikitpun digunakan untuk kegiatan operasional bank. Dengan demikian, diharapkan hal tersebut memberikan kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah. Ketika masyarakat percaya maka akan berpengaruh pada kinerja keuangan bank yang bersangkutan. V. Y. Pratama (2022) menyatakan bahwa dana non halal berdampak pada *ROA*. Oleh karena itu, dapat dirumuskan hipotesis (H3): dana non halal berdampak signifikan terhadap kinerja BUS.

Perbankan syariah tidak memperbolehkan adanya sistem bunga dalam transaksi yang dilakukannya. Semua pendapatan dan pengeluaran yang ada merupakan dana halal yang terbebas dari unsur riba dan digunakan sebagai kegiatan operasional bank (Lenap, Karim, and Sasanti 2021). Beda halnya dengan pendapatan non halal, yang mana dana dari pendapatan tersebut hanya diperuntukkan untuk kegiatan sosial dan tidak boleh digunakan untuk kegiatan operasi bank. Keinginan calon nasabah untuk menempatkan dananya di bank syariah akan menurun karena aktivitas transaksi yang dapat menimbulkan riba (Sholihah 2021). Akibatnya, bank syariah harus membuat laporan sumber dan penggunaan dana kebajikan untuk mengungkapkan dan melaporkan adanya pendapatan non halal. Adanya laporan tersebut sebagai wujud bahwa pendapatan non halal bank dialokasikan ke berbagai bentuk kegiatan sosial, dan tidak sedikitpun digunakan untuk kegiatan usahanya. Sehingga adanya pengungkapan pendapatan non halal tersebut dapat meningkatkan reputasi bank. Muchlis and Utomo (2018) menyatakan bahwa terdapat dampak antara dana non halal dan reputasi bank. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis (H4): dana non halal berdampak signifikan terhadap reputasi BUS.

Tingginya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan bisa berdampak pada kinerja perusahaan secara signifikan. Selain itu, pengungkapan *ISR* dianggap sebagai alternatif yang signifikan bagi bank umum syariah untuk meningkatkan kinerjanya (Pratomo and Nugrahanti 2022). Oleh karena itu, adanya *ISR* yang mengungkapkan kegiatan sosial bank, membuat bank dapat dipercaya oleh masyarakat. Sehingga masyarakat menginvestasikan dananya di bank tersebut dan akan berdampak positif pada kinerja bank umum syariah. Rahayu, Kurniati, and Wahyuni (2020) menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara *ISR* terhadap *ROA*. Dengan demikian, dapat dibuat hipotesis (H5): *ISR* berdampak signifikan terhadap kinerja BUS.

Berkaitan dengan pengaruh *ISR* terhadap reputasi bank, *ISR* dapat digunakan untuk membangun reputasi bank yang positif dimana bank syariah dipandang sebagai bank yang jujur, amanah, dan dapat diandalkan. Selain itu, *advertising* bank terkait *ISR* dapat dimanfaatkan untuk membentuk dan meningkatkan kualitas bank (Humanitisri and Ghazali 2018). Menurut A. A. Afandi, Supaijo, and Ningsih (2019) bahwa masyarakat akan memperoleh manfaat dari pengungkapan *ISR* yang baik, demikian juga dengan reputasi bank. Selain itu penelitian tersebut menyatakan bahwa pengungkapan *ISR* merupakan pemberian sinyal oleh pihak perusahaan kepada publik. Ketika sinyal tersebut direspon positif oleh masyarakat akan akan berimbas pada baiknya reputasi yang dimiliki perusahaan. Syurmita and Fircarina (2020) menyatakan bahwa *ISR*



mampu mempengaruhi reputasi perusahaan. Dengan demikian, dapat dirumuskan hipotesis (H6): *ISR* berdampak signifikan terhadap reputasi BUS.

Sebagai bank yang melaksanakan kegiatan bisnisnya berdasarkan prinsip Islam, maka reputasi perlu dipertahankan oleh perusahaan. Dikarenakan nilai reputasi penting, maka bank harus membangun dan mempertahankan reputasi yang positif. Kinerja keuangan yang baik merupakan salah satu unsur yang bisa meningkatkan reputasi bank. Berdasarkan teori stakeholder, Oktavianus et al. (2022) mengemukakan bahwa kinerja keuangan yang baik bisa mempengaruhi kepercayaan stakeholder. Disisi lain, bank dengan kinerja keuangan yang buruk akan menyebabkan hilangnya kepercayaan dari stakeholder. Hal ini tentunya akan berdampak pada reputasi perusahaan. Dalam penelitian ini, dana zakat, dana non halal, dan *Islamic Social Reporting* merupakan kualitas yang tidak dimiliki oleh bank konvensional pada umumnya. Berdasarkan hal tersebut diharapkan dapat direspon positif oleh masyarakat. Dengan demikian, kinerja keuangan bank akan meningkat. Kinerja bank yang baik tentunya akan mempengaruhi reputasi dari bank itu sendiri. Sari and Aisyah (2022) menyatakan bahwa *ROA* mampu mempengaruhi reputasi. Oleh karena itu, dapat dibuat hipotesis (H7): Kinerja berdampak signifikan terhadap reputasi BUS.

METODE PENELITIAN

Jenis dan pendekatan penelitian ini bersifat kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah BUS yang terdaftar di OJK tahun 2016-2020 dan memiliki laporan keuangan lengkap selama periode tersebut. Strategi pengambil sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel jenuh, sehingga diperoleh total sampel 14 BUS yaitu Bank Aceh Syariah, BPD Nusa Tenggara Barat Syariah, Bank Muamalat Indonesia, Bank Victoria Syariah, BRI Syariah, Bank Jabar Banten Syariah, BNI Syariah, Bank Syariah Mandiri, Bank Mega Syariah, Bank Panin Dubai Syariah, Bank Syariah Bukopin, BCA Syariah, Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah, dan Maybank Syariah Indonesia. Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa dokumentasi yang diperoleh website OJK dan masing-masing BUS yang bersangkutan. Selain itu, analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode SEM (*Structural Equation Modelling*) dibantu dengan software AMOS (*Analysis of Moment Structure*) versi 26. Adapun parameter pengukuran yang digunakan SEM-AMOS meliputi uji kualitas instrumen data yaitu uji validitas dan reliabilitas konstruk beserta indikatornya, uji normalitas data, pengujian *goodness of fit* indeks untuk mengevaluasi kesesuaian model, uji hipotesis untuk mengukur penerimaan hipotesis dan pengaruh antar konstruk.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Hasil Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan Tabel 1, dapat dijelaskan bahwa secara *univariate* nilai *skewness* pengungkapan *ISR* bank umum syariah dari tahun 2016-2020 adalah sebesar -0,740. Jika nilai *skewness* dalam rentang -2,58 sampai 2,58, maka data dianggap terdistribusi dengan normal. Artinya, bahwa data *ISR* terdistribusi normal. Dana non halal (DNH) bank umum syariah periode 2016-2020



mempunyai nilai *skewness* sebesar 0,154, artinya data tersebut terdistribusi secara normal. Dana zakat (DZK) mempunyai nilai *skewness* sebesar 1,531, yang berarti bahwa data terdistribusi secara normal. Reputasi perusahaan (MSR) yang diukur dengan menggunakan indikator *market share* memiliki nilai *skewness* -0,940, artinya secara *univariate* data tersebut telah terdistribusi normal. Kinerja perusahaan (ROA) memiliki nilai *skewness* sebesar 0,914, artinya data telah terdistribusi normal. Namun, dalam pengujian AMOS, normal atau tidaknya suatu data dilihat pada nilai *multivariate*-nya, lebih tepatnya pada bagian *critical ratio multivariate* (*cr multivariate*). Jika suatu data memiliki nilai dalam kisaran -2,58 sampai 2,58, maka data dianggap normal. Tabel 1 menunjukkan bahwa, *cr multivariate* memiliki nilai sebesar -0,218. Oleh karena itu, dapat dikatakan jika data dalam penelitian ini telah terdistribusi secara normal.

Tabel 1 Assesment of Normality

<i>Variable</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>	<i>Skew</i>	<i>CR</i>	<i>Kurtosis</i>	<i>CR</i>
<i>ISR</i>	0,279	0,581	-0,740	-1,416	-0,869	-0,832
<i>DNH</i>	0,000	923977647,000	0,154	0,295	-1,189	-1,138
<i>DZK</i>	0,000	3459392000,000	1,531	2,932	0,878	0,840
<i>ROA</i>	-0,004	0,027	0,914	1,749	-0,318	-0,304
<i>MSR</i>	0,002	0,040	-0,940	-1,801	-0,071	-0,068
<i>Multivariate</i>					-0,779	-0,218

Sumber: data sekunder (diolah)

Hasil Uji Kelayakan Model (*Model Fit*)

Tabel 2 Hasil Uji Kelayakan Model

<i>Goodness of Fit Index</i>	<i>Cut-Off Value</i>	<i>Model Result</i>	<i>Conclusion</i>
$X^2 - Chi square$	Diharapkan kecil	0,000	Good Fit
<i>Significance probability</i>	$\geq 0,05$	0,073	Good Fit
Df	Diharapkan besar	10	
RMSEA	0,50 - 0,80	0,781	Good Fit
PCFI	$> 0,60$	0,65	Good Fit
ECVI	$< ECVI saturated dan independence model$	2,382	Fit Enough
CMIN/DF	$< 2,00$	1,75	Fit Enough
TLI	$> 0,90 ; > 0,95$	0,978	Good Fit
CFI	$> 0,90 ; > 0,95$	0,91	Good Fit

Sumber: data sekunder (diolah)

Tabel 2 menunjukkan hasil bahwa $X^2 - Chi square$ sebesar 0,000, artinya model fit bagus (*good fit*), *Significance probability* sebesar 0,073, artinya bagus, df sebesar 10, artinya bagus, RMSEA sebesar 0,781 menunjukkan *good fit*, PCFI sebesar 0,65 menunjukkan *good fit*, ECVI sebesar 2,382 menunjukkan *fit enough*, CMIN/DF sebesar 1,75 menunjukkan *fit enough*, TLI sebesar 0,978 menunjukkan *good fit*, dan CFI sebesar 0,91 menunjukkan *good fit*. Tabel 2 membuktikan bahwa uji kelayakan model dalam penelitian ini sudah bagus, namun pada *goodness fit of index* ECVI dan CMIN/DF hasil uji menunjukkan nilai yang



kurang dari *cut off value* sehingga uji fitnya “*fit enough*”. Sedangkan dalam kriteria lain indeks *goodness of fit* sudah sesuai dengan *cut off value* yang menunjukkan hasil “*good fit*”. Sehingga sekitar 70% indeks uji kelayakan model telah terpenuhi, hal ini berarti bahwa secara keseluruhan evaluasi memiliki model yang baik yang sesuai dengan data dan memenuhi *goodness of fit*.

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 3 Hasil Uji Hipotesis

<i>Variable</i>	<i>Estimate</i>	<i>S.E.</i>	<i>C.R.</i>	<i>P-Value</i>
<i>ROA←DZK</i>	0,000	0,000	0,337	0,736
<i>MSR←DZK</i>	0,000	0,000	0,033	0,974
<i>ROA←DNH</i>	0,000	0,000	-3,493	0,000
<i>MSR←DNH</i>	0,000	0,000	-2,568	0,010
<i>ROA←ISR</i>	0,022	0,018	1,197	0,231
<i>MSR←ISR</i>	0,056	0,018	3,090	0,002
<i>MSR←ROA</i>	0,248	0,213	1,161	0,245

Sumber: data sekunder (diolah)

Berdasarkan Table 3, dapat dilihat bahwa *ROA←DZK* memiliki nilai *p-value* sebesar $0,736 > 0,05$, berarti H1 ditolak, sehingga dana zakat tidak memiliki dampak terhadap *ROA*. *MSR←DZK* memiliki nilai *p-value* sebesar 0,974, berarti H2 ditolak, sehingga dana zakat tidak berdampak terhadap *market share*. *ROA←DNH* memiliki nilai *p-value* sebesar $0,000 \leq 0,05$ dan koefisien -3,493, berarti H3 diterima, sehingga dana non halal secara signifikan berdampak negatif terhadap *ROA*. *MSR←DNH* memiliki nilai *p-value* sebesar $0,010 \leq 0,05$ dan koefisien -2,568, berarti H4 diterima, sehingga dana non halal secara signifikan berdampak negatif terhadap *market share*. *ROA←ISR* memiliki nilai *p-value* sebesar $0,231 > 0,05$, berarti H5 ditolak, sehingga *ISR* tidak memiliki dampak terhadap *ROA*. *MSR←ISR* memiliki nilai *p-value* sebesar $0,002 \leq 0,05$ dan koefisien 2,090, berarti H6 diterima, sehingga *ISR* secara signifikan berdampak positif terhadap *market share*. *MSR←ROA* memiliki nilai *p-value* sebesar $0,245 > 0,05$, berarti H7 ditolak, sehingga *ROA* tidak memiliki dampak terhadap *market share*.

Dampak Dana Zakat Terhadap Kinerja BUS

Temuan penelitian menunjukkan bahwa H1 ditolak, sehingga dana zakat tidak berdampak pada *ROA* sebagai indikator dari kinerja BUS. Hal tersebut mengindikasikan bahwa tinggi rendahnya dana zakat yang dikeluarkan oleh BUS, tidak akan berefek pada *ROA* BUS. Hal ini dikarenakan bahwa kegiatan utama bank bukan mengumpulkan dan menyalurkan dana zakat, melainkan mengumpulkan dan menyalurkan dana dari dan untuk masyarakat. Selain itu, berdasarkan *annual report* yang diterbitkan oleh BUS setiap tahunnya, terlihat bahwa BUS mengeluarkan zakat dalam jumlah yang cukup kecil, atau bisa dikatakan bahwa BUS tidak menyalurkan semua dana zakat yang dimilikinya kepada *mustahiq*. Berdasarkan *shariah enterprise theory*, perbankan syariah telah mengeluarkan zakat sesuai prinsip syariah, yang berarti bahwa bank telah



memberikan sebagian hartanya untuk membantu orang yang membutuhkan. Selain itu, hal ini juga sejalan dengan *stakeholders theory* dimana bank syariah telah melaporkan semua kegiatan yang telah dilakukan, bukan hanya untuk kebutuhan bank itu sendiri, namun juga para pemangku kepentingan (*stakeholders*). Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Nurdin and Suyudi (2019); Marito, Nofinawati, and Hardana (2021); Ibrahim et al. (2022); V. Y. Pratama (2022); A. Afandi and Haryono (2022) yang menemukan bahwa tidak terdapat hubungan antara dana zakat dan *ROA*. Namun, temuan penelitian ini bertentangan dengan penelitian Mayasari (2020); Cahya et al. (2021) yang menegaskan bahwa dana zakat secara signifikan berdampak positif pada kinerja bank yang diukur dengan *ROA*.

Dampak Dana Zakat terhadap Reputasi BUS

Temuan penelitian ini memperoleh hasil bahwa H2 ditolak, sehingga dana zakat tidak berdampak pada reputasi BUS yang diukur dengan *market share*. Pengungkapan zakat secara konsisten akan menanamkan pemikiran positif pada publik, yang seiring berjalannya waktu akan berimbas pada peningkatan kepercayaan masyarakat kepada bank, sehingga akan membentuk reputasi bank syariah yang kokoh di mata masyarakat. Namun, temuan penelitian ini tidak sejalan dengan *signalling theory*. Diduga tidak semua BUS konsisten mengeluarkan zakat setiap tahunnya yang dilaporkan di *annual report*, sehingga menyebabkan ditolaknya hipotesis ini. Jika berdasarkan pada *stakeholders theory* dan *shariah enterprise theory*, maka perbankan syariah telah melaporkan dengan benar jumlah zakat yang dikeluarkan, baik dari dalam dan luar entitas perbankan syariah yang dicantumkan dalam laporan sumber dan penggunaan dana zakat pada laporan tahunan masing-masing bank. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian penelitian Syurmita and Fircarina (2020) bahwa dana zakat tidak mampu mempengaruhi reputasi perusahaan. namun, bertolak belakang dengan hasil penelitian Lenap, Karim, and Sasanti (2021) yang menunjukkan bahwa dana zakat berdampak pada reputasi bank syariah.

Dampak Dana Non Halal Terhadap Kinerja BUS

Temuan penelitian ini diperoleh hasil bahwa H3 diterima, sehingga secara signifikan dana non halal berdampak negatif pada kinerja BUS yang diukur dengan *ROA*. Hal ini menandakan jika tingginya dana non halal yang dimiliki perusahaan, maka akan berdampak pada semakin rendahnya tingkat profitabilitas perbankan syariah. Adanya dana non halal menunjukkan jika bank syariah tidak sepenuhnya melaksanakan kegiatan operasionalnya berdasarkan prinsip syariah. Hasil penelitian ini bertentangan dengan *shariah enterprise theory*. Masyarakat muslim akan cenderung memegang teguh prinsip syariah, salah satu caranya dengan menempatkan dana pada BUS yang pengungkapan dana non halalnya rendah. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian V. Y. Pratama (2022) bahwa dana non halal sebagai proksi dari *islamic index performance* berdampak pada *ROA*. Akan tetapi, temuan penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian oleh Pangesti and Sutanto (2020); Mayasari (2020), dana non halal yang merupakan proksi dari *islamic performance index* tidak bisa berdampak pada kinerja bank syariah yang diukur dengan *ROA*.



Dampak Dana Non Halal Terhadap Reputasi BUS

Temuan penelitian ini memperoleh hasil bahwa H4 diterima, sehingga secara signifikan dana non halal berdampak negatif pada reputasi BUS yang diukur dengan *market share*. Hal ini berarti adanya dana non halal yang dimiliki BUS akan membuat kepercayaan masyarakat menurun sehingga bisa mempengaruhi reputasi BUS. Hal ini menyiratkan bahwa dana non halal berdampak negatif terhadap reputasi bank syariah yang bersangkutan. Hal ini dikarenakan mayoritas umat Islam ingin memiliki sistem keuangan dan sistem pembayaran yang sesuai dengan aturan syariah Islam. Berdasarkan *signalling theory*, adanya pengungkapan dana non halal pada laporan sumber dan penggunaan dana kebajikan akan memberikan sinyal negatif kepada masyarakat, sehingga akan berdampak kepada reputasi. Bagi masyarakat muslim, adanya dana non halal menunjukkan bahwa bank tersebut masih melakukan transaksi yang bertentangan dengan syariah Islam. Maka dari itu, masyarakat akan merespon dengan terbentuknya persepsi yang bisa saja kurang baik. Dengan demikian, penelitian ini mendukung *signalling theory* yang berarti bahwa adanya dana non halal berdampak negatif pada *market share* yang merupakan proksi dari reputasi bank syariah. Temuan penelitian ini juga sejalan dengan *stakeholders theory*, yang mana BUS telah melaporkan semua kegiatan yang dilakukan termasuk melakukan transaksi yang tidak didasari dengan prinsip syariah, yakni memperoleh bunga atas investasi pada entitas non syariah. Adanya dana non halal yang dilaporkan dalam laporan sumber dan penggunaan dana kebajikan menunjukkan bahwa bank syariah belum sepenuhnya melaksanakan kegiatan usahanya sesuai kepatuhan terhadap prinsip Islam. Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Muchlis and Utomo (2018) bahwa terdapat dampak negatif antara dana non halal dan reputasi bank. Namun, penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian Lenap, Karim, and Sasanti (2021), yang mengatakan bahwa dana non halal tidak berdampak pada reputasi syariah.

Dampak Islamic Social Reporting (ISR) Terhadap Kinerja BUS

Temuan penelitian ini memperoleh hasil bahwa H5 ditolak, sehingga ISR tidak berdampak pada kinerja BUS yang diukur dengan *ROA*. Dalam *annual report* BUS, pengungkapan ISR masih kurang jelas. Hal ini mengindikasikan bahwa penggunaan ISR oleh perbankan syariah masih belum sepenuhnya dilakukan dalam pengungkapan CSR (Pangesti and Sutanto 2020). Masih banyak kekurangan dalam pengungkapan ISR sehingga menyebabkan tidak terdapat efek antara ISR dengan kinerja BUS di Indonesia. Selain itu, dalam *annual report* BUS ISR tidak banyak dikaitkan dengan kegiatan operasional yang menghasilkan laba dari aset yang digunakan, sehingga kecil kemungkinan bisa berdampak pada *ROA*. Temuan penelitian ini didukung oleh hasil penelitian Arifin and Wardani (2016); Septian, Eliza, and Bahtiar (2022); Setiawan, Yuliansyah, and Gamayuni (2022); V. Y. Pratama (2022) yang menemukan bahwa ISR tidak mampu mempengaruhi *ROA*. Akan tetapi, penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian Rahayu, Kurniati, and Wahyuni (2020); Marito, Nofinawati, and Hardana (2021) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara ISR terhadap *ROA*.



Dampak Islamic Social Reporting (ISR) Terhadap Reputasi BUS

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa H6 diterima, sehingga *ISR* secara signifikan berdampak positif terhadap reputasi BUS yang diukur dengan *market share*. Hal ini dikarenakan tingginya tingkat pengungkapan *ISR* yang baik mampu memberikan interaksi pada konsumen, pemasok, dan investor dengan sangat baik. Penelitian ini sesuai dengan *signalling theory*, dimana perbankan syariah selaku pemberi sinyal memberikan informasi non keuangan terkait aktivitas sosial yang dilakukan bank kepada masyarakat selaku penerima sinyal. Oleh sebab itu, semakin banyak item *ISR* yang diungkapkan, maka akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap bank yang berdampak reputasi bank yang akan semakin baik di mata masyarakat. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Nofrianti and Saraswati (2018); A. A. Afandi, Supaijo, and Ningsih (2019); Syurmita and Fircarina (2020) yang menemukan bahwa *ISR* mampu mempengaruhi reputasi perusahaan. Namun, hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian Priyadi, Dahlan, and Marta (2020) yang mengungkapkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan tidak bisa mempengaruhi reputasi perusahaan.

Dampak Kinerja Keuangan Terhadap Reputasi BUS

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa H7 ditolak, sehingga kinerja yang diukur dengan ROA tidak berdampak terhadap reputasi BUS yang diukur dengan *market share*. Alasan ditolaknya hipotesis ini dikarenakan masyarakat sebagai sumber dana pihak ketiga tidak mengutamakan ROA sebagai faktor penentu apakah masyarakat akan menginvestasikan dananya di bank tersebut ataukah tidak, tetapi terdapat hal-hal lain yang menarik minat masyarakat seperti besarnya tingkat bagi hasil yang diberikan sebab masyarakat akan mempertimbangkan profit bagi hasil yang akan diperoleh (Maulana, Ariffin, and Gendalasari 2021). Hasil penelitian ini mendukung penelitian oleh Adelia, Andriani, and Ananda (2018); Maulana, Ariffin, and Gendalasari (2021) bahwa yang menemukan bahwa ROA tidak bisa mempengaruhi *market share* bank syariah. Namun, hasil penelitian ini berlawanan dengan penelitian Sari and Aisyah (2022) bahwa ROA mampu mempengaruhi *market share*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil temuan penelitian dapat disimpulkan bahwa dana zakat dan *ISR* tidak berdampak terhadap kinerja BUS yang diprosikan dengan ROA. Namun, dana non halal secara signifikan memiliki dampak negatif terhadap ROA. Dana zakat tidak berdampak terhadap reputasi perusahaan yang diprosikan dengan *market share*. Namun dana non halal secara signifikan memiliki pengaruh negatif terhadap *market share* dan *ISR* secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap *market share*. Kemudian, ROA tidak memiliki dampak terhadap *market share*.

Penelitian ini dapat berkontribusi dalam membuktikan apakah *signalling theory*, *stakeholders theory*, dan *sharia enterprise theory*, mampu menguatkan atau melemahkan pengaruh dari dana zakat, dana non halal, dan *ISR* terhadap kinerja dan reputasi BUS serta dapat menjadi bahan referensi bank syariah untuk



meningkatkan kinerja dan reputasinya. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam segi variabel, jumlah sampel, dan indikator yang digunakan dalam penelitian ini.

Penelitian selanjutnya perlu dilakukan, karena masih banyak hal yang perlu dieksplor terkait kinerja dan reputasi perbankan syariah, sebagaimana masih banyak proksi atau indikator pengukuran kinerja keuangan yang bias digunakan untuk memperoleh hasil yang lebih akurat, mengembangkan kembali elemen pengungkapan *ISR*. Kemudian, peneliti selanjutnya bisa menambah sampel penelitian dengan membandingkan faktor pengaruh kinerja dan reputasi Bank Umum Syariah di Indonesia dengan bank syariah diluar negeri, seperti Malaysia, Qatar, Uni Emirat Arab, dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, Selvi, Sri Andriani, and Nova Adhytia Ananda. 2018. "Analisis Faktor-Faktor Keuangan Dan Aspek Teknologi Terhadap Market Share Perbankan Di Indonesia Periode 2013-2017." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia* 3 (2). <https://doi.org/10.37673/jebi.v3i2.38>.
- Adisaputra, Trian Fisman. 2021. "Pengaruh Islamic Social Reporting Terhadap Kinerja Keuangan, Zakat Sebagai Intervening Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia." *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 6 (3): 706–25. <https://doi.org/10.30651/jms.v6i3.7997>.
- Afandi, Ahmad, and Slamet Haryono. 2022. "Pengaruh Islamicity Performance Index Dan Debt Equity Ratio Terhadap Profitabilitas Dengan Intellectual Capital Sebagai Variabel Moderasi Periode 2016-2020." *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance* 6 (1): 1–14. <https://doi.org/10.21043/malia.v6i1.12600>.
- Afandi, Aprilian Ahmad, Supaijo Supaijo, and Nur Wahyu Ningsih. 2019. "Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) Terhadap Reputasi Perusahaan (Studi Empiris Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia Yang Terdaftar Di Otoritas Jasa Keuangan Indonesia Periode 2014-2017)." *Adzkiya: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah* 7 (1): 37–58. <https://doi.org/10.32332/adzkiya.v7i1.1471>.
- Afifah, Nur, Sri Wibawani Wahyuning Astuti, and Dwi Irawan. 2021. "Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan." *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)* 5 (3): 346–64. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i3.4644>.
- Ananda, Chintya Zara, and Erinos NR. 2020. "Pengaruh Islamic Corporate Governance Dan Islamic Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perbankan Syariah." *Jurnal Eksplorasi Akuntansi* 2 (1): 2065–82. <https://doi.org/10.24036/jea.v2i1.198>.
- Arifin, Johan, and Eke Ayu Wardani. 2016. "Islamic Corporat Social Responsibility Disclosure, Reputasi, Dan Kinerja Keuangan: Studi Pada Bank Syariah Di Indonesia." *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia* 20 (1): 38–46. <https://doi.org/10.20885/jaai.vol20.iss1.art4>.
- Cahaya, Bayu Tri, Dita Apriliana Sari, Ratih Paramitasari, and Umi Hanifah. 2021. "Intellectual Capital, Islamicity Performance Index, Dan Kinerja Keuangan Bank Syariah Di Indonesia (Studi Pada Tahun 2015-2020)."



- AKTSAR: *Jurnal Akuntansi Syariah* 4 (2): 155.
<https://doi.org/10.21043/aktsar.v4i2.12031>.
- Freeman, R. Edward. 1984. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. London: Cambridge University Press.
- Haniffa, Ros. 2002. "Social Reporting Disclosure: An Islamic Perspective." *Indonesian Management & Accounting Research* 1 (2): 128–146.
<https://kitlv-docs.library.leiden.edu/open/345610423.pdf>.
- Humanitisri, Nindya, and Imam Ghozali. 2018. "Perusahaan Sebagai Variabel Mediasi, Dan Visibilitas Sebagai Variabel Moderasi Dalam Hubungan Antara CSR Dengan Reputasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2016)." *Diponegoro Journal of Accounting* 7 (4): 1–13.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/25606>.
- IAI. 2007. *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) 101*. Indonesia.
<http://iaiglobal.or.id/v03/standar-akuntansi-keuangan/pernyataan-sas-64-psak-101-penyajian-laporan-keuangan-syariah>.
- Ibrahim, Ibrahim, Asbi Amin, Rostiaty Yunus, and Hasyim Mochtar. 2022. "Meningkatkan Profitabilitas Bank Umum Syariah Di Indonesia Melalui Islamicity Performance Index Dan Operating Efficiency Ratio." *Al-Buhuts* 18 (2): 250–59.
<https://www.journal.iaingorontalo.ac.id/index.php/ab/article/view/3114>.
- Iلمي, Nur, Sitti Fatimah, and Sumarlin Sumarlin. 2020. "Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) Dan Zakat Perusahaan Terhadap Kinerja Perbankan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating Pada Perbankan Syariah Di Indonesia (Periode 2015-2019)." *IBEF: Islamic Banking, Economic and Financial Journal* 1 (1): 95–118.
<https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/IBEF/article/view/19664>.
- Jasin, Hanifah, Siti Mujiatun, Muis Fauzi Rambe, and Rahmad Bahagia Siregar. 2021. "Apakah Kepercayaan Memediasi Pengaruh Reputasi Bank Dan Religiusitas Terhadap Purchase Intention?" *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 22 (1): 86–102. <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i1.5630>.
- Komala, Putu Shiely, I Dewa Made Endiana, Putu Diah Kumalasari, and Ni Made Rahindayati. 2021. "Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, Likuiditas, Keputusan Investasi Dan Keputusan Pendanaan Terhadap Nilai Perusahaan." *KARMA (Karya Penelitian Mahasiswa Akuntansi)* 1 (1): 40–50. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/karma/article/view/1611>.
- Lenap, Indria Puspitasari, Nina Karina Karim, and Elin Erlina Sasanti. 2021. "Pendapatan Non-Halal, Zakat, Dewan Pengawas Syariah Dan Reputasi Perbankan Syariah Di Indonesia." *JAS (Jurnal Akuntansi Syariah)* 5 (1): 31–43. <https://doi.org/10.46367/jas.v5i1.312>.
- Machmud, Amir, and Rukmana Rukmana. 2010. *Bank Syariah: Teori, Kebijakan, Dan Studi Empiris Di Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Marito, Nepri, Nofinawati Nofinawati, and Ali Hardana. 2021. "Pengaruh Zakat Perbankan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja PT. Bank Muamalat Indonesia." *Journal of Islamic Social Finance Management* 2 (2): 190–209. <https://doi.org/10.24952/jisfim.v2i2.5014>.
- Maulana, Adam, Muhammad Ariffin, and Gen Gen Gendalasari. 2021. "Pengaruh Return On Assets Dan Biaya Operasional Terhadap Pendapatan

- Operasional Terhadap Market Share Pada Bank Syariah.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 9 (1): 163–72. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i1.504>.
- Mayasari, Firda 'Alia. 2020. “Pengaruh Islamicity Performance Index Terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah Indonesia Periode 2014-2018.” *Kompartemen: Jurnal Ilmiah Akuntansi* 18 (1): 22–38. <https://doi.org/10.30595/kompartemen.v18i1.6812>.
- Muchlis, Saiful, and Husain Soleh Utomo. 2018. “Kajian Pendapat Non Halal Dan Dampak Penggunaannya Terhadap Reputasi Dan Kepercayaan Nasabah Perbankan Syariah.” *JRAK: Jurnal Penelitian Akuntansi Dan Komputerisasi Akuntansi* 9 (1): 75–101. <https://doi.org/10.33558/jrak.v9i1.1363>.
- Nofrianti, Aulia, and Erwin Saraswati. 2018. “Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Pada Reputasi Perusahaan (Studi Pada Perbankan Di Indonesia).” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 8 (2): 1–20. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6788>.
- Nurdin, Sabri, and Muhammad Suyudi. 2019. “Pengaruh Intellectual Capital Dan Islamicity Performance Index Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah Di Indonesia.” *Jurnal Akuntansi Multi Dimensi (JAMDI)* 2 (2): 119–27. <https://e-journal.polnes.ac.id/index.php/jamdi/article/view/118>.
- Nurhayati, Puji, and Dian Saputri Rustiningrum. 2021. “Implikasi Zakat Dan Islamic Social Reporting Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perbankan Syariah Di Indonesia.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7 (03): 1416–24. <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/3168>.
- Oktavianus, Laurentius Christian, Fransiskus Randa, Robert Jao, and Riza Praditha. 2022. “Kinerja Keuangan Dan Reputasi Perusahaan: Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.” *KRISNA: Kumpulan Penelitian Akuntansi* 13 (2): 218–27. <https://doi.org/10.22225/kr.13.2.2022.218-227>.
- Othman, Rohana, Azlan Md. Thani, and Erlane K. Ghani. 2009. “Determinants of Islamic Social Reporting among Top Shariah-Approved Companies in Bursa Malaysia.” *Research Journal of International Studies* 12 (12): 4–20. <https://www.researchgate.net/publication/228783690>.
- Pangesti, Kinanti Pradita, and Himawan Arif Sutanto. 2020. “Determinan Kinerja Keuangan Perbankan Syariah Periode 2014-2018.” *ECONBANK: Journal of Economics and Banking* 2 (1): 21–36. <https://jurnal.stiebankbpdjateng.ac.id/jurnal/index.php/econbank/article/view/200>.
- Pratama, Nur Abdi, Saiful Muchlis, and Idra Wahyuni. 2018. “Determinan Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) Pada Perbankan Syariah Dengan Komisaris Independen Sebagai Variabel Moderating.” *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Perbankan Syariah* 1 (2): 103–15. <https://doi.org/10.24252/al-mashrafiyah.v1i2.4738>.
- Pratama, Versiandika Yudha. 2022. “Islamic Corporate Social Responsibility , Islamicity Performance Index Dan Profitabilitas Bank Umum Syariah Di Indonesia.” *ECONBANK: Journal of Economics and Banking* 4 (2): 155–65. <https://doi.org/10.35829/econbank.v4i2.237>.



- Pratomo, Januardi, and Trinandari Prasetya Nugrahanti. 2022. "Analisis Pengaruh Pengungkapan Islamic Social Reporting Pada Bank Umum Syariah." *Humantech: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia* 2 (1): 274–83. <http://journal.ikopin.ac.id/index.php/humantech/article/view/1158>.
- Priyadi, Arief, Kandi Sofia Senastri Dahlan, and Rustono Farady Marta. 2020. "Pengaruh CSR UMKM Terhadap Reputasi Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan Dimediasi Citra Merek." *Journal of Business & Applied Management* 13 (2): 179–90. <https://doi.org/10.30813/jbam.v13i2.2366>.
- Rahayu, Dwi Yuliana, Tuti Kurniati, and Sri Wahyuni. 2020. "Analisa Pengaruh Intellectual Capital, Islamicity Performance Index Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah 2014-2018." *Kompartemen: Jurnal Ilmiah Akuntansi* 18 (2): 85–98. <https://doi.org/10.30595/kompartemen.v18i2.7688>.
- Sari, Indah, and Esy Nur Aisyah. 2022. "Pengaruh FDR , PSR , Zakat Performance Ratio , Dan Dana Pihak Ketiga Terhadap Market Share Dengan ROA Sebagai Variabel Mediasi." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8 (3): 2765–77. <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/6766>.
- Septian, Yolanda, Any Eliza, and Muhammad Yusuf Bahtiar. 2022. "Zakat, Islamic Corporate Social Responsibility Dan Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah Indonesia." *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam* 10 (1): 5–30. <https://doi.org/10.35836/jakis.v10i1.274>.
- Setiawan, Eko, Yuliansyah Yuliansyah, and Rindu Rika Gamayuni. 2022. "Pengaruh Dana Zakat Dan Islamic Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah (Pada Bank Devisa Syariah Berdasarkan ISR Index)." *Ultimaccounting Jurnal Ilmu Akuntansi* 14 (1): 176–94. <https://doi.org/10.31937/akuntansi.v14i1.2628>.
- Sholihah, Ria Anisatus. 2021. "Pengungkapan Pendapatan Non Halal Pada Laporan Keuangan Bank Umum Syariah." *AKTSAR: Jurnal Akuntansi Syariah* 4 (1): 67. <https://doi.org/10.21043/aktsar.v4i1.9690>.
- Spence, Michael. 1973. "Job Market Signaling." *The Quarterly Journal of Economics* 87 (3): 355. <https://doi.org/10.2307/1882010>.
- Sulhan, Muhammad, and Dewi Nur Halimah. 2013. "Pengaruh Kinerja Keuangan Perbankan Berdasarkan Analisis Camels Terhadap Harga Saham Dengan CSR Sebagai Variabel Intervening." *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 9 (2): 192–204. <https://doi.org/10.18860/iq.v9i2.3569>.
- Syurmita, Syurmita, and Miranda Junisar Fircarina. 2020. "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 (2): 87. <https://doi.org/10.36722/jaiss.v1i2.463>.
- Walfajri, Maizal. 2022. "Pembiayaan Bank Syariah Bertumbuh." *Business Insight*. 2022. <https://insight.kontan.co.id/news/pembiayaan-bank-syariah-bertumbuh>.
- Wardiwiyo, Sartini, and Arty Fitria Jayanti. 2021. "Peran Islamic Corporate Social Responsibility Dalam Memoderasi Pengaruh Zakat Terhadap Kinerja Bank Umum Syariah." *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam* 9 (1): 73–89. <https://doi.org/10.35836/jakis.v9i1.241>.

