

**ANALISIS PENGARUH PENDAPATAN NON
HALAL, ZAKAT, *ISLAMIC CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY*, DAN DEWAN
PENGAWAS SYARIAH TERHADAP REPUTASI
BANK UMUM SYARIAH DI INDONESIA**
(Studi Pada BUS Yang Terdaftar Di OJK Periode
2016-2020)

SKRIPSI

MELA MEILIA SARI

NPM : 1851020202



Program Studi : Perbankan Syariah

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1444H/2022M**

**ANALISIS PENGARUH PENDAPATAN NON
HALAL, ZAKAT, *ISLAMIC CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY*, DAN DEWAN
PENGAWAS SYARIAH TERHADAP REPUTASI
BANK UMUM SYARIAH DI INDONESIA**
(Studi Pada BUS Yang Terdaftar Di OJK Periode
2016-2020)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat-
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh :
MELA MEILIA SARI
NPM : 1851020202

Program Studi : Perbankan Syariah

Pembimbing I : Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.E
Pembimbing II : Adib Fachri, M.E., Sy

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1444H/2022M**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebelum penulis menguraikan pokok bahasan skripsi lebih lanjut, terlebih dahulu akan dijelaskan istilah dalam skripsi ini terkait dengan judul skripsi agar memudahkan dalam memahami judul skripsi ini dan tidak menimbulkan kesalah pahaman bagi para pembaca, oleh karena itu diperlukan adanya pembatasan arti kalimat, dengan harapan memperoleh gambaran yang jelas dari makna yang dimaksud, disamping itu langkah ini merupakan proses penekanan terhadap pokok permasalahan yang akan dibahas. Adapun judul skripsi ini adalah **“Analisis Pengaruh Pendapatan Non Halal, Zakat, *Islamic Corporate Social Responsibility*, dan Dewan Pengawas Syariah Terhadap Reputasi Bank Umum Syariah di Indonesia (Studi Pada BUS Yang Terdaftar di OJK Periode 2016-2020)”**.

Maka terlebih dahulu ditegaskan istilah-istilah yang terkandung dalam judul sebagai berikut :

1. Analisis

Analisis menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab-musabab, duduk perkaranya, dan sebagainya).¹ Analisis diartikan sebagai kegiatan berpikir untuk menguraikan atau memecahkan suatu permasalahan dari unit menjadi unit terkecil. Atau dalam pengertian lain analisis diartikan sebagai “usaha mencari dan menyusun catatan hasil observasi, wawancara, dan lain-lain secara sistematis agar peneliti lebih memahami kasus yang diteliti dari hasil penelitiannya dapat dijadikan rujukan pihak lain. Sementara itu, analisis lebih lanjut diperlukan untuk meningkatkan pemahaman dari kegiatan mencari makna.

¹ Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, 2007.

2. Pengaruh

Pengaruh menurut kamus besar bahasa Indonesia merupakan daya timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk wajah, kepercayaan, atau perbuatan seseorang. Pengertian yang dimaksudkan oleh penulis diatas yaitu, perusahaan yang mampu mencermati, menganalisis, dan menjaga kualitas suatu perusahaan dengan mempertahankan tingkat kesehatannya melalui rasio keuangan.²

3. Pendapatan Non Halal

Pendapatan Non Halal adalah semua penerimaan dari kegiatan yang tidak sesuai dengan prinsip syariah yaitu antara lain penerimaan jasa giro atau bunga yang berasal dari bank umum konvensional. Sumber dana non halal di Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah didominasi oleh pendapatan bunga bank dan jasa giro. Sedangkan penggunaan dana non halal didominasi oleh kegiatan sosial.³

4. Zakat

Zakat berasal dari kata “zaka” yang artinya berkah, tumbuh, suci, bersih, dan baik. Secara istilah zakat berarti aktivitas memberikan harta tertentu yang diwajibkan Allah SWT dalam jumlah dan perhitungan tertentu untuk diserahkan kepada orang-orang yang berhak. Zakat menurut istilah fiqh Islam adalah sejumlah harta tertentu yang wajib dikeluarkan dari kekayaan orang-orang kaya (the have) untuk diserahkan kepada orang-orang yang berhak menerimanya menurut aturan-aturan atau syariat Allah SWT.⁴

² Citra, “Pengaruh Penerapan,” *Ekonomi & Bisnis* 3, no. 3 (2009): 193–201.

³ Harkaneri Harkaneri and Hana Reffisa, “Pendapatan Non Halal Sebagai Sumber Dan Penggunaan Qardhul Hasan Dalam Perspektif Islam,” *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 1, no. 2 (2018): 102–110. DOI : 10.34001/jdeb.v1i2.984

⁴ Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*.

5. *Islamic Corporate Social Responsibility*

Islamic Corporate Social Responsibility merupakan tanggung jawab sosial perusahaan yang berlandaskan pada konsep *triple bottom line* dan norma-norma agama islam dalam pelaksanaannya. *Islamic Corporate Social Responsibility* adalah sebuah konsep CSR yang menekankan pada pendekatan kerohanian sebagai dasar dari kewajiban perusahaan untuk memiliki tanggung jawab sosial kepada lingkungan sekitarnya, baik lingkungan alam maupun masyarakat.⁵

6. Dewan Pengawas Syariah (DPS)

Dewan Pengawas Syariah adalah lembaga yang mengawasi aktivitas keuangan syariah di Indonesia agar berjalan sesuai prinsip syariat islam. Dewan Pengawas Syariah mempunyai wewenang memberikan nasihat dan saran kepada Direksi, mengawasi aspek syariah kegiatan operasional yang wajib dimuat dalam anggaran dasar perusahaan.⁶

7. Reputasi Bank Syariah

Reputasi atau Citra yaitu suatu gambaran yang ada di dalam benak khalayak atau *stakeholder* yang mencerminkan persepsi publik terkait tindakan yang dilakukan suatu bank, baik positif ataupun negatif.⁷

Menurut Dowling mengartikan reputasi suatu perusahaan adalah hasil penilaian (evaluasi) yang menunjukkan citra perusahaan menurut public. Brammer dan

⁵ Amirah Dan Teguh “Perbankan Syariah, : *Pengaruh Alokasi Dana Zakat*” (2009): 73–81.

⁶ M. Taufiq, “Optimalisasi Peran Dewan Pengawas Syariah Di Lembaga Keuangan Mikro Syariah,” *Al-Huquq: Journal of Indonesian Islamic Economic Law* 2, no. 1 (2020): 74. DOI : 10.19105/alhuquq.v2i1.3350

⁷ Johan Arifin and Eke Ayu Wardani, “Islamic Corporat Social Responsibility Disclosure, Reputasi, Dan Kinerja Keuangan: Studi Pada Bank Syariah Di Indonesia,” *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia* 20, no. 1 (2016): 38–46. DOI : 10.20885/jaai.vol20.iss1.art4

Pavelin dalam Arshad dkk, berpendapat bahwa ketika perusahaan ikut andil dalam aktivitas CSR kemudian mengungkapkannya di laporan tahunan perusahaan maka reputasi akan meningkat. Hal ini terjadi karena perusahaan dianggap mempunyai nilai perusahaan serta asset tidak berwujud yang bernilai positif dalam banyak hal misalnya menarik pelanggan, menarik, memotivasi pegawai, meningkatkan kepuasan pegawai, menerima kritikan yang positif.

B. Latar Belakang Masalah

Ekonomi syariah kini menjadi topik yang menarik untuk dibahas, salah satunya terkait dengan perbankan syariah. Perbankan syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum islam, dan tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Bank syariah memiliki fungsi menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi dari pihak pemilik dana. Pertumbuhan bank syariah memang tidak secepat bank konvensional, namun pertumbuhan bank syariah dari tahun 2016 hingga Juni 2020 cukup signifikan, terlihat dari jumlah aset yang dimiliki bank syariah. Berdasarkan statistik perbankan syariah yang dirilis oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), bank umum syariah per Juni 2020 berjumlah 14 bank dan memiliki aset sebesar 397,07 triliun rupiah. Pertumbuhan aset yang ditunjukkan oleh bank syariah, belum memungkinkan untuk menegaskan bahwa bank syariah lebih unggul dari bank konvensional. Hal ini disebabkan oleh terbatasnya pasokan dan aksesibilitas produk keuangan syariah, rendahnya tingkat kemanfaatan dan pengetahuan keuangan syariah, perlunya optimalisasi pengawasan pemangku kepentingan, dan kebijakan yang sesuai untuk pengembangan bank syariah. Dengan memperhatikan isu-isu tersebut, pendapatan non halal, zakat, ICSR dan Dewan Pengawas Syariah dapat menjadi salah satu cara untuk mewujudkan industri perbankan syariah yang tumbuh dan

berkelanjutan serta berkontribusi terhadap perekonomian nasional agar Indonesia menjadi pusat keuangan syariah dunia.⁸

Reputasi suatu bank (*banking reputation*) adalah kumpulan citra bank di benak khalayak atau *stakeholders*. Reputasi mencerminkan persepsi publik terkait mengenai tindakan-tindakan suatu bank. Risiko reputasi disebabkan adanya publikasi negatif yang berhubungan dengan kegiatan bank atau persepsi negatif terhadap suatu bank. Risiko reputasi suatu bank syariah biasanya terjadi ketika nasabah merasa kecewa kepada bank syariah lalu melakukan protes, baik secara langsung (kepada bank syariah tersebut) maupun tidak langsung (lewat *word-to-mouth* dan media massa). Kejadian yang dapat mendatangkan resiko reputasi misalnya pelayanan bank syariah tidak sesuai, margin yang mencekik, pegawai yang berbusana seksi, pegawai yang tidak mengetahui akad-akad syariah dan sebagainya. Yang paling parah resiko itu muncul karena pelanggaran aspek syariah.⁹

Reputasi atau Citra yaitu suatu gambaran yang ada di dalam benak khalayak atau stakeholder yang mencerminkan persepsi publik terkait tindakan yang dilakukan suatu bank, baik positif ataupun negatif. Reputasi perusahaan merupakan persepsi konsumen mengenai kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan. Untuk mengukur seberapa baik reputasi perusahaan, dalam penelitian ini reputasi di ukur dengan menggunakan dana pihak ketiga bank syariah.¹⁰

Bank syariah yang sumber dananya berasal dari masyarakat dapat berupa giro wadiah, tabungan mudharabah, deposito mudharabah yang disebut dengan dana pihak ketiga ketertarikan masyarakat akan produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank

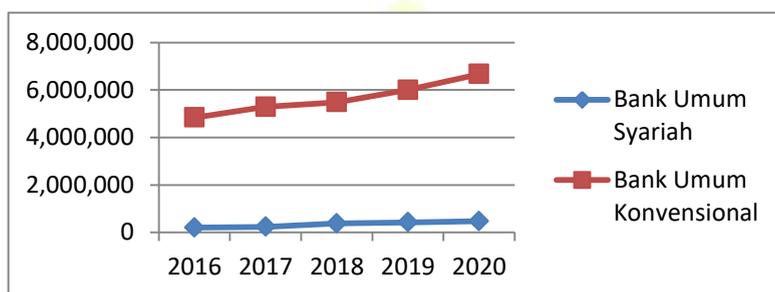
⁸ Ichwan Sidik and Reskino, "Pengaruh Zakat Dan ICSR Terhadap Reputasi Dan Kinerja," *Simposium Nasional Akuntansi XIX*, no. 23 (2016): 1–21.

⁹ Andi Rifkah Purnama Alam, "Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Celebes TV Di Kota Makassar," *Jurnal Economix* 3, no. 1 (2015): 118–124, <https://ojs.unm.ac.id/economix/article/view/3962/2326>.

¹⁰ Hikmah Faiqotul, "Pengaruh Zakat Dan Icsr Terhadap Profitabilitas Dengan Reputasi Perusahaan Sebagai Variabel Intervening," *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2019): 1689–1699.

syariah mengakibatkan pentingnya peran dana pihak ketiga tersebut untuk kelancaran pembiayaan. Dana pihak ketiga menjadi sangat urgen dalam aktivitas pengembangan ekonomi masyarakat dalam sektor rill. Tingkat kepercayaan masyarakat pada bank syariah dapat dilihat dari peningkatan jumlah dana pihak ketiga yang dimiliki oleh bank syariah.¹¹

Untuk lebih jelas peneliti membuat perbandingan pertumbuhan Dana Pihak Ketiga Bank Umum syariah dan Bank Umum Konvensional di Indonesia tahun 2016-2020 yang disajikan dalam bentuk gambar dan tabel di bawah ini :



Sumber : *Snapshot Perbankan Syariah Indonesia (2020)*

Gambar 1.1

Grafik Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga Bank Umum Syariah dan Bank Umum Konvensional

¹¹ Ayif Fathur Rahman and Yuyun Setiawansi, "Analisis Determinan Dana Pihak Ketiga Bank Umum Syariah Di Indonesia," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2021): 154. DOI : 10.33059/jensi.v5i2.3995

Tabel 1.1
Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga Perbankan Syariah di Indonesia

Tahun	Jumlah Dana Pihak Ketiga (Dalam Triliun Rupiah)	
	Bank Umum Syariah	Bank Umum Konvensional
2016	206.407	4.836.932
2017	238.393	5.289.436
2018	380.000	5.482.493
2019	425.300	5.998.648
2020	475.800	6.665.390

Sumber : *Data OJK Perbankan Syariah Indonesia (2020)*

Berdasarkan gambar 1.1 dan tabel 1.1 diatas data *Snapshot Perbankan Syariah tahun 2020* diatas menunjukkan bahwa dana pihak ketiga pada perbankan syariah di Indonesia terus mengalami peningkatan, kondisi ini memperlihatkan bahwa masyarakat semakin menaruh kepercayaan terhadap keberadaan bank syariah. Namun masih jauh meningkat dibandingkan dengan bank konvensional padahal masyarakat indonesia yang notabene adalah mayoritas berpenduduk muslim.¹²

Fenomena masyarakat di negara berkembang dan negara maju sangat membutuhkan bank sebagai sarana atau tempat dalam melakukan transaksi-transaksi keuangan setiap hari, masyarakat beranggapan bank merupakan lembaga yang aman dan dapat dipercaya dalam melakukan transaksi keuangan. Dana Pihak Ketiga merupakan dana simpanan yang dipercayakan kepada bank syariah dari masyarakat dan masyarakat dapat mengambil dana tersebut setiap saat dengan media apapun tanpa harus memberi tahu terlebih dahulu kepada bank yang bersangkutan.¹³

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang berpijak diatas kaidah syariah (*sharia principles*) sehingga sebagai lembaga

¹² Otoritas Jasa Keuangan, "Snapshot Perbankan Syariah Indonesia 2020 (Posisi Desember 2020)," *Snapshot Otoritas Jasa Keuangan*, 2020.

¹³ Dadang Husen Sobana, "Determinan Dana Pihak Ketiga Bank Umum Syariah Di Indonesia 1" 2, no. 2 (2021): 226–236. DOI : 10.29040/jiei.v7i1.1608

yang mengadopsi nilai-nilai islam, maka bank syariah harus selalu menjunjung tinggi image spritual kepada masyarakat. Image spritual ini diperlukan agar diferensiasi antara bank syariah dengan bank konvensional dapat terlihat. Yang lebih penting adalah mempertahankan image sebagai bank yang mengaplikasikan prinsip syariah. Jika masyarakat melihat bahwa bank syariah tidak sesuai syariah maka masyarakat akan berargumen bahwa bank syariah sama saja dengan bank konvensional. Dan akibatnya akan sangat fatal akan meruntuhkan reputasi bank syariah. Citra dan nama baik merupakan reputasi yang dapat mempengaruhi dukungan masyarakat terhadap bank dan akses bank terhadap sumber daya yang ia perlukan. Semakin baik mengelola reputasinya, maka semakin baik dalam proses mendapatkan sumberdayanya. Sehingga dari tahun ke tahun Bank Syariah terus mengalami perkembangan dan penambahan jumlahnya dan sangat berdampak pada kinerja keuangannya.¹⁴

Seperti yang sudah digambarkan diawal, Bank Syariah memiliki risiko reputasi yang lebih berat bobotnya dibandingkan dengan bank konvensional. Karena masyarakat tidak hanya melihat pada aspek oprasional tetapi juga spritual. Apalagi umur industri perbankan syariah masih muda, belum sampai dua dasawarsa. Ditambah lagi pangsa pasarnya yang masih buncit diarena perbankan nasional. Bahkan dengan size industri yang masih kecil, reputasi negatif bisa berdampak sistematis kepada industri keuangan syariah. Oleh karena itu, bank syariah harus memiliki manajemen reputasi yang baik.¹⁵

Selain mempertahankan citra suatu perusahaan dimata publik dijadikan alasan kenapa suatu bank mengeluarkan zakatnya melalui pengungkapan CSR. Sama halnya dengan bank – bank syariah di Indonesia yang pastinya ingin menjaga citra

¹⁴ Roy Martin Tarigan, “Pengaruh Citra Merek Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian,” (*Jurnal Program Strata-1 Manajemen Ekstensi Departemen Menejemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara* (2014). DOI : 0.32483/maps.v1i2.4

¹⁵ ibid

perusahaannya di masyarakat melalui pelaporan CSR.¹⁶ Reputasi merupakan penilaian orang-orang secara umum terhadap suatu perusahaan, berdasarkan dari pengalamannya dalam mendapatkan hal sama dengan yang dilihat orang lain.¹⁷ Menurut *signaling theory* zakat perusahaan yang dikeluarkan dalam bentuk ICSR, merupakan alat promosi ataupun sinyal bagi perusahaan dalam upaya memperoleh simpati serta dukungan dari stakeholder. Sehingga pelaporan zakat dan ICSR yang dilaksanakan terus menerus mampu membentuk kepercayaan masyarakat terhadap suatu bank.¹⁸

Berdasarkan penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang berbeda-beda yang dapat dilihat pada tabel *research gap* mengenai faktor yang mempengaruhi reputasi bank syariah sebagai berikut :

Tabel 1.2
Research Gap Pendapatan Non Halal Terhadap Reputasi

Pernyataan	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Pendapatan Non Halal Terhadap Reputasi Bank Syariah	Pendapatan Non Halal tidak berpengaruh terhadap reputasi bank umum syariah	Indria Puspita Lenap, Nina Karina Karim dan Erlin Erlina Sasanti (2021)
	Pendapatan Non Halal berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah	Saiful Muchlis dan Husain Soleh Utomo (2018)

Sumber : *Indria Puspita Lenap, Nina Karina Karim dan Erlin Erlina Sasanti (2021) Saiful Muchlis dan Husain Soleh Utomo (2018)*

¹⁶ Manshur suhada, "Pelaporan Corporate Social Responsibility Perbankan Syariah Dalam Perspektif Syariah," *jurnal ekonomi dan hukum islam* 2 (2012): 107–133.

¹⁷ Oonagh Mary Harpur, *Corporate Social Responsibility Monitor* (london: gee publishing, 2002).

¹⁸ Arif Nugroho, "Studi Efektivitas Dewan Pengawas Syariah Terhadap Profitabilitas Dan Resiko Pembiayaan Perbankan Syariah," *Proceeding of National Conference on Accounting & Finance* 2, no. 2010 (2020): 60–68. DOI : 10.20885/ncaf.vol2.art6

Berdasarkan tabel 1.2 diatas penelitian yang dilakukan Indria Puspita Lenap, Nina Karina Karim dan Erlin Erlina Sasanti menunjukkan bahwa pendapatan non halal tidak berpengaruh terhadap reputasi bank syariah. Penelitian yang dilakukan Saiful Muchlis dan Husain Soleh Utomo menunjukkan hasil sebaliknya, yaitu pendapatan non halal berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah.

Tabel 1.3
Research Gap Zakat Terhadap Reputasi

Pernyataan	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Zakat Terhadap Reputasi Bank Syariah	Zakat tidak berpengaruh terhadap reputasi bank umum syariah Zakat berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah	Syurmita, Miranda Junisar Fircarina (2020) Ichwan Sidik dan Reskino (2016)

Sumber : Syurmita, Miranda Junisar Fircarina (2020) dan Ichwan Sidik dan Reskino (2016)

Berdasarkan tabel 1.3 diatas penelitian yang dilakukan Syurmita, Miranda Junisar Fircarina menunjukkan bahwa zakat tidak berpengaruh terhadap reputasi bank syariah. Penelitian yang dilakukan Ichwan Sidik dan Reskino menunjukkan hasil sebaliknya, yaitu zakat berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang reputasi bank umum syariah dengan judul **“ANALISIS PENGARUH PENDAPATAN NON HALAL, ZAKAT, ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, DAN DEWAN PENGAWAS SYARIAH TERHADAP REPUTASI BANK UMUM SYARIAH DI INDONESIA (Studi Pada Bank Umum Syariah Yang Terdaftar di OJK Periode 2016-2020)”**

C. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti mengidentifikasi masalah yang ada sebagai berikut :

- a. Dana Pihak Ketiga pada perbankan syariah menjadi faktor penentu tingkat kepercayaan masyarakat kepada bank syariah.
- b. Kenaikan suku bunga acuan mengakibatkan penurunan dana pihak ketiga dan tentunya akan mempengaruhi kegiatan operasional bank syariah.
- c. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Syariah telah dikembangkan dengan dasar standar pelaporan berdasarkan *AAOIFI* dan dikembangkan oleh beberapa peneliti yaitu *Islamic Social Reporting*, namun masih ada beberapa item yang belum banyak diungkapkan dalam laporan tahunan bank syariah.
- d. Dana Pihak Ketiga Bank Umum Syariah meningkat, namun masih jauh meningkat dari Bank Umum Konvensional, padahal mayoritas penduduk Indonesia beragama islam.
- e. Adanya *Research Gap* atau ketidaksamaan hasil penelitian variabel pendapatan non halal dan variabel zakat

2. Batasan Masalah

Batasan masalah penelitian ditetapkan agar dalam penelitian ini fokus pada pokok permasalahan yang ada beserta pembahasannya, sehingga diharapkan tujuan penelitian nanti tidak menyimpang dari sasarannya, ruang lingkup penelitian yang penulis lakukan terbatas pada :

- a. Faktor yang dijadikan variabel dalam penelitian ini adalah Pendapatan Non Halal, Zakat, *Islamic Corporate Social Responsibility*, dan Dewan Pengawas Syariah
- b. Penulis tidak dapat menganalisa secara keseluruhan dikarenakan keterbatasan waktu yang dimiliki penulis, oleh karena itu focus penelitian ini dibatasi pada permasalahan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perbankan syariah berdasarkan *Islamic Social Reporting Indeks* dan Bank Umum Syariah yang telah mempublikasikan *annual*

report pada tahun 2016-2020 pada *website* resmi masing-masing bank.

- c. Penelitian ini menggunakan kurun waktu tiga tahun dari tahun 2016-2020

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah pendapatan non halal berpengaruh secara parsial terhadap reputasi bank umum syariah di Indonesia ?
2. Apakah zakat berpengaruh secara parsial terhadap reputasi bank umum syariah di Indonesia ?
3. Apakah *islamic corporate social responsibility* berpengaruh secara parsial terhadap reputasi bank umum syariah di Indonesia ?
4. Apakah dewan pengawas syariah berpengaruh secara parsial terhadap reputasi bank umum syariah di Indonesia ?
5. Apakah pendapatan non halal, zakat, *islamic corporate social responsibility*, dan dewan pengawas syariah berpengaruh secara silmutan terhadap reputasi bank umum syariah di Indonesia ?

E. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui pendapatan non halal berpengaruh secara parsial terhadap reputasi bank umum syariah di Indonesia
2. Untuk mengetahui zakat berpengaruh secara parsial terhadap reputasi bank umum syariah di Indonesia
3. Untuk mengetahui *islamic corporate social responsibility* berpengaruh secara parsial terhadap reputasi bank umum syariah di Indonesia
4. Untuk mengetahui dewan pengawas syariah berpengaruh secara parsial terhadap reputasi bank umum syariah di Indonesia

5. Untuk mengetahui pendapatan non halal, zakat, *islamic corporate social responsibility*, dan dewan pengawas syariah berpengaruh secara silmutan terhadap reputasi bank umum syariah di Indonesia

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis manfaat penelitian ini adalah untuk menambah *literature*, tambahan ilmu pengetahuan dan pengembangan kajian teoritis khususnya yang berkaitan dengan reputasi Bank Umum Syariah di Indonesia, serta dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan atau referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat dan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan oleh bank umum syariah dalam mempertahankan reputasinya, khususnya pada pendapatan non halal, zakat, *Islamic Corporate Social Responsibility* dan Dewan Pengawas Syariah Bank Umum syariah di Indonesia. Serta menjadi salah satu bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya untuk memperdalam substansi penelitian dengan melihat permasalahan dari sudut pandang yang berbeda.

G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Tinjauan pustaka dilakukan, idealnya agar peneliti mengetahui hal-hal apa yang telah diteliti terdahulu dan yang belum diteliti. Sekalipun penelitian telah terjadi dilokasi tersebut, namun harus ada perbedaan dari penelitian yang sudah dilakukan sehingga tidak terjadi duplikasi penelitian. Terdapat beberapa hasil penelitian yang peneliti temukan terkait dengan penelitian ini sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Moh. Bahrudin, Ahmad Habibi, dan Muhammad Iqbal (2018) dalam Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis yang berjudul “*Analisis Perbandingan Tingkat Pengungkapan Laporan Sosial Perbankan di*

Indonesia (Pendekatan Islamic Social Reporting dan Corporate Social Responsibility” penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan antara konsep pelaporan social konvensional *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Berdasarkan penelitian sebelumnya dengan konsep pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)* baik pada bank syariah maupun bank konvensional. Populasi dalam penelitian ini adalah bank umum syariah dan bank umum konvensional. Penelitian ini mengambil 8 bank yang terdiri dari 4 bank umum syariah dan 4 bank umum konvensional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan indeks ISR dan CSR antara bank syariah dan konvensional berbeda satu sama lain dalam hal pengungkapan laporan social perusahaan.¹⁹

2. Penelitian yang dilakukan oleh Gustika Nurmalia dan Yudhistira Ardana (2019) dalam Jurnal Studi Islam yang berjudul “*Analisis Pelaporan Zakat, ICSR, Dewan Pengawas Syariah dan Leverage dalam Mengungkapkan Kinerja Bank Umum Syariah di Indonesia*” penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris pengaruh pelaporan zakat, ICSR, Dewan Pengawas Syariah dan *Leverge* terhadap kinerja perusahaan pada Bank Umum Syariah di Indonesia dengan periode pengamatan dari tahun 2016-2018. Adapun sampel dalam penelitian ini berjumlah 11 BUS dengan *purposive sampling*. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan analisis dalam penelitian ini hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pelapor zakat dan dewan pengawas syariah berpengaruh signifikan terhadap kinerja BUS, sedangkan ICSR dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja BUS.²⁰

¹⁹ Moh. Bahrudin, Ahmad Habibi, and Muhammad Iqbal, “A Comparative Analysis of The Level of Banking Social Reports Disclosure in Indonesia (Islamic Social Reporting and Corporate Social Responsibility Approach),” *Jurnal Terapan Manajemen Dan Bisnis* 4, no. 1 (2018): 115. DOI : 10.26737/jtmb.v4i1.818

²⁰ Gustika Nurmalia and Yudhistira Ardana, “Analisis Pelaporan Zakat, ICSR, Dewan Pengawas Syariah Dan Leverage Dalam Mengungkapkan Kinerja

3. Penelitian yang dilakukan oleh Pertiwi Utami, Tulus Suryanto, M. Nador, dan Ruslan Abdul Ghofur (2020) dalam Jurnal Iqtishadia yang berjudul “*Efek Digitalisasi Pembayaran Zakat Terhadap Potensi Penerimaan Zakat di Badan Amil Zakat Nasional*” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh digitalisasi pembayaran zakat terhadap potensi penerimaan zakat di BAZNAS Jakarta pusat. Orisinalitas penelitian ini terletak pada analisis digitalisasi pembayaran zakat untuk meningkatkan potensi penerima BAZNAS pusat berbasis pendekatan ekonomi syariah, dan teori teknologi digital. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif asosiatif dengan menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana dengan jumlah sampel 170 responden yang dipilih berdasarkan teknik purposive sampling. Dari hasil analisis data menggunakan SPSS 19.0, diperoleh nilai R sebesar 74,8% yang berarti bahwa hubungan antara digitalisasi pembayaran zakat dengan potensi penerimaan zakat di BAZNAS adalah kuat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel digitalisasi pembayaran zakat atau pembayaran zakat (X) berpengaruh terhadap potensi penerimaan zakat (Y) sebesar 55,9%, dan sisanya sebesar 40,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dipertimbangkan. Berdasarkan hasil pendalaman antara teori dan praktik zakat digital terungkap bahwa tantangan dalam upaya peningkatan potensi penerimaan zakat digital di Indonesia adalah akses internet yang masih lemah dan belum merata di wilayah Indonesia, membangun hubungan 'keterikatan' antara mustahiq, muzakki dan BAZNAS, serta penerapan prinsip syariah dalam pengelolaan zakat. Oleh karena itu, penelitian ini menjelaskan strategi yang dapat dilakukan untuk menjawab tantangan zakat digital.²¹

Bank Umum Syariah Di Indonesia,” *Cakrawala: Jurnal Studi Islam* 14, no. 2 (2020): 113–122. DOI : 10.31603/cakrawala.v14i2.3093

²¹ M. Nador Pertiwi Utami, Tulus Suryanto, “Efek Digitalisasi Pembayaran Zakat Terhadap Potensi Penerimaan Zakat” 13, no. 2 (2020): 216–239.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Ersi Sisdiyanto, Ainul Fitri, Desi Isnaini (2021) dalam Jurnal Fidusia Volume 4 No 2 yang berjudul “*Penerapan Pembayaran Zakat Digital dalam Prespektif Ekonomi Islam (Cashless Society)*” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan pembayaran zakat digital dalam prespektif ekonomi islam. Kepustakaan (*library research*) yaitu dengan cara penelusuran, pengumpulan, mengklasifikasi, serta menelaah data-data dari berbagai literatur yang berkaitan dengan inti permasalahan guna mendapat asas-asar dan konsep tentang persoalan yang menjadi objek penelitian. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini etnometodologi. Objek peneltian ini adalah Badan Amil Zakat Nasional di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembayaran zakat digital dalam prespektif ekonomi islam. Keterbatasan penelitian ini yaitu hanya membahas pembayaran zakat digital dalam prespektif ekonomi islam, serta sampel dan populasi yang diteliti hanya Badan Amil Zakat di Indonesia. Implikasi penelitian ini diharapkan agar bisa menambah khasanah ilmu pengetahuan berkaitan dengan pembayaran zakat digital dalam prespektif ekonomi islam.²²
5. Penelitian yang dilakukan oleh Pertiwi Utami, Tulus Suryanto, Ruslan Abdul Ghofur, M. Nasor (2020) dalam Jurnal Surya Kencana Satu : Dinamika Masalah Hukum dan Keadilan yang berjudul “*Refleksi Hukum Zakat Digital Pada Baznas Dalam Rangka Peningkatan Kesejahteraan Mustahik*” “Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pendekatan hukum Islam terhadap penggunaan layanan digital zakat dan bagaimana implementasi prinsip-prinsip pengelolaan yang baik pada manajemen zakat digital. Dengan menggunakan metodologi hukum Islam, peneliti ingin memberikan wawasan baru dari segi kajian hukum ekonomi dan keuangan syariah dengan pendekatan tersebut. Dari hasil

²² Ersi Sisdiyanto, Ainul Fitri, and Desi Isnaini, “Penerapan Pembayaran Zakat Digital Dalam Prespektif Ekonomi Islam (Cashless Society),” *Jurnal Ilmiah Keuangan dan Perbankan* 4, no. 2 (2021): 112–123.

analisis dan pembahasan, mengungkapkan bahwa hukum penggunaan teknologi digital sendiri diperbolehkan dan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah, selama serta tidak mengandung unsur-unsur kemudharatan bagi penggunaannya. Sedangkan implementasi prinsip-prinsip syariah pada digital zakat baik penghimpunan dan penyaluran zakat sudah cukup baik.²³

6. Penelitian yang dilakukan oleh Putri Nur Hidayati, Deki Firmansyah, dan Ruslan Abdul Ghofur (2020) dalam *Journal of Islamic Business and Economics* yang berjudul “*Optimalisasi Zakat Produktif Dalam Pengembangan Usaha Industri Rumahan (Studi Pada Home Industri Kerupuk Di Kota Bandar Lampung)*” Hasil penelitian menunjukkan bahwa, dalam implementasi penyaluran dana zakat produktif oleh Rumah Zakat melalui beberapa tahapan, yaitu proses penyeleksian, studi kelayakan bisnis, penyuluhan, pengawasan serta evaluasi. Pendayagunaan zakat produktif terhadap pelaku usaha home industri kerupuk kemplang di Kota Bandar Lampung berupa modal usaha sudah cukup berhasil dalam membantu pengembangan usaha mustahik, dilihat dari omzet dan keuntungan penerima manfaat yang rata-rata mengalami kenaikan. Omzet hingga 37% dan keuntungan hingga 48%. Namun, dalam pelaksanaannya masih terdapat beberapa kendala, seperti penyalahgunaan bantuan modal usaha untuk memenuhi kebutuhan lain berupa konsumtif dan kesehatan.²⁴
7. Penelitian yang dilakukan oleh Harkaneri dan Hana Reflisa (2018) dalam *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* yang berjudul “*Pendapatan Non Halal Sebagai Sumber dan Penggunaan Qardhul Hasan dalam Perspektif Islam*” berdasarkan analisis

²³ Pertiwi Utami et al., “Refleksi Hukum Zakat Digital Pada Baznas Dalam Rangka Peningkatan Kesejahteraan Mustahik,” *Jurnal Surya Kencana Satu: Dinamika Masalah Hukum dan Keadilan* 11, no. 1 (2020): 53. DOI : 10.32493/jdmhkdmhk.v11i1.5608

²⁴ Putri Nur Hidayati, Deki Firmansyah, and Ruslan A Ghofur, “Optimalisasi Zakat Produktif Dalam Pengembangan Usaha Industri Rumahan (Studi Pada Home Industri Kerupuk Di Kota Bandar Lampung),” *Journal of Islamic Bussiness and Economics* 02, no. 01 (2020): 1–13.

dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa adanya unsur riba pada bunga yang merupakan sumber pendapatan non halal. Penggunaan pendapatan non halal dalam dana qardhul hasan selayaknya tidak disalurkan dalam bentuk pinjaman bergulir (qardhul hasan) sebab adanya hukum haram yang melekat pada bunga. Sehingga penggunaannya secara khusus disalurkan pada kepentingan umum yang bersifat non konsumtif yang berfungsi untuk membersihkan dana haram pada perbankan syariah.²⁵

8. Penelitian yang dilakukan oleh Indria Puspita Lenap, Nina Karina Karim, dan Elin Erlina Sasanti (2021) dalam Jurnal Akuntansi Syariah yang berjudul "*Pendapatan Non Halal, Zakat, Dewan Pengawas Syariah dan Reputasi Perbankan Syariah di Indonesia*" berdasarkan analisis dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pendapatan non halal tidak berpengaruh terhadap reputasi perbankan syariah. Adanya pendapatan non halal dalam catatan laporan keuangan perusahaan menunjukkan bahwa bank syariah khususnya di Indonesia belum sepenuhnya taat pada ketentuan syariah. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa zakat berpengaruh terhadap reputasi bank syariah. Zakat di Indonesia sangat dipengaruhi oleh seberapa besar ukuran perusahaan dalam hal ini asset yang dimiliki. Jumlah DPS berpengaruh terhadap reputasi perbankan syariah. DPS memiliki peran yang signifikan dalam menyusun laporan tentang tingkat kepatuhan syariah. Jumlah DPS yang ideal adalah antara 3 sampai dengan 6 orang.²⁶
9. Penelitian yang dilakukan oleh Syurmita, Miranda Junisar Fircarina (2020) dalam Jurnal Al Azhar Indonesia yang berjudul "*Pengaruh Zakat, Islamic Corporate Social*

²⁵ Harkaneri and Reflisa, "Pendapatan Non Halal Sebagai Sumber Dan Penggunaan Qardhul Hasan Dalam Perspektif Islam." DOI : 10.25299/syarikat.2018.vol1(2).3394

²⁶ Indria Puspitasari Lenap, Nina Karina Karim, and Elin Erlina Sasanti, "Pendapatan Non-Halal, Zakat, Dewan Pengawas Syariah Dan Reputasi Perbankan Syariah Di Indonesia," *JAS (Jurnal Akuntansi Syariah)* 5, no. 1 (2021): 31–43. DOI : 10.46367/jas.v5i1.312

Responsibility dan Penerapan Good Governance Bisnis Syariah terhadap Reputasi dan Kinerja Bank Umum Syariah di Indonesia” berdasarkan analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa zakat berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan, namun tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan. *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) berpengaruh positif signifikan terhadap reputasi dan kinerja perusahaan, namun pengaruh *Good Governance Bisnis Syariah* (GGBS) terhadap reputasi dan kinerja perusahaan tidak ditemukan dalam penelitian ini.²⁷

10. Penelitian yang dilakukan oleh Ichwan Sidik dan Reskino (2016) yang berjudul “*Pengaruh Zakat dan ICSR Terhadap Reputasi dan Kinerja*” hasil penelitian menunjukkan bahwa zakat dan ICSR berpengaruh signifikan terhadap reputasi. Zakat mempunyai signifikan terhadap kinerja perusahaan. ICSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan, namun memiliki hubungan yang positif.²⁸

Perbedaan penelitian sekarang dengan beberapa penelitian sebelumnya yaitu terletak pada variabel independen atau variabel bebas dimana penelitian yang sekarang terfokus pada variabel Pendapatan Non Halal, Zakat, Islamic Corporate Social Responsibility, dan Dewan Pengawas Syariah yang mana pada penelitian sebelumnya hanya dibahas salah satu variabel nya saja, serta objek penelitian, populasi, sampel dan tahun penelitian atau jangka periode juga berbeda dengan tahun sebelumnya. Periode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dari tahun 2016-2020.

²⁷ Syurmita 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 (2020): 87. DOI : 10.36722/jaiss.v1i2.463

²⁸ Debarun Chakraborty, “Pengaruh Zakat Dan ICSR Terhadap Reputasi Dan Kinerja Perusahaan” (2016): 14–16.

H. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam penulisan skripsi ini, penulis menyusun sistematika penulisan menjadi lima bab pembahasan, dengan rincian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini memuat latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini penulis akan membahas mengenai teori yang berkaitan dengan judul penelitian, temuan penelitian terkait, model penelitian dan pengembangan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini memuat secara rinci metode penelitian, penelitian yang digunakan peneliti, jenis penelitian, pendekatan penelitian, tujuan dan arah penelitian, data dan teknik pemerolehannya, teknik pengumpulan data, skala pengukuran, variabel penelitian, metode analisis data dan pengujian hipotesis. Dalam penelitian ini digunakan metode kuantitatif yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta sehubungan-sehubbunganya dengan mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab hasil penelitian dan pembahasan ini membahas beberapa yang terdiri dari analisis data, hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini terdiri dari kesimpulan dari pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, dan saran yang penulis sampaikan dalam skripsi ini. Kesimpulan menyajikan secara ringkas seluruh penemuan penelitian yang ada hubungannya dengan masalah penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori

1. *Signaling Theory*

Signaling Theory (Teori Sinyal) pertama kali dikemukakan oleh Spence (1973) yang menjelaskan bahwa pihak pengirim (pemilik informasi) memberikan suatu isyarat atau sinyal berupa informasi yang mencerminkan kondisi suatu perusahaan yang bermanfaat bagi pihak penerima (investor). Menurut Mamduh *signaling theory* merupakan sinyal yang diberikan oleh perusahaan kepada pasar. Jika manajer atau perusahaan berkeyakinan bahwa prospek perusahaan baik dan ingin harga saham meningkat maka perusahaan akan memberikan info atau sinyal kepada pasar. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik dari perusahaan lain.²⁹

Teori signaling menyatakan bahwa perusahaan yang berkualitas baik dengan sengaja akan memberikan sinyal pada pasar, dengan demikian pasar diharapkan dapat membedakan perusahaan yang berkualitas baik dan buruk. Menurut hartono agar sinyal tersebut baik maka harus dapat ditangkap pasar dan dipersepsikan dengan baik serta tidak mudah ditiru oleh perusahaan yang memiliki kualitas buruk.

Signaling theory mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan pemilik. Teori sinyal yang menjelaskan pentingnya kinerja adalah membahas bagaimana seharusnya sinyal-sinyal keberhasilan atau kegagalan manajemen (agen) disampaikan kepada pemilik (principal). Teori sinyal

²⁹ S. T Certo Connelly, B.L, "Signaling Theory : A Review and Assessment," *journal of managemen* 37, N (2011): hal. 39-67. DOI : 10.1177/0149206310388419

menjelaskan bahwa pemberian sinyal dilakukan oleh manajemen untuk mengurangi informasi asimetris.³⁰

Kurangnya informasi yang diperoleh pihak luar tentang perusahaan menyebabkan pihak luar melindungi diri dengan memberikan nilai rendah untuk perusahaan tersebut. Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mengurangi informasi asimetris, salah satu caranya adalah dengan memberikan sinyal kepada pihak luar berupa informasi keuangan yang dapat dipercaya sehingga dapat mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan pada masa yang akan datang. Laporan kinerja perusahaan yang baik akan meningkatkan nilai suatu perusahaan.

Teori ini digunakan untuk menjelaskan alasan diungkapkannya aktivitas inisiatif CSR bagi perusahaan. Sinyal (*sign*) sendiri berarti sebuah peringatan, simbol, ataupun tulisan, yang ditampilkan secara terbuka (*publicly displayed*) untuk memberikan informasi atau mempromosikan sesuatu dengan tujuan menyampaikan pesan atau pertanda dari simbol atau tulisan tersebut. Teori ini menyatakan bahwa pengungkapan yang informatif yang diberikan perusahaan semata-mata bertujuan untuk memberikan sinyal (*sign*), informasi, ataupun mempromosikan sesuatu kepada masyarakat bahwa perusahaan telah beritikad baik menjalankan usahanya secara akuntabel dan transparan.³¹

Sebagaimana perkembangannya, transparansi dan akuntabilitas dari akuntansi tidak lagi cukup hanya dengan menyampaikan dan menerbitkan laporan keuangan *audited*, tapi juga diperlukan laporan lain yang mengungkapkan pertanggungjawaban secara sosial. Maka dalam teori ini memahami bahwa pelaporan dan pengungkapan aktivitas inisiatif CSR bertujuan untuk memberikan pesan positif kepada pasar. Hal ini memberikan motivasi bagi perusahaan-perusahaan besar untuk mendapatkan respon positif dari pasar

³⁰ Ibid.

³¹ Brian L Connelly, R Duane Ireland, and Christopher R Reutzler, "Signaling Theory: A Review and Assessment" 37, no. 1 (2011): 39–67.

dengan menunjukkan informasi yang lebih informatif kepada publik dan masyarakat. Dengan demikian perusahaan dapat lebih unggul di pasar dibanding pesaingnya yang tidak melakukan pengungkapan inisiatif CSR. Dan perusahaan berharap reputasi perusahaan dapat lebih baik dari pesaingnya ketika dapat mengungkapkan aktivitas inisiatif sosial. Akhirnya, reputasi yang baik dapat menjadi modal bagi perusahaan untuk memperoleh sumber daya berkualitas dengan biaya yang lebih efisien, dan biaya yang lebih efisien merupakan modal untuk memperoleh kinerja yang optimal.³²

2. *Sharia Enterprise Theory (SET)*

Sharia Enterprise Theory (SET) digunakan untuk memahami pemangku kepentingan perusahaan dari perspektif islam. Teori ini menyatakan bahwa stakeholder perusahaan meliputi tidak hanya manusia, tetapi juga lingkungan alam dan Tuhan. Manusia akhirnya bertanggung jawab kepada Allah untuk semua aktivitas mereka di dunia.³³ Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa *Sharia Enterprise Theory* mendukung adanya *Islamic Corporate Social Responsibility* yang memang sesuai syariah islam dan juga mendukung adanya pembayaran zakat oleh perbankan syariah yang memang merupakan kewajiban bagi muslim. ICSR dan pembayaran zakat, dalam perspektif teori ini merupakan bentuk pertanggung jawaban manusia atas semua yang telah diberikan oleh Tuhan, agar kelak manusia dapat kembali kepada Tuhannya dalam keadaan fitrah sesuai dengan arti zakat yang bersih. Hal ini dikarenakan tujuan dari zakat adalah memberikan harta didalamnya terdapat hak orang lain.³⁴

Teori ini digunakan untuk memahami urgensi tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) bagi *stakeholder* dalam perspektif agama Islam. Teori ini menyatakan bahwa

³² Ibid

³³ Triyuwono, *Perspektif Metodologi, Dan Teori Akuntansi Syariah*, ed. Rajawali Pers (Jakarta, 2006).

³⁴ Ibid.

stakeholder tidak hanya manusia dan alam, tapi juga Tuhan. Menurut teori ini *stakeholder* meliputi Tuhan, manusia (yang terbagi menjadi *direct stakeholder* dan *indirect stakeholder*), dan alam. Dilihat dari bahasan teorinya yang menyinggung tentang *stakeholder*, maka dapat dikatakan SET ini melengkapi teori *stakeholder* konvensional. Di sisi lain, teori ini juga melengkapi *Teori Enterprise (ET)* yang menjelaskan bahwa akuntansi harus melayani bukan saja pemilik perusahaan, tetapi juga masyarakat.

Bila dikaitkan dengan zakat dan ICSR, maka *Sharia Enterprise Theory* memandang bahwa segala aktivitas sosial perusahaan merupakan suatu bentuk kepatuhan pemilik perusahaan terhadap keyakinannya, yang dalam hal ini dengan menjalankan perintah berzakat agar dapat dimanfaatkan secara sosial oleh para *stakeholder*-nya. Zakat yang juga merupakan bagian dari ICSR, merupakan salah satu cara untuk memberikan kontribusi kebaikan bagi semua pihak yang membutuhkan.³⁵

3. Reputasi Bank

a. Pengertian Reputasi Bank

Menurut Doney dan Cannon reputasi perusahaan berhubungan dengan sejarah atau riwayat perusahaan terutama dalam hubungannya dengan pihak lain, apakah memiliki hubungan yang lebih baik atau tidak. Reputasi perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk atau jasa dari suatu perusahaan. Reputasi atau merek menjadi sebuah masalah dari sikap dan kepercayaan terhadap kesadaran pada merek dan *image*.³⁶

Menurut Weisse et al reputasi merupakan kepercayaan menyeluruh atau keputusan mengenai tingkat dimana sebuah perusahaan diberi penghargaan tinggi dan terhormat. Bagi suatu perusahaan dimana produk utama yang

³⁵ Ibid

³⁶ Roy Martin Tarigan, "Pengaruh Citra Merek Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian."

dihasilkan adalah suatu jasa, maka reputasi dan nama baik sangat menentukan. Upaya pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan, terutama merujuk adanya anggapan bahwa reputasi yang berupa citra merk (*brand image*), citra perusahaan (*company image*), pelayanan prima (*service excellent*) dan semua yang berhubungan dengan kepuasan nasabah mendapatkan prioritas.

Reputasi atau Citra yaitu suatu gambaran yang ada di dalam benak khalayak atau stakeholder yang mencerminkan persepsi publik terkait tindakan yang dilakukan suatu bank, baik positif ataupun negatif. Reputasi perusahaan merupakan persepsi konsumen mengenai kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan. Untuk mengukur seberapa baik reputasi perusahaan, dalam penelitian ini reputasi di ukur dengan menggunakan pengungkapan pendapatan non halal, zakat, pengungkapan ICSR dan pentingnya pengawasan DPS dalam bank umum syariah.³⁷

Menurut sebuah penelitian yang dilakukan oleh Jihad Kamilullah dkk menyebutkan bahwa reputasi merupakan suatu kondisi yang membuat suatu perusahaan mampu memasang harga tinggi pada produknya dan membuat pesaing sulit untuk menyaingi perusahaan tersebut. Reputasi dapat mempengaruhi benak pelanggan tentang nilai suatu barang, pelanggan lebih memilih reputasi yang baik dari sebuah barang daripada reputasi yang buruk.³⁸

Reputasi merupakan penghargaan yang didapat oleh perusahaan karena adanya keunggulan-keunggulan yang ada pada perusahaan tersebut, seperti kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan, sehingga perusahaan akan terus dapat mengembangkan dirinya untuk terus dapat menciptakan hal-hal yang baru lagi bagi pemenuhan kebutuhan konsumen. Perusahaan dapat membangun berbagai macam reputasi,

³⁷ Faiqotul, "Pengaruh Zakat Dan Icsr Terhadap Profitabilitas Dengan Reputasi Perusahaan Sebagai Variabel Intervening."

³⁸ Debarun Chakraborty, "Pengaruh Zakat Dan ICSR Terhadap Reputasi Dan Kinerja Perusahaan."

seperti reputasi kualitas, reputasi pemasaran, reputasi inivasi produk, dan lain sebagainya. Suatu reputasi perusahaan akan menurun manakala gagal dalam memenuhi apa yang disyaratkan pasar.³⁹ Perusahaan harus membangun reputasi melalui kekhususan (spesifikasi) atas kualitas produk yang konsisten, dan dibutuhkan konsumen. Jika kualitas produk konsisten dan selalu sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen, produk akan sukses dipasar.

Dikutip dari sebuah buku karya Rosady Ruslan yang menjelaskan bahwa reputasi dan citra memiliki makna dan arti yang hampir sama. Citra adalah tujuan utama, dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat (kehumasan) atau *public relations*. Pengertian citra itu sendiri abstrak (*intangible*) dan tidak dapat diukur secara matematis, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk. Seperti penerimaan dan tanggapan baik positif maupun negatif yang khususnya datang dari publik (khalayak sasaran) dan masyarakat luas pada umumnya.⁴⁰

Penilaian atau tanggapan masyarakat tersebut dapat berkaitan dengan timbulnya rasa hormat (respek), kesan-kesan yang baik dan menguntungkan terhadap suatu citra lembaga/organisasi atau produk barang dan jasa pelayanannya yang diwakili oleh pihak Humas/PR. Biasanya landasan citra itu berakar dari “nilai-nilai kepercayaan” yang kongretnya diberikan secara individual, dan merupakan pandangan atau persepsi. Proses akumulasi dari amanah kepercayaan yang telah diberikan oleh individu-individu tersebut akan mengalami suatu proses cepat atau lambat

³⁹ Siti Maria Wardayati, “Implikasi Shariah Governance Terhadap Reputasi Dan Kepercayaan Bank Syariah,” *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 19, no. 1 (2011): 1. DOI : 10.21580/ws.2011.19.1.210

⁴⁰ Syurmita and 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* no. 1 (2020) : 87 DOI : 10.36722/jaiss.v1i2.463

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis mengenai Pengaruh Pendapatan Non Halal, Zakat, *Islamic Corporate Social Responsibility* dan Dewan Pengawas Syariah Terhadap Reputasi Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode 2016-2020 serta pembahasan yang telah diuraikan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial Pendapatan Non Halal tidak berpengaruh terhadap Reputasi Bank Umum Syariah di Indonesia. Adanya pendapatan non halal dalam catatan laporan keuangan menunjukkan bahwa bank syariah khususnya di Indonesia belum sepenuhnya taat pada ketentuan syariah.
2. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial Zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Reputasi Bank Umum Syariah di Indonesia. Zakat di Indonesia sangat dipengaruhi oleh seberapa besar ukuran perusahaan dalam hal ini aset yang dimiliki oleh bank.
3. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial *Islamic Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan Terhadap Reputasi Bank Umum Syariah di Indonesia. Bank Umum Syariah belum sepenuhnya mengungkapkan ICSR dalam laporan keuangannya.
4. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial Dewan Pengawas Syariah berpengaruh terhadap Reputasi Bank Umum Syariah di Indonesia. Dewan Pengawas Syariah memiliki peran yang penting dalam menyusun laporan tentang tingkat kepatuhan syariah.
5. Berdasarkan hasil pengujian secara silmtutan Pengaruh Pendapatan Non Halal, Zakat, *Islamic Corporate Social Responsibility* dan Dewan Pengawas Syariah secara bersama-sama berpengaruh signifikan Terhadap Reputasi Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode 2016-2020.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data, penulis memberikan masukan dan saran pihak yang terkait yaitu :

1. Bagi Pemerintah

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak pemerintah untuk membuat kebijakan dan peraturan untuk yang dapat meningkatkan reputasi perbankan syariah di Indonesia.

2. Bagi Bank Syariah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan untuk meningkatkan reputasi bank umum syariah dengan memperhatikan pendapatan non halal yang kemudian disalurkan sebagai dana kebajikan, pembayaran zakat, menerapkan *Islamic Corporate Social Responsibility* sesuai dengan prinsip syariah, dan meningkatkan pengawasan Dewan Pengawas Syariah dan memaksimalkan tingkat penghimpunan dana dari masyarakat luas, yang terdiri dari giro, simpanan tabungan, dan simpanan deposito yang kemudian disalurkan kepada nasabah, dan bank juga harus memperhatikan resiko reputasi nya.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat mengembangkan lebih lanjut, serta dijadikan sebagai bahan referensi tambahan dan menggunakan variabel-variabel yang lebih banyak dan menambah periode waktu penelitian agar mendapatkan hasil yang lebih maksimal.

DAFTAR RUJUKAN

- Adlan, Muhammad, and Imron Mawardi. "Analisis Pengaruh Utang Berbasis Bunga Dan Pendapatan Non-Halal Terhadap Nilai Perusahaan Emiten Saham Syariah." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)* 4, no. 2 (2018): 103.
- Alam, Andi Rifkah Purnama. "Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Celebes TV Di Kota Makassar." *Jurnal Economix* 3, no. 1 (2015): 118–124. <https://ojs.unm.ac.id/economix/article/view/3962/2326>.
- Ari Purwanti. "Dewan Pengawas Syariah Dan Pengungkapan Aspek Lingkungan, Produk Dan Jasa Pada Bank Syariah." *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam* 2 (2016).
- Arifin, Johan, and Eke Ayu Wardani. "Islamic Corporat Social Responsibility Disclosure, Reputasi, Dan Kinerja Keuangan: Studi Pada Bank Syariah Di Indonesia." *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia* 20, no. 1 (2016): 38–46.
- Aziz, A., and S. R. Alfiah. "Pengaruh Pengetahuan Zakat Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Minat Membayar Zakat Di Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kabupaten Kuningan." *Jurnal Ekonomi Manajemen* (2018).
- Bahrudin, Moh., Ahmad Habibi, and Muhammad Iqbal. "A Comparative Analysis of The Level of Banking Social Reports Disclosure in Indonesia (Islamic Social Reporting and Corporate Social Responsibility Approach)." *Jurnal Terapan Manajemen Dan Bisnis* 4, no. 1 (2018): 115.
- Budi Gautama Siregar. "Dana Pihak Ketiga Pada Perbankan Syariah Di Indonesia." *Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi (JENSI)* 5, no. 2 (2021): 111–121.
- Canggih, Clarashinta, Khusnul Fikriyah, and Ach. Yasin. "Potensi Dan Realisasi Dana Zakat Indonesia." *al-Uqud: Journal of Islamic Economics* (2017).
- Connelly, B.L, S. T Certo. "Signaling Theory: A Review and Assessment." *journal of managemen* 37, N (2011): hal. 39-67.
- Connelly, Brian L, R Duane Ireland, and Christopher R Reutzel. "Signaling Theory: A Review and Assessment" 37, no. 1 (2011): 39–67.
- Dadang Husen Sobana. "Determinan Dana Pihak Ketiga Bank Umum Syariah Di Indonesia 1" 2, no. 2 (2021): 226–236.

- Darmawan Wibisono. *Metode Penelitian Dan Analisis Data*. Edited by Salemba Medika. Jakarta, 2005.
- Debarun Chakraborty. “Pengaruh Zakat Dan ICSR Terhadap Reputasi Dan Kinerja Perusahaan” (2016): 14–16.
- Dewi, Meutia. “Analisis Tingkat Kesehatan Bank Dengan Menggunakan Pendekatan Rgec (Risk Profile, Good Corporate Governance, Earnings, Capital) (Studi Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia, Tbk Periode 2013-2017).” *Niagawan* 7, no. 3 (2018): 67.
- Duli, Nikolaus. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019.
- Ernawati, Ernawati. “Pendapatan Non Halal Sebagai Sumber Dana Kebajikan Pada Bank Umum Syariah.” *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis* 17, no. 1 (2020): 65–74.
- Faiqotul, Hikmah. “Pengaruh Zakat Dan Icsr Terhadap Profitabilitas Dengan Reputasi Perusahaan Sebagai Variabel Intervening.” *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2019): 1689–1699.
- Harkaneri, Harkaneri, and Hana Reffisa. “Pendapatan Non Halal Sebagai Sumber Dan Penggunaan Qardhul Hasan Dalam Perspektif Islam.” *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 1, no. 2 (2018): 102–110.
- Harpur, Oonagh Mary. *Corporate Social Responsibility Monitor*. London: gee publishing, 2002.
- Hartanto, Rudy, Irena Paramita Pramono, and Pupung Purnamasari. “Pendapatan Non Halal Perbankan Syariah Di Indonesia: Analisis Sumber Dan Penggunaannya.” *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah* 4, no. 2 (2019): 51.
- Hendik Budi Untung. *Corporate Social Responsibility*. Edited by Sinar Grafika. Jakarta, 2008.
- Hidayati, Putri Nur, Deki Fermansyah, and Ruslan A Ghofur. “Optimalisasi Zakat Produktif Dalam Pengembangan Usaha Industri Rumahan (Studi Pada Home Industri Kerupuk Di Kota Bandar Lampung).” *Journal of Islamis Bussiness and Economics* 02, no. 01 (2020): 1–13.
- I Gusti Agung Arista Prandnyani dan Eka Ardhani Sisdianti. “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Leverage, Dan Ukuran Dewan Komisaris Pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.” *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* Vol. 11 No (2015).
- Indra Kharisma. “Implementasi ICSR Pada PT Bumi Lingga Pertiwi

- Di Kabupaten Gresik.” *Jurnal JESTT 1* No 1 (2014).
- Iskandar, Iskandar, Amiur Nuruddin, and Saparuddin Siregar. “Manajemen Resiko Pembiayaan Pada Bank Syariah: Suatu Tinjauan Filsafati.” *Al-Ulum: Jurnal Studi Islam* (2017).
- El Junusi, Rahman. “Implementasi Syariah Governance Serta Implikasinya Terhadap Reputasi Dan Kepercayaan Bank Syariah.” *Al-Tahrir: Jurnal Pemikiran Islam* 12, no. 1 (2012): 87.
- Karim adiwarmar. *Bank Islam: Analisis Fiqh Dan Keuangan*. Jakarta: PT Raja grafindo Persada, 2013.
- Kasmir. “Analisis Laporan Keuangan, Edisi Satu, Cetakan Ketujuh.” *Raja Grafindo Persada* (2014).
- Kemalasari. “Pengaruh Penerapan.” *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2009): 1689–1699.
- Lenap, Indria Puspitasari, Nina Karina Karim, and Elin Erlina Sasanti. “Pendapatan Non-Halal, Zakat, Dewan Pengawas Syariah Dan Reputasi Perbankan Syariah Di Indonesia.” *JAS (Jurnal Akuntansi Syariah)* 5, no. 1 (2021): 31–43.
- Manshur Suhada. “Pelaporan Corporate Social Responsibility Perbankan Syariah Dalam Perspektif Syariah.” *jurnal ekonomi dan hukum islam* 2 (2012): 107–133.
- Masruroh, Siti. *Pengaruh Risiko Pembiayaan, Risiko Pasar, Risiko Likuiditas Dan Risiko Operasional Terhadap Kinerja Keuangan (ROA) Pada Bank Umum Syariah Dan Unit Usaha Syariah Di Indonesia Periode 2014-2018*. Skripsi, 2019.
- Masse, H Rahman Ambo. “Dewan Pengawas Syariah Dan Profesionalisme Sumber Daya Manusia.” *Diktum: Jurnal Syariah dan Hukum* 16, no. 2 (2018): 147–170.
- Muchlis, Saiful, and Husain Soleh Utomo. “Kajian Pendapatan Non Halal Dan Dampak Penggunaannya Terhadap Reputasi Dan Kepercayaan Nasabah Perbankan Syariah.” *Jrak: Jurnal Riset Akuntansi dan Komputerisasi Akuntansi* 9, no. 1 (2018): 75–101.
- Muhammad Iqbal Fasa. “Manajemen Resiko Perbankan Syariah Di Indonesia.” *Li Falah Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam* (2016).
- Mulazid, Ade Sofyan. “Pelaksanaan Sharia Compliance Pada Bank Syariah(Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri , Jakarta).” *Madania* 20, no. 1 (2016): 37–54.
- Mustakim Muchlis, Kartini. “Paradoks Transaksi Non-Halal Pada” 4, no. April (2021): 39–53.
- Nugroho, Arif. “Studi Efektivitas Dewan Pengawas Syariah Terhadap

- Profitabilitas Dan Resiko Pembiayaan Perbankan Syariah.” *Proceeding of National Conference on Accounting & Finance 2*, no. 2010 (2020): 60–68.
- Nurmalia, Gustika, and Yudhistira Ardana. “Analisis Pelaporan Zakat, ICSR, Dewan Pengawas Syariah Dan Leverage Dalam Mengungkapkan Kinerja Bank Umum Syariah Di Indonesia.” *Cakrawala: Jurnal Studi Islam* 14, no. 2 (2020): 113–122.
- Otoritas Jasa Keuangan. “Snapshot Perbankan Syariah Indonesia 2020 (Posisi Desember 2020).” *Snapshot Otoritas Jasa Keuangan*, 2020.
- Pemerintah Indonesia. *Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat*. Jakarta: sekretariat negara, 2011.
- Pertiwi Utami, Tulus Suryanto, M. Nasor. “Efek Digitalisasi Pembayaran Zakat Terhadap Potensi Penerimaan Zakat” 13, no. 2 (2020): 216–239.
- Poerwadarminta. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, 2007.
- Prabowo, Bagya Agung, and Jasri Bin Jamal. “Peranan Dewan Pengawas Syariah Terhadap Praktik Kepatuhan Syariah Dalam Perbankan Syariah Di Indonesia.” *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum* 24, no. 1 (2017): 113–129.
- Pratama, Yoghi Citra. “Peran Zakat Dalam Penanggulangan Kemiskinan (Studi Kasus : Program Zakat Produktif Pada Badan Amil Zakat Nasional).” *Tauhidinomics: Journal of Islamic Banking and Economics* 1, no. 1 (2015): 93–104. <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/tauhidinomics/article/view/3327>.
- Rahman, Ayif Fathur, and Yuyun Setiawansi. “Analisis Determinan Dana Pihak Ketiga Bank Umum Syariah Di Indonesia.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2021): 154.
- Rama, Ali, and Yella Novela. “Shariah Governance Dan Kualitas Tata Kelola Perbankan Syariah.” *Signifikan: Jurnal Ilmu Ekonomi* 4, no. 2 (2015): 111–126.
- Ranto Rustam Bambang. *Manajemen Resiko Perbankan Syariah Di Indonesia*. Jakarta: salemba empat, 2013.
- Roy Martin Tarigan. “Pengaruh Citra Merek Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian.” (*Jurnal Program Strata-1 Manajemen Ekstensi Departemen Menejemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara*) (2014).
- Salihin, Agus. “Peran Dan Tanggung Jawab Dewan Pengawas Syariah (DPS) Terhadap Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Dana Sejahtera Yogyakarta.” *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi dan*

- Perbankan Syariah* 6, no. 1 (2020): 59.
- Sari, Elsa Kartika. *Pengantar Hukum Zakat Dan Wakaf*. Jakarta: Grasindo, 2006.
- Shochrul R. Ajija, et. al. *Cara Cerdas Menguasai Eviews*. Edited by Salemba Empat. Jakarta, 2011.
- Sidik, Ichwan, and Reskino. "Pengaruh Zakat Dan ICSR Terhadap Reputasi Dan Kinerja." *Simposium Nasional Akuntansi XIX*, no. 23 (2016): 1–21.
- Sisdianto, Ersi, Ainul Fitri, and Desi Isnaini. "Penerapan Pembayaran Zakat Digital Dalam Presfektif Ekonomi Islam (Cashless Society)." *Jurnal Ilmiah Keuangan dan Perbankan* 4, no. 2 (2021): 112–123.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan Kombinasi*. Edited by Alfabeta. Bandung, 2017.
- Sunarto, Citra Novi. "Shariah Governance Dalam Pengungkapan Islamic Social Reporting Index Dan Global Reporting Index Pada Perbankan Syariah Periode 2010-2013." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam | Journal of Islamic Economics and Business* 2, no. 1 (2016): 30–57. <https://www.e-journal.unair.ac.id/JEBIS/article/view/1964>.
- Syurmita, 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 (2020): 87.
- Taufiq, M. "Optimalisasi Peran Dewan Pengawas Syariah Di Lembaga Keuangan Mikro Syariah." *Al-Huquq: Journal of Indonesian Islamic Economic Law* 2, no. 1 (2020): 74.
- Teguh, Amirah. "Amirah Dan Teguh : Pengaruh Alokasi Dana Zakat" (2015): 73–81.
- Teguh, Muhammad. *Metode Kuantitatif Untuk Analisis Ekonomi Dan Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014.
- Triyuwono. *Perspektif Metodologi, Dan Teori Akuntansi Syariah*. Edited by Rajawali Pers. Jakarta, 2006.
- Uma Sekaran. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. 4th ed. Jakarta: Salemba Empat, 2007.
- Utami, Pertiwi, Tulus Suryanto, Ruslan Abdul Ghofur, and M Nador. "Refleksi Hukum Zakat Digital Pada Baznas Dalam Rangka Peningkatan Kesejahteraan Mustahik." *Jurnal Surya Kencana Satu : Dinamika Masalah Hukum dan Keadilan* 11, no. 1 (2020): 53.

- Ward H, Howard Brown. *Public Sector Roles in Strengthening Corporate Social Responsibility*. Edited by A Baseline Study. The World Bank, 2002.
- Wardayati, Siti Maria. “Implikasi Syariah Governance Terhadap Reputasi Dan Kepercayaan Bank Syariah.” *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 19, no. 1 (2011): 1.
- Yusuf, Muhammad Yasir. *Islamic Corporate Social Responsibility*. Jakarta: kencana, 2017.
- Yusuf Wibisono. *Membedah Konsep Dan Aplikasi Corporate Social Responsibility (CSR)*. Edited by Fascho Publishing. Gresik, 2007.
- Zanariyatim, apip, bayinah, Ai nur, dan sahrano. “Pengungkapan Corporate Social Responsibility Bank Umum Syariah Berdasarkan Islamic Social Reporting (Indek ISR).” *jurnal akuntansi dan keuangan islam* vol 4 no 1 (2016): 85.

