
PENGARUH ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN DANA ZAKAT TERHADAP REPUTASI DAN PROFITABILITAS BANK SYARIAH

Fitri Sagantha

Universitas Pamulang, Tangerang

e-mail: dosen02329@unpam.ac.id

Abstract: *This research aims to examine the influence of ICSR (Islamic Corporate Social Responsibility) and Zakat on the Reputation and Profitability of Sharia Banks in Indonesia. The ICSR index in this research uses 6 themes where each component is given a value of 1 if disclosed and a value of 0 if not disclosed. The profitability variable used in this research is proxied by ROE. The data in this research is secondary data from the annual reports of Sharia Bank in Indonesia during 2018-2022, this data was collected from the official websites. The sample selection method used in this research is purposive sampling and the analysis method used is multiple regression analysis. The results of this research show that ICSR disclosure has no effect on reputation or profitability, while Zakat has an effect on reputation and neither does profitability. And ICSR and Zakat affect reputation and profitability.*

Keywords: *ICSR; zakat; profitabilitas; reputasi*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ICSR (Islamic Corporate Social Responsibility) dan Zakat terhadap Reputasi dan Profitabilitas pada Bank Syariah di Indonesia. Indeks ICSR yang digunakan dalam penelitian menggunakan 6 Tema dimana setiap komponen diberikan nilai 1 bila diungkapkan sedangkan nilai 0 bila tidak diungkapkan. Variabel Profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini diproksi dengan ROE. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan tahunan pada periode 2018-2022 yang diperoleh dari website resmi masing-masing Bank Syariah di Indonesia. 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 tidak berpengaruh terhadap reputasi begitupun dengan Profitabilitas sedangkan Zakat berpengaruh terhadap Reputasi begitupun dengan Profitabilitas. Dan ICSR dan Zakat berpengaruh terhadap Reputasi dan terhadap Profitabilitas.

Kata kunci: ICSR; zakat; profitabilitas; reputasi

PENDAHULUAN

Pembahasan mengenai Islamic Corporate Social Responsibility sedang menjadi tema hangat untuk dibicarakan bahkan menjadi objek penelitian, tidak hanya di negara-negara yang penduduknya mayoritas muslim, tetapi juga berbagai negara yang mayoritas penduduknya tidak menjalankan hukum syariah sebagai dasar etika dalam bisnis (Johan Arifin & Eke Ayu Wardani, 2016). 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 (Maria, 2023).

Peningkatan kesadaran mengenai CSR ini terlihat dari makin banyaknya perusahaan yang mengungkapkan isu CSR dalam laporan keuangan tahunan maupun press release lain terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja dan operasinya. Sebuah perusahaan harus menjunjung tinggi moralitas. Menurut Febrina dan Suaryana dalam Pratama, E. W., & Syamsir, S. (2020) 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 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). 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 menjadi terdapat juga aspek prosedur (procedure) (Susanti, E. (2018).

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.

Selain itu, tantangan untuk menjaga citra perusahaan di masyarakat menjadi alasan mengapa suatu bank di Indonesia melakukan pelaporan CSR. Menurut Anas, I. F. (2018) Sama halnya dengan bank-bank syariah di Indonesia yang pastinya ingin menjaga citra perbankannya di masyarakat melalui pelaporan sosial. Menurut Mansur dalam Ilmi, N. (2021) 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.

Selain komponen ICSR dan Reputasi, menurut Yolanda (2022) zakat juga merupakan bagian dari konsep CSR yang akan memberikan panduan pada perusahaan untuk memperhatikan kepentingan sosial disamping kepentingan perusahaan itu sendiri. Kedermawanan perusahaan dalam Islam diwadhahi 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. 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 Muttafaqun 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.

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).

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 (Yunus, 2023). 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).

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. 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 yang dilihat dari tingkat reputasi dan profitabilitas bank syariah. Penelitian ini juga lebih up to

date dengan melihat perkembangan perbankan syariah di Indonesia selama 5 tahun terakhir yaitu sejak 2018 sampai dengan 2022.

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Jenis data yang dipakai dalam penelitian ini merupakan data sekunder berupa annual report pada tahun 2018 sampai dengan 2022 yang juga memuat pengungkapan pertanggungjawaban sosialnya.

Variable dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Reputasi (Y1) di proksikan dengan Rasio Solvabilitas dan Profitabilitas (Y2) di proksikan dengan ROE. sedangkan Variabel Independen yaitu ICSR (X1) dan Zakat (X2). Dari hasil seleksi sampel yang dilakukan dengan metode purposive sampling, didapatkan sebanyak 8 Bank Umum Syariah yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian mengenai pengaruh ICSR dan Zakat terhadap Reputasi dan Profitabilitas maka didapatkan hasil

Pengaruh ICSR terhadap Reputasi

Analisis pengaruh ICSR (X1) terhadap Reputasi (Y1) dapat dilihat pada gambar 1 :

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.497576	0.299863	1.659345	0.1055
ICSR	0.022299	0.542581	0.041097	0.9674
Z	0.388358	0.174459	2.226067	0.0322
R-squared	0.199360	Mean dependent var		0.578500
Adjusted R-squared	0.156082	S.D. dependent var		0.338871
S.E. of regression	0.311304	Akaike info criterion		0.575945
Sum squared resid	3.585676	Schwarz criterion		0.702611
Log likelihood	-8.518893	Hannan-Quinn criter.		0.621743
F-statistic	4.606503	Durbin-Watson stat		0.790522
Prob(F-statistic)	0.016353			

Sumber: Output EViews versi 10 (2023)

Gambar 1. Uji T X1-Y1

Pada Gambar 1 dengan nilai signifikansi sebesar 0,05, diperoleh nilai probability sebesar $0.9674 > 0.05$ Hal ini menunjukkan H0 diterima dan H1 ditolak artinya ICSR tidak berpengaruh terhadap Reputasi.

Perusahaan belum memiliki potensi yang cukup dalam mengkomunikasikan bahwa mereka bertanggungjawab secara sosial dan peka terhadap berbagai keprihatinan dari perspektif Islam sehingga tidak memberikan dampak apapun dalam membangun reputasi, tetapi untuk jangka panjang kalau Lembaga keuangan syariah mengungkapkan ICSR dengan baik, tentu akan dipandang sebagai entitas yang dapat dipercaya oleh masyarakat muslim dalam menyalurkan dana mereka.

Islamic corporate social responsibility dapat digunakan untuk membentuk image atau reputasi perusahaan, dimana perusahaan tersebut akan lebih terpercaya dan jujur, iklan atau advertising perusahaan yang menyediakan informasi mengenai kepedulian terhadap lingkungan tersebut dapat digunakan untuk membentuk dan meningkatkan kualitas perusahaan.

Pengaruh Zakat terhadap Reputasi

Analisis pengaruh Zakat (X2) terhadap Reputasi (Y1) dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.497576	0.299863	1.659345	0.1055
ICSR	0.022299	0.542581	0.041097	0.9674
Z	0.388358	0.174459	2.226067	0.0322
R-squared	0.199360	Mean dependent var		0.578500
Adjusted R-squared	0.156082	S.D. dependent var		0.338871
S.E. of regression	0.311304	Akaike info criterion		0.575945
Sum squared resid	3.585676	Schwarz criterion		0.702611
Log likelihood	-8.518893	Hannan-Quinn criter.		0.621743
F-statistic	4.606503	Durbin-Watson stat		0.790522
Prob(F-statistic)	0.016353			

Sumber: Output EViews versi 10 (2023)

Gambar 2. Uji T X2-Y1

Pada Gambar 2 dengan nilai signifikansi sebesar 0,05, diperoleh nilai probability sebesar $0.0322 < 0.05$ Hal ini menunjukkan H0 ditolak dan H1 diterima artinya Zakat berpengaruh terhadap Reputasi.

Zakat yang dibayarkan secara konsisten dalam CSR memberi sinyal kepada masyarakat bahwa perusahaan ingin mendapat citra atau respon positif dari masyarakat yang lama kelamaan membentuk kepercayaan masyarakat.

Pengaruh ICSR Terhadap Profitabilitas

Analisis pengaruh ICSR (X1) terhadap Profitabilitas (Y2) dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.208931	0.080995	2.579553	0.0140
ICSR	-0.135121	0.146555	-0.921980	0.3625
Z	-0.101527	0.047123	-2.154528	0.0378
R-squared	0.285541	Mean dependent var		0.112625
Adjusted R-squared	0.246922	S.D. dependent var		0.096895
S.E. of regression	0.084085	Akaike info criterion		-2.041930
Sum squared resid	0.261603	Schwarz criterion		-1.915264
Log likelihood	43.83859	Hannan-Quinn criter.		-1.996131
F-statistic	7.393722	Durbin-Watson stat		1.374889
Prob(F-statistic)	0.001989			

Sumber: Output EViews versi 10 (2023)

Gambar 3 Uji T X1-Y2

Pada Gambar 3 dengan nilai signifikansi sebesar 0,05, diperoleh nilai probability sebesar $0.3625 > 0.05$ Hal ini menunjukkan H0 diterima dan H1 ditolak artinya ICSR tidak berpengaruh terhadap Profitabilitas.

Penerapan ICSR yang tinggi akan meningkatkan biaya bagi perbankan syariah, yang pada akhirnya akan menurunkan laba bersih dari perbankan itu sendiri, akan tetapi dalam jangka panjang penerapan ICSR akan mampu meningkatkan kinerja perbankan tersebut. Dalam jangka panjang juga, perusahaan akan mampu memberikan dampak positif dan mendatangkan keuntungan bagi kinerja perusahaan.

Pengaruh Zakat terhadap Profitabilitas

Analisis pengaruh Zakat (X2) terhadap Profitabilitas (Y2) dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.208931	0.080995	2.579553	0.0140
ICSR	-0.135121	0.146555	-0.921980	0.3625
Z	-0.101527	0.047123	-2.154528	0.0378
R-squared	0.285541	Mean dependent var		0.112625
Adjusted R-squared	0.246922	S.D. dependent var		0.096895
S.E. of regression	0.084085	Akaike info criterion		-2.041930
Sum squared resid	0.261603	Schwarz criterion		-1.915264
Log likelihood	43.83859	Hannan-Quinn criter.		-1.996131
F-statistic	7.393722	Durbin-Watson stat		1.374889
Prob(F-statistic)	0.001989			

Sumber: Output *Eviews* versi 10 (2023)

Gambar 4 Uji T X2-Y2

Pada Gambar 4 dengan nilai signifikansi sebesar 0,05, diperoleh nilai probability sebesar $0.0378 < 0.05$ Hal ini menunjukkan H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya Zakat berpengaruh terhadap Profitabilitas.

Dilihat dari teori sinyal, zakat memberikan nilai lebih terhadap citra perusahaan yang seterusnya akan menambah motivasi perusahaan untuk memperoleh laba dimana laba menjadi salah satu rujukan bagi investor dalam memutuskan kegiatan investasi yang dapat mendorong profit perusahaan.

Pengaruh ICSR dan Zakat terhadap Reputasi

Analisis pengaruh ICSR (X1) dan Zakat (X2) terhadap Reputasi (Y1) dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.497576	0.299863	1.659345	0.1055
X1	0.022299	0.542581	0.041097	0.9674
X2	0.388358	0.174459	2.226067	0.0322
R-squared	0.199360	Mean dependent var		0.578500
Adjusted R-squared	0.156082	S.D. dependent var		0.338871
S.E. of regression	0.311304	Akaike info criterion		0.575945
Sum squared resid	3.585676	Schwarz criterion		0.702611
Log likelihood	-8.518893	Hannan-Quinn criter.		0.621743
F-statistic	4.606503	Durbin-Watson stat		0.790522
Prob(F-statistic)	0.016353			

Gambar 5.Uji F1

Pada Gambar 5 dengan nilai signifikansi sebesar 0,05, diperoleh nilai probability sebesar $0.0163 < 0.05$ Hal ini menunjukkan H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya Variabel ICSR dan Zakat bersama sama berpengaruh terhadap Reputasi. Dengan demikian perusahaan bisa lebih memperhatikan ICSR dan Zakat dalam rangka memperhatikan Reputasi

Perusahaan. Karena Reputasi Perusahaan itu sangat penting bagi Perusahaan agar Perusahaan bisa lebih maju dan berkembang. Dikaitkan dengan *Sharia Enterprise Theory*, zakat adalah bukti komitmen kuat seorang hamba terhadap keyakinan, yang bertujuan untuk memperhatikan keinginan dari para stakeholder-nya.

Pengaruh ICSR dan Zakat terhadap Profitabilitas

Analisis pengaruh ICSR (X1) dan Zakat (X2) terhadap Profitabilitas (Y2) dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.208931	0.080995	2.579553	0.0140
X1	-0.135121	0.146555	-0.921980	0.3625
X2	-0.101527	0.047123	-2.154528	0.0378
R-squared	0.285541	Mean dependent var		0.112625
Adjusted R-squared	0.246922	S.D. dependent var		0.096895
S.E. of regression	0.084085	Akaike info criterion		-2.041930
Sum squared resid	0.261603	Schwarz criterion		-1.915264
Log likelihood	43.83859	Hannan-Quinn criter.		-1.996131
F-statistic	7.393722	Durbin-Watson stat		1.374889
Prob(F-statistic)	0.001989			

Sumber: Output *Eviews* versi 10 (2023)

Gambar 6. Uji F2

Pada Gambar 6 dengan nilai signifikansi sebesar 0,05, diperoleh nilai probability sebesar $0.00198 < 0.05$ Hal ini menunjukkan H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya Variabel ICSR dan Zakat bersama sama berpengaruh terhadap Profitabilitas. Dari sudut pandang *signalling theory*, ICSR dan Zakat memiliki nilai lebih yang akan mengangkat profitabilitas dari Perusahaan yang menjalankannya. Sementara itu, ICSR dan Zakat juga akan memberi keunggulan bagi perusahaan terhadap akses sumber daya yang potensial dengan biaya yang lebih efisien dimana ini merupakan modal utama bagi kinerja yang optimal.

SIMPULAN

Islamic Corporate Social Responsibility secara parsial tidak berpengaruh terhadap Reputasi. Zakat secara parsial berpengaruh terhadap Reputasi. Islamic Corporate Social

Responsibility secara parsial tidak berpengaruh terhadap Profitabilitas. Zakat secara parsial berpengaruh terhadap Profitabilitas. Secara Simultan ICSR dan Zakat berpengaruh terhadap Reputasi. Secara Simultan ICSR dan Zakat berpengaruh terhadap Profitabilitas

DAFTAR PUSTAKA

- Anas, I. F. (2018). Titik Kritis Pelunasan Sebelum Jatuh Tempo Pembiayaan Properti : Upaya Mewujudkan Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan Syariah. *Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia Universitas Pamulang*, 1(1), 24-42.
- Blegur, Maria Magdalena. (2023). Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroran Terbatas Dalam Pemanfaatan Air Terhadap Masyarakat Di Daerah. *Jurnal Publicuho*, 6(1), 43.
- Fadli, S., & Yunus, Y. (2023). KOPERASI SYARIAH DALAM PERSEPTIF MAQASHID SYARIAH. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 6(1), 79-90.
- Intan, N. (2017, November 29). Baznas : Potensi Zakat di Indonesia Sangat Besar. *Koran republika.co.id*. Diambil dari <http://khazanah.republika.co.id/berita/duniaislam/wakaf/17/11/29/p05ukg335-baznas-potensi-zakat-di-indonesia-sangatbesar>
- 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.
- Pratama, E.W & Syamsir. (2020). Evaluasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) Pt Incasi Raya Sodetan dalam Pelestarian Lingkungan Hidup Masyarakat di Nagari Inderapura Kabupaten Pesisir Selatan. *Jurnal Mahasiswa Ilmu Administrasi Publik (JMIAP)*, 2(3), 41-47.
- Septian, Yolanda., Any Eliza & M. Yusuf Bahtiar. (2022). Zakat, Islamic Corporate Social Responsibility Dan Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, 10(1). 5-30.
- Sugiyono. (2016). Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung : PT Alfabet.
- Susanti, Eva. (2018). Analisis Peran Corporate Social Responsibility Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Anggota Ditinjau Drai Perspektif Ekonomi Islam. (Skripsi Sarjana, UIN Raden Intan Lampung). <http://repository.radenintan.ac.id/5292/1/pdf>
- Wardani, Ayu & Johan Arifin. (2016). Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure, Reputasi, dan Kinerja Keuangan : Studi pada Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 20(1),38.