

**PENGARUH ZAKAT DAN *ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (ICSR) TERHADAP PROFITABILITAS DENGAN REPUTASI PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi pada Bank Umum Syariah Tahun 2013-2017)**

SKRIPSI



Oleh

FAIQOTUL HIKMAH

NIM: 15540063

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH (S1)
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2019**

**PENGARUH ZAKAT DAN *ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (ICSR) TERHADAP PROFITABILITAS DENGAN REPUTASI PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi pada Bank Umum Syariah Tahun 2013-2017)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh:

FAIQOTUL HIKMAH

NIM: 15540063

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH (S1)
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH ZAKAT DAN *ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (ICSR) TERHADAP PROFITABILITAS DENGAN REPUTASI PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Studi pada Bank Umum Syariah Tahun 2013-2017)

SKRIPSI

Oleh:

FAIQOTUL HIKMAH

NIM: 15540063

Telah Disetujui, 5 September 2019
Dosen Pembimbing,



Eko Suprayitno, S.E., M.Si., Ph.D
NIP. 19751109 199903 1 003

Mengetahui:
Ketua Jurusan,



Eko Suprayitno, S.E., M.Si., Ph.D
NIP. 19751109 199903 1 003

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH ZAKAT DAN *ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (ICSR) TERHADAP PROFITABILITAS DENGAN REPUTASI PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Studi pada Bank Umum Syariah Tahun 2013-2017)

SKRIPSI

Oleh:

FAIQOTUL HIKMAH

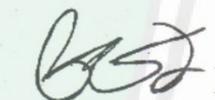
NIM: 15540063

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Pada Tanggal 13 September 2019

Susunan Dewan Penguji

1. Ketua Penguji
Barianto Nurasri Sudarmawan, M.E :
NIDT. 19920720 20180201 1 191
2. Sekretaris/Pembimbing
Eko Suprayitno, S.E., M.Si., Ph.D :
NIP. 19751109 199903 1 003
3. Penguji Utama
Segaf, S.E., M.Sc :
NIP. 19760215 20160801 1 049

Tanda Tangan

()
()
()

Disahkan Oleh:
Ketua Jurusan,



Eko Suprayitno, S.E., M.Si., Ph.D
NIP. 19751109 199903 1 003

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Faiqotul Hikmah
NIM : 15540063
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/S1 Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

PENGARUH ZAKAT DAN ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (ICSR) TERHADAP PROFITABILITAS DENGAN REPUTASI PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Bank Umum Syariah Tahun 2013-2017).

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 10 September 2019
Hormat Saya,



Faiqotul Hikmah
NIM. 15540063

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas rahmat, hidayah dan inayah-Nya, serta dengan penuh cinta dan kasih sayang skripsi ini saya persembahkan kepada:

Kedua orang tuaku dan Adikku tercinta atas doa dan kasih sayang yang berlimpah

Teman, Sahabat, serta keluarga tersayang

Keluarga Besar Mahasiswa Jurusan S1 Perbankan Syariah Angkatan 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang aku sayangi,

Beserta Almamaterku

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
Yang kubanggakan

Terimakasih atas dukungan dan doa yang tiada hentinya.....

MOTTO

BERDO'A DAN BERUSAHA

(selalu ada harapan bagi mereka yang sering berdo'a dan selalu ada jalan bagi mereka yang sering berusaha)

"Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila telah selesai dari suatu urusan, kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain. Dan hanya kepada tuhanmulah hendaknya kamu berharap "

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

"Orang hebat tidak dihasilkan melalui kenyamanan, kesenangan dan gelak tawa tapi mereka terbentuk dari kesukaran, tantangan dan air mata"

(Dahlan Iskan)

"Kita berdo'a ketika kesusahan dan membutuhkan sesuatu, mestinya kita juga berdo'a dalam kegembiraan besar dan rezeki melimpah"

(Kahlil Ghibran)

"The past is Finished, Learned from it and Let it go"

(Dr. Brian Weiss)

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. wb

Syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah, serta ilmu-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Zakat dan *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* Terhadap Profitabilitas dengan Reputasi Perusahaan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Bank Umum Syariah Tahun 2013-2017)”.

Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari zaman kegelapan menuju jalan kebaikan, yakni Din al-Islam.

Terselesainya penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Strata 1 (S1) pada program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, yang mana dalam penyelesaian skripsi ini tak lepas dari dukungan baik materill maupun non-materill dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Abdul Haris, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Eko Suprayitno, S.E., M.Si., Ph.D Selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang sekaligus Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan serta pengarahan.
4. Bapak Segaf, S.E., M.Sc Selaku Dosen Pembimbing skripsi I yang telah memberikan bimbingan serta pengarahan.

5. Ibu Nihayatu Aslamatis Solekah SE., MM, selaku Dosen Wali yang telah memberikan semangat kepada penulis.
6. Seluruh Dosen Jurusan S1 Perbankan Syariah dan seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan ilmunya.
7. Orang tuaku tercinta Bapak Moh Hafil dan Ibu Mashudaniyah, adikku tersayang M. Fahri Ramadhan dan Seluruh keluarga besarku baik dari pihak ayah maupun ibu yang senantiasa melimpahkan doa, motivasi, dan kasih sayangnnya kepadaku.
8. Seluruh guru-guruku dari TK, SD, SMP, SMA sampai Perguruan Tinggi yang telah ikhlas memberikan ilmunya sehingga sampailah penulis pada jenjang Sarjana ini.
9. Teman-teman Jurusan S1 Perbankan Syariah 2015 yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
10. Teman-teman terdekatku Durorun Nafi'ah, Rohmatul Mardiyah, Winda Ashtisa, Qurrotul Aini, Ayun Fitroh L, Siti Khodijah H, Bela Nabila yang selalu memberikan semangat, menjadi tempat berbagi dan memberi dukungan baik lahir maupun batin.
11. Serta seluruh pihak yang telah membantu mendoakan penulis, memberikan motivasi, arahan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Dengan penuh kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat konstruktif demi menghasilkan karya yang lebih baik kelak dikemudian hari. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Amin ya Robbal 'alamin.

Malang, 10 September 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPU DEPAN	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK (Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, dan Bahasa Arab)	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Batasan Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	9
2.2 Kajian Teoritis	12
2.2.1 Perbankan Syariah	12
2.2.2 Sharia Enterprise Theory	13
2.2.3 Zakat	13
2.2.4 <i>Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)</i>	17
2.2.5 Profitabilitas	21
2.2.6 Reputasi Perusahaan	22
2.3 Hubungan Antar Variabel	24
2.4 Kerangka Konseptual	27
2.5 Hipotesis Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	30
3.2 Lokasi Penelitian	30
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	30
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	31
3.5 Data dan Jenis Data	33
3.6 Teknik Pengumpulan Data	33
3.6.1 Teknik Pengumpulan Data	33
3.6.2 Instrumen Penelitian	34
3.7 Definisi Operasional Variabel	34
3.8 Analisis Data	38
3.8.1 Statistik Deskriptif	38
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	38
3.8.3 <i>Path Analysis</i>	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Hasil Penelitian	45
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	45

4.1.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	48
4.1.3 Uji Asumsi Klasik	49
4.1.3.1 Uji Normalitas	49
4.1.3.2 Uji Multikolinearitas	50
4.1.3.3 Uji Heteroskedastisitas	51
4.1.3.4 Uji Autokorelasi	51
4.1.4 <i>Analysis Path</i> (Analisis Jalur).....	53
4.1.4.1 Pengaruh Zakat (X1) terhadap Reputasi Perusahaan (Z).....	54
4.1.4.2 Pengaruh Zakat (X1), ICSR (X2) dan Reputasi Perusahaan (Z) terhadap Profitabilitas (Y).....	56
4.1.4.3 Hasil Perhitungan Pengaruh Tidak Langsung	58
4.1.4.4 Hasil Pemeriksaan Validitas Model	60
4.1.5 Pengujian Hipotesis	61
4.1.5.1 Pengujian Hipotesis Pertama	61
4.1.5.2 Pengujian Hipotesis Kedua	62
4.1.6 Interpretasi Hasil Analisis	64
4.2 Pembahasan dan Implikasi Hasil Penelitian	67
4.2.1 Pembahasan	67
4.2.1.1 Pengaruh Langsung Zakat (X1) terhadap Reputasi Perusahaan (Z)	67
4.2.1.2 Pengaruh Langsung ICSR (X2) terhadap Reputasi Perusahaan (Z)	69
4.2.1.3 Pengaruh Langsung Zakat (X1) terhadap Profitabilitas (Y)	71
4.2.1.4 Pengaruh Langsung ICSR (X2) terhadap Profitabilitas (Y)	72
4.2.1.5 Pengaruh Langsung Reputasi Perusahaan (Z) terhadap Profitabilitas(Y)	74
4.2.1.6 Pengaruh Tidak Langsung Zakat (X1) dan ICSR (X2) Terhadap Profitabilitas Melalui Reputasi Perusahaan (Z)	75
4.3 Kajian Keislaman	77
BAB V PENUTUP.....	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Daftar Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1 Teknik Pengambilan Sampel.....	32
Tabel 3.2 Daftar Sampel Penelitian	32
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel.....	37
Tabel 4.1 Tahap Penyeleksian Sampel Penelitian.....	46
Tabel 4.2 Perhitungan Zakat Perusahaan BUS di Indonesia	46
Tabel 4.3 Data ICSR sebagai Variabel X2	47
Tabel 4.4 Data ROE sebagai Variabel Y.....	47
Tabel 4.5 Data Reputasi Perusahaan sebagai Variabel Z.....	48
Tabel 4.6 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	48
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	50
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	51
Tabel 4.10 Keputusan Durbin dan Watson.....	52
Tabel 4.11 Ringkasan Uji Autokorelasi.....	52
Tabel 4.12 Ringkasan Hasil Uji Asumsi Klasik.....	53
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Z.....	55
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Pengaruh X_1 , X_2 dan Z terhadap Y	56
Tabel 4.15 Nilai t_{hitung} dan Signifikansi Variabel Zakat, ICSR terhadap Reputasi.....	61
Tabel 4.16 Nilai t_{hitung} dan Signifikansi Variabel Zakat, ICSR dan Reputasi terhadap Profitabilitas	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	27
Gambar 2.2 Hipotesis Penelitian	28
Gambar 3.1 Model Analisis Path	41
Gambar 4.1 Model Lintasan Pengaruh	54
Gambar 4.2 Hasil Model Lintasan Pengaruh	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Data Mentah Penelitian
Lampiran 2	Tabel Indeks ISR dan GRI
Lampiran 3	Hasil Output SPSS
Lampiran 4	Data Pengungkapan ICSR
Lampiran 5	Data Pengungkapan GRI
Lampiran 6	Potensi Zakat Bank Umum Syariah di Indonesia
Lampiran 7	Bukti Konsultasi
Lampiran 8	Surat Keterangan Bebas Plagiarisme
Lampiran 9	Biodata Peneliti

ABSTRAK

Faiqotul Hikmah. 2019, SKRIPSI. Judul: “Pengaruh Zakat dan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) terhadap Profitabilitas dengan Reputasi Perusahaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Bank Umum Syariah Tahun 2013-2017)”.

Pembimbing : Eko Suprayitno, S.E., M.Si., Ph.D

Kata Kunci : Zakat, Islamic Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Reputasi Perusahaan

Perbankan syariah dalam menjalankan fungsi sosialnya seperti zakat dan *Corporate Social Responsibility* harus dilakukan sesuai dengan syariat Islam atau disebut *Islamic Corporate Social Responsibility*. Sehingga memberikan kesejahteraan kepada masyarakat serta kontribusi yang baik dari masyarakat terhadap perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Zakat dan *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap profitabilitas yang diukur menggunakan ROE dengan reputasi perusahaan sebagai variabel intervening.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan Bank Umum Syariah periode 2013-2017 sebagai obyeknya. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Terdapat 6 Bank Umum Syariah yang memenuhi kategori sebagai sampel. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (analisis *path*) dengan bantuan software SPSS 21.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) zakat secara langsung berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. 2) *Islamic Corporate Social Responsibility* secara langsung berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. 3) Reputasi perusahaan tidak berpengaruh secara langsung terhadap profitabilitas. 4) secara tidak langsung variabel zakat dan *Islamic Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas melalui reputasi perusahaan.

ABSTRACT

Faiqotul Hikmah. 2019, Thesis. Title: "The Effect of Zakat and Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) toward Profitability with the Corporate Reputation as Intervening Variable (A Study in Sharia Commercial Banks in 2013-2017)".

Advisor : Eko Suprayitno, S.E., M.Si., Ph. D

Keywords : Zakat, Islamic Corporate Social Responsibility, Profitability, Corporate Reputation

Sharia Bank when conducting its social function, such as zakat and Corporate Social Responsibility has to administer according Islamic sharia which is known as Islamic Corporate Social Responsibility Thus function can provide welfare to the society and good contribution from the society toward the company. The purpose of the research is to know the effect of zakat and Islamic Corporate Social Responsibility variables toward the profitability which is measured by using ROE with the corporate reputation as intervening variable.

This research used a descriptive quantitative approach with Sharia Commercial Bank as its object in the 2013-2017 period. The sampling method used is purposive sampling. There are six Sharia Commercial Bank that meets the category as a sample. Data analysis technique used is a path analysis with the help of SPSS 21 software.

The result of this research shows that: 1) zakat has a direct significant effect toward profitability; 2) the Islamic Corporate Social Responsibility has a direct significant effect toward profitability; 3) the corporate reputation has no direct effect toward profitability; 4) zakat and Islamic Corporate Social Responsibility has no effect toward profitability through the corporate reputation.

المستخلص

فائقة الحكمة. 2019، أطروحة. تحت العنوان: "تأثير الزكاة والمسؤولية الاجتماعية للشركات الإسلامية (ICSR) على الربحية مع سمعة الشركة كمتغيرات متداخلة (دراسة على البنك الشرعي سنة 2013-2017)".

المشرف: الدكتور إيكو سورابتنو، الماجستير

الكلمات الرئيسية: الزكاة، المسؤولية الاجتماعية للشركات الإسلامية، الربحية، سمعة الشركة

يجب على المصرف الشرعي في أداء وظائفه الاجتماعية مثل الزكاة والمسؤولية الاجتماعية للشركات وفقاً للشريعة الإسلامية أو تسمى المسؤولية الاجتماعية للشركات الإسلامية. وذلك لتوفير الرفاهية للمجتمع ومساهمة جيدة من المجتمع للشركة. هدف هذا البحث إلى تحديد تأثير متغيرات الزكاة والمسؤولية الاجتماعية للشركات على الربحية المقاسة باستخدام العائد على حقوق المساهمين مع سمعة الشركة كمتغير متداخل. استخدم هذا البحث منهجاً كمياً وصفيًا مع بنوك الشريعة التجارية للفترة 2013-2017 كالموضوع. كانت طريقة أخذ العينات المستخدمة هي أخذ عينات هادفة. يوجد ستة بنوك تجارية شرعية تلبي فئة العينة. أما تقنية تحليل البيانات المستخدمة هي تحليل المسار بمساعدة برنامج SPSS 21. أشارت نتائج هذا البحث إلى أن: (1) الزكاة لها تأثير كبير على الربحية. (2) المسؤولية الاجتماعية للشركات الإسلامية مباشرة لها تأثير كبير على الربحية. (3) لا تؤثر سمعة الشركة مباشرة على الربحية. (4) متغير الزكاة والمسؤولية الاجتماعية للشركات الإسلامية لا تؤثر على الربحية من خلال سمعة الشركة غير مباشرة.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keberadaan suatu perusahaan seperti halnya perbankan Syariah mempunyai dampak yang dirasakan baik secara langsung maupun tidak langsung bukan hanya bagi para pemegang sahamnya (*shareholder*) saja, akan tetapi bagi para pemangku kepentingan (*stakeholder*) lain misalnya pegawai, pemerintah, konsumen, serta masyarakat luas. Dampak tersebut bisa hal yang menguntungkan maupun berupa hal yang merugikan. Sehingga dari adanya dampak tersebut, suatu perusahaan sejatinya selain berorientasi pada profit (aspek ekonomi) diharuskan pula mempunyai tanggung jawab sosial (Satria, 2013:1).

Perbankan syariah adalah suatu lembaga keuangan yang operasional usahanya dijalankan sesuai syariah Islam, yaitu bukan terfokus pada tujuan utama untuk memperoleh profit semata, akan tetapi perbankan syariah juga di haruskan menjalankan fungsi sosialnya (Indriastuti & Ifada, 2015:1). Adapun hal yang dapat dilakukan oleh perbankan syariah untuk menjalankan fungsi sosialnya yaitu melalui program tanggung jawab sosial perusahaan (Alma & Priansa, 2009: 178).

Perkembangan praktek dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebelum periode 2007 masih sekedar bersifat sukarela, oleh karena itu pemerintah Indonesia menetapkan peraturan terkait diwajibkannya praktek serta pelaporan CSR di dalam Undang-undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007. Dimana dalam undang-undang tersebut dalam pasal 66 ayat (2) bagian c dijelaskan bahwasanya selain

melaporkan laporan keuangan tahunan, suatu perusahaan diharuskan pula untuk mengungkapkan terkait praktek tanggungjawab sosial serta lingkungan. (Lako, 2014: 141).

Program *Corporate Social Responsibility* di Bank Umum Syariah bisa diketahui dari proses pengambilan sampel penelitian yang menunjukkan bahwa hampir semua Bank Umum Syariah di Indonesia mempunyai serta melaporkan program CSR dalam laporan keuangan tahunannya. Akan tetapi, masih ada Bank Umum Syariah yang belum melaporkan terkait dengan program CSR perusahaan yaitu PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah. Padahal seharusnya kebijakan CSR tersebut dijadikan kebijakan yang umum bagi perusahaan dan harus dikerjakan berdasarkan prinsip bahwa CSR adalah bentuk dari strategi bisnis bagi perusahaan dan merupakan investasi sosial perusahaan (Alma & Priansa, 2009: 185).

Adanya kebutuhan dalam pengungkapan tanggung jawab sosial pada Perbankan Syariah, belakangan ini banyak dibahas dalam penelitian terdahulu mengenai *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) yang diyakini menjadi acuan pengungkapan CSR berdasarkan perspektif Islam (Arifin & Wardani, 2016:2). Wujud dari kegiatan *Islamic Corporate Social Responsibility* yaitu diatur dalam Al-Quran maupun Hadits. Dalam prakteknya di perbankan Syariah bentuk dari tanggung jawab tersebut yaitu memakai dana yang bersumber dari keuntungan perbankan, zakat dari karyawan serta bantuan sosial (Muhammad, 2004: 102).

Salah satu bagian dari konsep ICSR yaitu zakat. Dalam laporan keuangan zakat ini diungkapkan dalam laporan manajemen/kinerja. Kedermawanan dari suatu perusahaan dalam Islam dilambangkan serta diwadahi dengan zakat perusahaan

ataupun zakat pengusaha (Ramadhani, 2016: 37). Menurut regulasi maupun syariat agama Islam di Indonesia, besarnya zakat yang harus dibayarkan oleh perusahaan yaitu sebesar 2,5% dari neraca atau laba perusahaan, yang mana nilai tersebut dapat dijadikan insentif yang akan mengurangi penghasilan kena pajak (PKP) perusahaan pembayar zakat yang bersangkutan. Besarnya tarif zakat yang telah diterima secara universal sebesar 2,5% dapat dirujuk pada UU yang mengaturnya yaitu UU No. 23/2011 pasal 22 dan 23 ayat (2), maupun buku-buku referensi lain seperti fikih zakat oleh Yusuf Qardhawi (2007) dan sebagainya. Akan tetapi, implementasi dari zakat perusahaan ini belum dilaksanakan dengan konsisten, terutama pada sektor perbankan syariah di Indonesia. Padahal bank syariah yang lekat sekali dengan syariat di Indonesia saat ini berkembang dengan cukup baik sebagai pelopor gerakan berzakat dari perusahaan.

Perkembangan dari Perbankan Syariah di Indonesia dapat diketahui dari total perbankan syariah sampai dengan desember 2017 telah memiliki jaringan sebanyak 13 Bank Umum Syariah, 21 Unit Usaha Syariah, serta 167 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (OJK, 2017). Perkembangan tersebut membuktikan potensi tumbuhnya perbankan syariah di Indonesia yang positif. Menurut (Asmaryani, 2017:1) menyebutkan bahwa terjadinya peningkatan perbankan syariah yang berada di Indonesia, maka akan menambah jumlah wajib zakat perusahaan. Arti dari wajib zakat tersebut yaitu kewajiban dalam membayarkan zakat oleh perbankan syariah akan bertambah apabila terjadi peningkatan terhadap jumlah perbankan syariah yang ada.

Baznas (2017) menyebutkan bahwa perbankan Syariah yang ada di Indonesia tidak semuanya mampu menjalankan kewajibannya dalam membayarkan zakat perusahaan. Dapat dibuktikan berdasarkan pada kriteria pengambilan sampel penelitian

yang menunjukkan bahwa pelaksanaan praktek zakat perusahaan hanya terlaksana secara konsisten pada 6 Bank Umum Syariah, dan sisanya 7 perbankan belum melaksanakan pembayaran zakat secara konsisten. Meskipun ada juga bank yang membayar zakat, namun berbeda dari jumlah porsi seharusnya secara material, yang mana jumlah tersebut dalam prinsip syariah bukanlah disebut dengan zakat, akan tetapi, dalam Islam jumlah tersebut lebih condong terhadap santunan atau infak dan sedekah.

Hal ini sangat disayangkan, dikarenakan keberadaan dari perbankan syariah diharapkan bisa menjadi panutan bagi perusahaan-perusahaan lain untuk membayar zakat perusahaan sehingga bisa mensejahterahkan masyarakat. Alasan lain yaitu Menurut Kurniawan dan Sulyanto (2013:17) Zakat yang dibayar, dikelola, didistribusikan serta dilaporkan perusahaan sebagai bagian dari CSR memiliki hikmah dan manfaat baik untuk pemberi zakat maupun bagi yang menerima zakat. Pemberi zakat akan mendapat keberkahan karena adanya nilai tambah atau reputasi yang baik sehingga akan berpengaruh pada pertumbuhan kinerja perusahaan atau profitabilitas perusahaan yang bersangkutan. Kemudian, bagi pihak yang menerima zakat akan merasa terbantu karena dapat mencukupi kebutuhan sehari-harinya dengan adanya zakat tersebut.

Selain itu, keharusan dalam mempertahankan citra suatu perusahaan di mata publik dijadikan alasan kenapa suatu bank mengeluarkan zakatnya melalui pengungkapan CSR. Sama halnya dengan bank-bank syariah di Indonesia yang pastinya ingin menjaga citra perusahaannya di masyarakat melalui pelaporan CSR (Mansur, 2012: 36). Reputasi merupakan penilaian orang-orang secara umum terhadap suatu perusahaan, berdasarkan dari pengalamannya dalam mendapatkan hal sama

dengan yang dilihat orang lain (Harpur, 2002:11). Menurut *Signalling 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.

Reputasi juga mampu berpengaruh terhadap kinerja bank. Semakin baik bank dalam menjaga reputasinya, maka semakin baik pula bank dalam memperoleh sumber dayanya, misalnya mempertahankan pemegang saham, menambah nasabah agar memakai produk dan jasanya, merekrut pegawai yang potensial, yang semua itu bisa diperoleh dengan biaya modal yang ringan (Louisot & Reyner, 2010:13). Kinerja suatu perusahaan memperlihatkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dari aset, modal, maupun hutang. Pengukuran kinerja keuangan menggunakan analisis rasio keuangan, seperti rasio profitabilitas. Profitabilitas perusahaan adalah kemampuan dari suatu perusahaan untuk menghasilkan laba bersih dari kegiatan yang dikerjakan pada periode tertentu (Septiana, 2012: 37). Profitabilitas tersebut pada penelitian ini secara spesifik dihitung menggunakan rasio *Return on Equity* (ROE).

Motivasi yang menjadi latarbelakang dilaksanakannya penelitian ini yaitu berdasarkan pada penelitian terdahulu dari Sidik dan Reskino (2016), yang menunjukkan hasil bahwa *Islamic Corporate Social Responsibility* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan yang diukur menggunakan *Return on Equity* (ROE). Selain itu, penelitian lain yang dilakukan Anci Lestari (2018) memperoleh hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh yang positif serta signifikan ICSR terhadap profitabilitas yang diproksi dengan *Return on Equity* (ROE).

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan di atas, terdapat perbedaan hasil penelitian terkait pengaruh ICSR terhadap kinerja perusahaan yang diproksi dengan profitabilitas yaitu *Return on Equity* (ROE), sehingga terdapat kesenjangan penelitian (*gap research*) hasil penelitian terdahulu. Untuk itu penelitian ini menggunakan variabel Zakat dan *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap profitabilitas dan reputasi perusahaan dengan memakai analisis jalur (*Path Analysis*) untuk membedakan dengan penelitian terdahulu, Data yang dipakai yaitu berupa data sekunder yang didapatkan dari laporan keuangan tahunan yang dipublikasikan oleh bank selama lima tahun yaitu periode 2013-2017, hal tersebut dimaksudkan agar penelitian ini mendapatkan hasil yang lebih baik.

Bank Umum Syariah dipilih menjadi obyek penelitian karena Bank Umum Syariah adaah salah satu lembaga keuangan yang operasional usahanya dijalankan berdasarkan syariah Islam yang orientasinya bukan hanya pada keuntungan semata, namun juga melakukan fungsi sosial yang harapannya dapat menjadi promotor terlaksananya gerakan wajib zakat bagi perusahaan dan program ICSR khususnya pada perbankan syariah. Maka dari itu penulis tertarik untuk meneliti dan mengambil judul **“Pengaruh Zakat dan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) terhadap Profitabilitas dengan Reputasi Perusahaan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Bank Umum Syariah Tahun 2013-2017)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan di atas untuk itu dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah zakat dan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) berpengaruh langsung terhadap profitabilitas Bank Umum Syariah?
2. Apakah zakat dan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) berpengaruh tidak langsung terhadap profitabilitas Bank Umum Syariah melalui reputasi perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah zakat dan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) berpengaruh langsung terhadap profitabilitas Bank Umum Syariah.
2. Untuk mengetahui apakah zakat dan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) berpengaruh tidak langsung terhadap profitabilitas Bank Umum Syariah melalui reputasi perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis, penelitian ini bermanfaat untuk memperluas ilmu pengetahuan serta wawasan mengenai zakat dan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR)
2. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan maupun dalam mengelola serta mengeluarkan zakat perusahaannya, serta mendorong perusahaan yang lain untuk memberikan perhatian yang serius dan terlibat aktif dalam praktik ICSR sebagai penunjang pembangunan berkelanjutan

3. Bagi pihak lain, penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian berikutnya untuk hasil yang lebih baik.

1.5 Batasan Penelitian

Penulis membatasi hal yang dibahas pada penelitian ini, yaitu:

1. Variabel profitabilitas yang dipakai dibatasi hanya pada satu variabel yaitu *Return on Equity* (ROE).
2. Penelitian ini dilakukan pada Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia dengan kriteria yang telah ditetapkan yaitu Perbankan syariah yang melaporkan terkait sumber dan distribusi dana zakat serta pelaporan program *Islamic Corporate Social Responsibility* di laporan keuangan berkelanjutan selama tahun peninjauan yakni Tahun 2013-2017.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah tabel dari beberapa penelitian terdahulu yang penulis jadikan acuan serta peneliti gunakan untuk menentukan variabel penelitian.

Tabel 2.1 Daftar Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, dan judul Penelitian	Variabel	Metode/ Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	Amirah dan Teguh Budi Raharjo (2014), “Pengaruh Alokasi Dana Zakat Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah”	Variabel Dependen: Likuiditas, Rentabilitas (ROA, ROE, NOM, BOPO) Variabel Independen: zakat Variabel Intervening: DPK	Regresi Linear berganda	<ul style="list-style-type: none"> • Zakat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan bank • Dana pihak ketiga memediasi secara penuh terhadap pengaruh alokasi dana zakat terhadap kinerja keuangan
2.	Ichwan Sidik dan Reskino (2016), “Pengaruh Zakat dan ICSR terhadap Reputasi dan Kinerja”.	Variabel Dependen: Reputasi (DPK) dan Kinerja Perusahaan (ROE). Variabel Independen: zakat dan ICSR	Analisis Regresi Logistik	<ul style="list-style-type: none"> • Zakat dan ICSR berpengaruh signifikan terhadap reputasi • Zakat mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan, • ICSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan, namun memiliki hubungan yang positif
3.	Anci Lestari (2018), “Analisis Pengaruh ICSR Dan Zakat Terhadap Reputasi Dan	Variabel Dependen: Reputasi dan Profitabilitas	Regresi Linear Berganda	<ul style="list-style-type: none"> • ICSR mempunyai pengaruh signifikan terhadap Reputasi perusahaan • Zakat tidak dapat mempengaruhi reputasi perusahaan secara signifikan

	Profitabilitas Perusahaan”	Variabel Independen: Zakat dan ICSR		<ul style="list-style-type: none"> • ICSR dan Zakat mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap ROA dan ROE
4.	Riswanti (2017), “Pengaruh ICSR, Kinerja Lingkungan Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan”.	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: ICSR, Kinerja Lingkungan Variabel Intervening: (ROE)	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • ICSR dan Kinerja Lingkungan berpengaruh secara langsung terhadap profitabilitas • ICSR dan Kinerja Lingkungan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan • Profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan • ICSR dan Kinerja Lingkungan secara tidak langsung tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas (ROE)
5.	Arifin dan Wardani (2016). “Islamic corporatesocial responsibility disclosure, reputasi, dan kinerja keuangan”.	Variabel independen: ICSR Variabel dependen: Reputasi, ROA, dan ROE	metode content analysis terhadap laporan keuangan	Pengungkapan ICSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi dan ROE namun tidak berpengaruh terhadap ROA
6.	Arshad, dkk (2012), “Islamic corporatesocial responsibility, corporate reputation and performance”.	Variabel independen: ICSR Variabel dependen: Reputasi dan Kinerja perusahaan	metode content analysis atas laporan keuangan	Kegiatan ICSR yang berhubungan positif serta signifikan dengan reputasi perusahaan dan kinerja perusahaan
7.	Fadma El Mosaid dan Rachid Boutti (2012), “Relationship Between Corporate Social Responsibility and Fiancial Performance in Islamic Banking”.	Variabel independen: CSR Variabel dependen: ROA, ROE	Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian membuktikan bahwa secara statistik tidak ada pengaruh signifikan antara indeks kinerja (ROA, ROE) dan indeks CSR

8.	Puji Lestari (2013),” Determinants of Islamic Reporting in Syariah Banks: Case of Indonesia”.	Variabel independen: ukuran perusahaan, profitabilitas Variabel dependen: ISR	Regresi Linear Berganda	Ukuran perusahaan dan profitabilitas memiliki pengaruh terhadap tingkat <i>ISR</i>
9.	Arsad, dkk (2014),” <i>The relationship between Islamic corporatesocial responsibility and Firm’s performance: Empirical evidence from Shari’ahcompliant companies</i> ”.	Variabel independen: ICSR Variabel dependen: Kinerja perusahaan	PLS berdasarkan Structural Equation Modeling (SEM)	Ada hubungan yang signifikan antara pengungkapan ICSR dan Kinerja perusahaan

Sumber: data diolah tahun 2018

Penelitian yang dari Sidik dan Reskino (2016) disebutkan bahwa penelitian memakai uji regresi logistic. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa zakat memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap reputasi bank syariah. *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi bank syariah, zakat memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap ROE, kemudian *Islamic Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja bank syariah yang di ukur menggunakan ROE. Penelitian lain yang dilakukan oleh Anci Lestari (2018) dijelaskan bahwa penelitian memakai uji regresi linear berganda yang menunjukkan hasil penelitian bahwa *Islamic Corporate Social Responsibility* perusahaan berpengaruh secara positif serta signifikan terhadap reputasi perusahaan dan profitabilitas yang diproksi dengan ROE.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti sekarang yaitu terdapat pada variabel penelitian dan rentang waktu penelitian dan metode analisis data. Untuk penelitian sekarang yaitu dilakukan dengan rentang waktu 5 tahun yaitu tahun 2013-2017. Terdapat perbedaan hasil dari penelitian terdahulu terutama pada variabel *Return on Equity* (ROE). Sehingga, untuk menguji kembali penelitian terdahulu peneliti memakai analisis jalur dengan menggunakan variabel reputasi perusahaan sebagai variabel intervening.

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 Perbankan Syariah

Perbankan Syariah merupakan bank yang tidak mengandalkan pada bunga. Perbankan Syariah atau biasa disebut dengan bank tanpa bunga yaitu lembaga keuangan/perbankan yang operasional kegiatan serta produknya dijalankan berdasarkan Syariah Islam. Dengan kata lain, Perbankan Syariah merupakan lembaga keuangan yang memberikan pembiayaan sebagai usaha pokoknya serta jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang yang pelaksanaannya didasarkan pada prinsip syariat Islam (Muhammad, 2015: 15).

Perbankan syariah dalam menjalankan aktivitas bisnisnya memakai aturan yang sesuai dengan syariah Islam yaitu aturan kesepakatan kedua belah pihak antara bank dan nasabah dalam menyimpan dana ataupun melakukan pembiayaan bisnis, serta transaksi sesuai dengan syariah. Aktivitas bisnis yang dijalankan oleh Bank Syariah secara garis besar yaitu menghimpun dana (*funding*) dari masyarakat, menyalurkan dana (*landing*) kepada nasabah yang memerlukan dana, serta memberikan layanan di bidang jasa dalam lalu lintas pembayaran (Hasibuan, 2006: 40).

2.2.2 Sharia Enterprise Theory (SET)

Sharia Enterprise Theory (SET) dipergunakan memahami pemangku kepentingan perusahaan dari pandangan Islam. Teori ini menjelaskan bahwa *stakeholder* perusahaan meliputi tidak hanya manusia, tetapi juga lingkungan alam, dan Tuhan. Manusia nantinya bertanggungjawab kepada Allah untuk semua aktivitas mereka di dunia (Sidik & Reskino, 2016: 14).

Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa SET mendukung adanya *Islamic Corporate Social Responsibility* yang memang sesuai syariat Islam. Teori ini juga mendukung adanya pembayaran zakat oleh perbankan syariah yang memang merupakan kewajiban bagi muslim. Menurut Meutia (2010) menyatakan bahwa dalam mengungkapkan tanggung jawab social bank syariah teori yang paling tepat digunakan yaitu *Sharia Enterprise Theory* (SET), dikarenakan dalam SET, sumber amanah yang utama yaitu Allah, sedangkan sumber daya yang dipunyai oleh para *stakeholders* hanyaah amanah dari Allah yang ada tanggung jawab untuk digunakan sesuai tata cara serta tujuan yang telah ditentukan.

2.2.3 Zakat

2.2.3.1 Pengertian dan Hukum Zakat

Secara bahasa, kata zakat adalah kata dasar (masdar) dari *zaka* yang bermakna bersih, suci, berkah, terpuji, dan berkembang yang semua arti tersebut sangat populer dalam penerjemahan baik dalam Al-Quran maupun hadits. Sedangkan secara istilah yaitu zakat merupakan bagian dari harta dengan persyaratan tertentu, yang kepada pemiliknya diwajibkan oleh Allah Swt untuk menyalurkannya kepada yang berhak menerima dengan persyaratan tertentu pula (Muhammad, 2004: 10).

Dari segi hukum dalam agama yang tercantum di dalam Al-Quran, zakat merupakan sebuah kewajiban setiap muslim yang mampu dengan menyisihkan sebagian hartanya untuk disalurkan pada 8 (delapan) golongan (*mustahiq*) yang memiliki hak untuk menerimanya. Dalam Al-Quran perintah untuk berzakat dijelaskan surat At-Taubah (9:103).

Firman Allah Swt dalam Surat at-Taubah 103:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ , إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ
لَهُمْ. وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ {١٠٣}

Artinya: “Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan berdo’alah untuk mereka, sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah maha mendengar lagi maha mengetahui”.

Orang yang berzakat memiliki hati dan jiwa yang bersih serta akan membersihkan harta kekayaannya. Dari ayat di atas menggambarkan bahwasanya zakat yang dibayarkan oleh para *muzakki* mampu membersihkan dan mensucikan hati manusia, sehingga tidak lagi memiliki sifat tercela terhadap harta, seperti sifat rakus dan kikir (Hafidhuddin, 2007:13).

Berdasarkan regulasi di Indonesia, berzakat merupakan rangkain dari ibadah umat Islam yang oleh negara diatur serta dilindungi. Pemerintah Indonesia telah menetapkan perundang-undangan yang berkaitan dengan zakat seperti UU No. 23/2011, PP 14/2014, dan PMA 52/2014. Berdasarkan pada dasar-dasar hukum yang telah dijelaskan, sehingga bisa disimpulkan bahwa membayar zakat untuk orang muslim hukumnya adalah wajib. Karena zakat tersebut bertujuan untuk pemerataan pendapatan yang adil dan merata, sehingga dapat menghilangkan kecemburuan sosial

antara kelompok kaya dan miskin. Zakat diperoleh dari muslim yang kaya untuk kemudian didistribusikan kepada muslim yang membutuhkan.

2.2.3.2 Zakat dalam Bank Syariah

Zakat perusahaan merupakan zakat yang dibayarkan perusahaan maupun yang diperoleh dari pihak lain untuk didistribusikan kembali kepada orang yang memiliki hak untuk menerimanya sesuai dengan ketentuan syariah. Zakat perusahaan adalah zakat yang dibayarkan oleh bank yaitu sebesar 2,5% dari laba tahunannya. Adapun sumber dana zakat yang dialokasikan oleh perbankan syariah adalah zakat perusahaan, zakat pegawai bank, serta zakat yang bersumber dari luar bank, seperti nasabah. Zakat perusahaan dianalogikan dengan zakat perdagangan dan investasi (Muhammad, 2015: 625).

Berkaitan dengan adanya kewajiban zakat perusahaan, dalam Undang-undang No. 38 Tahun 1999, tentang Pengelolaan Zakat, Bab IV pasal 11 ayat (2) bagian (b) disebutkan bahwa di antara objek zakat yang diwajibkan untuk mengeluarkan zakatnya yaitu perdagangan dan perusahaan. zakat perusahaan yang dimaksudkan dalam hal ini yaitu zakat yang dibayarkan dari total laba yang dapatkan. UU No. 23 tahun 2011 (pengganti dari UU No. 38/1999) mengenai pengelolaan zakat dalam pasal 1 ayat (2) dijelaskan bahwa zakat merupakan harta yang wajib dikeluarkan oleh orang Islam ataupun suatu lembaga agar diberikan kepada pihak yang memiliki hak untuk menerimanya. Pasal tersebut menunjukkan bahwa sebuah badan usaha seperti perusahaan juga bisa menjalankan inisiatif untuk berzakat bagi perusahaannya (<http://pusat.baznas.go.id>).

Menurut regulasi maupun syariat agama Islam di Indonesia, besaran zakat adalah 2,5% dari laba perusahaan, yang mana nilai tersebut dapat dijadikan insentif yang akan mengurangi penghasilan kena pajak (PKP) perusahaan pembayar zakat yang bersangkutan. Besarnya tarif zakat telah diterima secara universal sebesar 2,5% dapat dirujuk pada UU yang mengaturnya UU 23/2011 pasal 22 dan 23 ayat (2), maupun buku-buku referensi lain seperti fikih zakat oleh Yusuf Qardhawi (2007) dan sebagainya. Akan tetapi, pelaksanaan zakat perusahaan itu sendiri masih belum dilakukan dengan optimal dan konsisten, khususnya pada sektor perbankan syariah di Indonesia. Padahal bank syariah yang lekat sekali dengan syariat ini merupakan pelopor gerakan berzakat dari perusahaan.

Menurut Baznas (2017) diwajibkan untuk dibayarkan zakatnya atas semua jenis komoditas perdagangan berdasarkan ketentuan-ketentuan berikut:

1. Jumlahnya mencapai nishab perdagangan, baik secara individu ataupun dijumlahkan dengan aset lain.
2. Mencapai haul, telah berjalan satu tahun yakni dengan menggabung seluruh harta perdagangan dari awal hingga akhir pada satu tahun selanjutnya dibayarkan zakatnya.
3. Kadar zakat sebesar 2,5%.

Berdasarkan pada penjelasan di atas, nisab zakat merupakan batasan yang wajib dikeluarkan zakatnya bagi para muzakki. Nisab dan persentase zakat perusahaan dianalogikan dengan zakat kategori komoditas perdagangan. Sehingga nisabnya senilai nisab emas dan perak yaitu 85 gram emas murni namun persentase zakat yang wajib

dikeluarkan yaitu 2,5% dari asset wajib zakat yang dimiliki perusahaan selama masa haul (Hafidhuddin, 2007: 99).

2.2.4 *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)*

Pengertian terkait CSR saat ini sangat beragam serta luas. Pengertian CSR menurut Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007, tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah kewajiban bagi perseroan yang diperhitungkan serta dianggarkan sebagai biaya perseroan, yang penerapannya dilaksanakan dengan memperhatikan kepatuhan serta kewajaran. Pengungkapan tanggung jawab social adalah kegiatan untuk menjelaskan mengenai kegiatan yang dikerjakan oleh suatu perusahaan serta mengetahui dampaknya bagi masyarakat luas maupun dampak bagi lingkungan perusahaan (Ghazali dan Chariri, 2007:45).

Terdapat dua jenis pengungkapan yang telah ditetapkan sebagai bagian dari kebijakan pemerintah yaitu:

a. Pengungkapan secara wajib

Jika perusahaan tidak mematuhi peraturan yang sebenarnya dalam mengungkapkan pertanggungjawaban sosialnya, maka perusahaan yang tidak ingin mengungkapkan tanggung jawab social tersebut akan dipaksa oleh lembaga berwenang. Dimana Lembaga berwenang yang mensyaratkan terjadinya pengungkapan tersebut yaitu Pajak, UU, SAK, dan BAPEPAM.

b. Pengungkapan secara sukarela

Pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan dengan sukarela atau tanpa paksaan dari siapapun serta menyadari pentingnya pengungkapan tersebut.

Pengungkapan sukarela tersebut memiliki komponen yakni aktivitas ekonomi, lingkungan, tenaga kerja dan lain sebagainya (Wardani, 2015:16).

Regulasi terkait CSR di Indonesia sendiri sudah di atur oleh pemerintah sejak tahun 1994 yaitu melalui Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 316/KMK 016/1994 terkait Program Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi oleh Badan Usaha Milik Negara, yang kemudian diperbarui lagi dengan Keputusan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara No. Kep-236/MBU/2003 yang menetapkan bahwa diwajibkan bagi setiap perusahaan untuk menyisihkan laba setelah pajak sebesar 1% (satu persen) sampai dengan 3% (tiga persen), untuk dipergunakan sebagai dana CSR. Akan tetapi banyak perusahaan yang belum mengerjakannya, sehingga muncul pasal UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Undang-Undang No. 25 tahun 2007 pasal 15 (b) dan pasal 16 (d) tentang Penanaman Modal (UU PM). Yang mana dalam pasal tersebut perusahaan diwajibkan untuk melaksanakan CSR serta bagi perusahaan yang tidak menjalankannya telah diatur sanksi di dalamnya.

Adanya kebutuhan pengungkapan tanggung jawab sosial pada Perbankan Syariah, dewasa ini banyak dibicarakan dalam penelitian terdahulu mengenai *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) yang diyakini menjadi patokan pengungkapan CSR berdasarkan pada perspektif Islam (Arifin dan Wardani, 2016:1). ICSR merupakan sebuah konsep CSR secara Islami yang dikembangkan dari CSR konvensional. Hal ini dapat diketahui dari anjuran dalam berzakat, berinfak, bersedekah, tidak melakukan kerusakan, serta memberikan pinjaman kepada pihak yang memerlukan dengan tidak mengharapkan imbalan (*qard*). Adapun perbedaan antara CSR konvensional dengan CSR yang dikembangkan dengan nilai-nilai

keislaman yaitu hanya terletak pada segi kehalalan dana dan kesesuaiannya dengan tata cara dalam syariah (Sidik dan Reskino, 2016:21).

Perusahaan yang melakukan program *Corporate Social Responsibility* menurut Islam ada beberapa sikap yang sering diterapkan. Pertama, perusahaan melaksanakan pelaporan tanggung jawab terhadap pemangku kepentingan. Kedua, pengungkapan pertanggungjawaban social terhadap alam. Ketiga, pengungkapan tanggungjawab social untuk kesejahteraan umat.

Firman Allah SWT dalam Surat An-Nisa ayat 58 yang berbunyi:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

Artinya: “*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum diantara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat*” (QS. An-Nisa 4:58).

Oleh karena itu, Islam CSR dalam perspektif Islam adalah bentuk implementasi dari konsep ajaran ihsan. Ihsan adalah mengerjakan perbutan baik agar memberikan manfaat terhadap orang lain serta mendapatkan ridho dari Allah swt. Selain itu, CSR dalam Islam adalah bentuk dari ajaran kepemilikan. Yang mana Allah Swt adalah pemilik mutlak (*haqiqiyah*) sedangkan manusia hanya sebagai pemilik sementara (*temporer*) yang mempunyai fungsi sebagai penerima amanah (Darmawati, 2014:134).

Islamic Corporate Social Responsibility dalam penelitian Sidik dan Reskino (2016) diukur dengan metode analisis konten. Indeks pengungkapan yang dipakai yaitu indeks pengungkapan ISR yang disusun oleh Haniffa (2002) dan Othman et al. (2009).

Analisis konten dikerjakan terhadap 42 item pengungkapan yang ada dalam laporan tahunan perusahaan. Adapun tema pengungkapan ICSR dalam kerangka ISR Othman et al. (2009) ada 6 tema, yaitu:

a. Keuangan dan Investasi

Dalam indikator ini meliputi Item sumber dana untuk kegiatan investasi dan pembiayaan yang tentunya bebas dari unsur *riba*, *gharar* serta transaksi yang haram. Selain itu ada item yang mengungkapkan kebijakan organisasi untuk menangani nasabah yang bermasalah.

b. Produk dan jasa

Item ini lebih menekankan pada pengungkapan keluhan nasabah. Komplain tersebut seperti adanya masalah nasabah terhadap produk dan jasa organisasi. Selain itu, item ini juga mengungkapkan adanya kaitan kepuasan nasabah.

c. Karyawan

Item ini adalah item yang di dalamnya mempunyai paling banyak indikator. Hal ini karena item tenaga kerja mencakup pengungkapan karakteristik pekerjaan, pelatihan dan pengembangan karir, persamaan kesempatan, lingkungan kerja, keterlibatan tenaga kerja, keselamatan kerja dan kesempatan ibadah di organisasi.

d. Masyarakat

Indikator ini mempunyai hubungan dengan konsep tanggung jawab sosial. Fokus cakupan dalam indikator yaitu pada pengungkapan yang berkaitan dengan prinsip-prinsip Islam seperti item *sodaqoh*, *wakaf*, *qord hassan*, serta kegiatan amal lainnya.

e. Lingkungan

Indikator ini terfokus pada pengungkapan kegiatan serta besarnya dana yang dikeluarkan perusahaan untuk aktivitas lingkungannya. Pelaporan yang berkaitan dengan program konservasi lingkungan maupun manajemen lingkungan oleh organisasi.

f. Tata kelola

Indikator pengungkapan ini masih terbatas, yang berkaitan dengan profil dan strategi, struktur kepemilikan saham dan transaksi yang haram.

Untuk mempermudah mengetahui tingkat pengungkapan ICSR di Bank Umum Syariah, menggunakan rumus dibawah ini:

$$ICSR = \frac{\text{item yang diungkapkan}}{\text{jumlah total item pengungkapan}} \times 100\%$$

Indikator ICSR yang dipakai dapat dilihat dari banyaknya item yang diungkapkan dalam laporan keuangan perusahaan, apabila perusahaan menyajikan pengungkapan social maka diberikan nilai satu (1) jika tidak diungkapkan skornya nol (0) (Sidik dan Resikno, 2016:11).

2.2.5 Profitabilitas

Kinerja perusahaan dapat dinilai dengan mengukur kinerja tersebut, Ukuran yang sering digunakan untuk menilai kinerja perusahaan yaitu dituliskan dalam rasio keuangan. Rasio profitabilitas adalah rasio untuk melihat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan labanya. Rasio profitabilitas dapat dipakai oleh investor jangka panjang, untuk mengetahui keuntungan yang benar-benar akan didapat dalam bentuk deviden (Triatmodjo, 2009:4).

Profitabilitas diukur melalui *Return on Equity* (ROE) yang dijadikan proksi pengukuran pada penelitian sebelumnya (Arshad et al., (2012), Sidik dan Reskino (2016) Amirah dan Raharjo, 2014). Penelitian Sidik dan Reskino (2016) dijelaskan bahwa profitabilitas (ROE) diukur dari presentase laba sebelum pajak dan zakat tahun berjalan dibagi dengan total ekuitas. Rumus yang dipakai untuk mengukur profitabilitas yaitu:

$$\text{ROE} = \frac{\text{laba sebelum pajak dan zakat}}{\text{total ekuitas}}$$

Menurut Sartono (2001:22) rasio *return on equity* ini dapat memperlihatkan tingkat pengembalian yang diperoleh oleh manajemen dari modal yang disisipkan oleh pemilik perusahaan. Dengan kata lain, ROE memperlihatkan keuntungan yang akan diterima oleh pemilik saham. Adanya peningkatan ROE mengindikasikan prospek perusahaan yang semakin baik karena berarti adanya potensi peningkatan keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan. Sehingga dalam penelitian ini rasio profitabilitas yang dipakai yaitu *return on equity*. Menurut Putri (2014), ROE dipilih sebagai proksi untuk profitabilitas karena ROE dianggap sesuai untuk mencerminkan usaha perusahaan dalam menghasilkan laba dari sumber daya yang ada.

2.2.6 Reputasi Perusahaan

Reputasi adalah gambaran pemikiran yang ada pada benak seseorang dapat berupa hal yang baik (positif) maupun hal buruk (negatif) jika tidak didukung dengan kondisi yang sebenarnya. Reputasi sendiri mempunyai definisi yang beragam karena reputasi dapat dilihat dari berbagai sudut pandang. Tetapi, reputasi sering sekali dihubungkan dengan citra atau *image* yang dimiliki oleh suatu lembaga di mata publik.

Menurut Dowling (1994:3) megartikan reputasi perusahaan adalah hasil dari penilaian (evaluasi) yang menunjukkan citra perusahaan menurut publik. Brammer dan Pavelin (2004) dalam Arshad dkk (2012) berpendapat bahwa ketika perusahaan ikut andil dalam aktivitas CSR kemudian mengungkapkannya di laporan tahunan perusahaan maka reputasi perusahaan akan meningkat. Hal ini terjadi karena perusahaan dianggap mempunyai nilai perusahaan serta aset tidak berwujud yang bernilai positif dalam banyak hal misalnya menarik pelanggan, menarik minat investasi, memotivasi pegawai, meningkatkan kepuasan pegawai, menerima kritikan yang positif.

Harpur (2002) dalam Sidik dan Reskino (2016: 26) menjelaskan bahwa reputasi didasarkan pada pengalaman seseorang yang mendapati kesamaan antara apa yang dikatakan organisasi tentang dirinya dengan apa yang orang lain lihat. Sehingga, tidaklah salah apabila beberapa penelitian mengukur reputasi dengan kualitatif yaitu menggunakan kuesioner maupun wawancara. Namun, mengukur reputasi dengan cara kuantitatif juga bisa dipakai sebagai alternatif apabila pengukuran secara kualitatif dirasa kurang efektif dan efisien untuk dikerjakan. Dalam penelitian ini, indikator reputasi perusahaan yang dipakai yaitu menggunakan GRI sebagai dasar perhitungan indeks *Reputation score*.

Untuk melihat seberapa baik reputasi perusahaan, penelitian ini memakai GRI sebagai dasar perhitungan indeks *Reputation score* yang menjadi pedoman dalam pelaporan keberlanjutan. Perhitungan skor menggunakan indeks GRI dipilih karena telah digunakan secara luas sebagai alat untuk meningkatkan kepercayaan pelaporan perusahaan secara global serta mendapatkan persepsi positif terhadap reputasi

eksternal. Pengukuran indeks GRI ini juga telah dilakukan pada penelitian Arifin dan Wardani (2016), Lestari (2016) dan Arshads dkk (2012).

Indeks GRI yang dipakai dalam penelitian ini yaitu sebanyak 22 item dari total item GRI sebanyak 99 item. Dalam penelitian ini indeks GRI yang dipakai sudah disesuaikan dengan kondisi perbankan yang dirumuskan oleh Trisnawati (2012) dalam penelitiannya. Rumus perhitungan skor reputasi adalah sebagai berikut:

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

Teknik analisis data yang dikerjakan dengan analisis isi yaitu dengan memberi skor pada setiap item GRI yang diungkapkan. Untuk kriteria penilaian yang diberikan memakai skor dari 0-1. Nilai 0 diberikan apabila tidak diungkapkan sama sekali terkait item tersebut. Kemudian untuk nilai 1 diberikan bila item diungkapkan dengan baik (Lestari, 2018:65).

2.3 Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Hubungan Zakat (X1) dan ICSR (X2) terhadap Reputasi (Z)

Basah dan Yusuf (2013:12) menjelaskan bahwa perbankan syariah sebagai lembaga keuangan syariah memiliki tanggung jawab besar untuk berkontribusi dalam distribusi pendapatan yang sama dalam masyarakat, menegakkan keadilan dalam perekonomian dan efisien dalam memobilisasi modal. Salah satu cara untuk mendistribusikan pendapatan secara adil dan merata adalah dengan membayar dan mendistribusikan zakat. Selain untuk pemenuhan kewajiban dari perspektif agama, membayar zakat juga merupakan cara bagi bank syariah untuk mempertahankan citra perusahaan mereka, sehingga di mata *stakeholder* tercipta reputasi yang baik bagi perusahaan. Menurut Drever dkk (2007) dalam Sidik dan Reskino (2016:21), zakat

yang dibayar, dikelola, didistribusikan dan dilaporkan perusahaan dalam laporan keuangan mereka akan menjadi sinyal positif kepada masyarakat sehingga menjadi salah satu yang dapat membantu perusahaan dalam meraih simpati dan dukungan dari *stakeholder*.

Brancoo dan Rodrigues (2006) dalam Arifin dan Wardani (2016:12) mengatakan bahwa perusahaan yang memiliki profil ICSR yang baik dapat akan mampu meningkatkan interaksinya dengan para konsumen, serta investor yang hasilnya bisa meningkatkan reputasi mereka. Menurut Sidik dan Reskino (2016:43) pengungkapan yang transparan dan akuntabel mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Pengungkapan yang diinginkan masyarakat seiring dengan perkembangan zaman, tidak lagi pengungkapan terhadap laporan keuangan *audited*, akan tetapi juga pelaporan terkait tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan yang memenuhi ekspektasi dari para *stakeholder*-nya dengan baik maka reputasi perusahaannya semakin baik pula dimata *stakeholder*.

2.3.2 Hubungan Zakat (X1) dan ICSR (X2) terhadap Profitabilitas (Y)

Dalam konsep Islam zakat adalah kewajiban bagi umat islam baik perseorangan maupun suatu perusahaan yang telah mencapai nishab pada harta yang dimiliki. Zakat memiliki hikmah serta manfaat yang memberi berkah baik bagi pembayar maupun pihak yang menerima zakat. Pembayar zakat akan mendapat berkah karena adanya nilai tambah atau reputasi baik sehingga berpengaruh terhadap peningkatan kinerja perusahaan atau profitabilitas perusahaan pembayar zakat. Sedangkan pihak yang menerima akan merasa terbantu dikarenakan bisa mencukupi kebutuhan sehari-harinya dengan adanya zakat tersebut (Kurniawan dan Suliyanto, 2013:17). Hal ini sesuai

dengan penelitian Sidik dan Reskino (2016), Fauzi (2014) menyatakan bahwa zakat mempunyai efek positif serta signifikan terhadap kinerja bank syariah di Indonesia.

Arshad, et.al (2012) menjelaskan bahwa dengan mengungkapkan CSR merupakan cara yang dapat dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dari para *Stakeholder*. Dengan memenuhi kebutuhan kelompok *stakeholder* akan berpengaruh terhadap pertumbuhan kinerja keuangan yang semakin baik. Almar dkk (2012) menjelaskan bahwa indikator kesuksesan dari suatu badan usaha yaitu dapat dilihat dari laba atau keuntungan perusahaan yang menjadi pendorong perusahaan untuk terus bertahan serta berkembang. Perusahaan tidak akan mampu mencapai tujuannya sesuai dengan yang telah direncanakan serta tidak dapat bertahan dalam jangka panjang, jika perusahaan tersebut tidak mampu dalam menghasilkan laba. Teori *Stakeholder* mengemukakan bahwa ketika harapan para *stakeholder* dapat dipenuhi maka akan tercipta kinerja perusahaan yang luar biasa salah satunya yaitu dengan menjalankan kegiatan ICSR (Mansur, 2012:22).

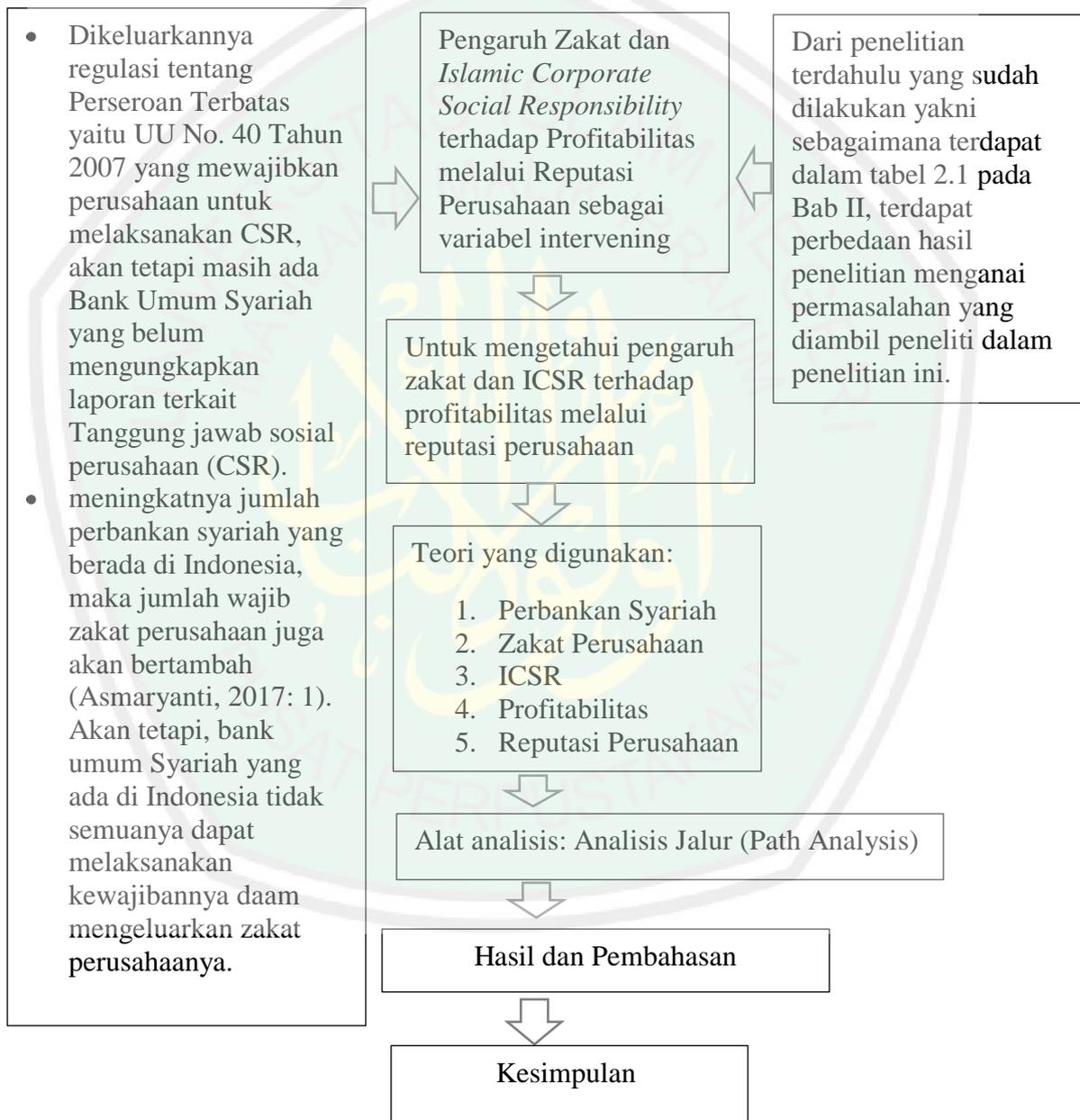
2.3.3 Hubungan Reputasi Perusahaan (Z) terhadap Profitabilitas (Y)

Menurut Louisot dan Rayner (2010) dalam Sidik dan Reskino (2016:12) menjelaskan bahwa Reputasi mempunyai pengaruh terhadap keputusan *stakeholder* dalam membangun relasi jangka panjang dengan perusahaan serta meminimumkan biaya modal. Adapun yang dimaksud pengaruh penting reputasi terhadap keputusan para *stakeholder* yaitu mempertahankan investor dan membangun motivasi para karyawan. Dengan begitu, reputasi perusahaan yang baik akan menjaga likuiditas modal perusahaan. Hal tersebut akan berpengaruh pula terhadap kinerja perusahaan diantaranya adalah profitabilitas.

2.4 Kerangka Konseptual

Berdasarkan rumusan masalah serta tujuan penelitian, maka dapat disusun kerangka pikiran yang dapat dilihat pada gambar 2.1:

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

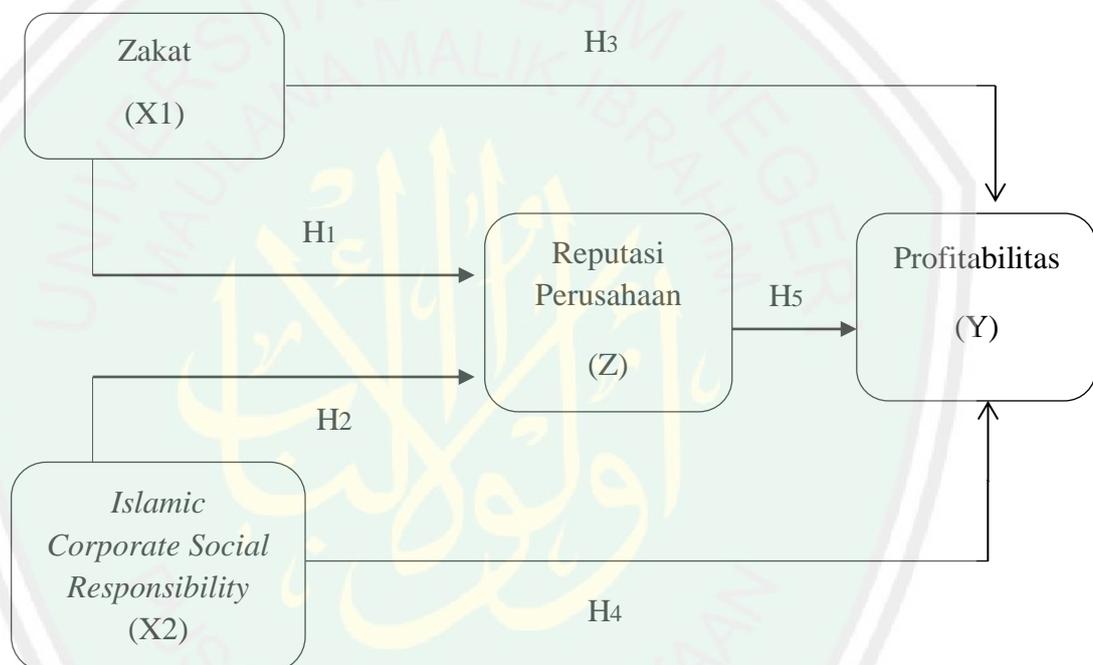


Sumber: Data diolah tahun 2018

2.5 Hipotesis Penelitian

Penelitian ini bertujuan menguji bagaimana pengaruh zakat, *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap profitabilitas dan reputasi perusahaan atas dasar rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya. Adapun rumusan hipotesis dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.2 Hipotesis Penelitian



Sumber: Data diolah tahun 2019

Menurut Sugiyono (2011:47), hipotesis merupakan jawaban sementara atas rumusan masalah penelitian. Hipotesis adalah jawaban sementara yang dibuat oleh peneliti, yang selanjutnya akan diuji kebenarannya. Berikut adalah gambaran hipotesis peneliti untuk rumusan masalah yang menyatakan pengaruh langsung:

H1: Diduga Zakat (X_1) memiliki pengaruh langsung terhadap reputasi perusahaan (Z)

H2: Diduga ICSR (X_2) memiliki pengaruh langsung terhadap reputasi (Z)

H3: Diduga Zakat (X_1) memiliki pengaruh langsung terhadap profitabilitas (Y)

H4: Diduga ICSR (X_2) memiliki pengaruh langsung terhadap profitabilitas (Y)

H5: Diduga Reputasi perusahaan (Z) memiliki pengaruh langsung terhadap profitabilitas (Y)

Selain pengaruh langsung sesuai hipotesis di atas, peneliti juga akan menguji ada tidaknya pengaruh secara tidak langsung yang dihasilkan. Menurut Ghozali (2011:244) pengujian tidak langsung atau mediasi dapat dilakukan dengan prosedur uji sobel. Uji sobel dikerjakan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung X terhadap Y melalui Z. Pengaruh tidak langsung X ke Y melalui Z dihitung dengan mengalikan jalur X terhadap Z dengan jalur Z terhadap Y. Standar error koefisien dari kedua jalur tersebut ditulis S_a dan S_b . sedangkan besarnya nilai standar error pengaruh tidak langsung dapat ditulis S_{ab} dan dihitung dengan rumus berikut ini:

$$S_{ab} = \sqrt{b^2 s_a^2 + a^2 S_b^2 + S_a^2 + S_b^2}$$

Sedangkan untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh tidak langsung, maka dapat dilakukan menggunakan cara berikut:

$$t = \frac{ab}{S_{ab}}$$

Nilai t hitung ini kemudian dibandingkan dengan nilai t tabel. bila nilai t hitung > nilai t tabel maka bisa disimpulkan bahwa terjadi pengaruh secara tidak langsung.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini dapat dikelompokkan dalam jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif yaitu pengumpulan data yang digunakan sebagai pendukung dalam penelitian. Dalam penelitian ini dengan jenis kuantitatif dilaksanakan untuk menganalisis laporan keuangan tahunan dari bank syariah yang dipilih sebagai sampel dengan memanfaatkan data dokumenter yang bersumber dari *website* masing-masing bank yang bersangkutan dalam hal ini yaitu www.ojk.go.id.

3.2 Lokasi Penelitian

Pengumpulan data dilakukan di *website* resmi Bank Umum Syariah yang diteliti serta situs resmi Otoritas Jasa Keuangan yaitu berupa laporan keuangan Bank tahun 2013-2017 yang telah diaudit. Dipilihnya Bank Umum Syariah sebagai obyek penelitian karena merupakan lembaga keuangan yang kegiatannya operasionalnya dijalankan berdasarkan prinsip syariah yang tidak hanya terfokus untuk mendapatkan profit semata namun juga mampu menjalankan fungsi sosialnya yang diharapkan dapat menjadi promotor terlaksananya gerakan wajib zakat bagi perusahaan dan program ICSR pada perusahaan khususnya perbankan syariah.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini yaitu Bank Umum Syariah di Indonesia Tahun 2013-2017 yang tercantum dalam Otoritas jasa Keuangan yaitu berjumlah 13 Bank. Adapun sampel yang digunakan pada penelitian ini berdasarkan metode *purposive*

sampling dari kriteria yang telah ditentukan peneliti hanya menggunakan 6 Bank dari total 13 Bank yang terdapat di Otoritas Jasa Keuangan.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini didasarkan pada ketentuan yang peneliti tentukan sebelumnya. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*. Menurut Arikunto (1998:129) metode *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel penelitian yang tidak dilakukan secara acak melainkan dengan menggunakan beberapa kriteria tertentu agar memperoleh sampel yang representatif. Adapun kriteria dalam penentuan sampel penelitian ini yaitu:

1. Bank Umum Syariah yang tercantum secara resmi di Bank Indonesia serta Otoritas Jasa Keuangan selama tahun 2017.
2. Bank Syariah yang sudah mendapatkan izin operasi sebagai Bank Umum Syariah selama tahun 2013.
3. Bank Umum Syariah yang tidak mempublikasikan *annual report* pada tahun 2013-2017 dengan lengkap termasuk Laporan Sumber dan Penggunaan Dana Zakat serta laporan mengenai program CSR dalam *website* resmi Otoritas Jasa Keuangan.

Berdasarkan pada kriteria yang telah jelaskan di atas, maka dapat diketahui bank yang sesuai kriteria tersebut atau yang menjadi sampel penelitian yaitu sebanyak 6 Bank dari 13 Bank Umum Syariah. Pada tabel dibawah ini dijelaskan proses seleksi sampel dari kriteria yang telah ditentukan.

Tabel 3.1
Teknik Pengambilan Sampel

No	Kriteria	BUS
1.	Bank Umum Syariah yang tercantum secara resmi di Bank Indonesia serta OJK periode 2017.	13
2.	Bank Syariah yang sudah mendapat izin operasi sebagai BUS selama periode 2013	11
3.	Bank Umum Syariah yang tidak mempublikasikan <i>annual report</i> tahun 2013-2017 dengan lengkap termasuk Laporan Sumber dan Penggunaan Dana Zakat serta laporan terkait program CSR dalam website resmi Otoritas Jasa Keuangan	(5)
	Jumlah sampel yang memenuhi kriteria	6

Sumber: Data diolah, 2018

Setelah melakukan teknik pengambilan sampel untuk memperoleh sampel penelitian yang memenuhi kriteria, sehingga dapat diperoleh sampel sebanyak 6 Bank Umum Syariah, antara lain:

Tabel 3.2 Daftar Sampel Penelitian

No	Nama Bank Umum Syariah	Tanggal Operasi
1.	PT. Bank Muamalat Indonesia	1 Mei 1992
2.	PT. Bank Syariah Mandiri	1 November 1999
3.	PT. Bank BRI Syariah	17 November 2008
4.	PT. Bank BNI Syariah	19 Juni 2010
5.	PT. Bank Mega Syariah	25 Agustus 2004
6.	PT. Bank Jabar Banten Syariah	6 Mei 2010

Sumber: Data diolah Peneliti, 2019

Berdasarkan data Bank Umum Syariah yang masuk pada kriteria sampel yaitu sebanyak 6 bank. Bank yang tidak memenuhi kriteria tersebut yaitu PT. Bank BTPN Syariah dan PT. Bank Aceh Syariah dikarenakan baru mendapatkan izin operasional sebagai Bank Umum Syariah pada tahun 2015 dan 2016, sedangkan 5 bank di antaranya yaitu Bank Syariah Bukopin, Bank Maybank Syariah, Bank BCA Syariah, Bank Victoria Syariah serta Bank Panin Syariah tidak mempublikasikan laporannya

dengan lengkap terutama Laporan Sumber dan Penggunaan Dana Zakat. Maka dari itu bisa diperoleh banyaknya sampel yaitu sebanyak 30 sampel. Masing-masing Bank Umum Syariah tersebut diambil 5 laporan keuangannya pada tahun 2013-2017.

3.5 Data dan Jenis Data

Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang berasal dari dokumentasi publikasi perusahaan. Data sekunder adalah data yang telah disimpan, diolah, disajikan oleh pihak tertentu untuk kepentingan tertentu (Abdillah dan Hartono, 2015:50). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *annual report* pada tahun 2013-2017 yang juga memuat pengungkapan dana zakat dan pertanggungjawaban sosialnya. Data ini diambil dari *website* resmi masing-masing bank syariah yang diteliti juga dari situs resmi Otoritas Jasa Keuangan. Menurut Indriantoro dan Supomo (2002:147), jenis data dalam penelitian ini yaitu data kuantitatif yang berbentuk angka-angka yang cara pengerjaannya data memakai uji statistik.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

3.6.1 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu metode studi pustaka yang merupakan pengambilan data serta informasi yang berasal dari literatur, buku, jurnal, hasil penelitian terdahulu, dan media lain yang berkaitan dengan topik penelitian. Penelitian ini juga memakai metode studi dokumentasi, yaitu mempelajari informasi yang ada pada laporan tahunan yang bersumber dari *website* bank syariah dan situs resmi Otoritas Jasa Keuangan yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

3.6.2 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan adalah instrumen dokumen untuk mengetahui “Pengaruh Zakat dan *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap profitabilitas dengan reputasi perusahaan sebagai variabel intervening pada Bank Umum Syariah di Indonesia Tahun 2013-2017” dengan mengacu pada dokumen yang berbentuk benda-benda tertulis seperti buku, dokumen maupun arsip, peraturan-peraturan, dan juga *annual report* pada tahun 2013-2017.

3.7 Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Independen (bebas)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab berubahnya atau munculnya variabel dependen (terikat) yang selanjutnya dinyatakan dalam simbol X (Sugiyono, 2013:59). Adapun variabel independen yang digunakan yaitu Zakat dan *Islamic Corporate Social Responsibility*.

a. Zakat

Perhitungan zakat perusahaan disesuaikan dengan ketentuan yang berlaku secara umum atau sesuai dengan prinsip akuntansi dalam PSAK No 109 terkait akuntansi zakat dan infak/sedekah. Metode perhitungan zakat perusahaan ini telah diterapkan Bank Syariah di Indonesia yaitu:

$$\text{Zakat} = 2,5\% \times \text{laba perusahaan setelah pajak (Riyanti, 2006:18)}$$

Menurut Yaya et. al. (2014: 280) unsur dasar laporan sumber dan penggunaan dana zakat terdiri dari sumber dana, penggunaan dana, penggunaan dana selama jangka waktu tertentu, dan saldo dana zakat yang memperlihatkan dana zakat yang belum

tersalurkan pada periode tertentu. Variabel ini memakai satuan data dalam bentuk nominal yaitu jutaan rupiah yang selanjutnya dikonversikan kedalam bentuk logaritma natural (Ln) untuk memperhalus data.

b. *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)*

Penelitian Sidik dan Resikno (2016: 10) menyatakan bahwa pengukuran *Islamic Corporate Social Responsibility* dilakukan dengan metode analisis konten. Indeks pengungkapan yang digunakan yaitu indeks pengungkapan ISR yang disusun oleh Haniffa (2002) dan Othman et al. (2009). Adapun tema pengungkapan ICSR yaitu ada 6 tema, meliputi:

1. Keuangan dan Investasi
2. Produk dan jasa
3. Karyawan
4. Masyarakat
5. Lingkungan, dan
6. Tata kelola

$$ICSR = \frac{\text{item yang diungkapkan}}{\text{jumlah total item pengungkapan}} \times 100$$

Analisis konten dilakukan pada 40 item pengungkapan yang terdapat di laporan keuangan tahunan. Kode 1 (satu) diberikan terhadap Item yang diungkapkan sedangkan untuk item yang tidak diungkapkan diberi kode 0 (nol). Item yang diungkapkan selanjutnya dijumlahkan dan diketahui persentase item yang diungkapkan dari keseluruhan item (Sidik dan Resikno, 2016:10).

2. Variabel Dependen (terikat)

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas yang kemudian dinyatakan dengan simbol Y (Sugiyono, 2013:59). Variable terikat dalam penelitian ini yaitu profitabilitas yang di proksi dengan ROE. Rasio Profitabilitas adalah rasio yang menjelaskan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (Triatmodjo, 2009:12). rumus dari rasio profitabilitas yaitu:

$$ROE = \frac{\text{laba sebelum pajak}}{\text{ekuitas biasa}} \times 100\%$$

Menurut Putri (2014), dipilihnya ROE sebagai proksi untuk kinerja keuangan dikarenakan ROE dianggap sesuai dalam memperlihatkan usaha perusahaan dalam menghasilkan profit dari sumber daya yang dimilikinya.

3. Variabel Perantara (*intervening*)

Variabel *intervening* yaitu variabel yang mempengaruhi hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat sehingga menjadi hubungan secara tidak langsung (Sugiyono, 2011:41). Variabel *intervening* yang digunakan yaitu reputasi perusahaan. Dalam mengukur reputasi perusahaan, penelitian ini menggunakan indeks GRI sebagai dasar perhitungan indeks *Reputation score*.

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

Indeks GRI yang dipakai dalam penelitian ini yaitu sebanyak 22 item dari total item GRI sebanyak 99 item. Indeks GRI yang dipakai dalam penelitian ini telah disesuaikan dengan kondisi perbankan yang dirumuskan oleh Trisnawati (2012) dalam penelitiannya. Rumus perhitungan skor reputasi adalah sebagai berikut:

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

Teknik analisis data dikerjakan dengan memberikan skor terhadap setiap item GRI yang diungkapkan. Adapun kriteria penilaian yang dilakukan dengan memberikan skor dari 0-1. Nilai 0 diberikan apabila tidak ada pengungkapan sama sekali terhadap item tersebut. Nilai 1 diberikan bila item yang diungkapkan dengan baik. (Lestari, 2016:65).

Tabel 3.3
Definisi Operasional Variabel

Jenis Variabel	Nama Variabel	Indikator/Alat Ukur	Sumber
Variabel Independen (X)	Zakat	Dana zakat yang dibayarkan oleh perusahaan dari 2,5% laba perusahaannya.	Riyanti (2006:18)
	Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)	ICSR = $\frac{\text{item yang diungkapkan}}{\text{Jumlah total item pengungkapan}} \times 100\%$	(Sidik dan Resikno, 2016: 10)
Variabel Intervening (Z)	Reputasi Perusahaan	Reputasi = $\frac{\text{item yang diungkapkan}}{\text{Jumlah total item GRI}} \times 100\%$	(Arifin dan Wardani, 2016:16)
Variabel Dependen (Y)	Profitabilitas	ROE = $\frac{\text{laba sebelum pajak}}{\text{Ekuitas Biasa}}$	(Triatmodjo, 2009:12)

Sumber: data diolah tahun 2019

3.8 Analisis Data

Analisis data merupakan aktivitas dalam mengartikan data dengan cara menyusun data. Dalam penelitian ini analisis data yang dipakai yaitu:

3.8.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif yaitu ilmu statistik yang mempelajari pengumpulan, penyusunan, serta penyajian data penelitian. Data tersebut kemudian disajikan dalam bentuk tabel ataupun grafik untuk digunakan mengambil keputusan (Wijaya, 2015:37). Penelitian ini menyajikan data-data yang diperlukan, yaitu zakat, *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR), profitabilitas serta reputasi perusahaan. Data-data tersebut yang diperoleh dari sampel yang akan diteliti yaitu laporan keuangan Bank Umum Syariah tahun 2013-2017.

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian pada model untuk melihat ada tidaknya penyimpangan asumsi klasik. adapun teknik yang dipakai pada uji asumsi klasik yaitu:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi kedua variabel yang ada yaitu variabel independen dan dependen memiliki distribusi data yang normal atau tidak. Uji normalitas yang dikerjakan dalam penelitian ini memakai metode *Kolmogorov-Smirnov* apabila nilai *probability* $> 0,05$ ($p > 0,05$) maka model analisis regresi diartikan berdistribusi normal. Model regresi yang baik yaitu memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Sunyoto, 2010: 84).

b. Uji Multikolinieritas

Tujuan dari uji ini yaitu untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemui adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik harusnya tidak terdapat korelasi dari variabel bebasnya. Cara untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas dilakukan dengan mencari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) serta nilai *tolerance*-nya. apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance*-nya melebihi dari 0,1 maka model regresi dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas.

c. Uji heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas bisa dikerjakan dengan uji Glejser, yaitu meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen (Ghozali, 2011:108). Bila nilai signifikan hitung melebihi dari $\alpha = 5\%$, maka tidak terdapat masalah heteroskedastisitas. Namun bila kurang dari 5% maka dapat disebut terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

d. Uji autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Untuk mendeteksi terjadinya autokorelasi pada model regresi dapat dilakukan dengan uji Durbin Watson (DW). Apabila nilai DW melebihi dari batas atas (du) serta kurang dari $4-du$, sehingga bisa diartikan tidak terjadi autokorelasi dalam model regresi (Ghozali, 2011:98).

3.8.3 *Path Analysis* (Analisi Jalur)

Analisis jalur bertujuan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel yang bertujuan mengetahui pengaruh langsung ataupun tidak langsung dari seperangkat variabel independen terhadap variabel dependen (Kuncoro dan Ridwan, 2007:115). Ada beberapa langkah dalam analisis jalur yaitu:

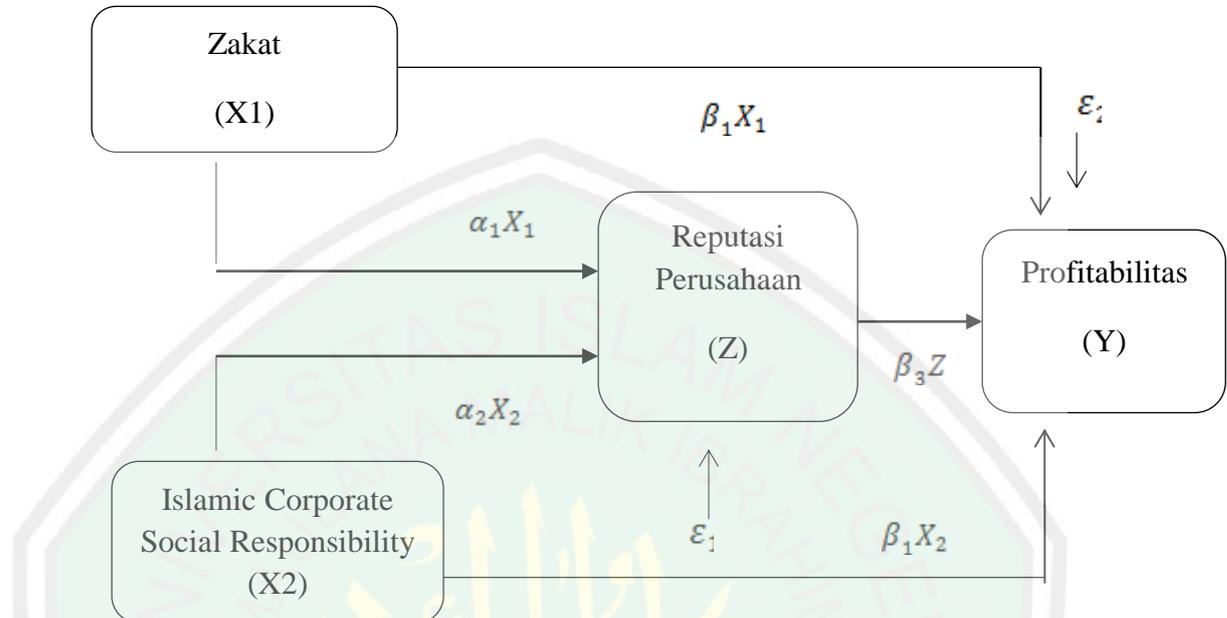
1. Merancang model berdasarkan konsep teori

Pada diagram jalur menggunakan dua macam anak panah, yaitu (a) Anak panah satu arah yang menjelaskan pengaruh langsung dari variabel independen terhadap variabel dependen, (b) anak panah dua arah yang menunjukkan hubungan korelasional dari variabel independen. Kemudian secara teoritis hubungan antar variabel yaitu sebagai berikut:

- a. Reputasi perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas
- b. Zakat dan ICSR dipengaruhi oleh profitabilitas dan reputasi perusahaan baik secara langsung ataupun tidak langsung.

Secara teoritis hubungan antar variabel tersebut, bisa disusun model diagram *path* seperti gambar 3.1 berikut ini:

Gambar 3.1
Model Analisis Path



Sumber: Data diolah tahun 2019

Gambar 3.1 di atas dapat pula dijelaskan dalam bentuk persamaan. Sistem persamaan ini disebut struktural sebagai berikut:

$$Z = \alpha_0 + \alpha_1 X_1 + \alpha_2 X_2 + \epsilon_1$$

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 Z + \epsilon_2$$

Keterangan:

X_1 = Zakat = variabel bebas

X_2 = Islamic Corporate Social Responsibility = variabel bebas

Z = Reputasi Perusahaan = variabel antara

Y = Profitabilitas = variabel terikat

α_0 dan β_0 = konstanta, besarnya Y_1, Y_2 untuk $X_1, X_2 = 0$

Dalam analisis jalur ini akan diketahui hubungan antar variabel baik secara langsung maupun secara tidak langsung yaitu:

- a. Pengaruh langsung, yaitu pengaruh langsung dari X_1 ke Y, X_2 ke Y
 - b. Pengaruh tidak langsung yaitu pengaruh tidak langsung dari X_1 terhadap Y melalui Z, X_2 terhadap Y melalui Z
2. Pemeriksaan terhadap asumsi yang melandasi analisis *path*.

Asumsi yang menjadi landasan analisis path pada penelitian ini yaitu:

- a. Hubungan antar variable pada model analisis *path* yaitu linear
 - b. Hanya model aliran kausal ke satu arah yang dipertimbangkan, sedangkan pada model yang terdapat kausal resiprokal tidak dapat dikerjakan analisis jalur.
 - c. Pengamatan diukur tanpa kesalahan (instrument pengukuran valid dan reliabel).
 - d. Model dianalisis dispensifikasikan secara benar sesuai pada teori-teori serta konsep-konsep yang relevan.
3. Pemeriksaan validitas model

Langkah ketiga pada analisis jalur yaitu pemeriksaan validitas suatu kesalahan model. Terdapat indikator validitas model didalam analisis jalur, yaitu koefisien determinasi total dan teori trimming:

- a. Koefisien determinasi total

Jumlah keragaman data yang bisa dijelaskna oleh model dihitung menggunakan rumus berikut:

$$R_m^2 = 1 - X_{e1}^2 X_{e2}^2 \dots \dots X_{ex}^2$$

Interpretasi untuk nilai R_m^2 sama seperti interpretasi koefisien determinasi (R^2) dalam analisis regresi.

b. Teori trimming

Uji validitas koefisien *path* dalam setiap jalur untuk pengaruh langsung adalah sama seperti regresi, memakai nilai uji p dari uji t, yaitu pengajuan koefisien regresi variabel dilakukan secara parsial.

4. Uji Sobel atau Uji Mediasi

Uji mediasi bisa dikerjakan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel yang dikenal dengan uji sobel (Ghozali, 2011:248). Uji sobel dikerjakan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung X ke Y melalui Z.

Rumus uji sobel yaitu sebagai berikut:

$$Sab = \sqrt{b^2 Sa^2 + a^2 Sb^2 + Sa^2 Sb^2}$$

Keterangan:

- Sab* : Besarnya standar error pengaruh tidak langsung
a : Jalur variabel independen (X) dengan variabel intervening (Z)
b : Jalur variabel intervening (Z) dengan variabel dependen (Y)
Sa : Standar error koefisien a
Sb : Standar koefisien b

Untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung, maka perlu menghitung nilai t dari koefisien ab dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{ab}{Sab}$$

Nilai t hitung ini dibandingkan dengan t tabel, apabila nilai t hitung $>$ nilai t tabel bisa diambil kesimpulan adanya pengaruh mediasi, tetapi apabila t hitung lebih kecil dari t tabel maka tidak ada pengaruh mediasi (Imam, 2009 *dalam* Aisyah, 2010:7).

5. Interpretasi hasil analisis

Langkah pertama dalam melakukan interpretasi hasil analisis yaitu dengan melihat hasil validitas model. Kedua, yaitu dengan menghitung pengaruh total dari setiap variabel yang memiliki pengaruh kausal terhadap variabel terikat (Aisyah, 2010:7).



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

Obyek penelitian ini yaitu Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia pada tahun 2013-2017. Berdasarkan data Statistik Perbankan Syariah yang diterbitkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), jumlah Bank Umum Syariah di Indonesia sampai dengan 2013-2017 yaitu sejumlah 13 BUS, yang selanjutnya menjadi populasi pada penelitian ini. Namun, setelah dilakukan *purposive sampling* dengan beberapa kriteria yang sudah ditetapkan, diperoleh sampel yang memenuhi kriteria yaitu sebanyak 6 bank. Data diperoleh dari laporan keuangan (*annual report*) Bank Umum Syariah periode 2013-2017 yang telah dipublikasikan kepada publik pada situs resmi masing-masing bank serta situs resmi OJK. Data penelitian tersebut diolah dengan *software* SPSS 21. Gambaran dari prosedur penyeleksian sampel yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.1
Tahap Penyeleksian Sampel Penelitian

Bank Umum Syariah	Jumlah	Keterangan
Bank Muamalat Indonesia	13 Bank Umum Syariah	Keluar: 1. Bank BTPN Syariah dan Bank Aceh Syariah (dikarenakan baru mendapatkan izin beroperasi sebagai BUS tahun 2014 dan 2016 2. Bank Syariah Bukopin, Bank Maybank Syariah, Bank BCA Syariah, Bank Victoria Syariah dan Bank Panin Syariah (tidak melaporkan laporan tahunan dengan lengkap terutama Laporan Sumber dan Penggunaan Dana Zakat).
Bank Syariah Mandiri		
Bank BRI Syariah		
Bank BNI Syariah		
Bank Mega Syariah		
Bank Victoria Syariah		
Bank Jabar Banten Syariah		
Bank Panin Syariah		
Bank BCA Syariah		
Bank Aceh Syariah		
Bank Maybank Syariah		
Bank BTPN Syariah		
Bank Bukopin Syariah		
Jumlah	13 Bank	6 Bank

Sumber: SPS, Desember 2017

Informasi dari data bank-bank yang digunakan sebagai sampel, maka dilakukan pengukuran Zakat, *Islamic Corporate Sosial Responsibility* (ICSR), profitabilitas dan reputasi perusahaan. Data tersebut bisa dilihat pada tabel dibawah ini:

Adapun data zakat sebagai variabel X_1 dengan lengkap masing-masing sampel penelitian telah tersaji dalam table 4.2 berikut:

Tabel 4.2
Perhitungan Zakat Perusahaan BUS Periode 2013-2017 (dalam jutaan rupiah)

Tahun	Bank Umum Syariah					
	BMI	BSM	BRIS	BNI	BMS	BJBS
2013	11.896	22.662	3.239	2.936	3.738	707
2014	1.429	2.750	164	4.081	582	542
2015	1.862	9.592	3.065	5.713	418	181
2016	2.012	11.146	4.225	6.925	2.768	103
2017	652	11.750	2.527	7.675	1.813	95

Sumber: Data Sekunder diolah Tahun 2019

Adapun data ICSR sebagai variabel X_2 secara rinci masing-masing sampel telah tersaji pada tabel 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4.3
Data ICSR sebagai variabel X_2

Dalam persen (%)

Tahun	Bank Umum Syariah					
	BMI	BSM	BRIS	BNI	BMS	BJBS
2013	66,67	73,81	57,14	61,90	47,62	50,00
2014	64,29	66,67	64,29	64,29	50,00	50,00
2015	64,29	66,67	54,77	61,90	50,00	52,38
2016	59,52	66,67	59,52	61,90	50,00	54,77
2017	59,52	69,04	59,52	66,67	54,77	54,77

Sumber: Data diolah oleh peneliti tahun 2019

Adapun data ROE sebagai variabel Y dengan rinci masing-masing sampel telah disajikan secara rinci pada tabel 4.4 dibawah ini:

Tabel 4.4
Data ROE sebagai variabel Y

Tahun	Bank Umum Syariah					
	BMI	BSM	BRIS	BNI	BMS	BJBS
2013	32,87%	44,58%	10,20%	9,65%	26,23%	4,65%
2014	2,13%	3%	0,44%	10,83%	2,50%	3,73%
2015	2,78%	5,92%	6,33%	11,39%	1,61%	0,92%
2016	0,87%	5,81%	7,40%	11,94%	11,97%	-49,05%
2017	3,00%	5,72%	4,10%	11,42%	6,75%	-58,64%

Sumber: Data diolah oleh peneliti tahun 2019

Adapun data Reputasi Perusahaan sebagai variabel Z dengan rinci masing-masing sampel penelitian telah disajikan dengan rapi dalam tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel 4.5
Data Reputasi sebagai variabel Z

Dalam persen (%)

Tahun	Bank Umum Syariah					
	BMI	BSM	BRIS	BNI	BMS	BJBS
2013	68,18	36,36	27,27	77,27	36,36	36,36
2014	77,27	54,54	36,36	81,81	27,27	50,00
2015	77,27	68,18	45,45	86,36	36,36	40,90
2016	90,90	72,72	59,09	95,45	86,36	50,00
2017	95,45	81,81	68,18	72,72	81,81	59,09

Sumber: Data diolah oleh peneliti tahun 2019

4.1.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan dari suatu data yang dapat diketahui melalui nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, dan skewness (kemencengan distribusi) (Ghazali, 2011:19). Variabel yang digunakan yakni variabel independen yaitu Zakat dan ICSR, sedangkan variabel dependen yaitu profitabilitas yang diukur dengan *Return on Equity* (ROE), dan variabel intervening yakni reputasi perusahaan.

Hasil output dari analisis statistik deskriptif berikut, dapat diketahui besarnya nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi.

Tabel 4.6
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1 (Zakat)	30	11.97	25.30	21.2012	2.44483
X2 (ICSR)	30	47.62	73.81	57.6880	7.77061
Y (ROE)	30	-58.35	44.58	2.4266	18.31707
Z (Reputasi)	30	22.17	95.45	58.7977	22.01277
Valid N (listwise)	30				

Sumber: Output spss, 2019

Berdasarkan di atas, dapat diketahui nilai maximum dari *return on equity* dari 6 bank sampel yang ada adalah 44,58. *return on equity* mempunyai nilai rata-rata dan standar deviasi sebesar 2,4266 dan 18,31707. Nilai maximum dan minimum dari reputasi perusahaan yang ada dalam 30 data ini adalah 22,17 dan 95,45. Sedangkan nilai mean dan standar deviasinya adalah 58.7977 dan 22.01277. Nilai maximum zakat dan ICSR dari 6 bank sampel yang ada adalah 25,30 dan 73,81 sedangkan nilai minimumnya adalah 11,97 dan 47,62. Zakat dan ICSR masing-masing memiliki nilai mean sebesar 21,2012 dan 57,6880. Sedangkan nilai standar deviasinya adalah 2,44483 dan 7,77061.

4.1.3 Uji Asumsi Klasik

Agar kesimpulan dari analisis jalur ini tidak bias maka pengujian asumsi klasik harus terpenuhi. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas. Ketiga asumsi yang disebut diatas pada penelitian ini diuji karena variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini melebihi dari satu (berganda).

4.1.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Terdapat dua cara untuk mengetahui apakah residual terdistribusi normal atau tidak yakni melalui analisis grafik serta uji statistik (Ghozali, 2011:160).

Cara yang paling sederhana yaitu melihat tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas

Model	<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>	Sig	Keterangan
Regresi 1 (X –Z)	0,605	0,858	Normal
Regresi 2 (X dan Z – Y)	1,194	0,116	Normal

Sumber: Data diolah peneliti, 2019

Berdasarkan tabel 4.7, diketahui nilai signifikansi dari regresi 1 sebesar $0,858 > 0,05$ sedangkan untuk nilai signifikansi regresi 2 sebesar $0,116 > 0,05$, sehingga dapat diartikan bahwa data ini terdistribusi dengan normal serta memenuhi asumsi normalitas sehingga dapat dilakukan analisis *path*.

4.1.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemui adanya korelasi antar variabel independent. Model regresi yang baik sejatinya tidak terdapat korelasi antara variabel bebas. Untuk mengetahui adanya multikolinieritas bisa dengan mencari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) serta nilai dari tolerance-nya (Ghozali, 2016:103). Nilai *variance inflantion Factor* (VIF) pada penelitian ini digunakan sebagai indikator untuk melihat ada tidaknya multikolinearitas antar variabel independen.

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinaeritas

Model	Collenearity Statistics				Keterangan
	Regresi 1		Regresi 2		
	Tolerance	VIF	Tolerance	VIF	
X1	0,995	1,005	0,991	1,009	Non Multikolinearitas
X2	0,995	1,005	0,705	1,418	Non Multikolinearitas
Z			0,708	1,412	Non Multikolinearitas

Sumber: Data diolah peneliti, 2019

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dilihat nilai VIF dari regresi 1 dan regresi 2 tidak lebih dari 10 dan nilai *tolerance* mendekati angka 1. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas atau terbebas dari multikolinearitas.

4.1.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Ghazali (2016:134) menjelaskan bahwa tujuan dilakukannya uji heteroskedastisitas yaitu untuk mengetahui apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pengamatan satu ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Glejser, yaitu meregresikan nilai absolut residual yang didapat dari model regresi sebagai variabel dependen terhadap semua variabel independen (Ghozali, 2011:108). Apabila nilai signifikan hitung melebihi dari 0,05 (5%), maka tidak ada masalah heteroskedastisitas.

Tabel 4.9
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel bebas	Regresi 1	Regresi 2	Keterangan
	Sig	Sig	
X1 (Zakat)	0,113	0,764	Homoskedastisitas
X2 (ICSR)	0,483	0,850	Homoskedastisitas
Z (Reputasi)		0,976	Homoskedastisitas

Sumber: Data diolah peneliti, 2019

Dari tabel 4.9 di atas, dapat dilihat hasil uji dari regresi 1 dan regresi 2 yang keseluruhan nilai signifikansi X_1 dan X_2 dan Z melebihi dari 0,05 (5%), yang berarti tidak terjadi heteroskedastisitas atau homoskedastisitas. Sehingga tidak ada korelasi antara residual dengan besarnya data maka jika nilai data diperbesar tidak mengakibatkan residual (kesalahan) semakin besar pula.

4.1.3.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui dalam model regresi linier apakah terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan

pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya) (Ghazali, 2011:110). Salah satu cara yang dapat dipakai untuk mendeteksi terjadinya autokorelasi atau tidak yaitu dengan menggunakan uji Durbin Watson (DW test). Aisyah (2015: 30) menjelaskan bahwa Durbin dan Watson telah menetapkan batas atas (d_u) dan batas bawah (d_l). Durbin dan Watson mentabelkan nilai d_u dan d_l untuk taraf nyata 5% dan 1% yang selanjtnya disebut dengan tabel Durbin dan Watson. Kemudian Durbin dan Watson juga telah menentukan kaidah keputusan sebagai berikut:

Tabel 4.10
Keputusan Durbin dan Watson

Range	Keputusan
$0 < dw < dl$	Ada masalah autokorelasi positif yang memerlukan perbaikan
$dl < dw < du$	Ada autokorelasi positif namun lemah, yang mana akan lebih baik jika ada perbaikan
$du < dw < 4-dl$	Tidak terjadi masalah autokorelasi
$4-du < dw < 4-dl$	Masalah autokorelasi lemah, dengan adanya perbaikan maka lebih baik
$4-dl < d$	Masalah autokorelasi yang serius

Sumber: Aisyah, 2015:30

Atau untuk kriteria pengambilan keputusan bebas autokorelasi juga bisa dengan cara melihat Durbin-Watson, Apabila nilai dw dekat dengan 2 maka asumsi tidak terjadi autokorelasi terpenuhi.

Tabel 4.11
Ringkasan Uji Autokorelasi

Regresi 1 (X – Z)							
No	Nilai	Dl	Du	4-dl	4-du	Dw	Keterangan
1.	Nilai	1,284	1,567	2,657	2,416	1,645	Tidak terjadi autokorelasi
Regresi 2 (X dan Z – Y)							
2.	Nilai	1,214	1,650	2,717	2,347	2,325	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber: Data diolah peneliti, 2019

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, dapat diartikan bahwa tidak ada masalah autokorelasi yang dibuktikan dari nilai $du < dw < 4-dl$ ($1,567 < 1,645 < 2,657$) ($1,650 < 2,325 < 2,717$).

Berdasarkan uji asumsi klasik yang sudah digunakan, hasil uji asumsi klasik tersebut bisa diringkas pada tabel berikut:

Tabel 4.12
Ringkasan Hasil Uji Asumsi Klasik

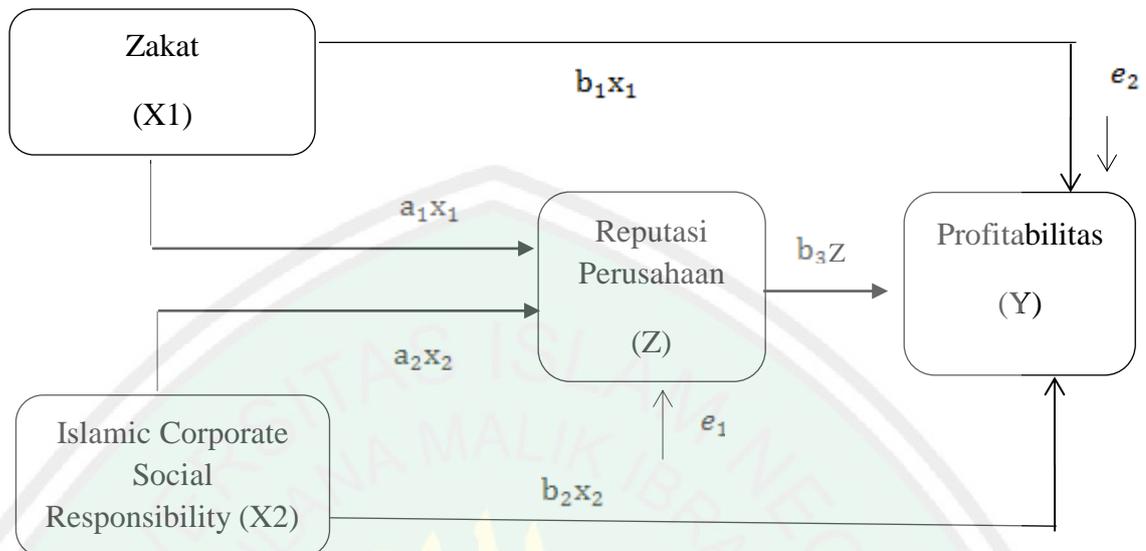
No	Analisis	Hasil	Keterangan
1	Normalitas	Asymp. Sig (2-tailed) senilai 0.858, 0.116 / lebih dari 0.05	Normal
2	Multikolinearitas	Nilai VIF yaitu 1,005 yang berarti tidak lebih dari 10	Bebas multikolinearitas
3	Autokorelasi	Dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah autokorelasi yang dibuktikan dengan $du < dw < 4-dl$ ($1,567 < 1,645 < 2,657$) ($1,650 < 2,325 < 2,717$)	Tidak ada masalah autokorelasi
4	Heteroskedastisitas	1. Signifikansi X1 sebesar $0.113 > 0,05$ 2. Nilai signifikansi X2 $0.483 > 0,05$	1. Tidak terjadi heteroskedastisitas 2. Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah tahun 2019

4.1.4 *Analysis Path* (Analisis Jalur)

Analisis jalur yaitu perluasan dari analisis regresi linear berganda, atau analisis jalur merupakan penggunaan analisis regresi untuk melihat hubungan kausalitas antar variabel (*model causal*) yang sebelumnya sudah ditetapkan berdasarkan pada teori (Ghozali, 2016:237). Berikut ini merupakan konsep model lintasan pengaruh yang dilakukan dalam penelitian:

Gambar 4.1
Model Lintasan Pengaruh



Sumber: Data diolah tahun 2019

Berdasarkan gambar 4.1, bisa dibentuk dalam model persamaannya yaitu sebagai berikut:

$$Z = a + a_1X_1 + a_2X_2 + e_1$$

$$Y = b + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3Z + e_2$$

4.1.4.1 Pengaruh Zakat (X_1) dan *Islamic Corporate Social Responsibility* (X_2) terhadap Reputasi Perusahaan (Z)

Hasil uji regresi linier berganda antar variabel yaitu X_1 , X_2 terhadap Z adalah sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Analisis Regresi: Pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Z

Variabel bebas	Unstandardized coefficient beta	T	Sig.
Constanta	11.397	1,032	0,308
Zakat (X_1)	0,793	3,114	0,033
ICSR (X_2)	0,696	4,157	0,000
Variabel terikat = Reputasi Perusahaan R = 0,540 R Square (R^2) = 0,292 S_e = 18,32067 F_{hitung} = 8,647 Sign F = 0,001 F_{tabel} = 3,32			

Sumber: Data diolah tahun 2019

Nilai determinasi (R^2) yang didapatkan adalah sebesar 0,292 berarti 29,2%. Artinya kemampuan variabel zakat, *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) menjelaskan pengaruhnya terhadap reputasi perusahaan sebesar 29,2%. Selain itu, sisanya sebesar 70,8% dijelaskan oleh variabel lain.

Dari hasil uji regresi di atas, sehingga di dapatkan model persamaan regresinya yaitu:

$$Z = a + a_1X_1 + a_2X_2 + e_1$$

$$Z = 11,397 + 0,793 X_1 + 0,696 X_2 + 0,956$$

Berdasarkan hasil uji F (simultan) didapatkan nilai 8,647 dengan signifikansi 0,001 yang berarti bahwa variabel zakat dan ICSR secara simultan berpengaruh terhadap reputasi perusahaan karena nilai signifikansi tidak melebihi dari 0,05. Berikut merupakan uraian dari pengaruh parsial:

1. Pengaruh Zakat (X_1) terhadap Reputasi Perusahaan (Z)

Variabel Zakat memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,114 dan tingkat signifikansi 0,033 serta t_{tabel} sebesar 2,030. Probabilitas senilai 0,033 lebih kecil dari 0,05 dan nilai t_{hitung}

> t_{tabel} . Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa zakat berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan (Z).

2. Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* (X_2) terhadap Reputasi Perusahaan (Z)

Variabel *Islamic Corporate Social Responsibility* mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 4.157 dengan tingkat signifikansi 0,000 dan t_{tabel} sebesar 2,030. Probabilitas senilai 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Sehingga bisa diambil kesimpulan bahwa *Islamic Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap reputasi perusahaan (Z).

4.1.4.2 Pengaruh Zakat (X_1) dan *Islamic Corporate Social Responsibility* (X_2) dan Reputasi Perusahaan (Z) terhadap Profitabilitas (Y)

Dari hasil uji regresi antar variable X_1 , X_2 , dan Z terhadap Y adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Analisis Regresi: Pengaruh X_1 , X_2 , dan Z terhadap Y

Variabel bebas	Unstandardized coefficient beta	T	Sign
Constanta	22,551	4,731	0,000
Zakat (X_1)	0,947	6,214	0,000
ICSR (X_2)	0,893	3,104	0,042
Reputasi Perusahaan (Z)	0,153	0,951	0,347
Variabel terikat	= <i>Return on Equity</i>		
R	= 0,825		
R Square (R^2)	= 0,681		
S_e	= 10,82994		
F_{hitung}	= 5,233		
Sign F	= 0,004		
F_{tabel}	= 2,92		

Sumber: Data diolah tahun 2019

Nilai determinasi (R^2) yang didapatkan adalah sebesar 0,681 berarti 68,1%. Artinya kemampuan variabel zakat, *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) dan reputasi perusahaan menjelaskan pengaruhnya terhadap profitabilitas sebesar 68,1%. Kemudian sisanya senilai 31,9% dijelaskan oleh variabel lain. Dari hasil uji regresi di atas, maka bisa disusun model persamaan regresinya seperti berikut ini:

$$Y = b + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3Z + e_2$$

$$Y = 22,551 + 0,947X_1 + 0,893X_2 + 0,153Z + 0,732$$

Berdasarkan uji F yang dilakukan, diperoleh nilai 5,233 dengan nilai signifikansi 0,004. Yang mana nilai signifikansi tersebut kurang dari 0.05 yang artinya variable zakat, ICSR dan reputasi perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap profitabilitas. Berikut merupakan uraian pengaruh parsial dari masing-masing variabel:

1. Pengaruh Zakat (X_1) terhadap Profitabilitas (Y)

Variabel Zakat mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 6,214 dan nilai signifikansi senilai 0,000 dengan t_{tabel} sebesar 2,030. Probabilitas senilai 0,000 dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Sehingga bias disimpulkan bahwa zakat mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas secara langsung.

2. Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* (X_2) terhadap profitabilitas (Y)

Variabel *Islamic Corporate Social Responsibility* (X_2) mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 3,104 dan nilai signifikansi sebesar 0,042 serta t_{tabel} sebesar 2,030. Probabilitas sebesar 0,042 tidak melebihi 0,05 dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Maka dapat disimpulkan bahwa *Islamic Corporate Social Responsibility* secara signifikan berpengaruh terhadap profitabilitas secara langsung.

3. Pengaruh Reputasi perusahaan (Z) terhadap Profitabilitas (Y)

Variabel reputasi perusahaan (Z) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0,951 dan tingkat signifikansi sebesar 0,347 serta t_{tabel} sebesar 2,030. Probabilitas sebesar 0,347 melebihi dari 0,05 dan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$. Maka bisa diartikan bahwa reputasi perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas (Y).

4.1.4.3 Hasil Perhitungan Pengaruh Tidak Langsung

Menurut Ghozali (2011:244) pengujian tidak langsung atau mediasi dapat dilakukan dengan prosedur uji sobel. Uji sobel dikerjakan dengan cara menguji pengaruh tidak langsung X terhadap Y melalui Z. Pengaruh tidak langsung X ke Y melalui Z dihitung dengan mengalikan jalur X terhadap Z dan jalur Z terhadap Y. Standar error koefisien dari kedua jalur tersebut ditulis S_a dan S_b . sedangkan besarnya nilai standar error pengaruh tidak langsung bisa ditulis S_{ab} dan dengan rumus sebagai berikut:

$$S_{ab} = \sqrt{b^2 s_a^2 + a^2 S_b^2 + S_a^2 + S_b^2}$$

Sedangkan untuk mengetahui signifikansi pengaruh tidak langsung, sehingga dapat dihitung dengan cara berikut:

$$t = \frac{ab}{S_{ab}}$$

Nilai t hitung ini dibandingkan dengan nilai t tabel. Apabila nilai t hitung > nilai t tabel maka bisa diartikan terjadi pengaruh tidak langsung. Pada penelitian ini pengaruh tidak langsung bisa dihitung sebagai berikut:

1. Pengaruh Zakat terhadap Profitabilitas dengan Reputasi Perusahaan sebagai Variabel Intervening

Standardized Coefficients Zakat terhadap Reputasi (a) = 0,471

Standardized Coefficients Reputasi terhadap Profitabilitas (b) = 0,150

Standard Error Zakat terhadap Reputasi Perusahaan (S_a) = 0,165

Standard Error Reputasi terhadap Profitabilitas (S_b) = 0,161

$$\begin{aligned} \text{Nilai beta} &= ab \\ &= (0,471) \times (0,150) = 0,07065 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} S_{ab} &= \sqrt{b^2 s_a^2 + a^2 S_b^2 + S_a^2 + S_b^2} \\ &= \sqrt{(0,150^2)(0,165^2) + (0,471^2)(0,161^2) + (0,165^2) + (0,161^2)} \\ &= \sqrt{0,059508} \\ &= 0,243 \end{aligned}$$

$$t_{\text{hitung}} X_1 = \frac{ab}{S_{ab}} = \frac{(0,471) \times (0,150)}{0,243} = 0,2907$$

t tabel = 2.030

karena nilai t hitung sebesar 0,2907 lebih kecil dari t tabel dengan tingkat signifikansi 0,05 yaitu sebesar 2.030. Sehingga bisa diambil kesimpulan bahwa tidak ada pengaruh tidak langsung zakat terhadap profitabilitas dengan reputasi perusahaan sebagai variabel intervening.

2. Pengaruh ICSR terhadap Profitabilitas dengan Reputasi Perusahaan sebagai Variabel Intervening

Standardized Coefficients ICSR terhadap Reputasi (a) = 0,539

Standardized Coefficients Reputasi terhadap Profitabilitas (b) = 0,150

Standard Error ICSR terhadap Reputasi Perusahaan (S_a) = 0,359

Standard Error Reputasi terhadap Profitabilitas (S_b) = 0,161

$$\begin{aligned}\text{Nilai beta} &= ab \\ &= (0,539) \times (0,150) = 0,08085\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}S_{ab} &= \sqrt{b^2 s_a^2 + a^2 S_b^2 + S_a^2 + S_b^2} \\ &= \sqrt{(0,150^2)(0,359^2) + (0,539^2)(0,161^2) + (0,359^2) + (0,161^2)} \\ &= \sqrt{0,165231} \\ &= 0,406\end{aligned}$$

$$t_{\text{hitung}} X_2 = \frac{ab}{S_{ab}} = \frac{(0,539) \times (0,150)}{0,406} = 0,1991$$

t tabel = 2.030

karena nilai t hitung sebesar 0,1991 lebih kecil dari t tabel dengan tingkat signifikansi 0,05 yaitu sebesar 2.030. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa tidak ada pengaruh tidak langsung *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap profitabilitas dengan reputasi perusahaan sebagai variable intervening.

4.1.4.4 Hasil Pemeriksaan Validitas Model

Berdasarkan model-model pengaruh di atas, bias dibentuk model lintasan pengaruh yang disebut analisis *path*. Pengaruh *error* dari persamaan pertama dan kedua yaitu sebagai berikut:

$$\begin{aligned}Pe_i &= \sqrt{1 - R^2} & Rm^2 &= 1 - Pe_1^2 Pe_2^2 \\ Pe_i &= \sqrt{1 - 0,292} = 0,956 & &= 1 - (0,956)^2 (0,732)^2 \\ Pe_i &= \sqrt{1 - 0,681} = 0,732 & &= 0,512\end{aligned}$$

Melalui koefisien determinasi total (Rm^2) dapat dipakai untuk pemeriksaan validitas model yang memperlihatkan nilai sebesar 51,2%. Maka, total keragaman data yang bisa dijelaskan oleh model yaitu sebesar 51,2%.

4.1.5 Pengujian Hipotesis

4.1.5.1 Pengujian hipotesis pertama

Untuk menguji signifikansi konstanta pada setiap variable independen dapat menggunakan hipotesis sebagai berikut:

H_a = Koefisien regresi signifikan

H_0 = Koefisien regresi tidak signifikan

Untuk pengambilan keputusan (berdasarkan probabilitas) yaitu sebagai berikut:

- a. Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima
- b. Jika probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak

Adapun hasil analisis regresi berdasarkan uji t yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.15
Nilai t_{hitung} dan Signifikansi Variabel Zakat, ICSR dan Reputasi Perusahaan

Variabel	t_{hitung}	Sig	Keterangan
Zakat (X_1)	3,114	0,033	Signifikan
ICSR (X_2)	4,157	0,000	Signifikan

Sumber: Data diolah tahun 2019

Berdasarkan nilai signifikan t pada tabel 4.15 di atas, diketahui pengaruh secara parsial dari masing-masing variabel, sehingga bias diambil keputusan sebagai berikut:

1. Zakat (X_1) mempunyai nilai $t_{hitung} = 3,114$ dan tingkat signifikansi 0,033 dan $t_{tabel} = 2,030$. Probabilitas sebesar 0,033 tidak melebihi dari 0,05 dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$.
Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa variabel X_1 secara signifikan berpengaruh terhadap reputasi perusahaan secara langsung. Yang berarti H_0 ditolak.
2. *Islamic Corporate Social Responsibility* (X_2) mempunyai nilai $t_{hitung} = 4,157$ dengan tingkat signifikansi 0,000 dan $t_{tabel} = 2,030$. Probabilitas sebesar 0,000 tidak lebih

dari 0,05 serta nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa variabel X_2 berpengaruh secara signifikan terhadap reputasi perusahaan secara langsung. Hal ini berarti H_0 ditolak.

Sehingga bisa diambil kesimpulan bahwa zakat (X_1) dan ICSR (X_2) berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap reputasi perusahaan (Z).

4.1.5.2 Pengujian Hipotesis kedua

Untuk menguji signifikansi konstanta pada setiap variabel independen dapat menggunakan hipotesis dibawah ini:

H_a = Koefisien regresi signifikan

H_0 = Koefisien regresi tidak signifikan

Untuk pengambilan keputusan (berdasarkan probabilitas) yaitu sebagai berikut:

- Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima
- Jika probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak

Adapun hasil analisis regresi dari uji t yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.16
Nilai t_{hitung} dan Signifikansi Variabel dari Zakat, ICSR dan Reputasi
Perusahaan terhadap Profitabilitas

Variabel	t_{hitung}	Sig	Keterangan
Zakat (X_1)	6,214	0,000	Signifikan
ICSR (X_2)	3,104	0,042	Signifikan
Reputasi Perusahaan (Z)	0,951	0,347	Tidak Signifikan

Sumber: Data diolah tahun 2019

Berdasarkan pada tabel 4.16 di atas dari angka signifikan t diketahui pengaruh parsial dari masing-masing variable sehingga bisa diambil keputusan seperti dibawah ini:

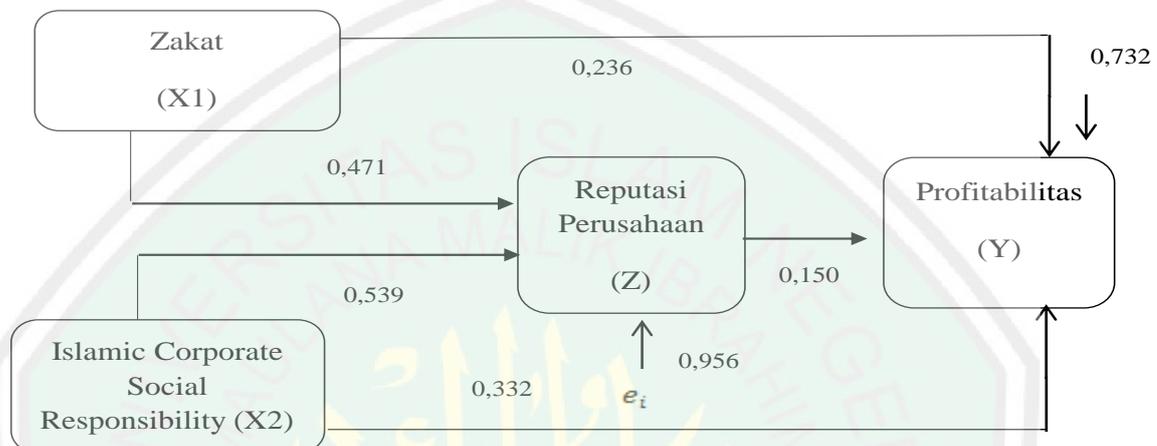
1. Zakat (X_1) memiliki nilai $t_{hitung} = 6,214$ dengan tingkat signifikansi 0,000 dan $t_{tabel} = 2,030$. Probabilitas senilai 0,000 dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Maka bisa disimpulkan bahwa variabel X_1 berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas secara langsung. Hal ini berarti H_0 ditolak.
2. *Islamic Corporate Social Responsibility* (X_2) mempunyai nilai $t_{hitung} = 3,104$ dengan tingkat signifikansi 0,042 dan $t_{tabel} = 2,030$. Probabilitas sebesar 0,042 tidak lebih dari 0,05 dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Sehingga bisa disimpulkan bahwa variabel X_2 berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas secara langsung. Hal ini berarti H_0 ditolak.
3. Reputasi perusahaan (Z) memiliki nilai $t_{hitung} = 0,951$ dengan tingkat signifikansi 0,347 dan $t_{tabel} = 2,030$. Probabilitas sebesar 0,347 lebih besar dari 0,05 dan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$. Sehingga bisa diambil kesimpulan bahwa secara langsung variabel Z tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas. Hal ini berarti H_0 diterima.

Secara parsial variabel zakat (X_1) dan *Islamic Corporate Social Responsibility* (X_2) menunjukkan nilai yang signifikan terhadap profitabilitas sedangkan reputasi perusahaan (Z) terhadap profitabilitas tidak memperlihatkan nilai yang signifikan dari hasil analisis uji t.

4.1.6 Interpretasi Hasil Analisis

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan analisis path, sehingga hipotesis pada penelitian ini bisa diringkas seperti berikut ini:

Gambar 4.2
Hasil Model Lintasan Pengaruh



Sumber: Data diolah tahun 2019

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang menggunakan analisis *path* maka hipotesis-hipotesis yang disusun pada penelitian ini bisa dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Langsung
 - a. Analisis Jalur a_1x_1

Hasil pengujian hipotesis pertama adalah pengaruh variabel zakat X_1 terhadap variabel reputasi perusahaan (Z). Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa dari nilai Beta (β), zakat mempunyai hubungan positif terhadap reputasi perusahaan. Ditunjukkan dengan nilai Beta (β) yang nilainya positif yaitu sebesar 0,471. Berdasarkan nilai signifikansi (sig.) zakat mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap reputasi perusahaan, ditunjukkan dengan nilai signifikansi yang tidak melebihi 0,05 (sig. 0,033 < 0,05). Sehingga penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh zakat yang signifikan terhadap reputasi perusahaan.

b. Analisis Jalur a_2x_2

Hasil pengujian hipotesis kedua adalah pengaruh variabel ICSR (X_2) terhadap variabel reputasi perusahaan (Z). Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial dari nilai Beta (β), ICSR mempunyai hubungan positif dengan reputasi perusahaan, ditunjukkan dengan nilai Beta (β) yang bernilai positif yaitu sebesar 0,539. Berdasarkan nilai signifikansi (sig.) ICSR juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap reputasi perusahaan, dibuktikan dengan nilai signifikansi yang tidak melebihi nilai 0,05 (sig. 0,000 < 0,05). Maka dari itu dapat dibuktikan adanya pengaruh ICSR yang signifikan terhadap reputasi perusahaan dalam penelitian ini.

c. Analisis Jalur b_1x_1

Hasil pengujian hipotesis ketiga penelitian ini yakni pengaruh variable zakat (X_1) terhadap variabel profitabilitas (Y). Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial, berdasarkan nilai Beta (β), zakat mempunyai hubungan positif terhadap profitabilitas, ditunjukkan dengan nilai Beta (β) yang nilainya positif yaitu sebesar 0,236. Berdasarkan nilai signifikansi (sig.) zakat mempunyai pengaruh yang signifikan dengan profitabilitas, ditunjukkan dengan nilai signifikansi yang tidak melebihi dari 0,05 (sig. 0,000 < 0,05). Oleh karenanya dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh zakat yang signifikan terhadap profitabilitas pada penelitian ini.

d. Analisis Jalur b_2x_2

Hasil pengujian hipotesis keempat adalah pengaruh variabel *Islamic Corporate Social Responsibility* (X_2) terhadap profitabilitas (Y). Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial, dari nilai Beta (β), ICSR mempunyai hubungan yang positif terhadap profitabilitas, ditunjukkan dengan nilai Beta (β) yang nilainya

positif yaitu sebesar 0,332. Dari nilai signifikansi (sig.) ICSR juga mempunyai pengaruh signifikan terhadap profitabilitas, dibuktikan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 (sig. 0,042 < 0,05). Sehingga penelitian ini berhasil membuktikan bahwa terdapat pengaruh ICSR yang signifikan terhadap profitabilitas.

e. Analisis Jalur b_3Z

Hasil pengujian hipotesis kelima yakni pengaruh reputasi perusahaan (Z) terhadap profitabilitas (Y). Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial, dari nilai Beta (β), reputasi perusahaan mempunyai hubungan positif dengan profitabilitas, ditunjukkan dengan nilai Beta (β) yang bernilai positif yaitu sebesar 0,150. Berdasarkan nilai signifikansi (sig.) reputasi perusahaan mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap profitabilitas, ditunjukkan dengan nilai signifikansi yang melebihi 0,05 (sig. 0,347 > 0,05). Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa tidak adanya pengaruh reputasi perusahaan yang signifikan pada penelitian ini.

2. Pengaruh Tidak Langsung

Berdasarkan analisis jalur yang signifikan bisa diketahui pengaruh secara tidak langsung antara variabel independen secara parsial terhadap variabel Y melalui variabel Z seperti berikut ini:

- a. Nilai beta dari pengaruh tidak langsung variabel X1 terhadap Y didapatkan dengan cara mencari nilai t hitung berdasarkan prosedur uji sobel. Didapatkan bahwa nilai t hitung pada jalur ini adalah sebesar 0,2907. Nilai tersebut lebih kecil dari t tabel dengan tingkat signifikansi 0,05 yaitu sebesar 2,030. Sehingga bisa disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh tidak langsung zakat terhadap profitabilitas dengan reputasi perusahaan sebagai variabel intervening.

- b. Nilai beta dari pengaruh tidak langsung variabel X2 terhadap Y didapatkan dengan cara mencari nilai t hitung berdasarkan prosedur uji sobel. Didapatkan bahwa nilai t hitung pada jalur ini adalah sebesar 0,1991. Nilai tersebut lebih kecil dari t tabel dengan tingkat signifikansi 0,05 yaitu sebesar 2,030. Sehingga bisa disimpulkan tidak ada pengaruh tidak langsung *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap profitabilitas dengan reputasi perusahaan sebagai variabel intervening.

4.2 Pembahasan dan Implikasi Hasil Penelitian

Bagian ini menjelaskan pembahasan hasil penelitian yang didapatkan dari analisis deskriptif yang memberi gambaran atau deskripsi suatu data dan model penelitian *path*, terkait hubungan antara zakat, *Islamic Corporate Social Responsibility*, profitabilitas dan reputasi perusahaan.

4.2.1 Pembahasan

4.2.1.1 Pengaruh Langsung Zakat (X1) terhadap Reputasi Perusahaan (Z)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dikerjakan oleh Sidik dan Reskino (2016) yang menyatakan bahwa zakat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan. Reputasi yang baik merupakan modal bagi perusahaan untuk meningkatkan keunggulan serta daya saingnya. Perusahaan dapat meraih dukungan dari stakeholder ketika perusahaan berhasil dalam melaksanakan kegiatan filantropi yang islami sehingga mampu memperoleh akses terhadap sumber daya serta meningkatkan reputasi perusahaan. Perusahaan yang mempunyai reputasi baik bukan hanya akan memperoleh kepercayaan dari *stakeholder*, namun juga bisa memperluas pangsa pasarnya dengan biaya yang lebih rendah (Sidik dan Reskino, 2016:33).

Bank syariah, sebagai lembaga keuangan syariah memiliki tanggung jawab besar untuk menjalankan kegiatan filantropi yang islami, salah satunya yaitu berkontribusi dalam pemerataan pendapatan yang sama dalam masyarakat, menegakkan keadilan dalam perekonomian dan efisien dalam memobilisasi modal. Salah satu cara untuk mendistribusikan pendapatan secara adil dan merata adalah dengan membayar dan mendistribusikan zakat. Selain untuk pemenuhan kewajiban dari perspektif agama, membayar zakat juga merupakan cara bagi bank syariah untuk mempertahankan citra perusahaan mereka, sehingga di mata *stakeholder* tercipta reputasi baik bagi perusahaan (Basah & Yusuf, 2013).

Hasil penelitian ini selaras dengan pendapat Drever dkk (2007) dalam Sidik dan Reskino (2016), zakat dibayar, dikelola, didistribusikan dan dilaporkan perusahaan sebagai bagian dari CSR mereka yang akan menjadi sinyal positif kepada masyarakat sehingga menjadi salah satu yang dapat membantu perusahaan dalam meraih simpati dan dukungan dari *stakeholder*. Zakat yang dikeluarkan merupakan amanah dan sesuai dengan syariat Islam didukung oleh SET (*Sharia Enterprise Theory*) yang terbentuk dari konsep-konsep yang mengatakan bahwa konsep Islam meliputi konsep zakat, konsep keadilan, konsep kemaslahatan, konsep tanggung jawab dan konsep falah. Selain itu membayar zakat adalah kegiatan yang mempunyai unsur spiritual dan sosial. Secara spiritual zakat adalah komitmen seorang hamba untuk tetap patuh terhadap perintah tuhan. Kemudian secara sosial zakat mempunyai nilai-nilai kemasyarakatan yang menyadari akan pentingnya peduli terhadap sesama (Sidik dan Reskino, 2016:72).

4.2.1.2 Pengaruh Langsung *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) (X2) Terhadap Reputasi Perusahaan (Z)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat diambil kesimpulan bahwa ICSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan. Hasil ini mengartikan bahwa bank syariah yang memiliki tingkat pengungkapan ICSR tinggi memiliki reputasi yang tinggi pula. Perusahaan yang mengerjakan aktivitas CSR akan dipandang baik oleh masyarakat karena walaupun mempunyai banyak kepentingan di dalam perusahaan masih memiliki rasa peduli kepada masyarakat serta lingkungan. Oleh karena itu masyarakat akan menilai baik perusahaan, sehingga dukungan dari masyarakat akan memperkuat reputasi perusahaan (Sidik dan Reskino, 2016:73).

Hadi (2016: 31) menyebutkan bahwa perusahaan yang baik yaitu perusahaan yang bukan hanya berorientasi terhadap profit semata, namun harus mempunyai kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*), serta kesejahteraan masyarakat (*people*). Bisa disebut bahwa perbankan syariah dituntut untuk tidak berfokus pada capaian laba yang besar saja, namun juga harus memiliki kepedulian terhadap masyarakat serta lingkungan sekitarnya. Hal inilah yang biasa disebut dengan *corporate social responsibility*.

Brancoo dan Rodrigues (2006) dalam Arifin dan Wardani (2016) menjelaskan bahwa perusahaan yang mempunyai profil ICSR yang baik mempunyai kemampuan untuk mengadakan serta meningkatkan interaksinya dengan para konsumen dan investor yang mana hasilnya meningkatkan reputasi mereka. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Arshad et.al (2012) yang menemukan bahwa manajemen memandang pengungkapan informasi ICSR sebagai potensi yang cukup dalam

mengkomunikasikan bahwa perusahaan mereka bertanggungjawab secara sosial dan peka terhadap berbagai keprihatinan pemangku kepentingan dari perspektif Islam sehingga memberikan dampak positif dalam membangun reputasi perusahaan.

Adapun bentuk program CSR di Bank Syariah meliputi: pertama, pengembangan ekonomi umat/mitra umat. Kedua, program pengembangan pendidikan dan pelatihan yang difokuskan pada peningkatan kualitas pendidikan dan bantuan sarana pendidikan. Ketiga, program sosial/budaya, Keempat, program perbaikan kesehatan masyarakat dan lingkungan. Serta program CSR untuk bidang keagamaan. Dari adanya program CSR tersebut akan berdampak pada tumbuhnya persepsi di kalangan masyarakat karena perusahaan yang memiliki citra baik, produk dan jasanya relatif bisa diterima khalayak dari pada perusahaan yang tidak memiliki citra. Citra perusahaan yang dibentuk tidak dapat direkayasa, karena citra akan datang dengan sendirinya dari upaya yang dilaksanakan oleh perusahaan, sehingga komunikasi dan keterbukaan perusahaan merupakan salah satu faktor utama untuk mendapat citra perusahaan yang positif (Alma, 2009: 178).

Hasil penelitian juga dijelaskan oleh Arifin dan Wardani (2016), yang menunjukkan bahwa ICSR memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap reputasi. Bila dikaitkan dengan *Sharia Enterprise Theory (SET)*, *Islamic corporate social responsibility (ICSR)* adalah bentuk kepekaan perusahaan terhadap kebutuhan para *stakeholder*, yaitu tuhan, *direct stakeholder*, *indirect stakeholder*, dan alam. Peduli terhadap tuhan yaitu dengan memperhatikan halal-haramnya usaha, serta memperhatikan prinsip keadilan bagi semua. Peduli terhadap *direct stakeholder* yaitu kepada karyawan serta nasabah. Peduli kepada *indirect stakeholder* yakni terhadap

masyarakat luas, dengan mendistribusikan dana zakat dan ICSR secara adil kepada siapapun. Dan peduli terhadap alam yaitu dengan menjaga kelestariannya. Kepedulian tersebut merupakan bentuk amal kebaikan yang akan memperoleh balasan ketika melaksanakannya.

4.2.1.3 Pengaruh Langsung Zakat (X1) Terhadap Profitabilitas (Y)

Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan berzakat tidak akan mengurangi harta yang kaitannya dengan kinerja perusahaan. Karena dengan berzakat harta akan semakin bertambah sehingga akan meningkatkan kinerja perusahaan (Rhamadhani, 2016:355). Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Mahyar (2014) yang menemukan bahwa zakat perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap ROE.

Penelitian ini juga selaras dengan pendapat Ilmi (2011) bahwa Adanya distribusi zakat dari bank syariah membuat masyarakat mengetahui seberapa besar zakat yang telah disalurkan. Masyarakat menilai dari penyaluran zakat yang transparansi ini, untuk mengetahui dana yang mereka investasikan apakah telah tersalurkan dengan baik. Ketika pendistribusian zakat dinilai baik maka para nasabah dan investor akan kembali menggunakan jasa bank syariah. Sehingga pendapatan bank syariah dari dana pihak ketiga juga akan bertambah, hal ini akan berdampak terhadap asset dan laba bank syariah.

Dari segi pendapatan halal bank Syariah, masyarakat menilai apakah pendapatan yang diperoleh oleh bank syariah telah sesuai dengan prinsip Syariah ataukah tidak. Masyarakat yang telah mempergunakan jasa bank syariah serta

mengetahui pelaporan pendapatan sudah terbebas dari transaksi non-halal, maka kepercayaannya akan meningkat terhadap kinerja bank syariah. Hal tersebut menjadi pertimbangan nasabah untuk tetap berinvestasi serta mempergunakan jasa bank syariah. (Insani, 2017:29). Selanjutnya hasil ini juga sesuai dengan penelitian Sidik dan Reskino (2016) dan Amirah dan Raharjo (2014) yang mendapatkan bukti empiris sama bahwa zakat mampu meningkatkan profitabilitas perbankan Syariah yang diukur dengan menggunakan *return on equity*.

Dalam konsep Islam zakat merupakan suatu kewajiban bagi umat muslim baik perseorangan maupun suatu entitas yang telah mencapai nishab pada hartanya. Zakat memiliki hikmah serta manfaat yang memberikan berkah baik bagi pembayar zakat maupun yang menerima zakat. Pihak pembayar zakat akan mendapat keberkahan karena ada nilai tambah atau reputasi baik sehingga berpengaruh pada peningkatan kinerja perusahaan atau profitabilitas perusahaan yang bersangkutan. Sedangkan pihak yang menerima zakat merasa terbantu karena bisa mencukupi kebutuhan sehari-harinya dari adanya zakat tersebut (Kurniawan dan Suliyanto, 2013:17).

4.2.1.4 Pengaruh Langsung *Islamic Corporate Social Responsibility* (X2) Terhadap Profitabilitas (Y)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat ditarik kesimpulan bahwa ICSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Hal ini berarti semakin sering perusahaan melakukan kegiatan ICSR maka akan meningkatkan profitabilitas perusahaan. Hal tersebut bisa terjadi karena tanggung jawab sosial perusahaan adalah investasi bagi perusahaan untuk pertumbuhan serta keberlanjutan perusahaan dan bukan lagi dipandang sebagai sarana biaya namun sebagai sarana untuk mendapatkan

keuntungan (Alma dan Priansa, 2009:179). Yang mana apabila perusahaan melaksanakn CSR secara berkelanjutan salah satu keuntungan yang didapatkan yaitu profitabilitas dan kinerja keuangan yang semakin baik. Pengungkapan ICSR pada laporan CSR digunakan sebagai bahan pertimbangan oleh para investor ketika akan melakukan aktivitas investasi dan digunakan untuk mengidentifikasi perusahaan yang memiliki keberhasilan dalam periode tertentu (Lako, 2014: 146).

Hal ini sejalan dengan yang dijelaskan oleh Arshad, et.al (2012) bahwa penerapan CSR dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan, dimana investor cenderung menanamkan modalnya pada perusahaan yang melakukan kegiatan CSR. Karena bagi investor perusahaan yang melaksanakn aktivitas CSR berpotensi dalam menghasilkan laba yang lebih besar disbanding dengan yang tidak melaksanakan, sehingga kedepannya perusahaan akan mampu meningkatkan kinerjanya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Almar dkk. (2012), Ehsan dan Kaleem (2012) serta Arifin dan Wardani (2016) yang mendapatkan bukti empiris yang sama bahwa pengungkapan aktivitas tanggung jawab sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROE. Yang mana hasil ini membuktikan bahwa semakin baik hubungan antara perusahaan dengan masyarakat disekitarnya melalui aktivitas tanggung jawab sosial secara Islami ternyata mampu dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan. Di sisi lain, hasil penelitian ini tidak mendukung beberapa penelitian sebelumnya yang dikerjakan oleh Husnan (2013), Sidik dan Reskino (2016) yang menyimpulkan bahwa ICSR tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan yang diukur dengan ROE.

4.2.1.5 Pengaruh Langsung Reputasi Perusahaan (Z) terhadap Profitabilitas (Y)

Hasil pengujian SPSS menunjukkan variabel reputasi perusahaan secara parsial memiliki koefisien yang positif dan berpengaruh tidak signifikan terhadap profitabilitas. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Louisot dan Rayner (2010) bahwa reputasi perusahaan yang baik mampu membawa perusahaan pada kinerja dan *market value* yang lebih unggul. Perusahaan dapat mempertahankan para pemegang saham, merekrut dan mempertahankan karyawan berbakat, membangun kemitraan, serta menurunkan biaya modal.

Oleh karena itu, penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa tidak adanya pengaruh reputasi yang signifikan pada penelitian ini. Bahwa reputasi perusahaan tidak bisa mempengaruhi tingkat pengembalian modal dalam profitabilitas dan tidak menjamin profitabilitas akan meningkat meskipun perusahaan memiliki tingkat reputasi perusahaan yang tinggi. Hal ini karena manajemen perusahaan tidak berhasil meningkatkan reputasi perusahaan bagi pemilik perusahaan sesuai dengan tujuan manajemen keuangan memaksimalkan nilai perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus mengoreksi kembali prospek kegiatan yang dilaksanakan perusahaan agar lebih produktif. Sehingga para pemegang saham akan merasakan keuntungan yang lebih besar dari biaya modalnya (Riswanti, 2017:67).

Listiandi (2009) dalam Reny (2012) yang menjelaskan bahwa para investor tidak terlalu memperhatikan informasi mengenai reputasi perusahaan ketika ingin berinvestasi di perusahaan. Dalam hal ini investor akan cenderung melihat kinerja perusahaan yang berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba

serta membayarkan deviden atau bagi hasil yang akan diterima oleh investor (Fatchan, 2016).

Tidak berpengaruhnya reputasi perusahaan terhadap profitabilitas pada penelitian ini disebabkan karena reputasi perusahaan bukan satu-satunya faktor yang mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Secara spesifik, (Rivai, 2012:21) menjelaskan bahwa profitabilitas bank dapat dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar bank yang tidak dapat dikendalikan oleh bank, misalnya kondisi perekonomian, kondisi perkembangan pasar, kebijakan pemerintahan, dan peraturan Bank Indonesia. Sedangkan faktor internal adalah faktor yang berasal dari bank itu sendiri, misalnya produk bank, kebijakan suku bunga atau bagi hasil di bank syariah, kualitas layanan, dan reputasi bank.

4.2.1.6 Pengaruh Tidak Langsung Zakat (X1) dan ICSR (X2) Terhadap Profitabilitas (Y) Melalui Reputasi Perusahaan (Z)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis disimpulkan bahwa zakat dan ICSR tidak berpengaruh secara tidak langsung terhadap profitabilitas melalui reputasi perusahaan. Hal ini dibuktikan meskipun adanya pengaruh zakat dan ICSR terhadap profitabilitas, kemudian tidak adanya pengaruh dari reputasi perusahaan terhadap profitabilitas. Di sisi lain untuk hubungan reputasi perusahaan terhadap profitabilitas tidak terjadi pengaruh. Dengan ini tidak memenuhi syarat adanya pengaruh tidak langsung melalui variabel intervening, yaitu harus adanya hubungan antara X ke Z dan Z ke Y. dalam penelitian ini untuk Z ke Y tidak ada pengaruh atau tidak ada hubungan. Berdasarkan

hal ini reputasi perusahaan tidak dapat menaikkan ataupun menurunkan pengaruh antar zakat dan ICSR terhadap profitabilitas di bank Syariah.

Dalam pandangan ajaran Islam, di dalam harta seseorang terdapat harta orang yang lebih membutuhkan yang harus dikeluarkan dalam bentuk zakat, infaq, shodaqoh, untuk keadilan sosial dan pemerataan kesejahteraan. Sementara zakat adalah salah satu bentuk *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitar yang terikat oleh peraturan perundang undangan yang jika tidak dilaksanakan akan mendapatkan sanksi (Khasanah, 2016:53). Penelitian ini juga relevan dengan teori Azheri (2012) yang menyatakan bahwa zakat lebih sering diartikan sebagai tindakan yang lebih mengutamakan moralitas, Sementara zakat termasuk salah satu dari bentuk *Corporate Social Responsibility*. Sehingga dalam melakukan tindakan sosial, bank tidak menggunakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan zakat untuk tujuan mencari keuntungan atau profitabilitas (*Return on Equity/ROE*).

Sidik dan Reskino (2016:76) yang menyebutkan bahwa ICSR tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan yang diukur dengan ROE. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin baik hubungan masyarakat melalui ICSR ternyata tidak mampu meningkatkan profitabilitas perusahaan pada saat reputasi perusahaan tinggi. Ketika *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak tersalurkan dengan maksimal, maka reputasi yang diterima perbankan syariah juga tidak cukup baik. Serta untuk mendapatkan manfaat dari program *Corporate Social Responsibility* yang dijalankan agar dapat membentuk *value* bagi perbankan syariah membutuhkan waktu yang cukup panjang.

Sementara, dalam praktek ICSR dikerjakan dengan tujuan tidak untuk mendapatkan *good will* yang nantinya mempengaruhi investor untuk menanamkan sahamnya di perbankan Syariah. Akan tetapi, tujuan utama dari perbankan Syariah melaksanakan CSR secara Islami yaitu lebih mengedepankan kepentingan bersama dan berkeadilan, serta berdasarkan pada moralitas agama, berfokus pada kepentingan dunia akhirat (Lestari, 2016:26). Sehingga, pendapat ini sesuai dengan tujuan ekonomi Syariah yaitu tidak terfokus pada tujuan utama pada pencapaian keuntungan semata, tetapi juga memperhatikan perannya dalam mensejahterahkan masyarakat. Sehingga, dalam penelitian ini reputasi perusahaan tidak mampu menjadi intervening hubungan antara ICSR dan profitabilitas.

4.3 Kajian Keislaman

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel zakat dan ICSR berpengaruh secara signifikan terhadap reputasi perusahaan. Menurut teori, *Corporate Relation Program* diartikan sebagai pola hubungan baik yang dilaksanakan oleh perusahaan terhadap masyarakat, konsumen dan lingkungan eksternalnya. Hubungan ini berupa dampak yang didapatkan perusahaan karena suatu program dan kebijakan yang telah dikerjakan oleh sebuah perusahaan.

Dalam Al-Qur'an Surat Saba' ayat 39 yang berbunyi sebagai berikut:

قُلْ إِنَّ رَبِّي يَبْسُطُ الرِّزْقَ لِمَنْ يَشَاءُ مِنْ عِبَادِهِ وَيَقْدِرُ لَهُ ۖ وَمَا أَنْفَقْتُمْ مِنْ شَيْءٍ فَهُوَ يُخْلِفُهُ وَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ

Artinya: Katakanlah, “sesungguhnya tuhanku melapangkan rezki bagi siapa yang dikehendaki-Nya di antara hamba-hambanya dan menyempitkan bagi (siapa yang dikehendaki-Nya)”. Dan barang apa saja yang kamu nafkahkan, maka Allah akan menggantinya dan Dia-lah pemberi rezki yang sebaik-baiknya (QS. As-Saba':39).

Ayat ini menjelaskan bahwasanya terdapat keterkaitan hubungan baik antara sesama umat manusia dengan menafkahkan sebagian hartanya. Sehingga Allah akan menggantikan rizki tersebut. Jadi bisa dianalogikan bahwa hubungan baik suatu perusahaan terhadap masyarakat dalam bentuk *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) dapat menaikkan profitabilitas dan melancarkan usaha perusahaan.

Allah SWT berfirman di dalam Al-Quran dalam surat At-Taubah/9:103, yaitu:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَ تُزَكِّيهِمْ بِهَا وَ صَلِّ عَلَيْهِمْ , إِنَّ صَلَوَاتِكَ سَكَنٌ
لَهُمْ, وَ اللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ { ١٠٣ }

Artinya: “Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu memembersihkan dan mensucikan mereka, dan berdo’alah untuk mereka. Sesungguhnya do’a kamu itu (menjadi) ketentraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi maha Mengetahui” (Qs. At-Taubah/9: 103)

Berdasarkan ayat di atas, sudah seharusnya perbankan Syariah selalu menekan dan meningkatkan zakatnya, karena semakin besar pendapatan yang didapatkan maka akan semakin besar pula peluang harta tersebut terkena kotoran sehingga semakin besar pula zakat yang dikeluarkan. Sehingga pendapatan yang didapat akan terhindar dari kotoran-kotoran, sebagaimana fungsi dari zakat itu sendiri yaitu mensucikan harta. Semakin suci harta tersebut maka Allah akan semakin ridha dan semakin besar mencurahkan rahmat-Nya. sehingga sesuai dengan yang disimpulkan dari hasil penelitian ini yang menyatakan bahwa zakat mampu mempengaruhi profitabilitas dan reputasi perusahaan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, mengenai pengaruh zakat dan *Islamic corporate social responsibility* (ICSR) terhadap profitabilitas melalui reputasi perusahaan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Zakat dan *Islamic corporate social responsibility* (ICSR) secara langsung berpengaruh positif signifikan terhadap reputasi perusahaan.
2. Zakat dan *Islamic corporate social responsibility* (ICSR) secara langsung berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas yang diukur menggunakan *Return on Equity*.
3. Hasil pengujian secara tidak langsung antara zakat dan ICSR terhadap profitabilitas dengan reputasi perusahaan sebagai variabel intervening menunjukkan bahwa zakat dan ICSR tidak berpengaruh secara tidak langsung terhadap profitabilitas dengan reputasi perusahaan sebagai variabel intervening. Hal ini terjadi akibat reputasi perusahaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas, meskipun zakat dan ICSR berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel reputasi perusahaan tidak dapat mempengaruhi hubungan antara zakat dan ICSR terhadap profitabilitas pada perbankan Syariah di Indonesia.

5.2 Saran

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan, untuk itu penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Perusahaan diharapkan memberikan perhatian yang serius serta terlibat aktif dalam *Islamic Corporate Social Responsibility* serta lebih konsisten dalam membayar zakat perusahaan sebagai penunjang pembangunan berkelanjutan yang dipercaya dapat meningkatkan profitabilitas dan reputasi perusahaan.

2. Penelitian Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik menggunakan penelitian yang sama, maka diharapkan dapat meneliti pada sektor industri Syariah yang lain. Serta dapat menambahkan variabel-variabel lain dalam penelitian, karena total keragaman data yang dapat dijelaskan oleh model pada penelitian ini sebesar 51,2%, yang artinya masih terdapat variabel lain yang dapat memengaruhi profitabilitas serta reputasi perusahaan

3. DSN-MUI yang menaungi seluruh Dewan Pengawas Syariah (DPS) di Indonesia, agar benar-benar menegakkan prinsip-prinsip syariah kepada seluruh DPS pada masing-masing bank yang diawasi. Sehingga implementasi zakat perusahaan pada bank Syariah di Indonesia dapat ditegakkan dengan adil dan konsisten,

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, Esy Nur. (2015). *Statistik Inferensial Parametrik*. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Alma, Buchari., Priansa, Doni Juni. (2009). *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Almar, M., Rachmawati, R., & Murni, A. (2012). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan. Diperoleh Tanggal 19 April 2019 dari <https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/handle/123456789/2309?>
- Amirah dan Raharjo, Teguh Budi. (2014). Pengaruh Alokasi Dana Zakat terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah. *Seminar Nasional dan Call for Paper ISBN: 978-602-70429-2-6*.
- Arifin, Johan. & Wardani, Eke Ayu. (2016). Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure, Reputasi, dan Kinerja Keuangan: Studi pada bank syariah di Indonesia. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, Vol. 20 No. 1.
- Arikunto, Suharsimin. (1998). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arshad, Roshayani., Othman, Suaini, & Othman, Rohana. (2012). Islamic corporate social responsibility, corporate reputation and performance. *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering*, 6 (4), 643–647.
- Arshad, S., Said, R., Yusoff, H., Haji-Othman, Y., & Ahmad, R. (2014). The relationship between islamic corporate social responsibility and firm's performance: empirical evidence from shari'ah compliant companies. *European Journal of Business and Management*, 6 (36), 161-174.
- Asmaryani, Anis Ulfa. (2017). **Analisis Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Zakat PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Tahun 2009-2016**. *Skripsi* (dipublikasikan). UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Azheri, Busyra. (2012) *Corporate Social Responsibility dari Voluntary Menjadi Mandatory*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Basah A. dan Yusuf M. (2013). Islamic Bank and Corporate Social Responsibility (CSR). *Malaysia: Journal Islamic Management and Business*, vol. 5 no. 11.
- Brammer, S., & Pavellin, S. (2004) Voluntary sosial disclosures by large UK companies. *Business Ethics: A European Review*, 13(2/3), 86-99.

- Branco, M. C., & Rodrigues, L. L. (2006). Communication of corporate social responsibility by Portuguese banks: a legitimacy theory perspective. *Corporate Communications: An International Journal*, 11(3), 232-248.
- Darmawati. (2014). Corporate social responsibility dalam perspektif islam. *Mazahib*, 13(2), 125–138.
- Dowling, Grahame R. (1994). *Corporate Reputations: Strategic for Developing the Corporate Brand*. London: Kogan Page.
- Drever M., Stanton P., McGowan S. (2007). *Contemporary Issues in Accounting*. Australia: John Wiley & Sons.
- Fatchan, Ilham Nuryana. (2016). **Pengaruh corporate governance pada hubungan sustainability report dan nilai perusahaan**. *Skripsi* (dipublikasikan) Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Fauzi, Noor Achmad. (2014). **Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan (Studi pada Bank Umum Syariah Indonesia Tahun 2011-2015)**. *Thesis*. Program Studi Manajemen Keuangan Perbankan Syariah IAIN Surakarta.
- Ghozali, Imam, dan Chairi, Anis. (2007). *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 23*. Cet. ke-delapan. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafidhuddin, Didin. (2007). *Agar Harta Bertambah Berkah*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Haniffa, Roszaini. (2002). Social Reporting Disclosure-An Islamic Perspective. *Indonesian Management & Accounting Research*. 1 (2): 128-146.
- Harpur, Oonagh Mary. (2002). *Corporate Social Responsibility Monitor*. London: Gee Publishing.
- Hasibuan, Malayu. (2006). *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: Penerbit PT. Bumi Aksara.
- Ilmi, Bahrul Muhamaad. (2011). Pengaruh Zakat sebagai Tanggungjawab Sosial Perusahaan terhadap Kinerja Perusahaan pada Bank Syariah di Indonesia (Mandiri Syariah Bank, Mega Syariah Bank and Muamalat Indonesian Bank). *GRADUASI Vol. 26 Edisi November 2011 ISSN 2088 – 6594*.
- Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang. (2002). *Metode Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Penerbit Group.

- Indriastuti M, dan Ifada L.M. (2015). Analisis Sistem Pengukuran Kinerja Perbankan Syariah. 2nd Conference in Business, Accounting and Management, ISSN 2306-9791. Vol.6 No.1 May 2015.
- Khasanah, Anita Nur. (2016). Pengaruh Intellectual Capital dan Islamicity Performance Index terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Nominal vol.5, no.1*.
- Kurniawan, A. dan Suliyanto. (2013). Zakat sebagai Aspek *Tabaru* dan Pengungkapan *Islamic Social Reporting* terhadap Kinerja Keuangan: Sebuah Agenda Penelitian. *Journal and Proceeding FEB UNSOED ISBN: 1829-6467. Vol 18, No 2*.
- Lako, Andreas. (2014). *Green Economy Menghijaukan Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi*. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, Anci. (2018). **Analisis Pengaruh ICSR (Islamic Corporate Social Responsibility) Dan Zakat Terhadap Reputasi Dan Profitabilitas Perusahaan**. *Skripsi* (dipublikasikan). Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Lestari, Puji. (2013). Determinants of Islamic Social Reporting in Syariah Banks: Case of Indonesia. *International Journal of Business and Management Invention*, 2 (10), 28-34.
- Louisot, Jean-Paul dan Jenny Rayner. *Managing Risk to Reputation: From Theory to Practice*". Diperoleh Tanggal 25 Maret 2019 dari laman: www.risk2reputation.com/files/managing_risk_to_reputation_from_theory_to_practice.pdf.
- Mansur, Syuhada. (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.
- Mahyar, F. (2014). Pengaruh zakat sebagai tanggung jawab sosial perusahaan terhadap kinerja perusahaan pada bank bni syariah dan bri syariah 2011- 2013. Diperoleh tanggal 21 Februari 2019 dari http://etd.unsyiah.ac.id/index.php?p=show_detail&id=12862.
- Mosaid, Fadma El. dan Boutti, Rachid. (2012). Relationship between Corporate Social Responsibility and Financial Performance in Islamic Banking. *Research Journal of Finance and Accounting ISSN 2222-1697 (Paper) ISSN 2222- 2847 (Online) Vol 3, No 10, 2012*.
- Muhammad. (2004). *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN.
- Muhammad. (2015). *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Othman, Rohana, Thani, Azlan Md. E.K. Ghani. (2009). Determinants of Islamic Social Reporting Among Top Shariah-Approved Companies in Bursa Malaysia. *Research Journal of International Studies*. Vol. 12

- Putri, D. (2014). **Hubungan antara CSR dan kinerja keuangan industri keuangan syariah di Indonesia**. *Thesis*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Qardawi. Yusuf. (2007). *Hukum Zakat* (Salman Harun, Didin Hafidhuddin dan Hassanuddin, Penerjemah). Jakarta: Pustaka Litera Antar Nusa.
- Reny, D. (2012). **Pengaruh good corporate governance dan pengungkapan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan (studi empiris pada perusahaan yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2007-2010)**. *Skripsi* (dipublikasikan), Universitas Negeri Yogyakarta.
- Rhamadhani, Rika Febby. (2016). Pengaruh zakat terhadap kinerja perusahaan (studi empiris pada bank umum syariah di indonesia). *Jurnal Studia Islamika*, 13(2), 344–361.
- Riswanti. (2017). **Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility, Kinerja Lingkungan terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan (studi kasus pada bank umum syariah tahun 2011-2015)**. *Skripsi* (dipublikasikan). Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Riyanti, E. (2006). **Analisis Aplikasi Metode Perhitungan Zakat Perusahaan, Studi Kasus pada PD Lisha Mart**. *Skripsi* (dipublikasikan). Prodi Akuntansi Syariah STIE SEBI, Jakarta.
- Rivai, Veithzal, dkk, (2012). “*Bank and Finance: Dari Teori Ke Praktik Bank dan Keuangan Syariah Sebagai Solusi Dan Bukan Alternatif*”. Yogyakarta: BPF.
- Sartono, Agus. (2001). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: BPEF.
- Satria, Emerald Dany. (2013). **Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan**. *Skripsi* (dipublikasikan). Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang.
- Septiana, R.A. dan DP, E.N. (2012). Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Listing di BEI 2007 s.d 2009). *Pekbis Jurnal*, Vol.4, No.2, Juli 2012: 71-84.
- Sidik, Ichwan. dan Reskino. (2016). Pengaruh Zakat dan ICSR terhadap Reputasi dan Kinerja. Simposium Nasional Akuntansi XIX, Lampung, 2016.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2010). *Uji Khi Kuadrat dan Regresi untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Triatmodjo, H.M. (2009). **Pengaruh economic value added dan profitabilitas perusahaan return pemegang saham**. Tesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Trisnawati, Rina. (2012). Pengukuran tanggung jawab sosial perusahaan perbankan syariah di Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Audit Indonesia*, 16, 103-121.

Wardani, E.A. (2015). Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Reputasi Perusahaan dan Kinerja Keuangan Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XVIII*.

Wijaya, Antony dan Linawati, Nanik. (2015). Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Finesta*, 3(1), 46-51.

Yaya, Rizal, Aji Erlangga Martawireja dan Ahim Abdurahim. (2014). *Akuntansi Perbankan Syariah: Teori dan Praktik Kontemporer (Berdasarkan PAPSI 2013)*. Jakarta: Salemba Empat.

Sumber Informasi Lainnya:

OJK. (2017). Laporan Perkembangan Perbankan dan Keuangan Syariah 2017. Diambil 07 maret 2019, dari <http://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Laporan-Perkembangan-Perbankan-dan-Keuangan-Syariah-2016.aspx>

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2012 tentang Perseroan Terbatas.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan.

www.bmi.co.id. Laporan tahunan bank Muamalat Indonesia tahun 2013-2017. Diakses tanggal 07 Februari 2019

www.bnisyariah.co.id. Laporan tahunan BNI Syariah tahun 2013-2017. Diakses tanggal 07 Februari 2019

www.syariahmandiri.co.id. Laporan tahunan BSM tahun 2013-2017. Diakses tanggal 07 Februari 2019

www.brisyariah.co.id. Laporan tahunan bank BRI Syariah tahun 2013-2017. Diakses tanggal 07 Februari 2019

www.megasyariah.co.id. Laporan tahunan bank Mega Syariah tahun 2013-2017. Diakses tanggal 07 Februari 2019

www.bjbsyariah.co.id. Laporan tahunan BJB Syariah tahun 2013-2017. Diakses tanggal 07 Februari 2019

<http://pusat.baznas.go.id/>, diakses 10 Desember 2018 pukul 10:25, dari <http://pusat.baznas.go.id/perpu/UndangUndang%20No%2021%20Tahun%202011%20tentang%20Pengelolaan%20Zakat.pdf>.

Lampiran 1

DATA MENTAH PENELITIAN

No	Nama Bank	Tahun	Variabel			
			Zakat	ICSR	ROE	Reputasi
1	BMI	2013	11.896.166.480	66.67	32.87	68.18
2	BSM		22.662.472.354	73.81	44.58	36.36
3	BRIS		3.239.113.000	57.14	10.2	22.17
4	BNIS		2.936.550.000	61.9	9.65	72.72
5	BMS		3.738.498.820	47.62	26.23	36.36
6	BJBS		707.895.925	50	4.65	36.36
7	BMI	2014	1.429.334.110	64.29	2.13	72.72
8	BSM		2.750.000.000	66.67	1.49	54.54
9	BRIS		164.425.000	64.29	0.44	36.36
10	BNIS		4.081.275.000	64.29	13.98	81.81
11	BMS		582.975.000	50	2.5	22.27
12	BJBS		542.555.950	50	3.73	45.45
13	BMI	2015	1.862.305.110	64.29	2.78	77.27
14	BSM		9.592.982.099	66.67	5.92	68.18
15	BRIS		3.065.925.000	54.77	6.33	45.45
16	BNIS		5.713.125.000	61.9	11.39	86.36
17	BMS		418.175.000	50	1.61	36.36
18	BJBS		181.967.475	52.38	0.92	40.9
19	BMI	2016	2.012.777.110	59.52	3	90.9
20	BSM		11.146.263.639	66.67	5.81	72.72
21	BRIS		4.255.225.000	59.52	7.4	59.09
22	BNIS		6.925.000.000	61.9	11.94	95.45
23	BMS		2.768.225.000	50	11.97	86.36
24	BJBS		103.678.551	54.77	-49.05	50
25	BMI	2017	65.288.907	59.52	0.87	95.45
26	BSM		11.750.000.000	69.04	5.72	81.81
27	BRIS		2.527.275.000	59.52	4.1	68.18
28	BNIS		7.675.000.000	66.67	11.42	72.72
29	BMS		1.813.875.000	54.77	6.75	81.81
30	BJBS		95.857.000	54.77	-58.35	59.09

Lampiran 2

Tabel ISR indeks

No	Indikator	Keterangan
A	Pendanaan dan Investasi	
1.	<i>Riba</i>	Aktivitas yang tidak sesuai dengan syariah Islam meliputi pendapatan non halal yang didapat dari pendapatan maupun beban bunga pada bank konvensional
2.	<i>Gharar</i>	Identifikasi aktivitas yang mengandung <i>gharar</i> . Aktivitas yang mengandung ketidakpastian antara dua belah pihak yang bertransaksi
3.	Kewajiban atas keterlambatan pembayaran piutang dan penghapusan piutang tak tertagih	Kebijakan dalam mengatasi keterlambatan pembayaran oleh insolvent clients.
4.	Current Value Balance Sheet (CVBS)	CVBS sebagai pengganti Balance Sheet.
5.	Value Added Statement (VAS)	VAS sebagai pengganti Income Statement.
B	Produk dan Jasa	
6.	Produk yang ramah lingkungan	Dalam konteks perbankan, bisnis hijau di persepsikan dengan penyaluran kredit yang ramah lingkungan atau dikenal dengan istilah kredit hijau (green lending). Kredit hijau dapat diartikan sebagai fasilitas pinjaman dari lembaga keuangan kepada debitor yang bergerak di sektor bisnis yang tidak berdampak pada penurunan kualitas lingkungan maupun kondisi sosial masyarakat.
7.	Status kehalalan produk	Menjelaskan tiap-tiap produk baik produk pembiayaan maupun pendanaan yang ditawarkan.
8.	Kualitas dan keamanan suatu produk	Di bank, produk perbankan bisa berupa penjelasan akurat tentang produk mereka.
9.	Keluhan konsumen/indikator yang tidak terpenuhi dalam peraturan dan kode sukarela (jika ada)	Pengaduan yang disebabkan oleh ketidakpuasan pelanggan akan pelayanan dan kejadian yang terjadi karena ketidaktaatan pelanggan seperti keterlambatan dalam pembayaran serta denda yang dibebankan kepada nasabah sebagai biaya tunggakan.
C	Karyawan	
10.	Sifat pekerjaan	Gambaran mengenai lingkungan pekerjaan dalam perusahaan, meliputi jumlah pekerja serta kebijakan untuk para karyawan Sifat pekerjaan, jam kerja per hari, cuti kesehatan, tahunan dan kesejahteraan, gaji, dan lain- lain.
11.	Pendidikan dan pelatihan/pengembangan sumber daya manusia	Program pendidikan serta kepelatihan yang ditujukan karyawan yang bertujuan untuk mengembangkan potensi, serta jenjang karir karyawan.

12.	Kesempatan yang sama	Kesempatan yang sama, tidak memandang siapa dia, yang penting kalau kerjanya baik, maka dia dapat diterima dan bekerja di perusahaan tersebut. Karyawan memperoleh kesempatan yang sama untuk mendapatkan reward, punishment, kepelatihan serta pengembangan karir.
13.	Keterlibatan karyawan	Keterlibatan karyawan dalam suatu pekerjaan. Misalnya: mengambil keputusan di perusahaan saham harus meminta pendapat/persetujuan dari pemegang saham yang lain, yang notabene banyak pemegang sahamnya.
14.	Kesehatan dan keselamatan kerja	Kebijakan perusahaan dalam menjamin kesehatan dan keselamatan kerja untuk karyawan
15.	Lingkungan kerja	Gambaran mengenai lingkungan tempat bekerja untuk karyawan.
16.	Karyawan khusus kelompok lain (cacat, mantan narapidana, mantan pecandu narkoba)	Pekerjaan khusus lainnya- kelompok tertentu (yaitu cacat, mantan narapidana, mantan pecandu narkoba).
17.	Eselon yang lebih tinggi di perusahaan melakukan shalat berjamaah dengan para manajer tingkat yang lebih rendah dan menengah	Pejabat tinggi di perusahaan melaksanakan shalat berjamaah dengan manajer tingkat bawah dan menengah.
18.	Karyawan muslim diizinkan untuk melakukan shalat wajib mereka selama waktu dan puasa tertentu ramadhan pada hari kerja mereka	Karyawan muslim diperbolehkan untuk melakukan shalat wajib mereka selama waktu tertentu dan puasa selama bulan Ramadhan pada hari kerja mereka.
19.	Tempat yang tepat ibadah bagi karyawan	Tempat yang layak untuk ibadah bagi karyawan.
D	Masyarakat	
20.	Saddaqah/ donasi	Shadaqah ialah segala bentuk nilai kebajikan yang tidak terikat oleh jumlah, waktu dan juga yang tidak terbatas pada materi tetapi juga dapat dalam bentuk non-materi.
21.	<i>Wakaf</i>	Waqaf diartikan sebagai penahanan hak milik atas materi benda (<i>al- 'ain</i>) untuk tujuan menyedekahkan manfaat atau faedahnya (<i>al-manfa'ah</i>).
22.	<i>Qardhassan</i>	<i>Benevolence loan</i> , suatu pinjaman yang diberikan atas dasar kewajiban sosial semata, dalam hal ini si peminjam tidak dituntut untuk mengembalikan apapun kecuali pinjaman, sifatnya tidak memberi keuntungan finansial.
23.	Biaya sukarela	Karyawan sukarelawan, berkaitan dengan kegiatan sosial, ketika perusahaan tersebut melakukan kegiatan sosial maka secara otomatis karyawannya ikut terlibat dalam kegiatan sosial tersebut.

24.	Pendidikan	Memberikan bantuan dalam bentuk finansial maupun non finansial untuk menunjang sarana dan prasarana dibidang Pendidikan
25.	Lulusan kerja	Lulusan kerja, misalnya dari D3, S1, S2, S3, atau yang lainnya.
26.	Generasi muda	Berkaitan dengan pengembangan generasi muda.
27.	Kemiskinan	Masyarakat kurang mampu.
28.	Kepedulian anak	Perlindungan atau pemeliharaan anak.
29.	Amal/hadiah/kegiatan sosial	Aktivitas sosial, misalnya bantuan bencana alam, penyaluran dana zakat, shadaqah, dan lain-lain.
30.	Mensponsori kesehatan masyarakat/proyek rekreasi/acara budaya	Mensponsori acara/kegiatan kesehatan masyarakat, proyek rekreasi, olahraga, event budaya, dan lain-lain.
E	Lingkungan	
31.	Konservasi lingkungan	Perlindungan atau pemeliharaan alam / lingkungan.
32.	Satwa liar yang terancam punah	Berkaitan dengan satwa liar yang terancam punah (margasatwa).
33.	Pencemaran lingkungan	Melakukan kegiatan serta upaya dalam mengurangi maupun membasmi polusi di lingkungan sekitar
34.	Pendidikan lingkungan	Berkaitan dengan pendidikan tentang lingkungan.
35.	Produk lingkungan/proses yang terkait	Hubungan produk terhadap lingkungan.
36.	Audit lingkungan/ Pernyataan verifikasi independen/pemerintahan	Memberikan penilaian serta upaya yang dapat dilakukan untuk menjaga kelestarian lingkungan hidup.
37.	Sistem manajemen lingkungan / kebijakan	Kebijakan manajemen dalam menjaga kelestarian lingkungan.
F	Tata kelola perusahaan	
38.	Status kepatuhan syariah	Status kepatuhan syariah, pernyataan dari Dewan Pengawas Syariah.
39.	Struktur kepemilikan	Struktur kepemilikan/pemegang saham.
40.	Papan struktur	Struktur direksi.
41.	Kegiatan terlarang	Pernyataan kegiatan dilarang, seperti praktek monopoli, penimbunan barang yang dibutuhkan, manipulasi harga, praktik bisnis penipuan, perjudian.
42.	Kebijakan anti-korupsi	Uraian mengenai adanya kebijakan anti pencucian kebijakan anti-korupsi uang dan praktik menyimpang lainnya.

Indeks GRI

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

	Sub-Kategori: Masyarakat
	Aspek: Anti-korupsi
SO4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan & prosedur anti-korupsi.
SO5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil.
	Aspek: Kebijakan Publik
SO6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/penerima manfaat.
	Aspek: Anti Persaingan
	Aspek: Kepatuhan
SO8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan.
	Sub-Kategori: Tanggung Jawab Atas Produk
	Aspek: Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan
PR1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan yang dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan.
	Aspek: Pelabelan Produk dan Jasa
PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis.
PR5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan.
	Aspek: Privasi Pelanggan
PR8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan.

Lampiran 3: Hasil Output SPSS

HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	30	11.97	25.30	21.2012	2.44483
X2	30	47.62	73.81	57.6880	7.77061
Y	30	-58.35	44.58	2.4266	18.31707
Z	30	27.27	95.45	58.7977	22.01277
Valid N (listwise)	30				

HASIL UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	18.40309099
Most Extreme Differences	Absolute	.090
	Positive	.090
	Negative	-.088
Kolmogorov-Smirnov Z		.605
Asymp. Sig. (2-tailed)		.858

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	10.34111257
Most Extreme Differences	Absolute	.178
	Positive	.098
	Negative	-.178
Kolmogorov-Smirnov Z		1.194
Asymp. Sig. (2-tailed)		.116

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

HASIL UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	11.397	1.895		1.032	.308		
	X1	.793	.165	.471	3.114	.033	.995	1.005
	X2	.696	.359	.539	4.157	.000	.995	1.005

a. Dependent Variable: Z

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	22.551	5.776	4.731	.000			
	X1	.947	.758	.236	6.214	.000	.991	1.009
	X2	.893	.444	.332	3.104	.042	.705	1.418
	Z	.153	.161	.150	.951	.347	.708	1.412

a. Dependent Variable: Y

HASIL UJI AUTOKORELASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.540 ^a	.292	.258	18.32067	1.645

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Z

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.825 ^a	.681	.650	10.82994	2.325

a. Predictors: (Constant), Z, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS

Correlations

		X1	X2	Abs_Res
X1	Correlation Coefficient	1.000	.062**	.240
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.113
	N	30	30	30
Spearman's rho X2	Correlation Coefficient	.062**	1.000	.107
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.483
	N	30	30	30
Abs_Res	Correlation Coefficient	.240	.107	1.000
	Sig. (2-tailed)	.113	.483	.
	N	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		X1	X2	Z	Abs_Res
X1	Correlation Coefficient	1.000	.256**	.357*	.053
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.035	.764
	N	30	30	30	30
X2	Correlation Coefficient	.256**	1.000	.465**	.033
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.005	.850
	N	30	30	30	30
Spearman's rho Z	Correlation Coefficient	.357*	.465**	1.000	.005
	Sig. (2-tailed)	.035	.005	.	.976
	N	30	30	30	30
Abs_Res	Correlation Coefficient	.053	.033	.005	1.000
	Sig. (2-tailed)	.764	.850	.976	.
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

HASIL UJI PATH (jalur)

UJI 1

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.540 ^a	.292	.258	18.32067

a. Predictors: (Constant), X2 (ICSR), X1 (Zakat)

b. Dependent Variable: Z

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5804.669	2	2902.335	8.647	.001 ^b
	Residual	14097.169	27	335.647		
	Total	19901.838	29			

a. Dependent Variable: Z (Reputasi)

b. Predictors: (Constant), X2 (ICSR), X1 (Zakat)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.397	1.895		1.032	.308
	X1 (Zakat)	.793	.165	.471	3.114	.033
	X2 (ICSR)	.696	.359	.539	4.157	.000

a. Dependent Variable: Z

UJI 2

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.825 ^a	.681	.650	10.82994

a. Predictors: (Constant), Z (Reputasi), X1 (Zakat), X2 (ICSR)

b. Dependent Variable: Y (ROE)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5706.280	3	1902.093	5.233	.004 ^b
	Residual	14901.645	26	363.455		
	Total	20607.926	29			

a. Dependent Variable: Y (ROE)

b. Predictors: (Constant), Z (Reputasi), X1 (Zakat), X2 (ICSR)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.551	5.776		4.731	.000
	X1	.947	.758	.236	6.214	.000
	X2	.893	.444	.332	3.104	.042
	Z	.153	.161	.150	.951	.347

a. Dependent Variable: Y (ROE)

Lampiran 4

DATA PENGUNGKAPAN ICSR

CSR Tahun 2013						
Kategori	BMI	BSM	BRIS	BNIS	BMS	BJBS
A	Pendanaan dan Investasi					
1	1	1	1	1	1	1
2	0	0	0	0	0	0
3	1	1	1	1	0	1
4	0	0	0	0	0	0
5	0	0	0	0	0	0
B	Produk dan Jasa					
6	0	1	0	0	0	0
7	1	1	1	1	1	1
8	1	1	1	1	1	1
9	1	1	1	1	0	1
C	Karyawan					
10	1	1	1	1	1	1
11	1	1	1	1	1	1
12	1	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	1	1
14	1	1	0	1	0	0
15	1	1	0	1	0	0
16	0	0	0	0	0	0
17	0	0	0	0	0	0
18	0	0	0	0	0	0
19	0	0	0	0	0	0
D	Masyarakat					
20	1	1	1	1	1	1
21	0	1	0	0	0	1
22	1	1	1	1	1	1
23	1	1	1	1	1	1
24	1	1	1	1	1	1
25	1	1	1	0	1	0
26	0	1	0	0	0	0
27	1	1	1	1	1	0
28	1	1	1	1	1	1
29	1	1	1	1	1	1
30	1	1	1	1	0	0
E						
31	1	1	0	1	0	0
32	0	0	0	0	0	0
33	1	1	1	0	0	0
34	1	0	0	0	0	0
35	0	1	0	1	0	0
36	0	0	0	0	0	0
37	0	0	0	0	0	0
F	Tata Kelola Perusahaan					
38	1	1	1	1	1	1
39	1	1	1	1	1	1
40	1	1	1	1	1	1
41	1	1	1	1	1	1
42	1	1	1	1	1	1
jumlah	28	31	24	26	20	21
CSR	0.67	0.74	0.57	0.62	0.48	0.5
Persentase	66.67	73.81	57.14	61.9	47.62	50

CSR Tahun 2014						
Kategori	BMI	BSM	BRIS	BNIS	BMS	BJBS
A	Pendanaan dan Investasi					
1	1	1	1	1	1	1
2	0	0	0	0	0	0
3	1	1	1	1	1	1
4	0	0	0	0	0	0
5	0	0	0	0	0	0
B	Produk dan Jasa					
6	0	1	0	0	0	0
7	1	1	1	1	1	1
8	1	1	1	1	1	1
9	1	1	1	1	0	1
C	Karyawan					
10	1	1	1	1	1	1
11	1	1	1	1	1	1
12	1	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	1	1
14	1	1	0	1	0	0
15	0	1	0	1	0	0
16	0	0	0	0	0	0
17	0	0	0	0	0	0
18	0	0	0	0	0	0
19	0	0	0	0	0	0
D	Masyarakat					
20	1	1	1	1	1	1
21	0	0	0	0	0	1
22	1	1	1	1	1	1
23	1	1	1	1	1	1
24	1	1	1	1	1	1
25	0	0	1	0	0	0
26	1	1	1	1	0	0
27	1	1	1	1	1	0
28	1	1	1	1	1	1
29	1	1	1	1	1	1
30	1	1	1	1	1	0
E	Lingkungan					
31	1	1	1	1	0	0
32	0	0	0	0	0	0
33	1	1	1	0	0	0
34	0	0	0	0	0	0
35	1	0	1	1	0	0
36	0	0	0	0	0	0
37	0	0	0	0	0	0
F	Tata Kelola Perusahaan					
38	1	1	1	1	1	1
39	1	1	1	1	1	1
40	1	1	1	1	1	1
41	1	1	1	1	1	1
42	1	1	1	1	1	1
jumlah	27	28	27	27	21	21
CSR	0.64	0.67	0.64	0.64	0.5	0.5
Persentase	64.29	66.67	64.29	64.29	50	50

CSR Tahun 2015						
Kategori	BMI	BSM	BRIS	BNIS	BMS	BJBS
A	Pendanaan dan Investasi					
1	1	1	1	1	1	1
2	0	0	0	0	0	0
3	1	1	0	0	1	1
4	0	0	0	0	0	0
5	0	0	0	0	0	0
B	Produk dan Jasa					
6	0	1	0	0	0	0
7	1	1	1	1	1	1
8	1	1	1	1	1	1
9	1	1	0	1	0	1
C	Karyawan					
10	1	1	1	1	1	1
11	1	1	1	1	1	1
12	1	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	1	1
14	1	1	1	1	0	0
15	1	1	0	1	0	0
16	0	0	0	0	0	0
17	0	0	0	0	0	0
18	0	0	0	0	0	0
19	0	0	0	0	0	0
D	Masyarakat					
20	1	1	1	1	1	1
21	0	0	0	1	0	1
22	1	1	1	1	1	1
23	1	1	1	1	1	1
24	1	1	1	1	1	1
25	1	1	1	0	0	0
26	0	0	1	1	0	0
27	1	1	1	1	1	0
28	1	1	1	1	1	1
29	1	1	1	1	1	1
30	1	1	1	1	1	1
E	Lingkungan					
31	1	0	0	0	0	0
32	0	0	0	0	0	0
33	0	1	0	0	0	0
34	0	0	0	0	0	0
35	1	1	0	1	0	0
36	0	0	0	0	0	0
37	0	0	0	0	0	0
F	Tata Kelola Perusahaan					
38	1	1	1	1	1	1
39	1	1	1	1	1	1
40	1	1	1	1	1	1
41	1	1	1	1	1	1
42	1	1	1	1	1	1
jumlah	27	28	23	26	21	22
CSR	0.64	0.67	0.55	0.62	0.5	0.52
Persentase	64.29	66.67	54.77	61.9	50	52.38

CSR Tahun 2016						
Kategori	BMI	BSM	BRIS	BNIS	BMS	BJBS
A	Pendanaan dan Investasi					
1	1	1	1	1	1	1
2	0	0	0	0	0	0
3	1	1	1	0	1	1
4	0	0	0	0	0	0
5	0	0	0	0	0	0
B	Produk dan Jasa					
6	0	1	0	0	0	0
7	1	1	1	1	1	1
8	1	1	1	1	1	1
9	1	1	1	1	1	0
C	Karyawan					
10	1	1	1	1	1	1
11	1	1	1	1	1	1
12	1	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	1	1
14	1	1	1	1	1	1
15	1	1	1	1	1	1
16	0	0	0	0	0	0
17	0	0	0	0	0	0
18	0	0	0	0	0	0
19	0	0	0	0	0	0
D	Masyarakat					
20	1	1	1	1	0	1
21	0	0	0	0	0	0
22	1	1	1	1	1	1
23	1	1	1	1	1	1
24	1	0	1	1	1	1
25	0	1	0	0	0	0
26	1	1	0	1	0	0
27	1	1	1	1	0	1
28	1	1	1	1	0	1
29	1	1	1	1	1	1
30	1	1	1	1	1	1
E	Lingkungan					
31	0	0	1	1	0	0
32	0	0	0	0	0	0
33	0	1	0	0	0	0
34	0	0	0	0	0	0
35	0	1	0	1	0	0
36	0	0	0	0	0	0
37	0	0	0	0	0	0
F	Tata Kelola Perusahaan					
38	1	1	1	1	1	1
39	1	1	1	1	1	1
40	1	1	1	1	1	1
41	1	1	1	1	1	1
42	1	1	1	1	1	1
jumlah	25	28	25	26	21	23
CSR	0.6	0.67	0.6	0.62	0.5	0.55
Persentase	59.52	66.67	59.52	61.9	50	54.77

CSR Tahun 2017						
Kategori	BMI	BSM	BRIS	BNIS	BMS	BJBS
A	Pendanaan dan Investasi					
1	1	1	1	1	1	1
2	0	0	0	0	0	0
3	1	1	1	0	0	1
4	0	0	0	0	0	0
5	0	0	0	0	0	0
B	Produk dan Jasa					
6	0	1	0	1	0	0
7	1	1	1	1	1	1
8	1	1	1	1	1	1
9	1	1	1	1	1	0
C	Karyawan					
10	1	1	1	1	1	1
11	1	1	1	1	1	1
12	1	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	1	1
14	1	1	1	1	1	1
15	1	1	1	1	1	1
16	0	0	0	0	0	0
17	0	0	0	0	0	0
18	0	0	0	0	0	0
19	0	0	0	0	0	0
D						
20	1	1	1	1	1	1
21	0	0	0	0	0	0
22	1	1	1	1	1	1
23	1	1	1	1	1	1
24	1	1	1	1	1	1
25	0	1	0	0	0	0
26	1	1	0	1	0	0
27	1	1	1	1	1	1
28	1	1	1	1	1	1
29	1	1	1	1	1	1
30	1	1	1	1	1	1
E	Lingkungan					
31	0	0	1	1	0	0
32	0	0	0	0	0	0
33	0	1	0	1	0	0
34	0	0	0	0	0	0
35	0	1	0	1	0	0
36	0	0	0	0	0	0
37	0	0	0	0	0	0
F	Tata Kelola Perusahaan					
38	1	1	1	1	1	1
39	1	1	1	1	1	1
40	1	1	1	1	1	1
41	1	1	1	1	1	1
42	1	1	1	1	1	1
jumlah	25	29	25	28	23	23
CSR	0.6	0.69	0.6	0.67	0.55	0.55
Persentase	59.52	69.04	59.52	66.67	54.77	54.77

Lampiran 5

DATA GRI

REPUTASI TAHUN 2013						
Kategori	BMI	BSM	BRIS	BNIS	BMS	BJBS
aspek ekonomi						
EC1	1	1	1	1	1	1
EC2	0	0	0	1	0	0
EC4	1	0	0	1	0	0
EC7	1	1	0	1	0	0
EC8	1	1	1	1	1	1
praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja						
LA1	1	1	1	1	1	1
LA2	1	1	1	1	1	1
LA5	1	1	1	1	1	1
LA8	1	0	0	1	1	1
LA10	1	0	0	1	0	0
LA11	1	0	0	1	0	0
LA12	0	0	0	0	0	0
LA13	0	0	0	1	0	0
LA16	0	0	0	0	0	0
Masyarakat						
SO4	1	1	1	1	1	0
SO5	0	0	0	0	0	1
SO6	0	0	0	0	1	0
SO8	0	0	0	0	0	1
tanggung jawab atas produk						
PR1	1	1	0	1	0	0
PR3	1	0	0	1	0	0
PR5	1	0	0	1	0	0
PR8	1	0	0	1	0	0
jumlah	15	8	6	17	8	8
rep	0.6818	0.3636	0.2727	0.7727	0.3636	0.3636
Persentase	68.18	36.36	27.27	77.27	36.36	36.36

REPUTASI TAHUN 2014						
Kategori	BMI	BSM	BRIS	BNIS	BMS	BJBS
aspek ekonomi						
EC1	1	1	1	1	1	1
EC2	0	0	0	0	0	0
EC4	1	1	0	1	0	1
EC7	1	1	0	1	0	0
EC8	1	1	1	1	1	1
praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja						
LA1	1	1	1	1	1	1
LA2	1	1	1	1	1	1
LA5	1	1	1	1	1	1
LA8	1	1	0	1	0	1
LA10	1	0	0	1	0	0
LA11	1	0	0	1	0	0
LA12	0	0	0	0	0	0
LA13	0	0	0	0	0	0
LA16	0	0	0	0	0	0
Masyarakat						
SO4	1	1	1	1	1	1
SO5	0	0	0	1	0	1
SO6	1	1	1	1	0	1
SO8	1	1	1	1	0	1
tanggung jawab atas produk						
PR1	1	1	0	1	0	0
PR3	1	0	0	1	0	0
PR5	1	0	0	1	0	0
PR8	1	0	0	1	0	0
jumlah	17	12	8	18	6	11
rep	0.7712	0.5454	0.3636	0.8181	0.2727	0.5
Persentase	77.27	54.54	36.36	81.81	27.27	50

REPUTASI TAHUN 2015						
Kategori	BMI	BSM	BRIS	BNIS	BMS	BJBS
aspek ekonomi						
EC1	1	1	1	1	1	1
EC2	0	0	0	0	0	0
EC4	1	1	1	1	0	1
EC7	1	1	0	1	0	0
EC8	1	1	1	1	1	1
praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja						
LA1	1	1	1	1	1	1
LA2	1	1	1	1	1	1
LA5	1	1	1	1	1	1
LA8	1	1	1	1	1	1
LA10	1	1	0	1	0	0
LA11	1	1	0	1	0	0
LA12	0	0	0	1	0	0
LA13	0	0	0	0	0	0
LA16	0	0	0	0	0	0
Masyarakat						
SO4	1	1	1	1	1	1
SO5	0	1	0	1	0	0
SO6	1	1	1	1	1	0
SO8	1	1	1	1	1	1
tanggung jawab atas produk						
PR1	1	1	0	1	0	0
PR3	1	0	0	1	0	0
PR5	1	0	0	1	0	0
PR8	1	0	0	1	0	0
jumlah	17	15	10	19	8	9
rep	0.7727	0.6818	0.4545	0.8636	0.3636	0.409
Persentase	77.27	68.18	45.45	86.36	36.36	40.9

REPUTASI TAHUN 2016						
Kategori	BMI	BSM	BRIS	BNIS	BMS	BJBS
	aspek ekonomi					
EC1	1	1	1	1	1	1
EC2	0	0	0	0	0	0
EC4	1	1	1	1	1	1
EC7	1	1	0	1	1	0
EC8	1	1	1	1	1	1
	praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja					
LA1	1	1	1	1	1	1
LA2	1	1	1	1	1	1
LA5	1	1	1	1	1	1
LA8	1	1	1	1	1	1
LA10	1	1	1	1	1	0
LA11	1	1	1	1	1	0
LA12	1	0	0	1	1	0
LA13	1	0	0	1	1	0
LA16	1	0	0	1	1	0
	Masyarakat					
SO4	1	1	1	1	1	1
SO5	1	1	0	1	1	1
SO6	0	1	1	1	1	1
SO8	1	1	1	1	1	1
	tanggung jawab atas produk					
PR1	1	1	0	1	1	0
PR3	1	0	0	1	0	0
PR5	1	1	1	1	1	0
PR8	1	0	0	1	0	0
jumlah	20	16	13	21	19	11
rep	0.909	0.7272	0.5909	0.9545	0.8636	0.5
Persentase	90.9	72.72	59.09	95.45	86.36	50

REPUTASI TAHUN 2017						
Kategori	BMI	BSM	BRIS	BNIS	BMS	BJBS
	aspek ekonomi					
EC1	1	1	1	1	1	1
EC2	0	0	0	0	0	0
EC4	1	1	1	1	1	1
EC7	1	1	1	1	1	1
EC8	1	1	1	1	1	1
	praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja					
LA1	1	1	1	1	1	1
LA2	1	1	1	1	1	1
LA5	1	1	1	1	1	1
LA8	1	1	1	1	1	1
LA10	1	1	1	1	1	1
LA11	1	1	1	1	1	0
LA12	1	1	0	1	1	0
LA13	1	0	0	0	0	0
LA16	1	0	0	0	0	0
	Masyarakat					
SO4	1	1	1	1	1	1
SO5	1	1	0	0	1	1
SO6	1	1	1	1	1	1
SO8	1	1	1	1	1	1
	tanggung jawab atas produk					
PR1	1	1	1	1	1	0
PR3	1	1	0	0	0	0
PR5	1	1	1	1	1	0
PR8	1	0	0	0	1	0
jumlah	21	18	15	16	18	13
rep	0.9545	0.8181	0.6818	0.7272	0.8181	0.5909
Persentase	95.45	81.81	68.18	72.72	81.81	59.09

Lampiran 6

Potensi Zakat BUS di Indonesia

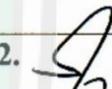
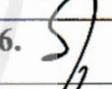
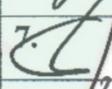
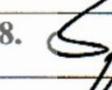
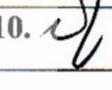
		2,5% dari Laba perusahaan (dalam '000.000')				
Kode Bank	Thn berdiri	2013	2014	2015	2016	2017
BMI	1992	11.896	1.429	1.862	2.012	652
BSM	1999	22.662	2.750	9.592	11.146	11.750
BRIS	2008	3.239	164	3.065	4.225	2.527
BNIS	2010	2.936	4.081	5.713	6.925	7.675
BMS	2004	3.738	582	418	2.768	1.813
BJBS	2010	707	542	181	103	95
BCAS	2010	419	437	-	-	-
BPS	2009	-	2.455	1.933	712	(rugi)
BSB	2008	681	319	-	(rugi)	-
BVS	2010	123	(rugi)	(rugi)	(rugi)	-
BTPNS	2014	-	3.111	-	-	-
MBS	2010	1.480	1.916	-	-	-
BAS	2016	-	-	-	-	-
TOTAL		47.881	17.786	22.764	27.891	23.925

Realisasi Zakat Bank Umum Syariah di Indonesia

Kode Bank	Kode 1: bayar zakat		Kode 0: tidak bayar zakat		2017	Predikat
	2013	2014	2015	2016		
BMI	1	1	1	1	1	Tertib
BSM	1	1	1	1	1	Tertib
BRIS	1	1	1	1	1	Tertib
BNIS	1	1	1	1	1	Tertib
BMS	1	1	1	1	1	Tertib
BJBS	1	1	1	1	1	Tertib
BCAS	1*	1*	0	0	0	Tidak tertib
BPS	0	1	1	1*	0	Tidak tertib
BSB	1	1	0	0	0	Tidak tertib
BVS	1*	0	0	0	0	Tidak tertib
BTPNS	0	1	0	0	0	Tidak tertib
MBS	1	1	0	0	0	Tidak tertib
BAS	0	0	0	0	0	Tidak tertib
*: membayar, namun berbeda secara material dengan porsi zakat 2,5%						

BUKTI KONSULTASI

Nama : Faiqotul Hikmah
NIM/Jurusan : 15540063/ Perbankan Syariah (S1)
Pembimbing : Eko Suprayitno, S.E., M.Si., Ph.D
Judul Skripsi : Pengaruh Zakat dan Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) terhadap Profitabilitas dengan Reputasi Perusahaan sebagai Variabel Intervening

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing
1	02 Oktober 2018	Pengajuan Outline	1. 
2	21 November 2018	Proposal Bab I, II, dan III	2. 
3	09 April 2019	Revisi dan Acc Proposal	3. 
4	15 April 2019	Seminar Proposal	4. 
5	26 April 2019	Revisi dan Acc Proposal	5. 
6	05 Agustus 2019	Skripsi Bab IV dan V	6. 
7	19 Agustus 2019	Revisi dan Acc Bab IV dan V	7. 
8	26 Agustus 2019	Seminar Hasil	8. 
9	05 September 2019	Revisi dan Acc Ujian Skripsi	9. 
10	13 September 2019	Ujian Skripsi	10. 
11	27 September 2019	Revisi dan Acc Skripsi	11. 

Malang, 27 September 2019

Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah (S1),




Eko Suprayitno, S.E., M.Si., Ph.D
NIP. 19751109 199903 1 003



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI**

Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zuraidah, S.E., M.SA
NIP : 19761210 200912 2 001
Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut:

Nama : Faiqotul Hikmah
NIM : 15540063
Handphone : 082234693016
Konsentrasi : Keuangan
Email : faiqotulhikmah1998@gmail.com

Judul Skripsi : Pengaruh Zakat dan *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas dengan Reputasi Perusahaan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Bank Umum Syariah Tahun 2013-2017)

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut di nyatakan **BEBAS PLAGIARISME** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
18%	16%	4%	9%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.



Malang, 25 September 2019

UP2M

Zuraidah, S.E., M.SA

NIP: 19761210 200912 2 001



Pengaruh Zakat dan Islamic
Corporate Social Responsibility
terhadap Profitabilitas dengan
Reputasi Perusahaan Sebagai
Variabel Intervening (Studi pada
Bank Umum Syariah Tahun
2013-2017)

by Faiqotul Hikmah

Submission date: 23-Sep-2019 02:09AM (UTC-0700)

Submission ID: 1178176232

File name: SKRIPSI EDIT.rtf (4.69M)

Word count: 16644

Character count: 107719

Pengaruh Zakat dan Islamic Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas dengan Reputasi Perusahaan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Bank Umum Syariah Tahun 2013-2017)

ORIGINALITY REPORT



PRIMARY SOURCES

A large, semi-transparent watermark of the UIN Maulana Malik Ibrahim Malang logo is centered in the background of the page. The logo is circular with Arabic calligraphy and the university's name in Indonesian.

1	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	11%
2	repository.unpas.ac.id Internet Source	1%
3	journal.uii.ac.id Internet Source	1%
4	lib.unnes.ac.id Internet Source	1%
5	media.neliti.com Internet Source	1%
6	www.coursehero.com Internet Source	1%
7	Rika Febby Rhamadhani. "Pengaruh Zakat terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris pada Bank Umum Syariah di Indonesia)", HUNAFSA: Jurnal Studia Islamika, 2017	1%

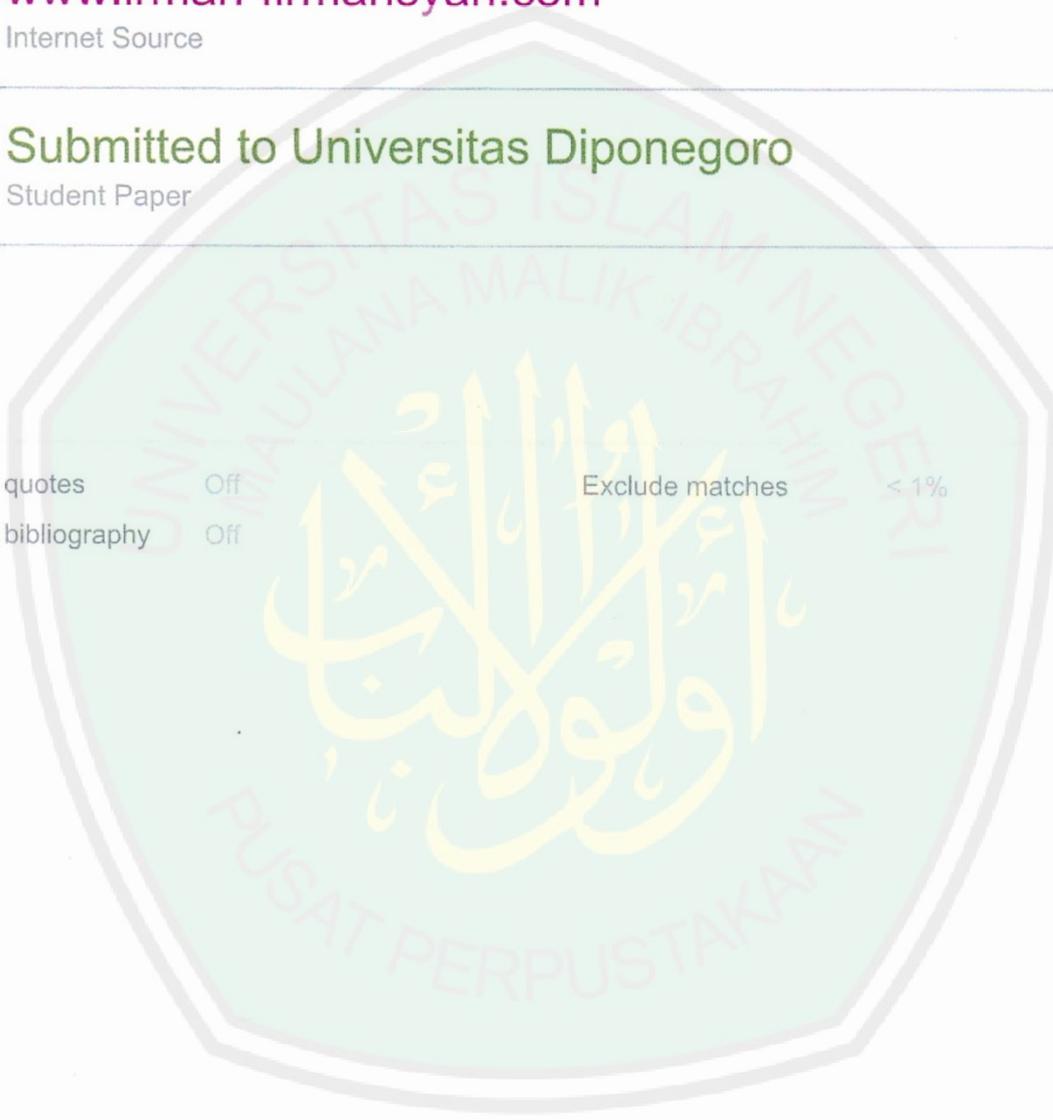
Publication

8	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	1%
9	www.irman-firmansyah.com Internet Source	1%
10	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1%

Exclude quotes Off

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography Off



BIODATA PENELITI



Nama : Faiqotul Hikmah
 Tempat, Tanggal Lahir : Pasuruan, 22 Juni 1998
 Alamat Asal : Desa Dukuhsari Kec. Sukorejo Pasuruan
 Alamat di Malang : Jl. Joyosuko 60A Merjosari Lowokwaru
 Telepon / HP : 082234693016
 E-Mail : faiqotulhikmah1998@gmail.com

Pendidikan Formal

2001 – 2003 : TK PKK Miftahul Huda Dukuhsari
 2003 – 2009 : MI Miftahul Huda Dukuhsari
 2009 – 2012 : MTS Tanwirul Mubtadiin Lecari-Sukorejo
 2012 – 2015 : MA Maarif Sukorejo
 2015 – 2019 : Jurusan Perbankan Syariah (S1) Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Pendidikan Non Formal

2015 – 2016 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
 2016 – 2017 : *English Leanguage Center* (ELC) UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
 2017- Sekarang : PPP Al-Hikmah Al-Fathimiyyah Malang

Aktivitas dan Pelatihan

- Peserta sekolah pasar modal tahun 2017
- Peserta Workshop dan Komunikasi “Bankir Syariah yang Berkarakter Ulul Albab” Tahun 2016
- Peserta Pelatihan Jurnalistik HTQ UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Tahun 2017
- Peserta Pelatihan Makalah dan Teknik Presentasi UPKM Halaqoh Ilmiah Tahun 2015
- Peserta Seminar International Conference on Islamic Economics and Business (ICONIES 2017)