

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *ENVIRONMENTAL, SOCIAL,*
DAN *GOVERNANCE PERFORMANCE* SERTA *ISLAMIC SOCIAL*
REPORTING TERHADAP REPUTASI BANK SYARIAH
MELALUI KINERJA PERUSAHAAN SEBAGAI MEDIATOR
(Studi Kasus Pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2020-2024)**

TESIS



**Oleh:
Puspa Ananda Meylasari**

23050422008

PASCASARJANA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2026

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *ENVIRONMENTAL, SOCIAL,*
DAN GOVERNANCE PERFORMANCE SERTA *ISLAMIC*
SOCIAL REPORTING TERHADAP REPUTASI BANK
SYARIAH MELALUI KINERJA PERUSAHAAN SEBAGAI
MEDIATOR**

(Studi Kasus Pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2020-2024)

TESIS



Oleh:

Puspa Ananda Meylasari

23050422008

Pembimbing I:

Dr. Hj. Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak. CA

NIP. 197203222008012005

Pembimbing II:

Dr. Vivin Maharani Ekowati., M.Si., MM

NIP. 19750426201608012042

PASCASARJANA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2026

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

PENGARUH PENGUNGKAPAN *ENVIRONMENTAL, SOCIAL, DAN GOVERNANCE* PERFORMANCE SERTA *ISLAMIC SOCIAL REPORTING* TERHADAP REPUTASI BANK SYARIAH MELALUI KINERJA PERUSAHAAN SEBAGAI MEDIATOR

(Studi Kasus Pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2020-2024)

Oleh :

PUSPA ANANDA MEYLASARI

230504220008

Telah dipertahankan di depan dewan penguji tesis dan dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan memperoleh gelar Magister Ekonomi (M.E.)

Tanggal : 24 Juni 2026

Tim Penguji

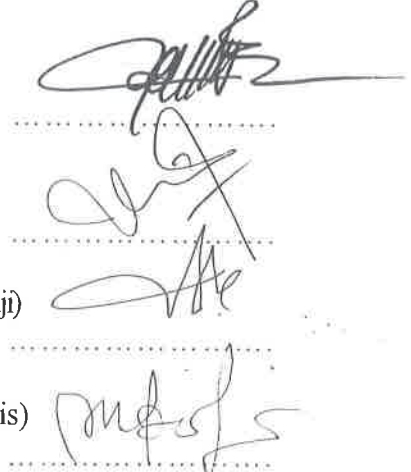
Tanda Tangan

Dr. Hj. Umrotul Khasanah, S.Ag, M.Si (Penguji Utama)
NIP. 196702271998032001

Dr. Umi Julaihah, SE., M.Si (Ketua/Penguji)
NIP. 197907282006042002

Dr. Hj. Nanik Wahyuni, SE., M.Si, Ak.CA (Pembimbing I /Penguji)
NIP. 197203222008012005

Dr. Vivin Maharani Ekowati, M.Si (Pembimbing II/Sekretaris)
NIP. 19750426 201608012042



Mengetahui,
Direktur Pascasarjana
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim



Prof. Dr. H. Agus Maimun, M.Pd.

NIP. 196508171998031003

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN TESIS

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *ENVIRONMENTAL, SOCIAL, GOVERNANCE* DAN *ISLAMIC SOCIAL REPORTING* TERHADAP REPUTASI BANK SYARIAH DIMEDIASI KINERJA PERUSAHAAN
(Studi Kasus Pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2020-2024)**

TESIS

Oleh:

Puspa Ananda Meylasari

NIM. 230504220008

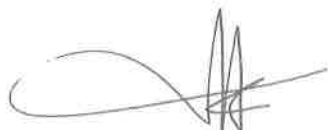
Telah diperiksa dan disetujui pada tanggal

25 Mei 2026

Oleh

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Hj. Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak. CA.
NIP. 197203222008012005



Dr. Vivin Maharani Ekowati, M.Si., MM.
NIP. 19750426201608012042

Mengetahui :

Ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah



Eko Suprayitno, SE., M.Si., Ph.D.
NIP. 197511091999031003

SURAT PERNYATAAN ORISINIL PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Puspa Ananda Meylasari

NIM : 230504220008

Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Judul : **Pengaruh Pengungkapan *Environmental, Social, Governance* dan *Islamic Social Reporting* Terhadap Reputasi Bank Syariah Dimediasi Kinerja Perusahaan (Studi Kasus Pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2020-2024)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa hasil penelitian (Tesis) ini secara keseluruhan adalah karya penelitian sendiri kecuali yang tertulis atau dikutip dalam naskah ini dan disebutkan sumber rujukan dan daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa adanya paksaan dari siapapun.

Malang, 10 Mei 2026

Yang Menyatakan,



Puspa Ananda Meylasari

NIM. 230504220008

MOTTO

"Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri."

(QS. Ar-Ra'd: 11)

"Barang siapa menempuh suatu jalan untuk mencari ilmu, maka Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga."

(HR. Muslim)

"Integritas melahirkan kepercayaan, keberlanjutan menciptakan nilai, dan ilmu pengetahuan menjadi jembatan menuju kemaslahatan."

KATA PENGANTAR

Puji syukur yang sedalam-dalamnya penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas segala berkat dan limpahan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian tesis dengan judul “Pengaruh Pengungkapan *Environmental, Social, Governance* Dan *Islamic Social Reporting* Terhadap Reputasi Bank Syariah Dimediasi Kinerja Perusahaan”. Tujuan dari penulisan tesis ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai Studi Magister Ekonomi Syariah pada Program Studi Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Proses penulisan tesis ini menjadi sebuah perjalanan yang penuh dengan tantangan, pembelajaran, dan pengalaman berharga bagi penulis. Dengan bimbingan dari Allah SWT serta dukungan dari berbagai pihak, penulis berhasil menyelesaikan proposal tesis ini dalam batas waktu yang ditentukan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Ilfi Nur Diana, M.Si., selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Prof. Dr. H. Agus Maimun, M.Pd. selaku Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Eko Suprayitno, SE., Msi., Ph.D selaku Ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang

4. Ibu Dr. Hj. Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak.CA dan Ibu Dr. Vivin Maharani Ekowati. M.Si., MM selaku Dosen Pembimbing selalu sabar dalam memberikan pengarahan serta masukan sehingga tesis ini dapat selesai.
5. Seluruh staf tata usaha, pegawai karyawan, maupun dosen Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua tercinta atas segala doa, kasih sayang, pengorbanan, dukungan, serta motivasi yang tiada henti. Berkat ridha dan doa beliau, penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik.
7. Terima kasih yang tulus kepada Rifki Ubaidillah atas doa, dukungan, perhatian, dan motivasi yang senantiasa diberikan selama proses penyusunan tesis ini.
8. Teman-teman Magister Ekonomi Syariah 2023/2024 khususnya Kelas A, yang telah menjadi keluarga dan memberikan semangat serta dukungan dalam setiap suka dan duka selama masa studi

Batu, 26 Juni 2026

Puspa Ananda Meylasari
NIM 230504220008

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TESIS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINIL PENELITIAN	iii
MOTTO.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT	xiii
ملخص.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Batasan Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Kajian Teori.....	11
2.1.1 Teori Legitimasi (<i>Legitimacy Theory</i>).....	11
2.1.2 Reputasi Perusahaan.....	12
2.1.3 <i>Environmental Performance</i>	14
2.1.4 <i>Social Performance</i>	17
2.1.5 <i>Governance Performance</i>	22
2.1.6 <i>Islamic Social Reporting</i>	28
2.1.7 Kinerja Perusahaan.....	36
2.2 Penelitian Terdahulu.....	37
2.3 Hipotesis Penelitian.....	45
2.4 Model Hipotesis.....	52
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	53

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	53
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	53
3.3 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian.....	56
3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	56
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	66
3.6 Teknik Analisis Data.....	66
BAB IV HASIL PENELITIAN	74
4.1 Statistik Deskriptif Variabel.....	74
4.2 Analisis Data Penelitian	77
4.2.1 Analisis Regresi Data Panel.....	77
4.2.2 Uji Multikolinieritas	80
4.2.3 Analisis Pengaruh Langsung	81
4.2.4 Uji Mediasi.....	82
4.2.5 Uji Hipotesis.....	82
BAB V PEMBAHASAN	87
5.1 Pengaruh <i>environmental performance</i> terhadap reputasi bank syariah.....	87
5.2 Pengaruh <i>social performance</i> terhadap reputasi bank syariah	90
5.3 Pengaruh <i>governance performance</i> terhadap reputasi bank syariah.....	94
5.4 Pengaruh <i>islamic social reporting</i> terhadap reputasi bank syariah.....	98
5.5 Pengaruh <i>environmental performance</i> terhadap reputasi bank syariah dimediasi kinerja perusahaan.....	102
5.6 Pengaruh <i>social performance</i> terhadap reputasi bank syariah dimediasi kinerja perusahaan.....	105
5.7 Pengaruh <i>governance performance</i> terhadap reputasi bank syariah dimediasi kinerja perusahaan.....	108
5.8 Pengaruh <i>islamic social reporting</i> terhadap reputasi bank syariah dimediasi kinerja perusahaan.....	111
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	116
6.1 Kesimpulan	116
6.2 Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA.....	119

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Indikator Penilaian GRI 300.....	16
Tabel 2.2 Indikator Pengukuran GRI 400	20
Tabel 2.3 Indikator Pengukuran GCG <i>Index</i>	25
Tabel 2.4 Indikator Pengukuran ISR <i>Index</i>	32
Tabel 2.5 Penelitian terdahulu	38
Tabel 3.1 Kriteria Pengambilan Sampel	55
Tabel 3.2 Data Sampel Penelitian	55
Tabel 3.3 Indikator Penilaian GRI 300	57
Tabel 3.4 Indeks Pengukuran GRI 400	58
Tabel 3.5 Indeks Pengukuran GCG Index	60
Tabel 3.6 Indikator Pengukuran ISR Index	62
Tabel 3.7 Definisi Operasional Variabel.....	65
Tabel 4.1 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	74
Tabel 4.2 Estimasi Parameter Model.....	77
Tabel 4.3 Uji Multikolinieritas	80
Tabel 4.4 Hasil Pengujian Regresi Data Panel Berdasar Pengaruh Langsung	81
Tabel 4.5 Uji Variabel Mediasi.....	82
Tabel 4.6 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Total Aset Bank Umum Syariah.....	1
Gambar 2.1 Model Hipotesis.....	52
Gambar 4.1 Model Hipotesis	78

ABSTRAK

Meylasari, Puspa. 2026. *Pengaruh Pengungkapan Environmental, Social, dan Governance Performance Serta Islamic Social Reporting Terhadap Reputasi Bank Syariah Melalui Kinerja Perusahaan Sebagai Mediator: Studi Kasus Pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2020-2024*). Tesis, Program Studi Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Pembimbing (1) Dr. Hj. Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak. CA (2) Dr. Vivin Maharani Ekowati., M.Si., MM

Kata kunci: *Environmental performance, Social performance, Governance performance, Islamic social reporting*, Kinerja perusahaan, Reputasi bank syariah.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *environmental performance*, *social performance*, *governance performance*, dan *islamic social reporting* terhadap reputasi bank syariah dengan kinerja perusahaan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya reputasi sebagai aset tidak berwujud yang berperan dalam meningkatkan kepercayaan stakeholder serta mendukung keberlanjutan industri perbankan syariah di Indonesia. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan 12 bank umum syariah di Indonesia periode 2020–2024. Analisis data dilakukan menggunakan regresi data panel dan uji mediasi dengan bantuan R Studio. *Environmental performance* diukur menggunakan indeks GRI 300, *social performance* menggunakan GRI 400, *governance performance* menggunakan GCG Index, *islamic social reporting* menggunakan *ISR Index*, kinerja perusahaan diproksikan dengan Tobin's Q, sedangkan reputasi bank diproksikan melalui *market share*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *social performance* dan *governance performance* berpengaruh positif signifikan terhadap reputasi bank syariah, sedangkan *environmental performance* dan *islamic social reporting* tidak berpengaruh signifikan. Hasil uji mediasi menunjukkan bahwa kinerja perusahaan hanya mampu memediasi pengaruh *governance performance* terhadap reputasi bank syariah, namun tidak mampu memediasi pengaruh *environmental performance*, *social performance*, dan *islamic social reporting* terhadap reputasi bank syariah. Temuan ini mengindikasikan bahwa tata kelola perusahaan yang baik merupakan faktor utama dalam meningkatkan reputasi bank syariah, baik secara langsung maupun melalui peningkatan kinerja perusahaan, sementara pengungkapan lingkungan, sosial, dan ISR belum mampu memberikan dampak yang signifikan terhadap reputasi.

ABSTRACT

Meylasari, Puspa. 2026. *The Influence of Environmental, Social, and Governance Performance Disclosure and Islamic Social Reporting on the Reputation of Islamic Banks Through Company Performance as a Mediator: A Case Study of Islamic Commercial Banks in Indonesia (2020–2024)*. Thesis, Sharia Economics Postgraduate Study Program, State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang, Supervisor (1) Dr. Hj. Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak. CA (2) Dr. Vivin Maharani Ekowati., M.Si., MM

Kata kunci: *Environmental performance, Social performance, Governance performance, Islamic socialrReporting, Firm Performance, Reputation of Islamic Banks*

This study aims to analyze the influence of environmental performance, social performance, governance performance, and Islamic Social Reporting (ISR) on the reputation of Sharia banks, with corporate performance serving as a mediating variable. The study is motivated by the importance of reputation as an intangible asset that plays a role in enhancing stakeholder trust and supporting the sustainability of the Sharia banking industry in Indonesia. A quantitative approach was employed using secondary data obtained from the annual and sustainability reports of 12 Sharia commercial banks in Indonesia for the 2020–2024 period. Data analysis was conducted using panel data regression and mediation testing with the aid of R Studio. Environmental performance was measured using the GRI 300 index, social performance using the GRI 400 index, governance performance using the GCG Index, and Islamic Social Reporting using the ISR Index; corporate performance was proxied by Tobin's Q, while bank reputation was proxied by market share.

The results indicate that social performance and governance performance have a significant positive effect on Sharia bank reputation, whereas environmental performance and Islamic Social Reporting do not have a significant effect. Mediation test results show that corporate performance mediates the influence of governance performance on Sharia bank reputation but fails to mediate the influence of environmental performance, social performance, and Islamic Social Reporting on Sharia bank reputation. These findings suggest that good corporate governance is a primary factor in enhancing Sharia bank reputation—both directly and through improved corporate performance—whereas environmental, social, and ISR disclosures have not yet yielded a significant impact on reputation.

ملخص

ميلاساري، بوسبا. 2026. أثر الإفصاح عن التقارير البيئية والاجتماعية والحوكمة والتقارير الاجتماعية الإسلامية على سمعة البنوك الإسلامية، بوساطة أداء الشركة: دراسة حالة للبنوك التجارية الإسلامية في إندونيسيا للفترة 2020-2024. أطروحة، برنامج الدراسات العليا في الاقتصاد الإسلامي، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية في مالانج، المشرفان: (1) د. الحاج نانيك واهيوني، ماجستير، محاسب قانوني معتمد (2) د. فيفين ماهاراني إيكواتي، ماجستير، ماجستير إدارة أعمال.

الكلمات المفتاحية: الأداء البيئي، الأداء الاجتماعي، أداء الحوكمة، التقارير الاجتماعية الإسلامية، أداء الشركة، سمعة البنوك الإسلامية.

تستند هذه الدراسة إلى أهمية السمعة باعتبارها أحد الأصول غير الملموسة التي تلعب دوراً في تعزيز ثقة أصحاب المصلحة ودعم استدامة صناعة المصرفية الإسلامية في إندونيسيا. وتستخدم الدراسة نهجاً كمياً مع بيانات ثانوية مستمدة من التقارير السنوية وتقارير الاستدامة لـ 12 بنكاً عاماً إسلامياً في إندونيسيا للفترة 2020-2024. أُجري تحليل البيانات باستخدام انحدار البيانات اللوحية واختبار الوساطة بمساعدة برنامج R Studio. ، والأداء الاجتماعي باستخدام مؤشر GRI 300 تم قياس الأداء البيئي باستخدام مؤشر R Studio. ، والتقارير الاجتماعية الإسلامية باستخدام مؤشر GCG ، وأداء الحوكمة باستخدام مؤشر GRI 400 ، بينما تم تقدير سمعة البنك من خلال حصته Q ، وتم تقدير أداء الشركة باستخدام مؤشر توبين ISR السوقية.

أظهرت نتائج البحث أن الأداء الاجتماعي وأداء الحوكمة لهما تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية على سمعة البنوك الإسلامية، في حين أن الأداء البيئي والتقارير الاجتماعية الإسلامية ليس لهما تأثير ذو دلالة إحصائية. وأظهرت نتائج اختبار الوساطة أن أداء الشركة قادر فقط على التوسط في تأثير أداء الحوكمة على سمعة البنوك الإسلامية، ولكنه غير قادر على التوسط في تأثير الأداء البيئي والأداء الاجتماعي والتقارير الاجتماعية الإسلامية على سمعة البنوك الإسلامية. وتشير هذه النتائج إلى أن الحوكمة الرشيدة للشركة تعد عاملاً رئيسياً في...تحسين سمعة البنوك الإسلامية، سواء بشكل مباشر أو من خلال تحسين

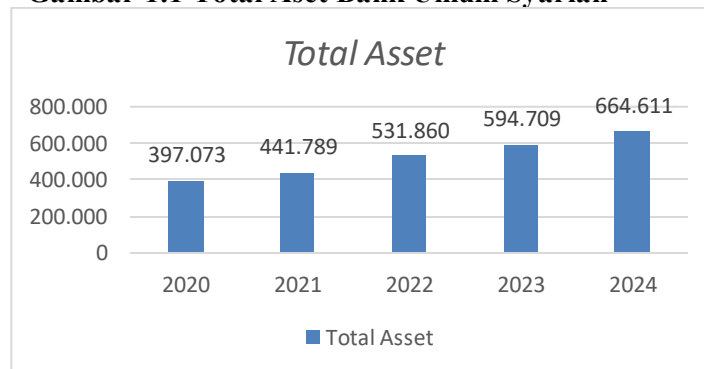
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dua dekade terakhir, perbankan syariah berkembang pesat di berbagai negara, termasuk Indonesia, seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan keuangan berbasis prinsip Islam (Perdana *et.al.*, 2025). Di Indonesia, industri perbankan syariah menunjukkan tren positif, dengan total aset meningkat dari Rp 608,9 triliun pada tahun 2020 menjadi Rp980,3 triliun pada akhir tahun 2024, mencerminkan rata-rata pertumbuhan tahunan sebesar 9,88% (OJK, 2024). Data mengenai pertumbuhan total aset bank umum syariah dalam periode tahun 2020-2024.

Gambar 1.1 Total Aset Bank Umum Syariah



Sumber: Data diolah (2025)

Pertumbuhan ini tidak hanya mencerminkan peningkatan kinerja bank, tetapi juga menegaskan pentingnya menjaga reputasi sebagai aset strategis (Donelson *et.al.*, 2024). Reputasi merupakan salah satu aset tidak berwujud (*intangible asset*) mencakup tanggung jawab perusahaan dan kepercayaan dari para pemangku kepentingan (Fourati & Dammak, 2021). Bank sebagai lembaga keuangan utama harus menjaga kepercayaan dan persepsi pemangku kepentingan sebagai aset

jangka panjang yang menentukan daya saing dan keberlanjutan (Hosain, 2025). Bagi bank syariah, reputasi diukur dari stabilitas finansial, kepatuhan terhadap prinsip syariah, tanggung jawab sosial, serta kualitas layanan yang diberikan (Hammami & Othmani, 2024). Reputasi positif merupakan evaluasi pemangku kepentingan atas tindakan perusahaan di masa lalu (Singh & Misra, 2021).

Perusahaan yang bereputasi positif lebih mudah menarik investor karena reputasi dipandang sebagai indikator kinerja yang kuat (Anita *et.al.*, 2024; Hou *et.al.*, 2019), serta dapat menumbuhkan loyalitas (Salam *et.al.*, 2022). Dalam lingkungan dengan informasi terbatas, reputasi mengurangi ketidakpastian dan membangun kepercayaan awal (Shin & Son, 2025). Reputasi bersifat rapuh dibangun lama, tetapi dapat rusak seketika ketika perusahaan melakukan kesalahan yang merugikan pemangku kepentingan (Anita *et.al.*, 2024). *Market share* menjadi indikator reputasi karena mencerminkan kepercayaan publik dan posisi kompetitif perusahaan, di mana pangsa pasar tinggi menandakan citra dan kredibilitas yang baik (Fombrun & Shanley, 1990; Roberts & Dowling, 2002). Selain itu, *market share* juga merefleksikan pengakuan sosial dan daya saing bisnis, menjadikannya ukuran kuantitatif yang relevan untuk menilai reputasi dari perspektif eksternal.

Dalam dekade terakhir, isu keberlanjutan mendapatkan perhatian luas, sehingga praktik *environmental, social, dan governance* (ESG) menjadi instrumen penting dalam membangun reputasi (Chen *et.al.*, 2023). ESG adalah kerangka global yang menilai kinerja perusahaan dalam tiga dimensi: lingkungan (E) terkait pengelolaan dampak lingkungan (Lin *et.al.*, 2025); sosial (S) mencakup kontribusi pada kesejahteraan masyarakat, tenaga kerja, dan tanggung jawab sosial (Wu *et.al.*,

2025); serta tata kelola (G) yang menilai transparansi, akuntabilitas, dan etika dalam praktik perusahaan (Dossa *et.al.*, 2025). Di Indonesia, penerapan ESG semakin menguat sejak diberlakukannya POJK No. 51/POJK.03/2017, yang mewajibkan seluruh lembaga jasa keuangan, termasuk bank syariah, menyusun laporan keberlanjutan yang mencakup dimensi ESG sebagai acuan laporan (OJK, 2017). Per tahun 2022, seluruh bank umum syariah besar BSI, Bank Muamalat, dan Bank Mega Syariah telah menerbitkan laporan keberlanjutan yang memuat komitmen ESG (OJK, 2023). Namun, efektivitas laporan ESG dalam membangun reputasi belum optimal. Misalnya, reputasi BSI sempat terganggu oleh gangguan layanan digital 2023 meski aktif melaporkan inisiatif sosial dan lingkungan (CNBC, 2023).

Environmental performance merupakan pelaporan dalam konsep keberlanjutan yang mengelola dampak aktivitas operasionalnya terhadap lingkungan (Lin *et.al.*, 2025), mencakup berbagai inisiatif seperti efisiensi energi, pengelolaan limbah, pengurangan emisi karbon, konservasi sumber daya alam, serta penerapan teknologi ramah lingkungan (Veeravel *et.al.*, 2024). *Environmental performance* sebagai bentuk kepatuhan terhadap regulasi, sekaligus menjadi strategi untuk menciptakan nilai jangka panjang (Gull *et.al.*, 2022). Dalam kerangka teori legitimasi, kinerja lingkungan menjadi sarana bagi perusahaan untuk memperoleh penerimaan sosial (*social acceptance*) dan mempertahankan keberlanjutan reputasinya (Cojoianu *et.al.*, 2021). Indikator lingkungan diukur menggunakan *Environmental Disclosure Index* berdasarkan standar *Global Reporting Initiative* (GRI 300). Indikator ini digunakan untuk menilai pengungkapan tanggung jawab lingkungan serta hubungan antara komitmen

keberlanjutan, legitimasi sosial, dan nilai perusahaan (Lin *et.al.*, 2025). Strategi yang proaktif dalam menjaga keberlanjutan, khususnya aspek lingkungan dapat memperkuat reputasi perusahaan (Gull *et.al.*, 2022; Veeravel *et.al.*, 2024), memitigasi risiko reputasi akibat pelanggaran lingkungan (Li *et.al.*, 2024). Selain itu, transparansi dapat memperkuat legitimasi perusahaan di mata publik (Cojoianu *et.al.*, 2021; Gerged *et.al.*, 2021). Namun, investasi lingkungan yang berlebihan justru menimbulkan trade-off yang berakibat pada lemahnya reputasi (Chen & Li, 2024; Khan *et.al.*, 2024).

Social performance mencerminkan tanggung jawab perusahaan terhadap kesejahteraan karyawan, masyarakat, dan pemangku kepentingan (Wu *et.al.*, 2025). Kinerja ini meliputi berbagai aspek seperti hak asasi manusia, kesejahteraan dan keselamatan kerja, keberagaman dan inklusi, pengembangan masyarakat, serta tanggung jawab terhadap konsumen (Ding & Lee, 2024). Dalam teori legitimasi, perusahaan memperoleh penerimaan sosial ketika aktivitas sosialnya mencerminkan tanggung jawab moral dan sejalan dengan norma masyarakat (Vergara-Romero *et.al.*, 2020). *Social performance* diukur menggunakan standar GRI 400 (*Social Topics*). Indikator ini mencerminkan komitmen sosial perusahaan terhadap pemangku kepentingan serta digunakan untuk menilai dampak tanggung jawab sosial terhadap reputasi, kepercayaan, dan nilai perusahaan (Ding & Lee, 2024; Dossa *et.al.*, 2025), sekaligus mengukur efektivitas kebijakan sosial dalam membangun legitimasi dan keunggulan kompetitif kinerja sosial yang baik cenderung memiliki reputasi positif (Ding & Lee, 2024; Dossa *et.al.*, 2025). Keterlibatan aktif perusahaan dalam kegiatan sosial memperkuat kepercayaan

stakeholder (Bustamante *et.al.*, 2023; Vergara-Romero *et.al.*, 2020). Namun, jika aktivitas sosial bersifat simbolik, reputasi justru dapat menurun (Garg & Gupta, 2020).

Governance performance mencerminkan sejauh mana perusahaan menerapkan prinsip transparansi, akuntabilitas, keadilan, dan independensi dalam mengelola organisasinya (Wibisono *et.al.*, 2025). Tata kelola yang baik menjaga kepercayaan publik, memperkuat legitimasi, dan mendorong keputusan etis jangka panjang melalui struktur, pengawasan, dan keterbukaan informasi (Karamanou & Vafeas, 2005). *GCG Index* digunakan sebagai proksi kuantitatif untuk menilai kualitas penerapan tata kelola perusahaan yang baik (Owusu & Weir, 2016). Pemilihan *GCG Index* didasarkan pada kemampuannya mengukur penerapan tata kelola secara objektif, sistematis, dan terstandar (Putra & Dewayanto, 2019). Pengungkapan tata kelola terbukti meningkatkan reputasi dan legitimasi (Salehi & Bashirimanesh, 2024; Shafeeq Nimr Al-Maliki *et.al.*, 2023), memperkuat kepercayaan investor dan publik (Srairi, 2024). Sedangkan, tata kelola yang lemah justru menurunkan kepercayaan publik (Banerjee *et.al.*, 2020). Dalam beberapa kasus, representasi karyawan di dewan menimbulkan persepsi negatif di kalangan investor meskipun skor tata kelola tinggi (Nekhili *et.al.*, 2021).

Era tanggung jawab sosial perusahaan modern dimulai pada tahun 1950-an (Carroll, 2021). *Islamic Social Reporting* (ISR) adalah bentuk pengungkapan tanggung jawab sosial berbasis syariah yang mencakup aspek ekonomi, moral, religius, dan sosial, termasuk zakat, *qardhul hasan*, distribusi nilai Islam, program sosial, serta kepatuhan syariah (Hassan *et.al.*, 2021). ISR memuat prinsip *maqasid*

al-shariah sehingga meningkatkan legitimasi dan reputasi lembaga keuangan syariah di mata *stakeholder* (Haniffa & Hudaib, 2007; Wijayanti, 2022). Berdasarkan laporan OJK (2023) seluruh bank umum syariah besar seperti BSI, Bank Muamalat, dan Bank Mega Syariah telah menerbitkan laporan keberlanjutan yang mencakup indikator ISR.

Pengukuran menggunakan *ISR Index* berlandaskan standar AAOIFI dan konsep *maqashid al-shariah*. ISR membantu proses pengambilan keputusan bagi umat Muslim serta membantu perusahaan dalam memenuhi kewajiban kepada Allah SWT dan masyarakat (Wahyuni & Wafiroh, 2023). Tujuannya untuk menilai kualitas pengungkapan sosial, mengukur transparansi serta akuntabilitas, dan menganalisis pengaruhnya terhadap reputasi (Arifin & Yaqin, 2023; Rizk *et.al.*, 2022). ISR berpengaruh terhadap reputasi bank syariah (Alshammari, 2020; Arifin & Yaqin, 2023; Mubarak *et.al.*, 2021; Rizk *et.al.*, 2022) dan mendukung legitimasi industri perbankan syariah (Ghardallou, 2023; Sarea *et.al.*, 2022). Penelitian ISR dan reputasi masih terbatas, terutama di sektor perbankan syariah (Harahap, 2023). Selain itu, kelemahan tata kelola dapat melemahkan reputasi meskipun pengungkapan sosial meningkat (Qoyum *et.al.*, 2022).

Kinerja perusahaan dapat berperan sebagai mediator antara *environmental, social, governance*, ISR, karena praktik ESG yang konsisten meningkatkan efisiensi, sehingga reputasi meningkat (Galletta *et.al.*, 2023; Mandas *et.al.*, 2024). Penerapan prinsip ESG menunjukkan komitmen perusahaan terhadap praktik bisnis berkelanjutan yang dapat meningkatkan reputasi dan kepercayaan pemangku kepentingan (Lestari & Wahyuni, 2024). Pengungkapan ISR dapat memperkuat

legitimasi syariah dan kepercayaan publik (Arifin & Yaqin, 2023; Wijayanti, 2022). Pengungkapan ESG dan ISR oleh bank syariah telah dilakukan secara formal, tetapi belum diikuti peningkatan reputasi karena kinerja yang fluktuatif dan masalah operasional (Hadani, 2021; Wu *et.al.*, 2020). Penelitian ini menggunakan *Tobin's Q* sebagai indikator kinerja perusahaan karena mampu menangkap penciptaan nilai jangka panjang yang dihasilkan dari aktivitas keberlanjutan (Zaiane *et.al.*, 2025). *Tobin's Q* memperhitungkan manfaat tak berwujud seperti reputasi, kepercayaan *stakeholder*, dan daya tarik investor (Pekovic & Vogt, 2021). Indikator ini juga memungkinkan perbandingan lintas sektor serta mencerminkan ekspektasi pasar terhadap dampak keberlanjutan di masa depan (Flammer, 2013). Selain itu, *Tobin's Q* dinilai lebih objektif karena merupakan kombinasi ukuran berbasis pasar dan akuntansi yang sulit dimanipulasi oleh manajemen (Yousefian *et.al.*, 2023).

Hubungan antarvariabel dalam penelitian ini didasarkan pada Teori Legitimasi. Teori legitimasi memandang bahwa perusahaan dan masyarakat di sekitarnya memiliki hubungan sosial yang erat karena keduanya terikat dalam suatu kontrak sosial (Putra *et.al.*, 2015). Perusahaan yang secara aktif merespons tekanan, mampu memperkuat legitimasi mereka, sehingga mengurangi risiko kerusakan reputasi (Darsono *et.al.*, 2025). Reputasi sangat dipengaruhi oleh komunikasi organisasi, karena komunikasi efektif mampu memitigasi persepsi risiko dan membangun reputasi positif (Jiang *et.al.*, 2022) serta membentuk ekspektasi reputasi di masa depan (Perez, 2015). Melalui pengungkapan ESG, bank syariah menunjukkan keselarasan bisnis dengan isu lingkungan, sosial, dan tata kelola (Buallay, 2019), sedangkan ISR memperkuat legitimasi religius melalui pelaporan

zakat, qardhul hasan, distribusi nilai Islam, dan kepatuhan syariah (Rahman & Bukair, 2023). Tanggung jawab sosial yang sejalan dengan ekspektasi publik dapat meningkatkan reputasi perusahaan (Ijabadeniyi & Govender, 2024; Swaen *et.al.*, 2021). Akumulasi legitimasi sosial dan ekonomi inilah yang meningkatkan reputasi (Alareeni & Hamdan, 2020; Fatemi *et.al.*, 2021; Ferrell *et.al.*, 2021).

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah *environmental performance* berpengaruh terhadap reputasi bank syariah?
2. Apakah *social performance* berpengaruh terhadap reputasi bank syariah?
3. Apakah *governance performance* berpengaruh terhadap reputasi bank syariah?
4. Apakah *islamic social reporting* berpengaruh terhadap reputasi bank syariah?
5. Apakah *environmental performance* berpengaruh terhadap reputasi bank syariah dimediasi oleh kinerja perusahaan?
6. Apakah *social performance* berpengaruh terhadap reputasi bank syariah perusahaan dimediasi oleh kinerja perusahaan?
7. Apakah *governance performance* berpengaruh terhadap reputasi bank syariah perusahaan dimediasi oleh kinerja perusahaan?
8. Apakah *islamic social reporting* berpengaruh terhadap reputasi bank syariah perusahaan dimediasi oleh kinerja perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh *environmental performance* terhadap reputasi bank syariah.

2. Menganalisis pengaruh *social performance* terhadap reputasi bank syariah.
3. Menganalisis pengaruh *governance performance* terhadap reputasi bank syariah.
4. Menganalisis pengaruh *islamic social reporting* terhadap reputasi bank syariah.
5. Menganalisis pengaruh *environmental performance* terhadap reputasi bank syariah melalui kinerja perusahaan sebagai mediator.
6. Menganalisis pengaruh *social performance* terhadap reputasi bank syariah melalui kinerja perusahaan sebagai mediator.
7. Menganalisis pengaruh *governance performance* terhadap reputasi bank syariah melalui kinerja perusahaan sebagai mediator.
8. Menganalisis pengaruh *islamic social reporting* terhadap reputasi bank syariah melalui kinerja perusahaan sebagai mediator.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur mengenai integrasi *environmental, social, governance dan islamic social reporting* dalam satu kerangka konseptual yang utuh.
2. Memperkaya kajian akademik dalam konteks keuangan syariah, khususnya yang berkaitan dengan legitimasi dan reputasi korporasi berbasis nilai Islam.
3. Menyediakan informasi bagi regulator untuk menyusun kebijakan pelaporan keberlanjutan dan sosial yang lebih kontekstual dan sesuai prinsip syariah.

1.5 Batasan Penelitian

1. Subjek penelitian dibatasi pada bank umum syariah di Indonesia yang terdaftar dan beroperasi selama periode penelitian 2020–2024.
2. Variabel *environmental performance* diukur menggunakan *environmental disclosure index* berdasarkan indikator GRI 300 (*environmental topics*).
3. Variabel *social performance* diukur menggunakan *social disclosure index* berdasarkan indikator GRI 400 (*social topics*).
4. Variabel *governance performance* diukur menggunakan *good corporate governance (GCG) index*.
5. Variabel *islamic social reporting* diukur menggunakan *islamic social reporting index*, yang mengacu pada kerangka *ISR* pada *AAOIFI*.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori legitimasi berangkat dari asumsi bahwa masyarakat memberikan legitimasi dan kekuasaan kepada bisnis (Davis, 1973; Vigolo *et.al.*, 2025). Legitimasi menunjukkan komitmen pada keberlanjutan dan etika, sekaligus merespons tekanan pemangku kepentingan sehingga memperkuat legitimasi dan meminimalkan risiko kerusakan reputasi (Bitektine & Haack, 2020). Legitimasi sering digunakan untuk menjelaskan hubungan tanggung jawab sosial dengan reputasi, di mana tindakan dimasa lalu membentuk ekspektasi reputasi di masa depan (Perez, 2015), ekspektasi pemangku memengaruhi reputasi perusahaan (Deephhouse & Carter, 2005; Swaen *et.al.*, 2021; Ijabadeniyi & Govender, 2024).

Pada variabel *environmental, social, governance*, legitimasi tercermin ketika perusahaan meningkatkan praktik dan pelaporannya untuk memenuhi tuntutan keberlanjutan, menutup *legitimacy gap*, dan memperoleh *social license to operate* dari *stakeholder* (Ayamga *et.al.*, 2024) sehingga ESG berfungsi sebagai instrumen legitimasi sosial.

Pada variabel *islamic social reporting*, legitimasi beroperasi dalam kerangka nilai syariah. Pengungkapan ISR dilakukan untuk memenuhi ekspektasi *stakeholder* muslim terkait akuntabilitas, keadilan, dan kepatuhan terhadap *maqashid syariah* (Othman & Thani, 2010). ISR menjadi sarana

memperoleh legitimasi moral dan religius karena mencerminkan keselarasan aktivitas perusahaan dengan prinsip etika Islam (Haniffa & Hudaib, 2007).

Kinerja perusahaan dapat menjadi konsekuensi dari legitimasi. Ketika perusahaan bertanggung jawab dan diterima secara sosial, pasar memberikan respon positif berupa peningkatan nilai, sehingga kinerja perusahaan mencerminkan hasil ekonomi dari legitimasi (Gray *et.al.*,1995). Kinerja perusahaan yang baik dapat memperkuat legitimasi karena menunjukkan kemampuan perusahaan menciptakan nilai bagi *stakeholder* (Cormier & Gordon, 2001).

Reputasi sebagai *outcome* dari legitimasi yang berhasil diperoleh. ESG dan ISR yang konsisten dapat meningkatkan persepsi *stakeholder* terhadap kredibilitas, integritas, dan keandalan perusahaan (Fombrun & Shanley, 1990). Dengan demikian, dalam alur legitimasi, ESG dan ISR merupakan mekanisme pencarian legitimasi, kinerja merupakan konsekuensi atau mediator, dan reputasi merupakan wujud legitimasi yang telah diakui secara publik.

2.1.2 Reputasi Perusahaan

Reputasi perusahaan merupakan aset tidak berwujud (*Intangible asset*) dalam menentukan keberlanjutan dan daya saing organisasi (Fourati & Dammak, 2021). Perusahaan bereputasi mampu menarik klien dan talenta berkualitas yang melalui keterampilan dan inovasi, memperkuat kinerja finansial, merek, serta reputasi perusahaan (Hosain, 2025). Peningkatan reputasi dapat mendorong loyalitas pelanggan, menarik penilaian positif dari investor, dan meningkatkan kinerja perusahaan (Hamdoun *et.al.*, 2022).

Dalam perspektif *Competitive Positioning Theory* pada *strategic marketing*, reputasi terbentuk dari keberhasilan perusahaan dalam menciptakan persepsi nilai, kualitas, dan keunggulan kompetitif di mata pasar (Roberts & Dowling, 2002). Reputasi dalam konteks ini merupakan refleksi kemampuan perusahaan memenuhi ekspektasi konsumen, menjaga kualitas, dan bersaing melalui strategi pemasaran yang efektif (Freeman *et.al.*, 2004; Hammami & Othmani, 2024). Posisi kompetitif yang kuat membuat publik menilai perusahaan sebagai kompeten, kredibel, dan terpercaya, sehingga reputasinya meningkat (Shin & Son, 2025). Secara strategis, reputasi memengaruhi perilaku konsumen sekaligus menjadi sumber keunggulan kompetitif yang sulit ditiru dan berfungsi sebagai pembeda berkelanjutan. (Boistel, 1994; Hammami & Othmani, 2024).

Dalam Islam, reputasi perusahaan mencerminkan nama baik (*ḥusn al-sīrah*), kepercayaan (*thiqqah*), dan amanah (*trustworthiness*) yang melekat pada organisasi sebagai hasil dari perilaku etis, tanggung jawab sosial, dan kinerja yang konsisten dengan nilai-nilai syariah.

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya” (QS. An-Nisā’ [4]: 58).

Ayat tersebut menjelaskan bahwa “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu untuk menyampaikan amanat” artinya kewajiban-kewajiban yang dipercayakan dari seseorang (kepada yang berhak menerimanya) ayat ini turun ketika Ali r.a. hendak mengambil kunci Kakbah dari Usman bin Thalhah Al-Hajabi penjaganya secara paksa yakni ketika Nabi ﷺ datang ke Mekah pada tahun pembebasan (Katsir & Ad-Dimasyqi, 2000).

Kepercayaan (*trust*) adalah inti dari reputasi. Reputasi tidak dibangun melalui pencitraan, melainkan melalui pelaksanaan amanah secara konsisten. Perusahaan yang menjaga amanah dalam bentuk kejujuran laporan, tanggung jawab terhadap lingkungan, dan perlakuan adil terhadap *stakeholder* akan memperoleh reputasi yang kokoh dan berkelanjutan.

Berdasarkan kerangka tersebut, indikator yang dapat menggambarkan keberhasilan strategi kompetitif dan pembentukan reputasi adalah *market share*. Pangsa pasar yang besar menunjukkan tingginya penerimaan dan preferensi konsumen terhadap produk perusahaan dibanding pesaing (Kotler & Keller, 2009), sehingga menjadi bukti keberhasilan menarik dan mempertahankan konsumen serta memperkuat posisi kompetitif perusahaan. Dengan demikian, *Competitive Positioning Theory* memberikan landasan bahwa *market share* muncul sebagai indikator reputasi karena menggambarkan keberhasilan perusahaan dalam memperoleh pengakuan pasar dan memenangkan persaingan melalui strategi nilai yang unggul (Porter, 1980; Kotler & Keller, 2009).

2.1.3 *Environmental Performance*

Informasi lingkungan mengacu pada jejak organisasi terhadap lingkungan alam tempatnya beroperasi (Limkriangkrai *et.al.*, 2016a; Wilmshurst & G.R., 2000). Lingkungan diakui sebagai isu kolektif penting yang harus diintegrasikan ke dalam kegiatan produktif perusahaan (Boiral, 2005). Misalnya, promosi Perjanjian Paris telah mendorong perusahaan untuk mengintensifkan fokus mereka pada perubahan iklim dan emisi karbon (Dietz *et.al.*, 2018).

Sustainable development theory berangkat dari pandangan bahwa pembangunan ekonomi tidak boleh merusak kapasitas lingkungan dalam memenuhi kebutuhan generasi mendatang (Brundtland, 1987). Teori ini memasukkan dimensi keberlanjutan ekologis sebagai syarat utama bagi keberlanjutan sosial dan ekonomi. Dalam konteks *environmental performance*, dijelaskan bahwa perusahaan harus secara aktif mengukur, mengelola, dan meminimalkan dampak operasionalnya terhadap lingkungan, misalnya konsumsi energi, penggunaan air, emisi gas rumah kaca, limbah, dan gangguan terhadap ekosistem sebagai bagian dari upaya menjaga keberlanjutan sumber daya alam (Shrivastava & Addas, 2014; Yu *et.al.*, 2018). Kinerja lingkungan bergantung pada penggunaan energi berkelanjutan yang efisien, sementara pengungkapan lingkungan yang transparan meningkatkan dividen dan memperkuat reputasi perusahaan (Brockman & Unulu, 2011; Feng *et.al.*, 2025).

Islam menekankan *khalifah fil ardh* (tanggung jawab manusia sebagai penjaga bumi). Konsep ini mencerminkan kewajiban perusahaan untuk menjaga kelestarian lingkungan sebagai bagian dari *amanah*.

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا

“Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi setelah Allah memperbaikinya.” (QS. Al-A‘raf (7): 56).

Dalam ayat tersebut, Allah SWT melarang perbuatan yang menimbulkan kerusakan di muka bumi dan hal-hal yang membahayakan kelestariannya sesudah diperbaiki. Karena sesungguhnya apabila segala sesuatunya berjalan sesuai dengan kelestariannya, kemudian terjadilah pengerusakan padanya, hal tersebut akan membahayakan semua hamba Allah (Katsir & Ad-Dimasyqi,

2000). Perusahaan yang mengimplementasikan prinsip sesuai dengan ayat ini berarti menjalankan amanah untuk tidak menimbulkan kerusakan ekologis, sehingga menciptakan reputasi positif dan mendukung kinerja berkelanjutan.

Sustainable development theory menjadi dasar filosofis dan normatif dari berlakunya indeks GRI 300, karena GRI 300 menetapkan indikator-indikator standar yang memungkinkan perusahaan menunjukkan sejauh mana mereka telah mendukung keberlanjutan lingkungan melalui kinerja operasionalnya (GRI, 2016). Indikator dalam GRI 300 disusun untuk memastikan bahwa dampak lingkungan dapat diukur, dibandingkan, dan dilaporkan secara transparan, sesuai dengan prinsip pembangunan berkelanjutan (GRI, 2020).

Tabel 2.1 Indikator Penilaian GRI 300

	Aspek	Kode	Indikator
GRI 301	Material	301-1	Materi yang digunakan berdasarkan berat dan volume
		301-2	Material input dari daur ulang yang digunakan
		301-3	Produk reclaimed dan material kemasannya
GRI 302	Energi	302-1	Konsumsi energi dalam organisasi
		302-2	Konsumsi energi di luar organisasi
		302-3	Intensitas energi
		302-4	Pengurangan konsumsi energi
		302-5	Pengurangan pada energi yang dibutuhkan untuk produk dan jasa
GRI 303	Air dan Efluen	303-1	Interaksi dengan air sebagai sumber daya bersama
		303-2	Manajemen dampak yang berkaitan dengan pembuangan
		303-3	Pengambilan air
		303-4	Pembuangan air
		303-5	Konsumsi air
GRI 304	Keanekaragaman Hayati	304-1	Lokasi operasi yang dimiliki disewa, dikelola atau berdekatan dengan, kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi
		304-2	Dampak signifikan dari aktivitas produk dan jasa pada keanekaragaman hayati
		304-3	Habitat yang dilindungi atau direstorasi
		304-4	Spesies Daftar Merah IUCN dan spesies daftar konservasi nasional dengan habitat dalam wilayah yang terkena efek operasi
GRI 305	Emisi 2016	305-1	Emisi GRK
		305-2	Emisi energi GRK

	Aspek	Kode	Indikator
		305-3	Emisi GRK tidak langsung
		305-4	Intensitas emisi GRK
		305-5	Pengurangan emisi GRK
		305-6	Emisi zat perusak ozon
		305-7	Nitrogen oksida, belerang oksida, dan emisi udara signifikan lainnya
GRI 306	Limbah 2016	306-1	Tumbuhan limbah dan dampak signifikan terkait limbah
		306-2	Manajemen dampak signifikan terkait limbah
		306-3	Timbulan limbah (limbah yang dihasilkan)
		306-4	Limbah yang dialihkan dari pembuangan akhir
		306-5	Limbah yang dikirimkan dari pembuangan akhir
GRI 307		307-1	Ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan tentang lingkungan hidup
GRI 308	Penilaian Lingkungan Pemasok	308-1	Seleksi pemasok baru dengan menggunakan kriteria lingkungan
		308-2	Dampak lingkungan negatif dalam rantai pasokan dan tindakan yang telah diambil

Sumber: Indeks GRI, 2025

Penggunaan GRI 300 sebagai indikator pengukuran didasarkan pada pertimbangan bahwa standar tersebut merupakan pedoman pelaporan keberlanjutan yang paling luas digunakan secara internasional dalam mengukur kinerja lingkungan perusahaan (GRI, 2016). Dalam konteks penelitian pada bank syariah, penggunaan indikator dalam indeks GRI 300 disesuaikan dengan karakteristik operasional lembaga keuangan yang tidak berfokus pada aktivitas produksi, melainkan pada aktivitas jasa keuangan. Oleh karena itu, item pengungkapan yang digunakan lebih menekankan pada aspek yang relevan dengan aktivitas perbankan, seperti efisiensi penggunaan energi dan kertas, pengelolaan limbah operasional, serta kebijakan perusahaan dalam mendukung keberlanjutan lingkungan (Hussainey & Elsayed, 2018).

2.1.4 Social Performance

Corporate Social Responsibility (CSR Theory) berpandangan bahwa perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab ekonomi kepada pemegang

saham, tetapi juga tanggung jawab sosial terhadap masyarakat, pekerja, konsumen, dan lingkungan (Carroll, 1999; Dahlsrud, 2008).

Perusahaan dapat memenuhi tanggung jawab sosial melalui beasiswa, donasi, dan dukungan kegiatan sosial yang mendorong pertumbuhan ekonomi serta pengentasan kemiskinan. Rekam jejak sosial yang kuat juga membangun citra positif dan memperkuat kepercayaan pemangku kepentingan (Thomas *et.al.*, 2024). Dari perspektif strategis, menyelaraskan tujuan sosial dengan tujuan bisnis memungkinkan perusahaan untuk berevolusi dari orientasi yang murni berorientasi laba menjadi model bisnis yang bertanggung jawab secara sosial (Azmi *et.al.*, 2021).

Dalam konteks Islam, *social performance* menggambarkan kinerja sosial yang tidak sekadar untuk kepentingan ekonomi, tetapi sebagai ibadah sosial (*‘ibādah ijtīmā’iyyah*) yang bernilai masalah bagi masyarakat. Kinerja sosial perusahaan diukur dari sejauh mana entitas berperan dalam meningkatkan kesejahteraan umat sejalan dengan prinsip *‘adl* (keadilan), *ihsan* (kebaikan), dan *mas’uliyah* (pertanggung jawaban) dalam Islam.

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

“Tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan.” (QS. Al-Mā’idah (5): 2).

Dalam Ayat tersebut dijelaskan bahwa, Allah SWT memerintahkan kepada hamba-hamba-Nya yang beriman untuk saling menolong dalam berbuat kebaikan dan meninggalkan hal-hal yang mungkar; inilah yang dinamakan ketakwaan. Allah ﷻ melarang mereka tolong-menolong dalam perbuatan dosa dan hal-hal yang diharamkan (Katsir & Ad-Dimasyqi, 2000).

Ayat ini menegaskan kewajiban korporasi untuk aktif membantu masyarakat melalui kegiatan sosial, pendidikan, pemberdayaan ekonomi, dan lingkungan. Tindakan sosial perusahaan yang berlandaskan *ta'awun* memperkuat hubungan harmonis antara perusahaan dan masyarakat, meningkatkan *trust* serta reputasi lembaga.

Dalam konteks indikator *Social Performance* pada GRI 400, teori CSR memberikan dasar normatif dan konseptual bagi pengukuran kinerja sosial karena indikator tersebut secara langsung merefleksikan dimensi sosial dari tanggung jawab perusahaan (GRI, 2020). Aspek hak asasi manusia, ketenagakerjaan, keselamatan dan kesehatan kerja, keterlibatan masyarakat, serta tanggung jawab produk—termasuk indikator tenaga kerja, pelatihan, upah, kepuasan, dan partisipasi pekerja—merupakan manifestasi operasional dari tanggung jawab sosial korporasi (Maaloul *et.al.*, 2023).

Penggunaan GRI 400 *social standards* didasarkan pada pertimbangan bahwa standar tersebut merupakan pedoman pelaporan keberlanjutan yang banyak digunakan secara internasional untuk menilai dampak sosial perusahaan (GRI, 2016).

Dalam konteks penelitian pada bank syariah, item pengungkapan dalam indeks GRI 400 disesuaikan dengan karakteristik operasional lembaga keuangan yang berfokus pada layanan jasa. Penyesuaian ini bertujuan agar indikator yang digunakan lebih relevan dengan aktivitas perbankan, seperti tanggung jawab terhadap nasabah, perlindungan konsumen, kesejahteraan dan pengembangan karyawan, serta kontribusi sosial perusahaan kepada masyarakat. Lembaga

keuangan syariah memiliki tanggung jawab sosial yang lebih luas karena tidak hanya mengejar keuntungan ekonomi, tetapi juga menekankan nilai keadilan, kesejahteraan sosial, dan kemaslahatan masyarakat dalam aktivitas operasionalnya (Mirakhor & Hossein, 2017).

Tabel 2.2 Indikator Pengukuran GRI 400

	Aspek	Kode	Indikator
GRI 401	Kepegawaian	401-1	Perekrutan karyawan baru dan pergantian karyawan
		401-2	Tunjangan yang diberikan kepada karyawan purnawaktu yang tidak diberikan kepada karyawan pada kurun waktu tertentu atau paruh waktu
		401-3	Cuti melahirkan
GRI 402	Hubungan Tenaga Kerja/Manajemen	402-1	Periode pemberitahuan minimum terkait perubahan operasional
GRI 403	Kesehatan dan Keselamatan Kerja 2018	403-1	Sistem manajemen kesehatan dan keselamatan kerja
		403-2	Pengungkapan Pengidentifikasian bahaya, penilaian risiko, dan investigasi insiden
		403-3	Layanan kesehatan kerja
		403-4	Partisipasi, konsultasi, dan komunikasi pekerja tentang kesehatan dan keselamatan kerja
		403-5	Pelatihan pekerja mengenai kesehatan dan keselamatan kerja
		403-6	Peningkatan kualitas kesehatan pekerja
		403-7	Pencegahan dan mitigasi dampak-dampak kesehatan dan keselamatan kerja yang secara langsung terkait hubungan bisnis
		403-8	Pekerja yang tercakup dalam sistem manajemen kesehatan dan keselamatan kerja
		403-9	Kecelakaan kerja
		403-10	Penyakit akibat kerja
GRI 404	Pelatihan dan Pendidikan	404-1	Rata-rata jam pelatihan per tahun per karyawan
		404-2	Program untuk meningkatkan keterampilan karyawan dan program bantuan peralihan
		404-3	Persentase karyawan yang menerima tinjauan rutin terhadap kinerja dan pengembangan karier
GRI 405	Keanekaragaman dan Peluang setara 2016	405-1	Keanekaragaman badan tata kelola dan karyawan
		405-2	Rasio gaji pokok dan remunerasi perempuan dibandingkan laki-laki
GRI 406	Nondiskriminasi	406-1	Insiden diskriminasi dan tindakan perbaikan yang dilakukan

	Aspek	Kode	Indikator
GRI 407	Kebebasan Berserikat dan Perundingan	407-1	Operasi dimana hak atas kebebasan berserikat dan perundingan kolektif mungkin berisiko
GRI 408	Pekerja anak	408-1	Operasi dan pemasok yang berisiko signifikan terhadap insiden pekerja anak
GRI 409	Kerja Paksa atau Wajib Kerja	409-1	Operasi dan pemasok yang berisiko signifikan terhadap insiden kerja paksa atau wajib kerja
GRI 410	Praktik keamanan	410-1	Petugas keamanan yang dilatih mengenai kebijakan atau prosedur hak asasi manusia
GRI 411	Hak Masyarakat Adat	411-1	Insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat
GRI 412	Hak Asasi Manusia	412-1	Operasi-operasi yang telah melewati tinjauan hak asasi manusia atau penilaian dampak
		412-2	Pelatihan karyawan mengenai kebijakan atau prosedur hak asasi manusia
		412-3	Perjanjian dan kontrak investasi signifikan yang memasukkan klausul-klausul hak asasi manusia atau yang telah melalui penyaringan hak asasi
GRI 413	Masyarakat Setempat	413-1	Operasi dengan keterlibatan masyarakat setempat, penilaian dampak, dan program pengembangan
		413-2	Operasi yang secara aktual dan yang berpotensi memiliki dampak negatif signifikan terhadap masyarakat setempat
GRI 414	Penilaian Sosial pemasok	414-1	Seleksi pemasok baru dengan menggunakan kriteria sosial
		414-2	Dampak sosial negatif dalam rantai pasokan dan tindakan yang telah diambil
GRI 415	Kebijakan Publik	415-1	Kontribusi politik
GRI 416	Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan	416-1	Penilaian dampak kesehatan dan keselamatan dari berbagai kategori produk dan jasa
		416-2	Insiden ketidakpatuhan sehubungan dengan dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa
GRI 417	Pemasaran dan Pelabelan	417-1	Persyaratan untuk pelabelan dan informasi produk dan jasa
		417-2	Insiden ketidakpatuhan terkait informasi dan pelabelan produk dan jasa
		417-3	Insiden ketidakpatuhan terkait komunikasi pemasaran
GRI 418	Privasi Pelanggan	418-1	Pengaduan yang berdasar mengenai pelanggaran terhadap privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan
GRI 419		419-1	Ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan di bidang sosial dan ekonomi

Sumber: Indeks GRI, 2025

2.1.5 Governance Performance

Dalam perspektif *Agency Theory*, *governance performance* mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengendalikan konflik keagenan antara *principal* dan *agent* yang muncul akibat perbedaan kepentingan dan asimetri informasi (Jensen & Meckling, 1976). Kinerja tata kelola yang baik ditunjukkan melalui efektivitas mekanisme *Good Corporate Governance* (GCG), seperti transparansi, akuntabilitas, monitoring dewan, dan perlindungan hak pemegang saham, yang bertujuan menekan *agency cost* dan risiko perilaku oportunistik manajemen (Shrivastava & Addas, 2014). Informasi tata kelola mencakup independensi dan keberagaman dewan direksi, kebijakan kompensasi, pertahanan terhadap pengambilalihan, program antikorupsi dan kekuatan audit internal serta mekanisme pengendalian (Yu *et.al.*, 2018).

Tata kelola yang baik (*al-hukm al-rashid*) dalam Islam tidak hanya berorientasi pada efisiensi dan keuntungan, tetapi juga pada keteraturan moral dan spiritual, yakni memastikan setiap keputusan dan tindakan organisasi berada dalam koridor *maslahah ‘ammah* (kemaslahatan umum). Dengan demikian, kinerja *governance* yang tinggi berarti perusahaan berhasil menjaga kepercayaan *stakeholder* melalui prinsip amanah, keadilan, dan pertanggungjawaban yang selaras dengan *maqāṣid al-syarī‘ah*.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ بِالْقِسْطِ شُهَدَاءَ لِلَّهِ

“Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu penegak keadilan dan saksi karena Allah” (QS. An-Nisā’ [4]: 135).

Ayat tersebut menjelaskan bahwa, Allah SWT memerintahkan kepada hamba-hamba-Nya yang mukmin agar menegakkan keadilan, dan janganlah

mereka bergeming dari keadilan itu barang sedikit pun, jangan pula mereka mundur dari menegakkan keadilan karena Allah hanya karena celaan orang-orang yang mencela, jangan pula mereka dipengaruhi oleh sesuatu yang membuatnya berpaling dari keadilan. Hendaklah mereka saling membantu, bergotong royong, saling mendukung dan tolong-menolong demi keadilan (Katsir & Ad-Dimasyqi, 2000).

Keadilan adalah fondasi utama tata kelola yang baik. Dalam konteks organisasi, keadilan mencakup distribusi hak, pengambilan keputusan tanpa diskriminasi, serta perlakuan yang adil terhadap seluruh *stakeholder*. Implementasi nilai '*adl*' mencerminkan *governance* yang beretika dan menumbuhkan reputasi positif perusahaan.

Untuk menilai efektivitas *governance performance* secara objektif, diperlukan instrumen pengukuran yang terstandarisasi, sehingga *GCG Index* muncul sebagai indikator yang mengoperasionalkan prinsip-prinsip tata kelola ke dalam ukuran yang dapat dievaluasi, seperti struktur dewan, komite audit, dan kualitas pengungkapan (La Porta *et.al.*, 2000). *GCG Index* menilai efektivitas tata kelola perusahaan dalam menyelaraskan kepentingan manajemen dan pemilik modal serta menekan moral hazard melalui transparansi dan perlindungan investor (OECD, 2015).

Tabel 2.3 Indikator Pengukuran GCG Index

Kategori	No	Indikator
Pemegang Saham	1	Uraian mengenai hak pemegang saham
	2	Perlindungan hak dan perlakuan setara terhadap semua pemegang saham.
	3	Tanggal pelaksanaan RUPS
	4	Hasil RUPS
Dewan Komisaris	1	Nama-nama anggota dewan komisaris
	2	Status setiap anggota (komisaris independen /komisaris bukan independen)
	3	Latar belakang pendidikan dan karier dewan komisaris
	4	Uraian mengenai tugas dan tanggung jawab dewan komisaris
	5	Kebijakan dan jumlah remunerasi anggota dewan komisaris
	6	Mekanisme dan kriteria penilaian sendiri tentang kinerja masing-masing
	7	Jumlah rapat yang dilakukan
	8	Jumlah kehadiran setiap anggota dewan komisaris dalam rapat
	9	Mekanisme pengambilan keputusan
	10	Program pelatihan dewan komisaris
Dewan Direksi	1	Nama-nama anggota direksi dengan jabatan dan fungsinya masing-masing
	2	Uraian mengenai tugas dan tanggung jawab direksi.
	3	Latar belakang pendidikan dan karier anggota direksi
	4	Ruang lingkup pekerjaan dan tanggung jawab masing-masing anggota
	5	Penjelasan singkat mengenai mekanisme kerja direksi
	6	Mekanisme pengambilan keputusan
	7	Mekanisme pendelegasian wewenang
	8	Kebijakan dan jumlah remunerasi anggota direksi
	9	Jumlah rapat yang dilakukan oleh direksi
	10	Jumlah kehadiran setiap anggota direksi dalam rapat
	11	Mekanisme dan kriteria penilaian terhadap kinerja para anggota direksi
	12	Program pelatihan dalam rangka meningkatkan kompetensi direksi
Komite Audit	1	Nama dan jabatan anggota komite audit
	2	Riwayat hidup singkat setiap anggota komite audit
	3	Uraian tugas dan tanggung jawab komite audit
	4	Jumlah pertemuan yang dilakukan oleh komite audit
	5	Jumlah kehadiran setiap anggota komite audit
	6	Laporan singkat pelaksanaan kegiatan komite audit
	7	Independensi anggota komite audit
	8	Keberadaan piagam komite audit (<i>Audit Charter</i>)
Komite Nominasi dan Remunerasi	1	Nama dan anggota komite nominasi dan remunerasi
	2	Riwayat hidup singkat setiap anggota komite nasional dan remunerasi
	3	Uraian tugas dan tanggung jawab komite nominasi dan remunerasi

Kategori	No	Indikator
	4	Jumlah pertemuan yang dilakukan oleh komite nominasi dan remunerasi
	5	Jumlah kehadiran setiap anggota dalam rapat
	6	Laporan singkat pelaksanaan kegiatan komite nominasi dan remunerasi
	7	Independensi anggota komite nominasi dan remunerasi
Komite Manajemen Risiko	1	Nama dan jabatan anggota komite manajemen risiko
	2	Riwayat hidup singkat setiap anggota komite manajemen risiko
	3	Uraian tugas dan tanggung jawab komite manajemen risiko
	4	Jumlah pertemuan yang dilakukan oleh komite manajemen risiko
	5	Jumlah kehadiran setiap anggota dalam rapat
	6	Laporan singkat pelaksanaan kegiatan komite manajemen risiko
	7	Independensi anggota komite manajemen risiko
Komite-komite lain yang dimiliki perusahaan	1	Nama dan jabatan anggota komite
	2	Riwayat hidup singkat setiap anggota komite
	3	Uraian tugas dan tanggung jawab komite
	4	Jumlah pertemuan yang dilakukan oleh komite
	5	Jumlah kehadiran setiap anggota dalam rapat
	6	Laporan singkat pelaksanaan kegiatan komite
	7	Independensi anggota komite
Sekretaris Perusahaan	1	Nama sekretaris perusahaan
	2	Riwayat singkat sekretaris perusahaan
	3	Uraian tugas dan tanggung jawab sekretaris perusahaan
Pelaksanaan Pengawasan dan Pengendalian Internal (<i>Internal Audit and Control</i>)	1	Informasi tentang keberadaan SPI (Satuan Pengawas Internal)
	2	Jumlah anggota SPI
	3	Jabatan masing-masing anggota SPI
	4	Uraian tugas dan tanggung jawab SPI
	5	Uraian mengenai aktivitas SPI selama setahun
	6	Penjelasan mengenai audit internal perusahaan
Manajemen Risiko Perusahaan	1	Penjelasan mengenai risiko-risiko yang dihadapi oleh perusahaan
	2	Upaya untuk mengelola risiko-risiko tersebut
Perkara yang dihadapi oleh perusahaan, anggota dewan direksi, anggota dewan komisaris	1	Pokok perkara/gugatan
	2	Posisi kasus
	3	Status penyelesaian perkara/gugatan
	4	Pengaruhnya terhadap kondisi keuangan perusahaan
Akses Informasi dan Data Perusahaan	1	Uraian mengenai tersedianya akses informasi dan data perusahaan kepada publik, misal melalui website, media massa, <i>mailing list</i> , buletin, dsb.
	2	Daftar penyebaran informasi kepada publik
Etika Perusahaan	1	Keberadaan pedoman perilaku (<i>code of conduct</i>)
	2	Isi <i>code of conduct</i>
	3	Penyebaran <i>code of conduct</i> kepada karyawan dan upaya penegakannya

Kategori	No	Indikator
	4	Pernyataan mengenai budaya perusahaan (<i>corporate culture</i>) yang dimiliki perusahaan.
Tanggung Jawab Sosial	1	Uraian mengenai pengakuan hak-hak karyawan
	2	Uraian mengenai persamaan kesempatan kepada seluruh karyawan
	3	Uraian mengenai jaminan terciptanya lingkungan kerja yang kondusif
	4	Komitmen perusahaan terhadap kesehatan dan keselamatan kerja
	5	Manajemen keselamatan kerja
	6	Deskripsi mengenai komitmen perusahaan terhadap perlindungan konsumen
	7	Program kemitraan yang dilakukan oleh perusahaan (program kemitraan dan pembinaan usaha kecil)
	8	Biaya yang dikeluarkan dalam program Bina Lingkungan yang meliputi;
	9	Bantuan korban bencana alam atau bantuan sosial lainnya
	10	Bantuan pendidikan (beasiswa) dan pelatihan
	11	Pengembangan sarana umum
	12	Biaya yang dikeluarkan
	13	Komitmen perusahaan terhadap pelestarian lingkungan
	14	Program pelestarian lingkungan yang dilakukan perusahaan
Pernyataan Penerapan GCG	1	Keberadaan prinsip-prinsip GCG
	2	Keberadaan pedoman pelaksanaan GCG (Manual GCG) dalam perusahaan
	3	Kepatuhan terhadap pedoman GCG
	4	Keberadaan <i>Board Manual</i> (Panduan bagi komisaris dan direksi dalam melaksanakan tugas)
	5	Struktur tata kelola perusahaan
	6	Hasil penilaian penerapan GCG dalam setahun
	7	Audit GCG (jasa atestasi) oleh eksternal auditor
Informasi penting lainnya yang berkaitan dengan Penerapan <i>Good Corporate Governance</i> (GCG)	1	Visi perusahaan
	2	Misi perusahaan
	3	Nilai-nilai perusahaan
	4	Kepemilikan saham oleh anggota dewan komisaris dan direksi beserta anggota keluarganya dalam perusahaan dan perusahaan lainnya
	5	Uraian mengenai kepatuhan terhadap peraturan perundangan peraturan pasar modal
	6	Uraian mengenai transaksi dengan pihak yang memiliki benturan kepentingan
	7	Uraian mengenai etika bisnis dalam perusahaan

Sumber: GCG Index, 2025

Penggunaan *good corporate governance index* didasarkan pada pertimbangan bahwa konsep *good corporate governance (GCG)* merupakan kerangka yang umum digunakan untuk menilai kualitas tata kelola perusahaan

secara transparan, akuntabel, dan bertanggung jawab perusahaan (Shleifer & Vishny, 1997).

Dalam konteks bank syariah, indikator dalam indeks GCG perlu disesuaikan dengan karakteristik lembaga keuangan syariah yang tidak hanya berorientasi pada tata kelola konvensional tetapi juga pada kepatuhan terhadap prinsip syariah. Oleh karena itu, beberapa item pengungkapan yang digunakan mencakup aspek yang relevan dengan operasional bank syariah, seperti struktur dan peran dewan komisaris, direksi, komite audit, transparansi laporan keuangan, serta keberadaan dan fungsi Dewan Pengawas Syariah sebagai pengawas kepatuhan syariah (Mirakhor, 2010).

2.1.6 Islamic Social Reporting

Islamic Social Reporting (ISR) secara konseptual berakar pada *Shariah Enterprise Theory* (SET) yang dikembangkan oleh Triyuwono (2007). Teori ini memandang perusahaan sebagai entitas amanah (*trusteeship*) yang memiliki pertanggungjawaban tidak hanya kepada pemilik modal, tetapi juga kepada Allah SWT (dimensi vertikal), manusia, dan alam (dimensi horizontal). Oleh karena itu, pelaporan perusahaan dalam perspektif syariah tidak hanya berorientasi pada informasi ekonomi, tetapi juga mencakup aspek sosial, moral, dan spiritual yang merefleksikan nilai-nilai Islam (Triyuwono, 2007, 2011).

Konsep ISR selanjutnya diperkuat oleh *Islamic Stakeholder Theory*, yang memperluas cakupan stakeholder dengan memasukkan pihak-pihak yang memiliki hak atas informasi menurut syariah, seperti Dewan Pengawas Syariah, ulama, mustahiq zakat, umat Muslim, pemerintah, dan masyarakat luas (Haniffa & Hudaib, 2007). Dalam kerangka ini, pelaporan ISR dipandang sebagai

kewajiban sosial (*fardhu kifayah*) yang bertujuan memenuhi hak-hak informasi stakeholders agar aktivitas perusahaan dapat dipastikan berjalan selaras dengan prinsip dan nilai Islam.

Pelaporan ini meningkatkan transparansi dengan memberikan informasi yang lengkap dan dapat dipercaya kepada pemangku kepentingan tentang kinerja sosial perusahaan. Transparansi dalam *social reporting* tidak hanya menguntungkan perusahaan secara reputasi, tetapi juga memainkan peran penting dalam mendukung pembangunan sosial dan ekonomi yang berkelanjutan.

وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا

“Dan penuhilah janji (karena) sesungguhnya janji itu pasti diminta pertanggungjawabannya.” (QS. Al-Isra’ (17): 34).

Ayat tersebut memberikan penjelasan bahwa, “*Dan penuhilah janji.*” (Al-Isra: 34) Yakni janji yang telah kamu adakan dengan orang lain dan transaksi transaksi yang telah kalian tanda tangani bersama mereka dalam muamalahmu. Karena sesungguhnya janji dan transaksi itu, masing-masing dari keduanya akan menuntut pelakunya untuk memenuhinya (Katsir & Ad-Dimasyqi, 2000).

Surat Al-Isra’ ayat 34 menekankan kewajiban untuk memenuhi janji karena setiap komitmen akan dimintai pertanggungjawabannya. Dalam perspektif *Islamic Social Responsibility*, ayat ini menjadi dasar moral bagi entitas bisnis untuk menjaga amanah, mematuhi akad, dan melaksanakan ISR secara transparan dan akuntabel sebagai kewajiban legal sekaligus spiritual yang selaras dengan prinsip akuntabilitas syariah.

Berdasarkan landasan teoritis tersebut, *ISR Index* muncul sebagai bentuk operasionalisasi prinsip-prinsip syariah dalam praktik pelaporan perusahaan. Indikator dalam *ISR Index* mencakup kepatuhan syariah, nilai ibadah, distribusi manfaat ekonomi, pengungkapan zakat, infak, sedekah, etika bisnis Islam, tanggung jawab sosial dan lingkungan, serta nilai keadilan (*adl*) dan kemaslahatan (*maslahah*) (Triuwono, 2007; 2011). Menurut Haniffa, *ISR (Islamic social reporting)* merupakan kriteria pemberitaan kinerja sosial perusahaan yang berprinsip syariah yang disempurnakan berdasarkan standar pelaporan berdasarkan *Accounting & Auditing Organization for Islamic Financial Institution (AAOIFI)* (Haniffa, 2002). Pada tabel 2.4 ditampilkan indeks *islamic social reporting* menurut Haniffa berdasarkan standar pelaporan AAOIFI.

Penggunaan item dalam *islamic social reporting index* pada penelitian ini disesuaikan dengan karakteristik bank syariah agar lebih relevan dengan aktivitas operasionalnya. Indikator tersebut merujuk pada pengembangan indeks *ISR* untuk lembaga keuangan syariah yang mencakup pengungkapan produk dan layanan syariah, pengelolaan zakat, kegiatan sosial, kepatuhan terhadap Dewan Pengawas Syariah, serta tanggung jawab kepada nasabah dan masyarakat (Haniffa & Hudaib, 2007). Oleh karena itu, item yang digunakan dalam penelitian ini difokuskan pada aspek yang relevan dengan operasional bank syariah, seperti pembiayaan berbasis syariah, pengelolaan dana sosial Islam (zakat, infak, sedekah), tanggung jawab kepada nasabah, serta transparansi kepatuhan syariah (Othman & Thani, 2010).

Tabel 2.4 Indikator Pengukuran ISR *Index*

Aspek	Kategori	No	Indikator
Tanggung Jawab Sosial Dalam Organisasi	Kebijakan Kesejahteraan Karyawan	1	Kesempatan yang sama bagi semua karyawan
		2	Gaji berdasarkan kecakapan dan promosi
		3	Menetapkan skema intensif jangka panjang, pengembangan, pelatihan untuk semua karyawan.
		4	Ketentuan untuk cuti hamil dan jam kerja bagi karyawan wanita.
		5	Jam kerja maksimum yang diijinkan
		6	Larangan, hukuman, dan pengaduan tindakan diskriminasi.
		7	Pro-aktif dalam memantau karyawan dengan latar belakang
		8	Mengeliminasi karyawan dibawah umur (anak-anak)
		9	Menghapus penghalang kelas dan ras antar karyawan
		10	Perilaku semua karyawan sesuai dengan kode etika
		11	Perilaku saling menghormati antar karyawan
		12	Langkah keselamatan dan kesehatan kerja
	Kebijakan Mengurangi Dampak yang Merugikan Lingkungan	1	Efisiensi penggunaan sumber daya yang tidak dapat diperbarui.
		2	Pelatihan karyawan untuk efisiensi penggunaan sumber daya
		3	Mencari alternatif untuk sumber daya yang dapat diperbarui
	Pendapatan dan Pengeluaran yang Dilarang Oleh Islam	1	Deskripsi spesifik setiap transaksi material dan deskripsi keseluruhan atas transaksi imaterial.
		2	Pendapatan, beban, kewajiban dan aset yang tergolong sebagai transaksi material serta pendapatan, bebas, kewajiban dan aset yang tergolong sebagai transaksi imaterial.
		3	Alasan untuk melakukan transaksi tersebut.
		4	Putusan DPS tentang perlunya transaksi ini.
		5	Bagaimana Lembaga Keuangan Islam mengatur pendapatan, aset, dan kewajiban tersebut.
		6	Rekomendasi alternatif transaksi yang layak, halal, dan diizinkan di masa yang akan datang.
Tanggung Jawab Sosial Atas Hubungannya Dengan Pelanggan dan Klien	Kebijakan Mutu yang Sama Dalam Pelayanan Kepada Pelanggan	1	Membentuk kode etik bagi seluruh karyawan dalam berurusan dengan pelanggan.
		2	Langkah aktif yang dilakukan oleh manajemen dalam mengembangkan ketrampilan pelayanan kepada pelanggan.
		3	Survei kinerja dan kualitas pelayanan kepada pelanggan sebagai umpan balik serta evaluasi
	Kebijakan Menangani Tanggung Jawab Klien	1	Semua kontrak harus diperiksa oleh DPS untuk menghindari pengenaan syarat dan kondisi berat bagi klien.
		2	Memastikan pemasaran dan dokumen dibuat secara etis.

Aspek	Kategori	No	Indikator
		3	Kewajiban dan hak masing-masing pihak dalam melakukan transaksi.
		4	Syarat dan kondisi klien atas pembiayaan yang diperpanjang.
		5	Tersedianya ganti rugi apabila salah satu atau kedua belah pihak melanggar kontrak.
		6	Pendapat DPS mengenai biaya keterlambatan.
		7	Biaya keterlambatan pembayaran yang dikenakan kepada klien, jika ada.
		8	Bagaimana Lembaga Keuangan Islam mengalokasikan biaya keterlambatan pembayaran di rekeningnya (alokasi pendapatan atau amal).
		9	Kondisi dimana Lembaga Keuangan Islam menunda penagihan utang klien yang mengalami kebangkrutan.
	<i>Qard Hasan</i>	1	Menetapkan dana <i>Qard Hasan</i> .
		2	Menyimpan catatan atas sumber pendanaan <i>Qard Hasan</i> (deposan, pemegang saham, atau pihak lain) (sumber dana).
		3	Jenis manfaat dana <i>Qard Hasan</i> yang diijinkan yang ditentukan oleh bank (penggunaan dana yang diijinkan).
		4	Keadaan dimana pinjaman tersebut didistribusikan kepada individu atau organisasi.
		5	Pengukuran kontrak sanggup membayar pinjaman untuk debitor.
		6	Menghapuskan kondisi debitor yang tidak sanggup membayar pinjaman.
		7	Mengembangkan strategi untuk meningkatkan pinjaman <i>Qard Hasan</i> dari sumber dana.
	Kebijakan Untuk Bisnis Mikro & Kecil, Tabungan Sosial dan Investasi	1	Dorongan UMKM untuk menabung terdiri atas fitur khusus dan persyaratan untuk jenis investasi.
		2	Dorongan tabungan sosial untuk pernikahan, program pendidikan anak-anak, masyarakat berbasis program, dan program kesejahteraan masyarakat.
		3	Dorongan antara tabungan dan investasi UMKM melalui kombinasi fitur-fitur dan persyaratan untuk jenis investasi.
		4	Dorongan tabungan dan investasi keluarga melalui kombinasi fitur dan persyaratan untuk jenis investasi.
Tanggung Jawab Sosial Dalam Menyaring Investasi	Kebijakan Penyaringan Klien	1	Menetapkan kriteria penyaringan.
		2	Persyaratan DPS atas kriteria penyaringan.
	Kebijakan Sosial, Pembangunan, dan Lingkungan Berdasarkan Kuota Investasi.	1	Membantu individu dan keluarga miskin yang membutuhkan pembiayaan peluang usaha dan/atau pendidikan.
		2	Membantu anak-anak yatim

Aspek	Kategori	No	Indikator
		4	Menyediakan pelayanan kesehatan dan medis untuk masyarakat miskin dan daerah.
		5	Membantu pengembangan fasilitas penelitian dan pendidikan.
		6	Membantu pengembangan pengusaha kecil dan menengah dan bisnis keluarga.
		7	Membantu pengembangan masyarakat Islam dan budaya asli.
		8	Mencegah penyakit sosial kontemporer dan sifat buruk.
		9	Menawarkan pertumbuhan potensial bagi operasi negara atau untuk negara berkembang
		10	Berkontribusi pada pengembangan infrastruktur
		11	Memiliki proporsi dari UMKM atau secara tidak langsung bergantung pada UMKM.
		12	Membantu dalam pengentasan sosial, ekonomi, dan diskriminasi.
		13	Melindungi lingkungan
		14	Mengurangi dampak pembangunan terhadap lingkungan.
		15	Melindungi dan melestarikan lingkungan alam.
		16	Meningkatkan penggunaan sumber daya terbarukan sumber energi berkelanjutan, atau mengurangi ketergantungan pada sumber-sumber energi non-terbarukan yang langka.
Tanggung Jawab Sosial yang Berhubungan Dengan Masyarakat Luas.	Zakat	1	Mengidentifikasi item-item dari laporan keuangan yang tidak termasuk dalam perhitungan dasar zakat dan kewajiban atau alokasi yang dapat dikurangkan maupun tidak dari aset zakat.
		2	Menghitung zakat yang harus dibayarkan.
		3	Penyaluran dana zakat kepada 8 kategori penerima zakat.
		4	Aturan yang berkaitan dengan penyaluran dana zakat.
	Kebijakan Aktivitas Amal	1	Mengadakan pengumpulan dana amal.
		2	Membuka kesempatan untuk sumbangan sukarela oleh donatur.
		3	Mengadakan gerakan penggalangan dana (darurat atau lainnya) dari klien bank melalui cara-cara operasional yang ada.
		4	Membentuk kelompok sasaran, masyarakat, dan lembaga yang memerlukan bantuan.
		5	Menggunakan amal untuk dapat didistribusikan kepada calon penerima.
		6	Mengadakan kontrak dengan agen atau mendirikan yayasan yang dapat dipercaya untuk mendistribusikan dana amal untuk dialokasikan.
	Kebijakan Manajemen Waqf.	1	Mendirikan departemen manajemen <i>waqf</i> mengalokasikan staff untuk fungsi manajemen <i>waqf</i>
		2	Menetapkan aturan dan pedoman berdasarkan syariah untuk manajemen <i>waqf</i> .
		3	Membentuk tingkatan struktur yang baik dalam penyediaan layanan bank.
		4	Memberikan potongan harga dan persyaratan yang fleksibel untuk pembiayaan investasi <i>waqf</i> .

Sumber: ISR Index, 2025

2.1.7 Kinerja Perusahaan

Dalam kerangka *Neoclassical Firm Theory (Theory of the Firm)*, perusahaan dipandang sebagai entitas yang bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dan nilai perusahaan melalui pengambilan keputusan yang efisien terkait produksi, investasi, dan penggunaan sumber daya (Varian, 1992; Pindyck & Rubinfeld, 2013). Kinerja perusahaan kemudian diinterpretasikan sebagai sejauh mana perusahaan dapat menciptakan nilai ekonomi melebihi biaya input yang digunakan. Teori ini menempatkan efisiensi, profitabilitas, dan *value creation* sebagai inti dari pengukuran kinerja. Oleh karena itu, indikator kinerja yang relevan bukan hanya yang berbasis laporan akuntansi, tetapi yang dapat mencerminkan penilaian pasar terhadap kemampuan perusahaan menciptakan nilai.

Dalam Islam, kinerja perusahaan tidak hanya diukur dari aspek finansial, tetapi juga mencakup dimensi etika, sosial, spiritual, dan kemaslahatan. Kinerja yang baik berlandaskan amanah, profesionalisme (*itqan*), dan *ihsan*, sehingga berorientasi pada *value-based performance* yang membawa kesejahteraan bagi *stakeholders* dan memperoleh ridha Allah SWT.

إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى يُحِبُّ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا أَنْ يُتِمَّنَهُ

“Sesungguhnya Allah mencintai seseorang yang apabila melakukan pekerjaan, ia melakukannya dengan sempurna (*itqan*).” (HR. al-Bayhaqi).

Hadis ini menjadi landasan utama konsep kinerja dalam Islam. Kinerja yang unggul bukan semata hasil kuantitatif, tetapi kualitas amal yang dikerjakan secara *itqan* (tepat, efisien, dan profesional). Dalam konteks perusahaan, prinsip *itqan* berarti melaksanakan setiap aktivitas bisnis dengan keahlian, tanggung

jawab, dan komitmen tinggi terhadap mutu, kejujuran, serta hasil yang bermanfaat bagi masyarakat.

Dalam konteks ini, *Tobin's Q* menjadi indikator yang sesuai karena mengukur nilai pasar perusahaan relatif terhadap biaya penggantian asetnya (Tobin, 1969). Jika nilai *Tobin's Q* > 1 , pasar menilai perusahaan memiliki prospek pertumbuhan dan efisiensi penggunaan aset yang baik, konsisten dengan tujuan *value maximization* dalam *Neoclassical Firm Theory* (Chung & Pruitt, 1994). Dengan demikian, *Tobin's Q* menangkap esensi kinerja perusahaan menurut teori *neoklasik*, yaitu kemampuan menghasilkan nilai pasar melalui efisiensi dan keputusan investasi yang optimal.

2.2 Penelitian Terdahulu

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa ESG berpengaruh terhadap kinerja dan reputasi perusahaan. Praktik ESG yang baik meningkatkan efisiensi operasional, sehingga berdampak pada peningkatan kinerja. ESG juga terbukti mampu membentuk persepsi publik yang positif dan memperkuat reputasi perusahaan secara langsung (Fatemi *et.al.*, 2021; Ferrell *et.al.*, 2021). Islamic Social Reporting (ISR) dipandang sebagai instrumen penting dalam meningkatkan kinerja dan reputasi perusahaan (Alam *et.al.*, 2022).

Sebaliknya, beberapa studi menunjukkan bahwa pengaruh ESG dan ISR tidak selalu signifikan atau bersifat kondisional. Shatnawi et al. (2022) dan Kassim et al. (2021) menemukan bahwa ISR hanya berdampak signifikan terhadap kinerja dan reputasi apabila benar-benar dipahami, dipercaya, dan diapresiasi oleh stakeholder, bukan sekadar menjadi formalitas pelaporan.

Tabel 2.5 Penelitian terdahulu

No	Judul Penelitian	Variabel	Populasi dan Sampel	Jenis Penelitian dan Alat Analisis	Hasil Penelitian	Hipotesis yang didukung
1	<i>Environmental Performance and Firm Value: Testing the Role of Firm Reputation (Khanifah et.al., 2020)</i>	Variabel Independen <i>Environmental Performance</i> Variabel Dependen: <i>Firm Reputation</i> Variabel tambahan: <i>Firm Value</i>	Populasi : Perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015–2018	Jenis Penelitian : Kuantitatif Alat Analisis : <i>Structural Equation Modeling (PLS-SEM)</i>	<i>Environmental performance</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan.	Menerima H1
2	<i>Visual Representation in Sustainability Reports: Impact on Public Perception of Corporate Social and Environmental Reputation (Pratama & Ardiana, 2024)</i>	Variabel Independen <i>Environmental disclosure</i> Variabel Dependen: <i>Corporate environmental reputation</i>	Populasi : 270 perusahaan terdaftar di Bursa Efek Indonesia Sampel : 563 <i>sustainability reports</i> periode 2020–2022	Jenis Penelitian : Kuantitatif Alat Analisis : <i>Content analysis</i> <i>Logistic regression</i>	<i>Environmental disclosure</i> berpengaruh positif terhadap reputasi lingkungan perusahaan.	Menerima H1
3	<i>Pengaruh ESG Performance terhadap Enterprise Value: Systematic Literature Review (Yulazri et.al., 2025)</i>	Variabel Independen <i>Environmental Performance</i> Variabel Dependen: <i>Enterprise value</i> reputasi perusahaan	Review 14 studi empiris global (2007–2024)	<i>Systematic Literature Review (SLR)</i>	<i>Environmental performance</i> meningkatkan reputasi perusahaan.	Menerima H1
4	<i>Transparency versus Performance in Financial Markets: The Role of CSR Communications (Kashyap et.al., 2020)</i>	Variabel Independen <i>ESG disclosures</i> Variabel Dependen: <i>Earnings surprise status</i>	Perusahaan publik yang terdaftar di pasar modal	Jenis Penelitian: kuantitatif eksplanatori –komparatif. Alat Analisis: <i>Logistic regression (binary)</i>	Perusahaan berkinerja buruk cenderung menahan informasi CSR/ESG	Menerima H1 Menerima H2 Menerima H3

No	Judul Penelitian	Variabel	Populasi dan Sampel	Jenis Penelitian dan Alat Analisis	Hasil Penelitian	Hipotesis yang didukung
		Pembanding: ESG <i>performance</i> (MSCI), ROA				
5	<i>Revisiting the association between environmental performance and financial performance: does the level of environmental orientation matter? (Gull et.al., 2022)</i>	Variabel Independen <i>Environmental Performance</i> Variabel Dependen: ROA, <i>Market-based</i> Variabel Kontrol: <i>Firm Size, Leverage, Sales Growth, Capital Intensity, Industry & Year Effects</i>	Populasi: Perusahaan non-keuangan yang terdaftar di pasar modal negara berkembang Sampel: 314 perusahaan Periode 2010–2019	Jenis Penelitian: kuantitatif eksplanatori Alat Analisis: <i>Panel data regression</i> <i>Robust standard errors</i> <i>Endogeneity check:</i> <i>System GMM</i>	• <i>Environmental performance</i> berpengaruh positif terhadap ROA • <i>Environmental performance</i> berpengaruh positif terhadap Tobin's Q	Menerima H5
6	<i>Is corporate environmental disclosure associated with firm value? A multicountry study of Gulf Cooperation Council firms (Gerged et.al., 2021)</i>	Variabel independen <i>Corporate Environmental Disclosure (CED)</i> Variabel Dependen: <i>Firm Value</i> (Tobin's Q), ROA	Populasi: Perusahaan yang beroperasi di negara-negara <i>Gulf Cooperation Council (GCC)</i> Sampel: 500 perusahaan	Jenis Penelitian : kuantitatif eksplanatori Alat Analisis: Regresi data panel	• CED berpengaruh positif terhadap <i>firm value</i> (Tobin's Q) • CED berpengaruh positif terhadap profitabilitas akuntansi (ROA)	Menerima H5
7	<i>The Effect of Islamic Social Reporting Disclosure and Company Reputation on Financial Performance with Business Ethics as a Moderating Variable (Helliana & Khomsiyah, 2020)</i>	Variabel Independen CSR Variabel Dependen: ROA Variabel Mediasi: Reputasi Perusahaan	Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).	Jenis penelitian: Kuantitatif Alat analisis: Analisis regresi linier Uji mediasi	CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan dan reputasi perusahaan	Menerima H2

No	Judul Penelitian	Variabel	Populasi dan Sampel	Jenis Penelitian dan Alat Analisis	Hasil Penelitian	Hipotesis yang didukung
8	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Reputasi Perusahaan sebagai Variabel Mediasi (Jao <i>et.al.</i> , 2024)	Variabel independen CSR Variabel Dependen: <i>Corporate Reputation</i> Variabel Mediasi: Reputasi, Nilai perusahaan	Populasi: Perusahaan manufaktur tercatat di Bursa Efek Indonesia (IDX) Sampel: 37 firm-year (2020–2022)	Jenis Penelitian : Kuantitatif Alat Analisis: Regresi linier berganda	CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>corporate reputation</i>	Menerima H2
9	<i>Research on the Impact of Corporate Social Responsibility Performance on Corporate Reputation and Employee Organizational Citizenship Behavior (Liu & Song, 2024)</i>	Variabel Independen <i>CSR Performance (social responsibility fulfillment)</i> Variabel Dependen: <i>Corporate Reputation</i>	Sampel responden dari perusahaan manufaktur (survei)	Kuantitatif Analisis survei statistik	<i>CSR performance</i> berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan	Menerima H2
10	<i>Determinants of Corporate Reputation: CSR and Financial Performance on SRI-KEHATI Index 2019–2023 (Sari et.al., 2025)</i>	Variabel Independen <i>CSR Disclosure</i> Variabel Dependen: <i>Corporate Reputation</i>	Populasi: Perusahaan di indeks SRI-KEHATI 2019–2023 Sampel: 10 perusahaan terpilih	Jenis Penelitian: Kuantitatif Alat Analisis: Regresi linier berganda	CSR berpengaruh positif terhadap <i>corporate reputation</i>	Menerima H2
11	Pengaruh Pengungkapan Laporan Keberlanjutan terhadap Reputasi Perusahaan dengan GCG sebagai Moderasi (Saf'annah & Murtanto, 2024)	Variabel Independen <i>Sustainability Disclosure</i> (termasuk <i>social</i>) Variabel Dependen: <i>Corporate Reputation</i> Variabel Mediasi: GCG	Populasi: Perusahaan sektor consumer & energy di BEI (2021–2022) Sampel: 75 perusahaan	Jenis Penelitian: Kuantitatif Alat analisis: Regresi linier berganda	Pengungkapan laporan keberlanjutan (<i>CSR/social performance</i>) berpengaruh terhadap reputasi	Menerima H2

No	Judul Penelitian	Variabel	Populasi dan Sampel	Jenis Penelitian dan Alat Analisis	Hasil Penelitian	Hipotesis yang didukung
12	<i>The Effect of Corporate Social Responsibility and Good Corporate Governance Disclosure on The Reputation of Banking Companies Listed on The Indonesia Stock Exchange (IDX) (Sultan & Ratnadi, 2024)</i>	Variabel Independen CSR, GCG Variabel Dependen: Reputasi Perusahaan Variabel Kontrol: Ukuran Perusahaan, Profitabilitas	Populasi: 46 perbankan yang terdaftar di BEI periode 2020–2022 Sampel: 108 observasi perusahaan-tahun	Jenis Penelitian: Kuantitatif kausal asosiatif Alat Analisis: Regresi Logistik (karena variabel dependen dummy) SPSS	CSR berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan GCG berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan	Menerima H2 Menerima H3
13	<i>Dampak Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance terhadap Reputasi Perusahaan Pertambangan di Indonesia Periode 2018–2020 (Sudirman & Ningrum, 2022)</i>	Variabel Independen CSR, GCG Variabel Dependen: Reputasi Perusahaan	Populasi: Perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI 2018–2020 Sampel: 46 perusahaan	Jenis Penelitian: <i>Deskriptif kuantitatif</i> Alat Analisis: Regresi linear berganda SPSS	CSR berpengaruh terhadap reputasi perusahaan GCG berpengaruh terhadap reputasi perusahaan	Menerima H2 Menerima H3
14	<i>Implementation of Good Corporate Governance on Corporate Reputation (Zahrani et.al., 2025)</i>	Variabel Independen <i>Good Corporate Governance</i> Variabel Dependen: <i>Corporate Reputation</i>	Studi literatur Sumber : Artikel ilmiah nasional dan internasional 5 tahun terakhir	Jenis Penelitian: Kualitatif – <i>Literature Review</i> Metode: Analisis dan sintesis literatur	Implementasi GCG berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan.	Menerima H3
15	<i>The Effect of Financial Performance on The Tobin's Q Value of Company Investment (Listiadi, 2023)</i>	Variabel Independen ROE, ROA, CSR, GCG Variabel Dependen: <i>Tobin's Q</i>	Populasi: Perusahaan terdaftar di LQ-45, stock indexer di Indonesia. Sampel: 45 perusahaan	Jenis Penelitian: <i>Asosiatif kuantitatif</i> Alat Analisis: Analisis regresi	CSR positif signifikan terhadap Tobin's Q GCG positif signifikan terhadap Tobin's Q	Menerima H5 Menerima H6 Menerima H7

No	Judul Penelitian	Variabel	Populasi dan Sampel	Jenis Penelitian dan Alat Analisis	Hasil Penelitian	Hipotesis yang didukung
16	<i>Environmental, Social, and Governance (ESG) Performance and Corporate Value: Unpacking the Moderating Effect of Company Size (Mulyana et.al., 2025)</i>	Variabel Independen <i>ESG Performance</i> Variabel Dependen: <i>Corporate Value</i> Variabel Moderasi: <i>Company Size</i> Variabel Kontrol: <i>Leverage, Company Age, Profitability, Dividend Policy</i>	Populasi: Perusahaan di kawasan ASEAN Sampel: 361 Perusahaan dari Indonesia, Malaysia, Singapura, Filipina, dan Thailand selama periode 2020-2023 (total 1.444 observasi)	Jenis Penelitian: Kuantitatif Alat Analisis: Regresi data panel <i>Moderated Regression Analysis (MRA)</i> <i>EViews software version 12</i>	<i>ESG performance</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>corporate value</i> .	Menerima H5 Menerima H6 Menerima H7
17	<i>The Effect of ESG (Environmental, Social And Governance) Scores on Company Performance: Evidence from the Manufacturing Industry in Turkey (Akpınar & Topak, 2024)</i>	Variabel Independen <i>ESG Score</i> Variabel Dependen: <i>ROA, Tobin's Q</i> Variabel Kontrol: <i>SIZE, LEV, CR, ATO, ICR, RGR</i>	Populasi: Perusahaan manufaktur di Bursa Istanbul (BIST) dan XUSIN tahun 2018 – 2022 Sampel: 16 perusahaan manufaktur	Jenis Penelitian : kuantitatif eksplanatori Alat Analisis: <i>Panel data regression</i> <i>Robust standard errors</i>	ESG berpengaruh positif terhadap ROA ESG berpengaruh positif terhadap Tobin's Q	Menerima H5 Menerima H6 Menerima H7
18	<i>Environmental, Social, and Governance (ESG) Performance and Firm Value: Evidence from Chinese Manufacturing Firms (Duan et.al., 2023)</i>	Variabel Independen <i>ESG Performance</i> Variabel Dependen: <i>Firm Value</i> Variabel Mediasi: <i>Financing Constraints</i> Variabel Moderasi: <i>R&D Investment Intensity</i>	Populasi: Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Shanghai dan Shenzhen A-shares dari tahun 2009 hingga 2021 Sampel: Total 16.185 observasi.	Jenis penelitian: Kuantitatif Alat Analisis: STATA 16.0. <i>Model fixed-effects</i>	Kinerja ESG berpengaruh positif signifikan terhadap <i>firm value</i>	Menerima H5 Menerima H6 Menerima H7

No	Judul Penelitian	Variabel	Populasi dan Sampel	Jenis Penelitian dan Alat Analisis	Hasil Penelitian	Hipotesis yang didukung
19	<i>Environmental, Social, and Governance Disclosure Effects on Firm Value, Profitability, and Capital Structure in Indonesia</i> (Wardhana & Hersugondo, 2025)	Variabel Independen <i>Environmental, Social, Governance Disclosure</i> Variabel Dependen: <i>Firm Value (Tobin's Q), Profitability</i> Variabel Intervening <i>Capital Structure</i> Variabel Kontrol: <i>Firm Size</i>	Populasi: Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sampel: 42 perusahaan yang terdaftar di BEI selama periode 2017-2023.	Jenis Penelitian: Kuantitatif Alat Analisis: <i>Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)</i>	• <i>Environmental disclosure</i> positif terhadap <i>firm value</i>. • <i>Social disclosure</i> berpengaruh positif terhadap <i>firm value</i>. • <i>Governance disclosure</i> berpengaruh positif terhadap <i>firm value</i>.	Menerima H5 Menerima H6 Menerima H7
20	<i>Sustainability disclosure and firm value: The intervening role of financial performance</i> (Baroroh & Usholikhah, 2026)	Variabel Independen <i>Sustainability report, Risk management, Intellectual capital</i> Variabel Dependen: <i>Firm value (Tobin's Q)</i> Variabel Intervening ROA	Populasi: Perusahaan yang terdaftar di IDX Sharia Growth dari periode Desember 2023 hingga Mei 2024. Sampel : 13 perusahaan	Jenis Penelitian : kuantitatif Alat Analisis: Regresi data panel <i>Generalized Least Squares (GLS)</i> <i>Sobel test</i>	<i>Sustainability report</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA • <i>Sustainability report</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>firm value</i>	Menerima H5 Menerima H6 Menerima H7
21	<i>ESG Impact on Tobin's Q: Business Environment Moderation in Chinese Listed Corporations</i> (Qin, 2023)	Variabel Independen <i>ESG performance</i> Variabel Dependen: Tobin's Q Variabel Moderasi: <i>External Business Environment (BEI)</i> Variabel Kontrol: <i>Firm Size, Asset</i>	Populasi : Perusahaan non-keuangan yang terdaftar di pasar saham A-share di China dari tahun 2014 hingga 2021.	Jenis penelitian: Kuantitatif Metode analisis: <i>Regresi panel data Moderated regression analysis</i>	<i>ESG performance</i> berpengaruh positif terhadap <i>Tobin's Q</i> . <i>External business environment</i> memoderasi hubungan ESG dan Tobin's Q.	Menerima H5 Menerima H6 Menerima H7

No	Judul Penelitian	Variabel	Populasi dan Sampel	Jenis Penelitian dan Alat Analisis	Hasil Penelitian	Hipotesis yang didukung
		<i>Growth Rate, CR, Proportion of Institutional Investors, dan Quick Ratio</i>				
22	<i>The Effect of Islamic Corporate Social Responsibility on Financial Performance and Reputation of Islamic Banks in Indonesia (Bachtiar & Abdullah, 2025)</i>	Variabel Independen ICSR –indeks ISR (43 item) Variabel Dependen: Kinerja Keuangan (ROA), Reputasi Bank (<i>Market Share</i>)	Populasi: BUS terdaftar di OJK Periode 2019–2023 Sampel: 9 BUS	Jenis Penelitian: Kuantitatif Metode Analisis: Regresi Linear Berganda	ICSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan ICSR berpengaruh positif terhadap reputasi bank	Menerima H4 Menerima H8
23	<i>Zakat Funds, Non-Halal Funds, Islamic Social Reporting on the Islamic Commercial Banks Performance and Reputation (Suciarti & Wafiroh, 2023a)</i>	Variabel Independen Dana Zakat, Dana Non Halal, <i>Islamic Social Reporting (ISR)</i> Variabel Dependen: ROA, Reputasi (<i>Market Share</i>)	Populasi: BUS di Indonesia Periode 2016–2020 Sampel: 14 BUS	Jenis Penelitian: Kuantitatif Metode Analisis: <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i> Software: AMOS 26	Dana zakat dan Dana non halal berpengaruh pada kinerja dan reputasi ISR berpengaruh pada kinerja dan reputasi	Menerima H4 Menerima H8
24	<i>Pengaruh Zakat dan Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan dan Reputasi Bank Umum Syariah (Anggraeni & Gultom, 2024)</i>	Variabel Independen Zakat, CSR Variabel Dependen : Kinerja Keuangan (ROA) Reputasi (<i>Market Share</i>)	Populasi: BUS yang terdaftar di OJK Sampel: 7 BUS periode 2018–2022	Jenis Penelitian: Kuantitatif Alat Analisis: Regresi Linier Berganda	CSR berpengaruh pada kinerja keuangan. Zakat berpengaruh terhadap reputasi. CSR berpengaruh terhadap reputasi.	Menerima H4 Menerima H8

Sumber: Data diolah, 2025

2.3 Hipotesis Penelitian

1. Pengaruh *environmental performance* terhadap reputasi bank syariah

Kinerja lingkungan membentuk reputasi, di mana strategi lingkungan yang efektif terbukti meningkatkan efisiensi, menurunkan risiko operasional, dan memperkuat reputasi positif (Gull *et.al.*, 2022; Veeravel *et.al.*, 2024). Perusahaan dengan inisiatif lingkungan terbaik bahkan mampu unggul secara finansial (Gull *et.al.*, 2022), sementara penerapan standar lingkungan menurunkan biaya produksi dan memitigasi risiko reputasi (Li *et.al.*, 2024). Investasi lingkungan yang proaktif juga terbukti meningkatkan reputasi (Khanifah *et.al.*, 2020; Pratama & Ardiana, 2024; Wu & Tham, 2023; Yulazri *et.al.*, 2025), dan transparansi pengungkapan lingkungan, diterima lebih baik oleh investor (Zhu *et.al.*, 2014). Keterbukaan informasi lingkungan berperan penting dalam mengelola risiko reputasi (Gerged *et.al.*, 2021).

Investasi lingkungan yang berlebihan dapat menurunkan profitabilitas, menunjukkan *trade-off* antara tanggung jawab lingkungan dan reputasi, di mana upaya moderat justru paling efektif meningkatkan nilai perusahaan (Khan *et.al.*, 2024; Chen & Li, 2024; Pekovic *et.al.*, 2018). Pengaruh strategi lingkungan terhadap reputasi sangat dipengaruhi oleh konteks regulasi, tingkat investasi, dan kapasitas perusahaan dalam mengelola biaya serta risiko lingkungan (Zhang *et.al.*, 2024).

H1 : *Environmental performance* berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah.

2. Pengaruh *social performance* terhadap reputasi bank syariah

Kinerja sosial mencakup keberagaman, kesejahteraan karyawan, keterlibatan masyarakat, keselamatan kerja, dan tanggung jawab produk, yang memperkuat citra etis dan posisi keuangan perusahaan (Dossa *et.al.*, 2025). Inisiatif sosial yang kuat dapat meningkatkan reputasi perusahaan melalui peningkatan motivasi, produktivitas, inovasi, dan citra publik (Ding & Lee, 2024; Garrido-Ruso *et.al.*, 2024; Helliana & Khomsiyah, 2020; Jao *et.al.*, 2024; Liu & Song, 2024; Saf'annah & Murtanto, 2024; Sari *et.al.*, 2025; Sudirman & Ningrum, 2022; Sultan & Ratnadi, 2024). Implementasi program sosial seperti inklusi, penciptaan lapangan kerja, atau dukungan budaya mampu memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan (Bustamante *et.al.*, 2023), serta menumbuhkan legitimasi sosial dan kepercayaan publik (Vergara-Romero *et.al.*, 2020) dan dapat diintegrasikan ke dalam strategi bisnis jangka panjang (Albuquerque *et.al.*, 2019; Azmi *et.al.*, 2021).

Meski investasi sosial sering dinilai memperkuat reputasi, upaya sosial yang hanya formalitas berisiko dianggap pencitraan, menimbulkan skeptisisme, dan justru melemahkan reputasi.(Garg & Gupta, 2020). Dalam konteks tertentu, seperti struktur kepemilikan yang terkonsentrasi, keterlibatan perusahaan justru berdampak negatif terhadap reputasi (Pekovic & Vogt, 2021). Oleh karena itu, kami mengajukan hipotesis berikut:

H2 : *Social performance* berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah

3. Pengaruh *governance performance* terhadap reputasi bank syariah

Tata kelola yang efektif memperkuat transparansi, akuntabilitas, dan keadilan, sehingga meningkatkan reputasi, kinerja, serta legitimasi sosial melalui dewan independen dan praktik SDM yang adil dan inklusif (Shafeeq Nimr Al-Maliki *et.al.*, 2023; Wu *et.al.*, 2023). Selain itu, tingkat pengungkapan tata kelola yang moderat dianggap optimal karena mampu meningkatkan reputasi (Salehi & Bashirimanesh, 2024; Sudirman & Ningrum, 2022; Sultan & Ratnadi, 2024; Zahrani *et.al.*, 2025). Tata kelola yang efektif juga terbukti mendorong penciptaan nilai sekaligus memitigasi risiko reputasi (Srairi, 2024).

Peran ganda ketua dewan yang juga menjabat eksekutif dapat melemahkan independensi dan mengurangi reputasi perusahaan (Banerjee *et.al.*, 2020), kepemilikan terkonsentrasi seringkali (Karamanou & Vafeas, 2005; Petersen & Vredenburg, 2009), bahkan representasi karyawan di dewan terkadang justru mengurangi kepercayaan investor, meskipun skor tata kelola perusahaan tinggi (Nekhili *et.al.*, 2021). Oleh karena itu, kami mengajukan hipotesis berikut:

H3 : *Governance performance* berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah

4. Pengaruh *islamic social reporting* terhadap reputasi bank syariah

Perusahaan yang melaporkan *islamic social reporting* secara konsisten akan memperoleh pengakuan, kepercayaan, dan dukungan dari *stakeholder* yang semuanya berkontribusi terhadap penguatan citra dan reputasi perusahaan (Ahmed *et.al.*, 2023; Anggraeni & Gultom, 2024; Bachtiar & Abdullah, 2025;

Suciarti & Wafiroh, 2023). Keterbukaan *islamic social reporting* berkontribusi terhadap reputasi korporasi dan preferensi investor dalam memilih saham perusahaan berbasis syariah (Alam *et.al.*, 2022).

Nurhayati *et.al.* (2020) menunjukkan bahwa walaupun perusahaan telah menerapkan ISR, tingkat pemahaman dan kepedulian publik terhadap laporan ISR masih rendah, sehingga dampaknya terhadap reputasi kurang signifikan. ISR memiliki pengaruh minimal terhadap persepsi publik, terutama ketika dimensi pelaporan tidak dipahami secara luas oleh nasabah non-akademis (Kassim *et.al.*, 2021; Shatnawi *et.al.*, 2022). Oleh karena itu, kami mengajukan hipotesis berikut:

H4 : Islamic social reporting berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah

5. Pengaruh *environmental performance* terhadap reputasi bank syariah dimediasi kinerja perusahaan

Beberapa penelitian mendukung bahwa kinerja lingkungan berdampak positif terhadap kinerja (Gull *et.al.*, 2022). Studi oleh Gerged *et.al.* (2021) menemukan hubungan positif kinerja lingkungan terhadap kinerja perusahaan (Akpınar & Topak, 2024; Alareeni & Hamdan, 2020; Duan *et.al.*, 2023; Mulyana *et.al.*, 2025). Literatur empiris terkini juga menunjukkan bahwa inisiatif ramah lingkungan manajemen memainkan peran penting dalam menentukan kinerja dan reputasi perusahaan yang unggul (Chen *et.al.*, 2023; Zhang *et.al.*, 2024).

Namun, terdapat pula hasil yang bertolak belakang. Dyck *et.al* (2023) menemukan bahwa dana investasi untuk pengelolaan lingkungan tidak selalu menghasilkan imbal hasil lebih baik. Seperti halnya di negara berkembang, kinerja lingkungan belum berpengaruh signifikan terhadap kinerja dan secara tidak langsung tidak berpengaruh terhadap reputasi (Drempetic *et.al.*, 2020; Serafeim, 2021; Boubaker *et.al.*, 2022). Oleh karena itu, kami mengajukan hipotesis berikut:

H5 : *Environmental performance* berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah dimediasi kinerja perusahaan

6. Pengaruh *social performance* terhadap reputasi bank syariah dimediasi kinerja perusahaan

Praktik kinerja sosial tidak hanya memperkuat reputasi, tetapi juga meningkatkan kinerja perusahaan, yang pada akhirnya memperkuat legitimasi perusahaan. Studi (Fatemi *et.al.*, 2021; Ferrell *et.al.*, 2021). Reputasi semakin signifikan ketika kinerja sosial berkontribusi pada kinerja perusahaan (Baroroh & Usholikhah, 2026; Qin, 2023; Wardhana & Hersugondo, 2025). Implementasi kinerja sosial efektif mampu menarik perhatian publik, membangun loyalitas, dan meningkatkan kinerja (Alshammari, 2020; Singh & Misra, 2021). Dengan demikian, kinerja sosial dipandang sebagai sarana strategis untuk memperkuat legitimasi dan keunggulan kompetitif (Brown & Dacin, 1997; Shah & Shome, 2025).

Namun, tidak semua studi mendukung peran kinerja keuangan sebagai mediator. (Bitektine & Haack, 2020) menilai bahwa reputasi bersifat perseptual dan emosional sehingga tidak selalu bergantung pada profitabilitas. Reputasi dapat terbentuk langsung melalui persepsi sosial atas keberlanjutan tanpa melalui kinerja perusahaan (Wang *et.al.*, 2022; Martínez-Ferrero *et.al.*, 2023). Oleh karena itu, hipotesis diajukan sebagai berikut:

H6 : *Social performance* berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah dimediasi kinerja perusahaan

7. Pengaruh *governance performance* terhadap reputasi bank syariah dimediasi kinerja perusahaan

Penerapan *Governance* yang baik meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan efisiensi, sehingga memperkuat kinerja keuangan dan pada akhirnya meningkatkan reputasi perusahaan (Duan *et.al.*, 2023; Listiadi, 2023; Qin, 2023; Singh & Arora, 2025; Wardhana & Hersugondo, 2025). Tata kelola perusahaan yang efektif dan praktik pengungkapan yang lebih baik memainkan peran penting dalam memitigasi dampak buruk risiko litigasi terhadap kinerja perusahaan (Waheed & Bagh, 2025; Wu *et.al.*, 2020).

Governance sering kali membentuk reputasi perusahaan secara langsung melalui legitimasi moral, kepatuhan terhadap regulasi, serta persepsi positif pemangku kepentingan, tanpa harus tercermin terlebih dahulu pada kinerja keuangan (Bitektine & Haack, 2014; Mallin, 2020). Dalam kerangka ini, reputasi lebih ditentukan oleh kepercayaan publik terhadap integritas, etika, dan

akuntabilitas perusahaan, bukan semata hasil keuangan yang dilaporkan (Fombrun, 1996; Wang *et al.*, 2022).

H7 : *Governance performance* berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah dimediasi kinerja perusahaan

8. Pengaruh *islamic social reporting* terhadap reputasi bank syariah dimediasi kinerja perusahaan

Islamic social reporting mampu meningkatkan kinerja perusahaan melalui penguatan kepercayaan (*trust*) investor, loyalitas nasabah muslim, serta diferensiasi reputasi yang selaras dengan nilai-nilai etika Islam (Rahman & Bukair, 2023). Kinerja perusahaan berperan sebagai mediator penting dalam hubungan ISR dan reputasi perusahaan (Ahmed *et.al.*, 2023; Alam *et.al.*, 2022; Anggraeni & Gultom, 2024; Bachtiar & Abdullah, 2025; Suciarti & Wafiroh, 2023).

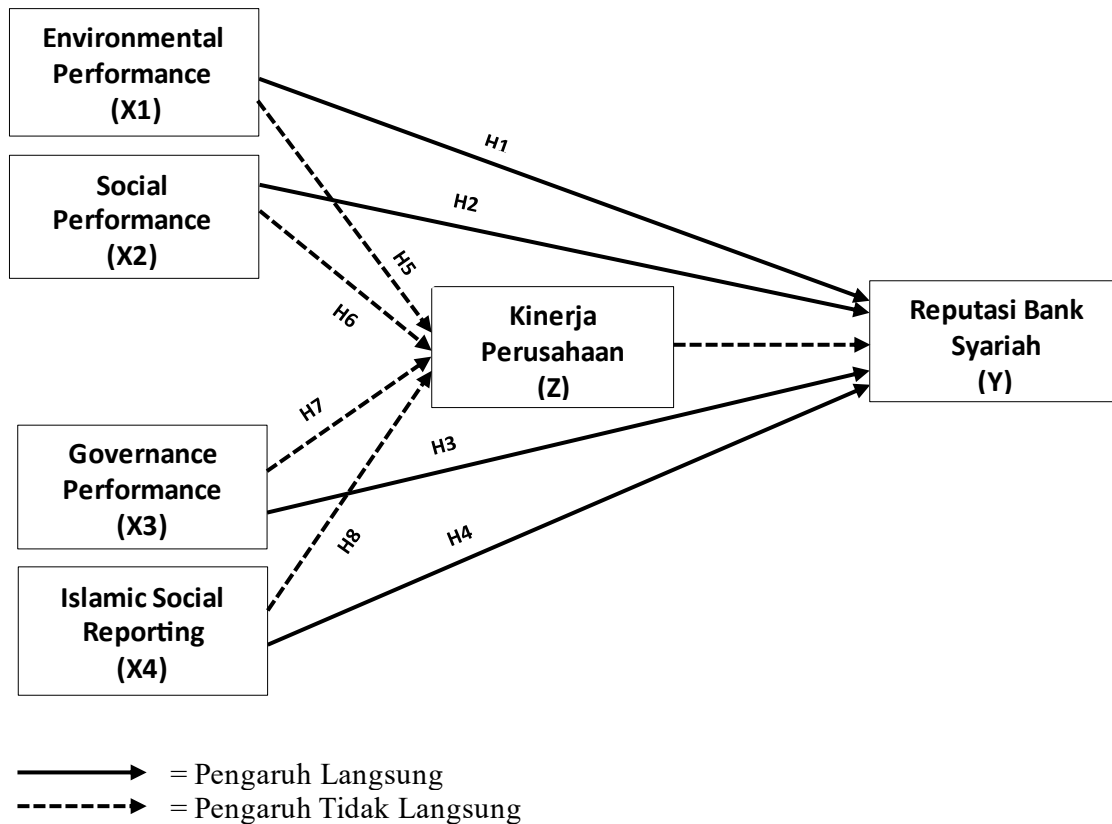
ISR berdampak signifikan pada reputasi jika dilaksanakan secara aktif dan dipahami publik, bukan sekadar tercermin dalam indikator finansial (Shatnawi *et.al.*, 2022). ISR dianggap penting dari sisi etika dan legitimasi, tetapi dampak langsung terhadap indikator keuangan, khususnya dalam jangka pendek, masih lemah atau tidak signifikan (Fauzi & Mulyani, 2020; Azmi *et.al.*, 2021)

H8 : *Islamic social reporting* berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah dimediasi kinerja perusahaan

2.4 Model Hipotesis

Model hipotesis pada penelitian ini, akan dijelaskan pengaruh variabel independen, yaitu *Environmental performance* (X1), *Social performance* (X2), *Governance performance* (X3), *Islamic social reporting* (X4) terhadap variabel dependen, yaitu Reputasi bank syariah (Y), baik pengaruh secara langsung maupun pengaruh secara tidak langsung, yaitu dengan Kinerja perusahaan (Z) sebagai variabel mediasi.

Gambar 2.1 Model Hipotesis



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan *explanatory*. Hal ini berdasarkan tujuan utama penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh *environmental, social and governance, islamic social reporting* terhadap reputasi perusahaan dimediasi kinerja perusahaan pada bank umum syariah di Indonesia. Adapun data utama untuk menjawab tujuan tersebut menggunakan data kuantitatif. Hal ini relevan dengan teori yang disebutkan oleh Imam Machali (2021) yang menyebutkan bahwa penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang dalam proses pelaksanaan penelitiannya lebih banyak menggunakan angka-angka mulai dari pengumpulan data, penafsiran, sampai pada hasil atau penarikan kesimpulannya.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

a. Populasi

Populasi merupakan area/kawasan abstraksi yang terdiri dari objek/subjek yang memiliki kuantitas dan spesifikasi tersendiri yang diterapkan oleh peneliti untuk dianalisis dan selanjutnya dibuat kesimpulannya (Siyoto & Sodik, 2015). Populasi dalam penelitian yaitu bank umum syariah yang ada di Indonesia.

a. Sampel dan teknik pengambilan sampel

Sampel merupakan salah satu unsur dari kuantitas dan spesifikasi yang

dirangkum dalam populasi. Sampel yang berasal dari populasi harus benar-benar menjadi *representative* dari penelitian yang dilakukan (Sugiyono, 2016). Teknik penetapan atau penarikan sampel dalam penelitian ini memanfaatkan teknik *non-probability sampling* lebih spesifiknya berupa *purposive sampling*, yang merupakan teknik penetapan atau penarikan sampel berdasarkan peninjauan dan standar tertentu.

Pada metode *purposive sampling* seluruh populasi dikelompokkan pada kriteria tertentu dengan tujuan pengambilan sampel akan merata pada seluruh tingkatan dan sampel mewakili seluruh karakter seluruh populasi yang heterogen (Amin *et.al.*, 2023). Adapun kriteria pengambilan sampel berdasarkan *purposive sampling* dalam penelitian ini yaitu diantaranya:

1. Bank umum syariah di Indonesia. Pengambilan kriteria tersebut dikarenakan ada beberapa bagian yang termasuk dalam perbankan syariah, yaitu bank umum syariah, unit usaha syariah, dan bank pengkreditan rakyat syariah. Dalam penelitian ini menggunakan bank syariah.
2. Bank umum syariah di Indonesia selama periode 2020 hingga 2024. Pengambilan kriteria tersebut dikarenakan ada beberapa bank umum syariah yang belum melakukan transisi menjadi syariah dari awal periode pengamatan.
3. Bank umum syariah laporan keuangan, *annual report* dan *sustainability report* lengkap selama periode 2020-2024. Kriteria tersebut dikarenakan data yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian ini.

Tabel 3.1 Kriteria Pengambilan Sampel

No	Kriteria	Jumlah
1	Bank Umum Syariah (BUS) yang ada di Indonesia periode 2020 – 2024	14
2	BUS di Indonesia yang tidak menerbitkan <i>annual report</i> dan <i>sustainability report</i> selama periode 2020-2024	(2)
3	BUS di Indonesia yang terdaftar dan selalu menerbitkan <i>annual report</i> dan <i>sustainability report</i> selama periode 2020-2024	12
	Jumlah sampel penelitian	12

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan *purposive sampling* yang telah dilakukan, maka sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah 12 bank umum syariah di Indonesia sehingga total keseluruhan sampel yang diamati selama periode 2020-2024 adalah 60. Jumlah sampel tersebut telah memenuhi jumlah sampel minimum, hal ini didasarkan oleh pernyataan (Anwar *et.al.*, 2024) yang menjelaskan bahwa ukuran sampel suatu populasi dianjurkan lebih besar dari 30 sampel. Ada 2 bank umum syariah yang tidak masuk dalam kategori, yaitu Bank Nano Syariah dan Bank Kepri Syariah, karena pada saat periode pengamatan belum transisi ke bank umum syariah. Adapun daftar bank umum syariah yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 3.2 Data Sampel Penelitian

Kode	Bank Umum Syariah di Indonesia	Singkatan
Bank 1	Bank Aceh Syariah	BAS
Bank 2	BPD Nusa Tenggara Barat Syariah	NTBS
Bank 3	Bank Muamalat Indonesia	BMI
Bank 4	Bank Victoria Syariah	BVS

Kode	Bank Umum Syariah di Indonesia	Singkatan
Bank 5	Bank Jabar Banten Syariah	BJBS
Bank 6	Bank Syariah Indonesia, Tbk	BSI
Bank 7	Bank Mega Syariah	BMS
Bank 8	Bank Panin Dubai Syariah, Tbk	BPDS
Bank 9	Bank Syariah Bukopin	BSB
Bank 10	Bank BCA Syariah	BCAS
Bank 11	Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah	BTNS
Bank 12	Bank Aladin Syariah	ALADIN

Sumber: Data diolah, 2025

3.3 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di situs resmi bank umum syariah yang ada di Indonesia. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah perusahaan yang bergerak di bidang keuangan yaitu bank umum syariah. Alasan pemilihan lokasi adalah karena ruang lingkup penelitian adalah keterbukaan laporan keuangan, *annual report*, dan *sustainability report* dimana data penelitian bank umum syariah dapat diperoleh dari situs resmi perusahaan. Data yang digunakan yaitu *annual report*, dan *sustainability report* periode 2020 hingga 2024.

3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Sugiyono (2017) menjelaskan mengenai definisi operasional variabel, yaitu proses menelaah dan pembentukan konstruk dari suatu variabel agar variabel tersebut dapat diukur. Hal ini dilakukan agar variabel-variabel yang akan digunakan memiliki skala yang nantinya akan digunakan sebagai analisis.

1. Reputasi Bank Syariah

Variabel reputasi perusahaan diukur menggunakan *market share*, yaitu perbandingan antara total pembiayaan atau aset bank syariah tertentu terhadap total industri perbankan syariah. Pengukuran ini digunakan untuk menggambarkan tingkat kepercayaan dan posisi kompetitif bank di dalam industri.

$$REP = \frac{\text{Total Aset}}{\text{Total Aset Seluruh Bank}} \times 100\%$$

2. *Environmental Performance*

Variabel *environmental performance* diukur menggunakan indikator dari GRI 300 *environmental standards* yang dikembangkan oleh *Global Reporting Initiative*. Indikator dalam penelitian telah disesuaikan dengan objek penelitian yaitu bank syariah,

Tabel 3.3 Indikator Penilaian GRI 300

	Aspek	Kode	Indikator
GRI 301	Material	301-1	Materi yang digunakan berdasarkan berat dan volume
		301-2	Material input dari daur ulang yang digunakan
		301-3	Produk reclaimed dan material kemasannya
GRI 302	Energi 2016	302-1	Konsumsi energi dalam organisasi
		302-2	Konsumsi energi di luar organisasi
		302-3	Intensitas energi
		302-4	Pengurangan konsumsi energi
		302-5	Pengurangan pada energi yang dibutuhkan untuk produk dan jasa
GRI 303	Air dan Efluen	303-1	Interaksi dengan air sebagai sumber daya bersama
		303-2	Manajemen dampak yang berkaitan dengan pembuangan
		303-3	Pengambilan air
		303-4	Pembuangan air
		303-5	Konsumsi air
GRI 304	Keanekaragaman Hayati	304-1	Lokasi operasi berdekatan dengan, kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman 8 hayati tinggi diluar kawasan lindung
	Aspek	Kode	Indikator

GRI 305	Emisi 2016	304-2	Dampak signifikan dari aktivitas produk dan jasa pada keanekaragaman hayati
		304-3	Habitat yang dilindungi atau direstorasi
		305-1	Emisi GRK
		305-2	Emisi energi GRK
		305-3	Emisi GRK tidak langsung
		305-4	Intensitas emisi GRK
		305-5	Pengurangan emisi GRK
		305-6	Emisi zat perusak ozon
GRI 306	Limbah 2016	305-7	Nitrogen oksida, belerang oksida, dan emisi udara signifikan lainnya
		306-1	Timbulan limbah dan dampak signifikan terkait limbah
		306-2	Manajemen dampak signifikan terkait limbah
		306-3	Timbulan limbah (limbah yang dihasilkan)
		306-4	Limbah yang dialihkan dari pembuangan akhir
GRI 307		306-5	Limbah yang diarahkan ke pembuangan akhir
		307-1	Ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan tentang lingkungan hidup

Sumber: Indeks GRI, 2025

3. *Social Performance*

Variabel *social performance* diukur menggunakan indikator dari GRI 400 *social standards*. Pengukuran dilakukan berdasarkan tingkat pengungkapan informasi sosial dalam laporan tahunan dan laporan keberlanjutan bank syariah. Dalam penelitian ini, indikator disesuaikan dengan karakteristik bank syariah.

Tabel 3.4 Indeks Pengukuran GRI 400

	Aspek	Kode	Indikator
GRI 401	Kepegawaian 2016	401-1	Perekrutan karyawan baru dan pergantian karyawan
		401-2	Tunjangan yang diberikan kepada karyawan purnawaktu tetapi tidak pada karyawan paruh waktu
		401-3	Cuti melahirkan
GRI 402	Hub. Tenaga Kerja	402-1	Periode pemberitahuan terkait perubahan operasional
GRI 403	Kesehatan dan Keselamatan Kerja 2018	403-1	Sistem manajemen kesehatan dan keselamatan kerja
		403-2	Pengungkapan Pengidentifikasian bahaya, penilaian risiko, dan investigasi insiden
		403-3	Layanan kesehatan kerja
	Aspek	Kode	Indikator

		403-4	Partisipasi, konsultasi, dan komunikasi pekerja tentang kesehatan dan keselamatan kerja
		403-5	Pelatihan pekerja mengenai kesehatan dan keselamatan kerja
		403-6	Peningkatan kualitas kesehatan pekerja
		403-7	Pencegahan dan mitigasi dampak-dampak kesehatan dan keselamatan kerja terkait hubungan bisnis
		403-8	Pekerja yang tercakup dalam sistem manajemen kesehatan dan keselamatan kerja
		403-9	Kecelakaan kerja
		403-10	Penyakit akibat kerja
GRI 404	Pelatihan dan Pendidikan	404-1	Rata-rata jam pelatihan per tahun per karyawan
		404-2	Program untuk meningkatkan keterampilan karyawan
		404-3	Persentase karyawan yang menerima tinjauan rutin terhadap kinerja dan pengembangan karier
GRI 405	Keanekaragaman dan Peluang setara	405-1	Keanekaragaman badan tata kelola dan karyawan
		405-2	Rasio gaji dan remunerasi perempuan dan laki-laki
GRI 406	Nondiskriminasi	406-1	Insiden diskriminasi dan tindakan perbaikan
GRI 408	Pekerja anak	408-1	Operasi dan pemasok yang berisiko signifikan terhadap insiden pekerja anak
GRI 409	Kerja Paksa atau Wajib Kerja	409-1	Operasi dan pemasok yang berisiko signifikan terhadap insiden kerja paksa atau wajib kerja
GRI 411	Hak Masyarakat Adat	411-1	Insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat
GRI 412	Hak Asasi Manusia	412-1	Operasi-operasi yang telah melewati tinjauan hak asasi manusia atau penilaian dampak
		412-2	Pelatihan karyawan atau prosedur hak asasi manusia
GRI 413	Masyarakat Setempat	413-1	Operasi dengan keterlibatan masyarakat setempat, penilaian dampak, dan program pengembangan
		413-2	Operasi yang berpotensi memiliki dampak negatif terhadap masyarakat setempat
GRI 416	Kesehatan dan Keselamatan	416-1	Penilaian dampak kesehatan dan keselamatan dari berbagai kategori produk dan jasa
GRI 417	Pemasaran dan Pelabelan	417-1	Persyaratan pelabelan dan informasi produk/jasa
		417-2	Ketidakpatuhan terkait informasi produk dan jasa
		417-3	Insiden ketidakpatuhan terkait komunikasi
GRI 418	Privasi Pelanggan	418-1	Pengaduan mengenai pelanggaran terhadap privasi pelanggan dan hilangnya data

Sumber: Indeks GRI, 2025

4. Governance Performance

Variabel *governance performance* diukur menggunakan indikator *Good Corporate Governance Index*. Dalam penelitian ini, indikator disesuaikan dengan karakteristik bank syariah.

Tabel 3.5 Indeks Pengukuran GCG Index

Aspek	No	Indikator
Pemegang Saham	1	Uraian mengenai hak pemegang saham
	2	Jaminan perlindungan hak pemegang saham dan kesetaraan
	3	Tanggal pelaksanaan RUPS
	4	Hasil RUPS
Dewan Komisaris	5	Nama-nama anggota dewan komisaris
	6	Status setiap anggota (komisaris independen/ bukan independen)
	7	Latar belakang pendidikan dan karier dewan komisaris
	8	Uraian mengenai tugas dan tanggung jawab dewan komisaris
	9	Kebijakan dan jumlah remunerasi anggota dewan komisaris
	10	Jumlah rapat yang dilakukan
	11	Program pelatihan dewan komisaris
Dewan Direksi	12	Nama-nama anggota direksi dengan jabatan masing-masing
	13	Uraian mengenai tugas dan tanggung jawab direksi.
	14	Latar belakang pendidikan dan karier anggota direksi
	15	Ruang lingkup pekerjaan dan tanggung jawab masing-masing
	16	Kebijakan dan jumlah remunerasi anggota direksi
	17	Jumlah rapat yang dilakukan oleh direksi
	18	Program pelatihan kompetensi direksi
Komite Audit	19	Nama dan jabatan anggota komite audit
	20	Uraian tugas dan tanggung jawab komite audit
	21	Jumlah pertemuan yang dilakukan oleh komite audit
	22	Laporan singkat pelaksanaan kegiatan komite audit
	23	Independensi anggota komite audit
	24	Keberadaan piagam komite audit (<i>Audit Charter</i>)
Komite Nominasi dan Remunerasi	25	Nama dan anggota komite nominasi dan remunerasi
	26	Tugas dan tanggung jawab komite nominasi dan remunerasi
	27	Jumlah pertemuan yang dilakukan
	28	Laporan pelaksanaan kegiatan komite nominasi dan remunerasi
	29	Independensi anggota komite nominasi dan remunerasi
Komite Manajemen Risiko	30	Nama dan jabatan anggota komite manajemen risiko
	31	Uraian tugas dan tanggung jawab komite manajemen risiko
	32	Jumlah pertemuan oleh komite manajemen risiko
	33	Laporan singkat pelaksanaan kegiatan komite manajemen risiko
	34	Independensi anggota komite manajemen risiko

Aspek	No	Indikator
	35	Penjelasan mengenai audit internal perusahaan
Manajemen Risiko	36	Penjelasan terhadap risiko-risiko yang dihadapi oleh perusahaan
	37	Upaya untuk mengelola risiko-risiko tersebut
Akses Informasi	38	Akses informasi dan data perusahaan kepada publik
	39	Daftar penyebaran informasi kepada publik
Etika Perusahaan	40	Keberadaan pedoman perilaku (<i>code of conduct</i>)
	41	Pernyataan mengenai budaya perusahaan (<i>corporate culture</i>)
Tanggung Jawab Sosial	42	Uraian mengenai pengakuan hak-hak karyawan
	43	Uraian jaminan terciptanya lingkungan kerja yang kondusif
	44	Komitmen perusahaan terhadap kesehatan dan keselamatan kerja
	45	Manajemen keselamatan kerja
	46	Komitmen perusahaan terhadap perlindungan konsumen
	47	Program kemitraan yang dilakukan oleh perusahaan
	48	Bantuan korban bencana alam atau bantuan sosial lainnya
	49	Bantuan pendidikan (beasiswa) dan pelatihan
	50	Pengembangan sarana umum
Penerapan <i>Good Corporate Governance</i> (GCG)	51	Program pelestarian lingkungan yang dilakukan perusahaan
	53	Keberadaan pedoman pelaksanaan GCG
	54	Kepatuhan terhadap pedoman GCG
	55	Keberadaan <i>Board Manual</i>
	56	Struktur tata kelola perusahaan
	57	Hasil penilaian penerapan GCG dalam setahun
	58	Audit GCG (jasa atestasi) oleh eksternal auditor
Nilai Perusahaan	59	Visi perusahaan
	60	Misi perusahaan
	61	Nilai-nilai perusahaan
	62	Kepemilikan saham oleh dewan komisaris dan direksi
	63	Uraian kepatuhan terhadap peraturan perundangan
	64	Uraian transaksi dengan pihak yang memiliki benturan kepentingan
	65	Uraian mengenai etika bisnis dalam perusahaan

Sumber: GCG Index, 2025

5. *Islamic social reporting*

Variabel *islamic social reporting* (ISR) diukur menggunakan *islamic social reporting index* yang dikembangkan oleh (Haniffa, 2002) serta dikembangkan lebih lanjut oleh (Othman & Thani, 2010). Indikator dalam penelitian ini disesuaikan dengan karakteristik operasional bank syariah.

Tabel 3.6 Indikator Pengukuran ISR Index

Kategori	No	Indikator
Tanggung Jawab Sosial Dalam Organisasi	A	Kebijakan Kesejahteraan Karyawan
	1	Kesempatan yang sama bagi semua karyawan
	2	Gaji berdasarkan kecakapan dan promosi
	3	Menetapkan skema intensif jangka panjang, pengembangan, pelatihan untuk semua karyawan.
	4	Ketentuan untuk cuti hamil dan jam kerja bagi karyawan wanita.
	5	Jam kerja maksimum yang diijinkan
	6	Larangan, hukuman, dan pengaduan tindakan diskriminasi.
	7	Pro-aktif dalam memantau karyawan dengan latar belakang
	8	Mengeliminasi karyawan dibawah umur (anak-anak)
	9	Menghapus penghalang kelas dan ras antar karyawan
	10	Perilaku semua karyawan sesuai dengan kode etika
	11	Perilaku saling menghormati antar karyawan
	12	Langkah keselamatan dan kesehatan kerja
	B	Kebijakan Mengurangi Dampak yang Merugikan Lingkungan
	1	Efisiensi penggunaan sumber daya yang tidak dapat diperbarui.
	2	Pelatihan karyawan untuk efisiensi penggunaan sumber daya
	3	Mencari alternatif untuk sumber daya yang dapat diperbarui
Tanggung Jawab Sosial Atas Hubungannya Dengan Pelanggan dan Klien	A	Kebijakan Mutu yang Sama Dalam Pelayanan Kepada Pelanggan
	1	Membentuk kode etik bagi seluruh karyawan dalam berurusan dengan pelanggan.
	2	Pengembangkan ketrampilan pelayanan kepada pelanggan.
	3	Survei kinerja dan kualitas pelayanan kepada pelanggan
	B	Kebijakan Menangani Tanggung Jawab Klien
	1	Semua kontrak harus diperiksa oleh DPS untuk menghindari pengenaan syarat dan kondisi berat bagi klien.
	2	Memastikan pemasaran dan dokumen dibuat secara etis.
	3	Kewajiban dan hak masing-masing pihak dalam melakukan transaksi.
	4	Syarat dan kondisi klien atas pembiayaan yang diperpanjang.
	5	Tersedianya ganti rugi apabila melanggar persyaratan kontrak.
	6	Pendapat DPS mengenai biaya keterlambatan.
	7	Biaya keterlambatan pembayaran yang dikenakan kepada klien
	8	Alokasi pendapatan atau amal
	9	LKI menunda penagihan utang klien yang mengalami kebangkrutan.
	C	<i>Qard Hasan</i>
	1	Menetapkan dana <i>Qard Hasan</i> .

Kategori	No	Indikator
	2	Menyimpan catatan atas sumber pendanaan <i>Qard Hasan</i>
	3	Jenis manfaat dana <i>Qard Hasan</i> yang diijinkan
	4	Pinjaman didistribusikan kepada individu atau organisasi.
	D	Kebijakan Untuk Bisnis Mikro & Kecil, Tabungan Sosial dan Investasi
	1	Dorongan UMKM untuk menabung
	2	Dorongan tabungan sosial untuk pernikahan, program pendidikan anak-anak, masyarakat berbasis program, dan program kesejahteraan masyarakat.
	3	Dorongan antara tabungan dan investasi UMKM melalui kombinasi fitur-fitur dan persyaratan untuk jenis investasi.
	4	Dorongan tabungan dan investasi keluarga
Tanggung Jawab Sosial Dalam Menyaring Investasi	A	Kebijakan Sosial, Pembangunan, dan Lingkungan Berdasarkan Kuota Investasi.
	1	Membantu individu dan keluarga miskin yang membutuhkan pembiayaan peluang usaha dan/ atau pendidikan.
	2	Membantu anak-anak yatim
	3	Membantu individu yang dililit hutang.
	4	Menyediakan pelayanan kesehatan dan medis untuk masyarakat miskin dan daerah.
	5	Membantu pengembangan fasilitas penelitian dan pendidikan.
	6	Membantu pengembangan pengusaha kecil, menengah, bisnis keluarga.
	7	Membantu pengembangan masyarakat Islam dan budaya asli.
	8	Mencegah penyakit sosial kontemporer dan sifat buruk.
	9	Menawarkan pertumbuhan potensial bagi operasi negara atau untuk negara berkembang lainnya.
	10	Berkontribusi pada pengembangan infrastruktur
	11	Memiliki proporsi dari UMKM atau secara tidak langsung bergantung pada UMKM.
	12	Membantu dalam pengentasan sosial, ekonomi, dan diskriminasi.
	13	Melindungi lingkungan
	14	Mengurangi dampak pembangunan terhadap lingkungan.
	15	Melindungi dan melestarikan lingkungan alam.
	16	Meningkatkan penggunaan sumber daya terbarukan sumber energi berkelanjutan, atau mengurangi ketergantungan pada sumber-sumber energi non-terbarukan yang langka.
Tanggung Jawab Sosial yang Berhubungan Dengan Masyarakat Luas.	A	Zakat
	1	Mengidentifikasi item-item dari laporan keuangan yang tidak termasuk dalam perhitungan dasar zakat dan kewajiban
	2	Menghitung zakat yang harus dibayarkan.
	3	Penyaluran dana zakat kepada 8 kategori penerima zakat.
	4	Aturan yang berkaitan dengan penyaluran dana zakat.

Kategori	No	Indikator
	B	Kebijakan Aktivitas Amal
	1	Mengadakan pengumpulan dana amal.
	2	Membuka kesempatan untuk sumbangan sukarela oleh donatur.
	C	Kebijakan Manajemen Waqf.
	1	Mendirikan departemen manajemen <i>waqf</i> atau mengalokasikan staff untuk fungsi manajemen <i>waqf</i> .
	2	Menetapkan aturan dan pedoman berdasarkan syariah untuk manajemen <i>waqf</i> .

Sumber: ISR Index, 2025

6. Kinerja perusahaan

Variabel kinerja perusahaan diukur menggunakan *Tobin's Q*, yaitu rasio yang membandingkan nilai pasar perusahaan dengan nilai asetnya. *Tobin's Q* digunakan untuk menggambarkan bagaimana pasar menilai kinerja dan prospek perusahaan.

$$\text{Tobin's } Q = \frac{\text{MVE} + \text{Value of Debt}}{\text{Value of Total Asset}}$$

Keterangan:

MVE : Harga saham penutupan × jumlah saham beredar

Value of Debt : Total kewajiban perusahaan

Value of Total Asset : Total aset perusahaan

Tabel 3.7 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Item	Sumber
1	Reputasi Perusahaan (Y)	<i>Market share</i>	$\frac{\text{Total Aset}}{\text{Total Aset Seluruh Bank}} \times 100\%$	(Fombrun & Shanley, 1990; Roberts & Dowling, 2002)
2	<i>Environmental performance</i> (X1)	Indeks GRI 300	Terdapat 29 item pengungkapan, diukur dengan variabel dummy: Score 1 : Item diungkapkan Score 0 : Item tidak diungkapkan ENV: $\frac{\text{Numbet of score fulfillrd}}{\text{Total Maximum score}} \times 100\%$	Adaptasi GRI 300 (GRI, 2021)
3	<i>Social performance</i> (X2)	Indeks GRI 400	Terdapat 32 item pengungkapan, diukur dengan variabel dummy: Score 1 : Item diungkapkan Score 0 : Item tidak diungkapkan SOC: $\frac{\text{Numbet of score fulfillrd}}{\text{Total Maximum score}} \times 100\%$	Adaptasi GRI 400 (GRI, 2021)
4	<i>Governance performance</i> (X3)	<i>Good Corporate Governance Index</i>	Terdapat 65 item pengungkapan, diukur dengan variabel dummy: Score 1 : Item diungkapkan Score 0 : Item tidak diungkapkan GOV: $\frac{\text{Numbet of score fulfillrd}}{\text{Total Maximum score}} \times 100\%$	Adaptasi GCG Index (GCG, 2006)
5	<i>Islamic Social Reporting</i> (X4)	<i>ISR Index</i>	Terdapat 59 item pengungkapan, diukur dengan variabel dummy: Score 1 : Item diungkapkan Score 0 : Item tidak diungkapkan ISR: $\frac{\text{Numbet of score fulfillrd}}{\text{Total Maximum score}} \times 100\%$	Adaptasi ISR Index (Haniffa, 2002)
6	Kinerja Perusahaan (Z)	Tobin's Q	Tobin's Q = $\frac{\text{MVE} + \text{Value of Debt}}{\text{Value of Total Asset}}$	(Yousefian et.al., 2023; Zaiane et.al., 2025)

Sumber : Data diolah (2025)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi. Metode dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data dari log peristiwa masa lalu. Menyusun data sekunder berasal dari laporan keuangan, *annual report* dan *sustainability report* yang diterbitkan oleh bank umum syariah. Sebagai ketentuan, digunakan alat penelitian berupa daftar proyek pengungkapan ESG, *ISR Index* menurut AAOIFI.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan pada penelitian kali ini adalah *Path Analysis*. *Path Analysis* sendiri merupakan model dari perluasan regresi yang digunakan untuk menguji keselarasan matriks korelasi dengan dua atau banyak model hubungan sebab akibat variabel yang diuji (David. 2008). Faktor mediasi yang menjadi salah satu pengujian penelitian ini merupakan bagian dari analisis path (Wang *et.al.*, 2023). Data dalam penelitian merupakan data panel yang merupakan gabungan beberapa data bank pada periode penelitian. Nilai estimator beta diperoleh dengan pendekatan metode FGLS (*Feasible Generalized Least Squares*) (Xiong *et.al.*, 2023). Metode estimasi parameter FGLS dalam penelitian ini menggunakan bantuan *package system* dalam perangkat lunak (Henningesen *et.al.*, 2007).

A. Langkah-langkah Path Analysis

Langkah *path analysis* (analisis jalur) mencakup persamaan struktural, mengestimasi parameter jalur, menghitung pengaruh langsung dan tidak langsung, dan menguji signifikansi jalur

1) Persamaan Struktural

Laporan keuangan tersebut akan dianalisis dengan R sehingga akan memunculkan preview data dan hasil olah koefisien mana yang akan berpengaruh langsung dan berpengaruh tidak langsung. Dalam pengolahan data juga menghasilkan koefisien yang dapat diinterpretasikan dan membentuk model. Model yang akan di peroleh dari hasil olahan data menggunakan aplikasi R adalah sebagai berikut:

$$(1) REP = \gamma_0 + \gamma_1 ENV + \gamma_2 SOC + \gamma_3 GOV + \gamma_4 ISR + \gamma_5 KP + \varepsilon_3$$

$$(2) KP = \alpha_0 + \alpha_1 ENV + \alpha_2 SOC + \alpha_3 GOV + \alpha_4 ISR + \varepsilon_2$$

Keterangan:

REP : Reputasi bank syariah

ENV : *Environmental Performance*

SOC : *Social Performance*

GOV : *Governance Performance*

ISR : *Islamic Social Reporting*

KP : Kinerja perusahaan

ε_1 : error term

2) Mengestimasi Parameter Jalur

Untuk memperoleh nilai estimasi parameter pada model 1–2 digunakan regresi data panel, yang menggabungkan dimensi *cross-section* dan *time series*. Data panel memiliki *degree of freedom* lebih tinggi dan mampu menangkap heterogenitas individu, sehingga cocok untuk menguji model kompleks.

Terdapat tiga pendekatan utama, yaitu *common effect*, *fixed effect*, dan *random effect model* (REM). Penelitian ini menggunakan REM karena model ini memperhitungkan komponen error dua arah (individu dan waktu)

(Borenstein *et.al.*, 2009) serta lebih tepat ketika varians variabel dalam kluster relatif kecil (Schunck, 2013). Selain itu, REM menghasilkan estimasi β yang lebih stabil dengan varians residual lebih kecil melalui penggabungan informasi antar unit (Gelman & Hill, 2006), meskipun berpotensi sedikit bias (Clark & Linzer, 2014). Pendekatan ini juga sesuai karena variabel pengungkapan diketahui memiliki varians tinggi (Fatemi *et.al.*, 2021).

3) Menghitung pengaruh langsung dan tidak langsung.

Tahapan analisa data dalam penelitian ini diawali dengan meregresikan:

- a. Model 1 yaitu pengaruh nilai *environmental*, *social*, *governance*, dan *islamic social reporting* terhadap reputasi bank syariah. Model 1 ini digunakan untuk menjawab:

Hipotesis 1 : *Environmental performance* berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah.

Hipotesis 2 : *Social performance* berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah.

Hipotesis 3 : *Governance performance* berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah.

Hipotesis 4 : *Islamic social reporting* berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah.

- b. Model 2 meregresikan pengaruh nilai *environmental*, *social*, *governance* dan *islamic social reporting* terhadap reputasi bank syariah dimediasi kinerja perusahaan. Model 2 ini digunakan untuk menjawab:

Hipotesis 5 : *Environmental performance* berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah dimediasi kinerja perusahaan.

Hipotesis 6 : *Social performance* berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah dimediasi kinerja perusahaan.

Hipotesis 7 : *Governance performance* berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah dimediasi kinerja perusahaan.

Hipotesis 8 : *Islamic social reporting* berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah dimediasi kinerja perusahaan.

4) Menguji Signifikansi Jalur

Selanjutnya analisis *path* digunakan untuk mengidentifikasi ada tidaknya pengaruh mediasi dengan cara analisis regresi bertahap (Baron & Kenny, 1986). Hal ini dilakukan dengan analisis lanjut dari hasil regresi pada model. Untuk menguji pengaruh tidak langsung peneliti menggunakan sobel test yang dihasilkan dari *package mediating* (Tingley *et.al.*, 2014). Aplikasi R dapat menghasilkan informasi yang cepat, tepat, dan berjangka panjang (Sarvina, 2017).. Analisis ini akan menghasilkan informasi apakah variabel-variabel yang diprediksi memediasi dapat terbukti secara statistik atau tidak.

a. Uji Mediasi

Pengujian dampak tidak langsung, yang sering dikenal sebagai uji mediasi. mencoba untuk mengevaluasi kisaran variabel mediasi sesuai dengan teori (Baron & Kenny, 1986). Uji mediasi adalah metode statistik

yang digunakan untuk mengevaluasi apakah hubungan antara sebuah variabel independen (variabel X) dan variabel dependen (variabel Y) dijelaskan oleh peran suatu variabel mediator (variabel M).

Proses uji mediasi dengan pendekatan klasik melibatkan beberapa tahap. termasuk: Pertama, menguji hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Kedua, menguji hubungan antara variabel independen (X) dan variabel mediator (M). Ketiga, menguji hubungan antara variabel mediator (M) dan variabel dependen (Y), ketika variabel independen (X) tetap dikontrol. Keempat, melakukan analisis statistik untuk menentukan apakah hubungan antara X dan Y berkurang signifikan ketika variabel mediator dimasukkan ke dalam model, hal ini menunjukkan adanya mediasi.

Metode perbedaan nilai koefisien dan signifikansi digunakan untuk menentukan sifat hubungan antara variabel baik sebagai variabel mediasi sempurna (mediasi penuh), mediasi parsial (mediasi parsial) atau tidak memediasi. Pertama, melihat dampak variabel eksogen langsung terhadap variabel endogen dengan melibatkan variabel mediasi; kedua, melihat dampak langsung variabel eksogen terhadap variabel endogen tanpa melibatkan variabel mediasi, ketiga, melihat pengaruh variabel eksogen terhadap variabel mediasi, dan yang terakhir, melihat dampak variabel mediasi terhadap variabel endogen (Solimun, 2012).

Namun metode klasik dari Baron and Kenny memiliki keterbatasan antara lain tidak memberikan kontrol yang baik atas tingkat kesalahan tipe I yaitu kesimpulan positif palsu Ng & Lin (2016) juga kerentanannya terhadap perancu yang tidak terukur, apabila variabel perlakuan dan mediator tidak diacak, estimasi efek mediasi dapat menjadi bias karena faktor perancu yang tidak diperhitungkan dalam model (Zhang & Ding, n.d.). Menurut Solimun & Fernandes (2017) metode klasik dari Baron dan Kenny termasuk sederhana dan tidak cukup sensitif untuk menguji mediasi, untuk itu masih diperlukan investigasi dengan metode pengujian seperti uji Sobel dan pendekatan uji yang lain untuk menentukan mediasi penuh maupun parsial.

Uji sobel, uji arioan dan uji goodman meningkatkan analisis dengan mengukur signifikansi kesan mediasi dan memberikan ukuran yang lebih tepat untuk kesan tidak langsung dan sangat berguna apabila ukuran sampel kecil (Tavakoli & Heiney, 2015). Uji Sobel menguji signifikansi dari produk jalur a dan b (yaitu, efek mediasi) dengan menggunakan distribusi normal untuk menentukan apakah produk ini berbeda secara signifikan dari nol. Penentuan variabel mediasi penuh atau parsial pada uji sobel, uji arioan dan uji goodman dengan membandingkan nilai Z.

b. Pengambilan Keputusan Uji Mediasi

Uji Sobel digunakan untuk menentukan apakah pengaruh tidak langsung dari variabel independen terhadap dependen melalui mediator signifikan. Keputusan diambil dengan membandingkan nilai Z-Sobel dengan Z-tabel

atau p-value. Jika nilai $Z\text{-Sobel} \geq 2,005$ atau $p\text{-value} \leq 0.05$, maka mediasi dinyatakan signifikan. Sebaliknya, jika nilai tersebut tidak memenuhi batas signifikansi, maka pengaruh mediasi dianggap tidak signifikan.

B. Pengambilan Keputusan Hipotesis

a. Merumuskan Hipotesis Statistik

Langkah pertama adalah menyusun hipotesis penelitian ke dalam bentuk hipotesis statistik, yaitu hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a).

1. H_{10} : *Environmental performance* tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah.
 H_{1a} : *Environmental performance* berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah.
2. H_{20} : *Social performance* tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah.
 H_{2a} : *Social performance* berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah.
3. H_{30} : *Governance performance* tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah.
 H_{3a} : *Governance performance* berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah.
4. H_{40} : *Islamic social reporting* tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah.
 H_{4a} : *Islamic social reporting* berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah.
5. H_{50} : *Environmental performance* tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah dimediasi kinerja perusahaan.
 H_{5a} : *Environmental performance* berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah dimediasi kinerja perusahaan.
6. H_{60} : *Social performance* tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah dimediasi kinerja perusahaan.
 H_{6a} : *Social performance* berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah dimediasi kinerja perusahaan.
7. H_{70} : *Governance performance* tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah dimediasi kinerja perusahaan.
 H_{7a} : *Governance performance* berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah dimediasi kinerja perusahaan.

8. H_{80} : *Islamic social reporting* tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah dimediasi kinerja perusahaan.
 H_{8a} : *Islamic social reporting* berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah dimediasi kinerja perusahaan.

b. Menetapkan Tingkat Signifikansi (α)

Dalam penelitian ini digunakan: $\alpha = 0.05$ (taraf signifikansi 5%) $\rightarrow$ berarti tingkat kepercayaan penelitian sebesar **95%**. Artinya, peluang untuk menolak hipotesis nol secara keliru adalah sebesar 5%. Selain itu, pengujian dilakukan dengan **dua arah (*two-tailed test*)** karena pengaruh yang diuji dapat bersifat positif atau negatif.

c. Menentukan Kriteria Pengambilan Keputusan

Keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis nol didasarkan pada nilai probabilitas (*p-value*) atau perbandingan antara statistik uji dengan nilai tabel (*t* tabel).

Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

- Jika $p\text{-value} < 0.05$, atau nilai $t_{hitung} > 2,005$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan.
- Jika $p\text{-value} \geq 0.05$, atau nilai $t_{hitung} < 2,005$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Statistik Deskriptif Variabel

Tabel 4.1 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

	Rata-rata	Max	Min	Std.Dev
REP	0,07323	0,615	0,002	0,16007
ENV	0,6328	0,9310	0,4480	0,14513
SOC	0,7996	1	0,6880	0,07436
GOV	0,935	1	0,860	0,04225
ISR	0,8341	0,9830	0,5930	0,09536
KP	0,4470	1	0,1900	0,22603

Sumber: Data diolah, 2026

1. Reputasi Bank Syariah (REP)

Berdasarkan hasil analisa deskriptif ditemukan rata-rata reputasi bank syariah dari keseluruhan data observasi adalah 0,07323 menunjukkan bahwa secara umum nilai dalam sampel cenderung berada dibawah 1. Nilai maksimal 0,615 artinya terdapat beberapa bank syariah yang memiliki nilai reputasi yang sangat tinggi. Nilai minimum sebesar 0,002 artinya nilai REP terendah adalah 0,002 yang bisa dianggap sebagai outlier rendah. Standar deviasi nya sebesar 0,16007, ini menunjukkan adanya variasi yang cukup tinggi dalam nilai REP di antara perusahaan-perusahaan yang ada dalam sampel.

2. *Environmental Performance* (ENV)

Hasil analisa deskriptif ditemukan rata-rata *environmental performance* (ENV) dari keseluruhan data observasi adalah 0,6328 menunjukkan bahwa secara umum nilai dalam sampel cenderung berada dibawah 1. Nilai maksimal 0,9310 artinya

terdapat beberapa bank syariah yang memiliki nilai yang tinggi. Nilai minimum sebesar 0,4480 artinya nilai ENV terendah adalah 0,4480 yang bisa dianggap sebagai outlier rendah. Standar deviasi nya sebesar 0,14513, ini menunjukkan adanya variasi yang cukup tinggi dalam nilai ENV di antara perusahaan-perusahaan yang ada dalam sampel.

3. *Social Performance (SOC)*

Hasil analisa deskriptif ditemukan rata-rata *social performance (SOC)* dari keseluruhan data observasi adalah 0,7996 menunjukkan bahwa secara umum nilai dalam sampel cenderung berada dibawah 1. Nilai maksimal 1 artinya terdapat beberapa bank syariah yang memiliki nilai yang sangat tinggi. Nilai minimum sebesar 0,6880 artinya nilai SOC terendah adalah 0,6880 yang bisa dianggap sebagai outlier rendah. Standar deviasi nya sebesar 0,07436, ini menunjukkan adanya variasi yang cukup tinggi dalam nilai SOC di antara perusahaan-perusahaan yang ada dalam sampel.

4. *Governance Performance (GOV)*

Hasil analisa deskriptif ditemukan rata-rata *governance performance (GOV)* dari keseluruhan data observasi adalah 0,935 menunjukkan bahwa secara umum nilai dalam sampel cenderung berada dibawah 1. Nilai maksimal 1 artinya terdapat beberapa bank syariah yang memiliki nilai yang sangat tinggi. Nilai minimum sebesar 0,860 artinya nilai GOV terendah adalah 0,860 yang bisa dianggap sebagai outlier rendah. Standar deviasi nya sebesar 0,04225, ini menunjukkan adanya

variasi yang cukup tinggi dalam nilai GOV di antara perusahaan-perusahaan yang ada dalam sampel.

5. *Islamic Social Reporting (ISR)*

Hasil analisa deskriptif ditemukan rata-rata *islamic social reporting (ISR)* dari keseluruhan data observasi adalah 0,8341 menunjukkan bahwa secara umum nilai dalam sampel cenderung berada dibawah 1. Nilai maksimal 0,9830 artinya terdapat beberapa bank syariah yang memiliki nilai yang sangat tinggi. Nilai minimum sebesar 0,5930 artinya nilai ISR terendah adalah 0,5930 yang bisa dianggap sebagai outlier rendah. Standar deviasi nya sebesar 0,09536, ini menunjukkan adanya variasi yang cukup tinggi dalam nilai ISR di antara perusahaan-perusahaan yang ada dalam sampel.

6. *Kinerja Perusahaan (KP)*

Hasil analisa deskriptif ditemukan rata-rata kinerja perusahaan (KP) dari keseluruhan data observasi adalah 0,4470 menunjukkan bahwa secara umum nilai dalam sampel cenderung berada dibawah 1. Nilai maksimal 1 artinya terdapat beberapa bank syariah yang memiliki nilai yang sangat tinggi. Nilai minimum sebesar 0,1900 artinya nilai KP terendah adalah 0,1900 yang bisa dianggap sebagai outlier rendah. Standar deviasi nya sebesar 0,22603, ini menunjukkan adanya variasi yang cukup tinggi dalam nilai KP di antara perusahaan-perusahaan yang ada dalam sampel.

4.2 Analisis Data Penelitian

4.2.1 Analisis Regresi Data Panel

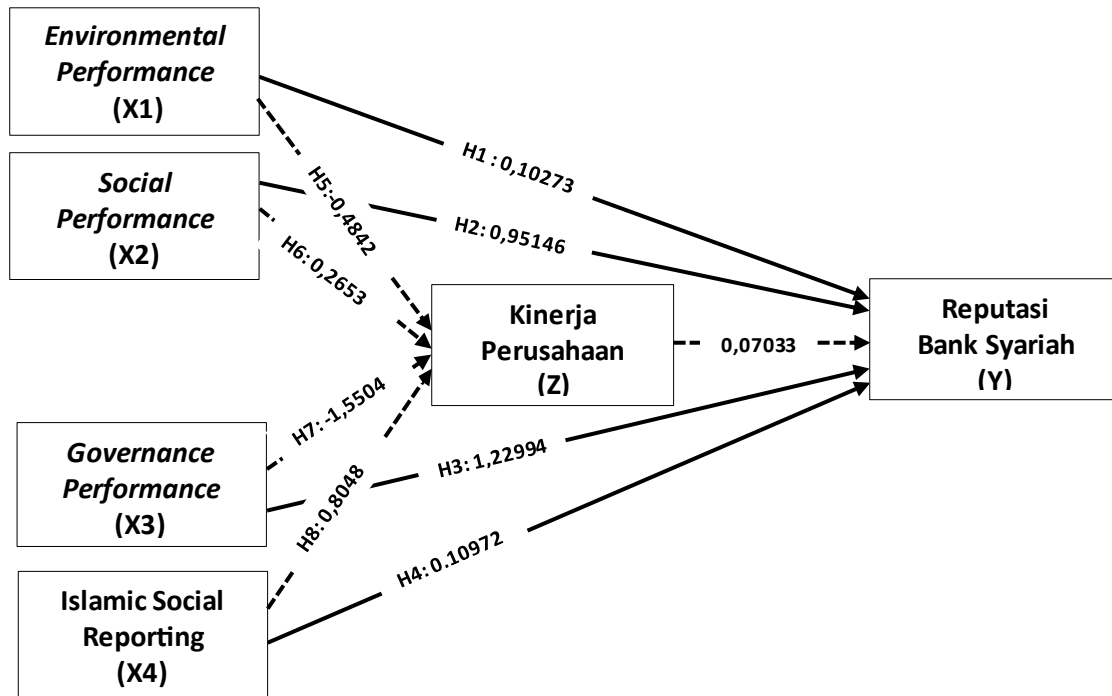
Tabel 4.2 Estimasi Parameter Model

Variabel	<i>coefficients</i>	<i>t-value</i>	<i>p-value</i>
Model 1: REP~ ENV + SOC + GOV + ISR + KP			
Intersep	-2,02552	-4,179	0,000108
ENV	0,10273	0,758	0,451622
SOC	0,95146	3,481	0,000997
GOV	1,22994	2,584	0,012506
ISR	0,10972	0,513	0,610108
KP	0,07033	0,805	0,424076
Model 2 : KP~ ENV + SOC + GOV + ISR			
Intersep	1,3196	1,815	0,0749
ENV	-0,4842	-2,436	0,0181
SOC	0,2653	0,631	0,5307
GOV	-1,5504	-2,200	0,0320
ISR	0,8048	2,580	0,0126

Sumber: Data diolah. Sig * < 5%

Tabel 4.2 menginformasikan variabel-variabel yang signifikan mempengaruhi variabel lain pada taraf nyata 5% (0,05), dan menunjukkan nilai estimasi parameter dan signifikansi (*p-value*) untuk setiap model. Nilai *t-value* untuk alpha 5% dalam pengujian hipotesis, yang ditentukan dengan menggunakan nilai t tabel adalah 2,005. Artinya, apabila *t-value* lebih besar dari 2,005, maka hipotesis diterima. Sedangkan apabila menggunakan nilai *p-value* (probabilitas) lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis diterima, jika tidak maka hipotesis ditolak berdasarkan *likelihood*. Untuk lebih jelasnya hubungan antara variabel ini berpengaruh atau tidak bisa dilihat pada gambar dibawah ini.

Gambar 4.1 Model Hipotesis



Pada Gambar tersebut menunjukkan nilai masing-masing koefisien regresi variabel-variabel dalam model 1 sampai model 4, berikut uraian dari masing-masing variabel.

- Nilai koefisien regresi variabel *environmental performance* sebesar 0,10273 dengan tanda positif menyatakan apabila tingkat pengungkapan *environmental performance* naik satu satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan, maka nilai reputasi bank syariah akan naik sebesar 0,10273.
- Nilai koefisien regresi variabel *social performance* sebesar 0,95146 dengan tanda positif menyatakan apabila tingkat pengungkapan *social performance* naik satu satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan, maka nilai reputasi bank syariah akan naik sebesar 0,95146.

- c. Nilai koefisien regresi variabel *governance performance* sebesar 1,22994 dengan tanda positif menyatakan apabila tingkat pengungkapan *governance performance* naik satu satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan, maka nilai reputasi bank syariah akan naik sebesar 1, 22994.
- d. Nilai koefisien regresi variabel *islamic social reporting* sebesar 0,10972 dengan tanda positif menyatakan apabila tingkat pengungkapan *islamic social reporting* naik satu satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan, maka nilai reputasi bank syariah akan naik sebesar 0,10972.
- e. Nilai koefisien regresi variabel kinerja perusahaan sebesar 0,07033 dengan tanda positif menyatakan apabila tingkat pengungkapan kinerja perusahaan naik satu satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan, maka nilai reputasi bank syariah akan naik sebesar 0,07033.
- f. Nilai koefisien regresi variabel *environmental performance* sebesar -0,4842 dengan tanda negatif menyatakan apabila tingkat pengungkapan *environmental performance* naik satu satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan, maka nilai kinerja perusahaan akan turun sebesar 0,4842.
- g. Nilai koefisien regresi variabel *social performance* sebesar 0,2653 dengan tanda positif menyatakan apabila tingkat pengungkapan *social performance* naik satu satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan, maka nilai kinerja perusahaan akan naik sebesar 0,2653.
- h. Nilai koefisien regresi variabel *governance performance* sebesar -1,5504 dengan tanda negatif menyatakan apabila tingkat pengungkapan *governance*

performance naik satu satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan, maka nilai kinerja perusahaan akan turun sebesar 1,5504.

- i. Nilai koefisien regresi variabel *islamic social reporting* sebesar 0,8048 dengan tanda positif menyatakan apabila tingkat pengungkapan *islamic social reporting* naik satu satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan, maka nilai kinerja perusahaan akan naik sebesar 0,8048.

4.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini hanya terbatas pada uji multikolinearitas. Hal ini karena model regresi yang digunakan diestimasi dengan metode *Feasible Generalized Least Squares* (FGLS).

Tabel 4.3 Uji Multikolinieritas

Variabel	VIF	Tolerance
ENV	1,390330	0,7192536
SOC	1,485178	0,6733200
GOV	1,453980	0,6877672
ISR	1,496338	0,6682984
KP	1,400691	0,7139334

Sumber: Data diolah, 2026

Setelah melakukan regresi beberapa model maka perlu dilakukan pengujian kelayakan model. Salah satu kelayakan model ditunjukkan dengan tidak adanya korelasi yang cukup besar antar variabel bebas. Nilai multikolinearitas dapat dilihat dengan menggunakan nilai *variable inflation factor* (VIF) dan atau nilai *Tolerance*. Antar variabel bebas dinyatakan bebas multikolinieritas jika nilai VIF antar variabel berada diantara nilai 1 sampai dengan 10. Selain itu, antar variabel bebas dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas jika nilai *Tolerance*-nya dibawah 1. Berdasarkan Tabel

4.3 diatas, nilai VIF seluruh variabel bebas berada dibawah 10 dan lebih dari 1, sehingga tidak terjadi gejala multikolinieritas pada model.

4.2.3 Analisis Pengaruh Langsung

Adapun hipotesis yang dimaksud terdiri dari empat hipotesis yang menyatakan pengaruh langsung (*direct effect*). Tabel 4.2 menunjukkan total pengaruh dari pengaruh langsung setiap hubungan variabel. Tabel 4.5 menunjukkan nilai *p-value* beberapa uji mediasi. Adapun uji mediasi yang digunakan meliputi uji sobel, uji aroian dan uji goodman. Hipotesa yang diujikan melalui 2 model bertujuan untuk menjawab delapan rumusan masalah penelitian. Pembuktian hipotesa dilakukan dengan pendekatan *Feasible Generalized Least Squares* (FGLS) dan mempergunakan software R, maka didapatkan hasil sebagaimana pada tabel 4.4

Tabel 4.4 Hasil Pengujian Regresi Data Panel Berdasar Pengaruh Langsung

No	Pengaruh Variabel	Pengaruh Langsung
1	ENV - REP	0,10273
2	SOC - REP	0,95146
3	GOV - REP	1,22994
4	ISR - REP	0,10972
5	KP - REP	0,07033

Sumber: Data diolah, 2006

Tabel 4.4 menunjukkan besaran pengaruh langsung setiap hubungan variabel. Pada kolom pengaruh variabel menunjukkan hubungan variabel yang mempunyai pengaruh langsung artinya, nilai pengaruh tidak langsungnya nol. Sehingga total pengaruhnya adalah nilai dari pengaruh langsungnya. Pada hubungan variabel yang menunjukkan pengaruh langsung, dapat dilihat langsung nilai *p-valuenya*. Sehingga dapat dilihat

apakah pengaruh variabel independen ke dependennya bersifat signifikansi atau tidak bisa dilihat dari nilai probabilitasnya (*p-value*).

4.2.4 Uji Mediasi

Ada beberapa jenis pengujian untuk faktor mediasi. Misalnya uji sobel, uji aroian, dan uji goodman. Tabel 4.5 menunjukkan nilai t-statistik dan *p-value* untuk setiap pengujian. Berdasarkan uji mediasi, ketiganya sepakat bahwa nilai kinerja perusahaan (KP) tidak signifikan dalam memediasi pengaruh nilai pengungkapan *environmental performance* (ENV), *social performance* (SOC), dan *islamic social reporting* (ISR) terhadap reputasi bank syariah (REP) dan memberikan hasil signifikan pada *governance performance* (GOV), hal ini di tunjukan dengan nilai *p-value* lebih kecil dari 5% atau (0,05).

Tabel 4.5 Uji Variabel Mediasi

Regression Model	<i>p-value</i>		
	Uji sobel	Uji aroian	Uji goodman
ENV - KP - REP	0,3026932	0,3452658	0,251384
SOC - KP - REP	0,08823374	0,09351629	0,08294304
GOV - KP - REP	0,007256302	0,08259368	0,00632106
ISR - KP - REP	0,5445611	0,5602334	0,5270976

Sumber: Data diolah, 2026

4.2.5 Uji Hipotesis

Setelah dilakukan analisis data dan diperoleh nilai estimasi parameter masing-masing variabel beserta dengan nilai nilai *p-value* (signifikansinya), maka dilakukan uji hipotesis penelitian. Tabel 4.6 menunjukkan ringkasan hasil uji hipotesis.

Tabel 4.6 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Pengaruh Antar Variabel	<i>p-value</i>	Keterangan
H1	<i>Environmental performance</i> berpengaruh positif terhadap reputasi bank syariah	0,451622	H1 Ditolak
H2	<i>Social performance</i> berpengaruh positif terhadap reputasi bank syariah	0,000997	H2 Diterima
H3	<i>Governance performance</i> berpengaruh positif terhadap reputasi bank syariah	0,012506	H3 Diterima
H4	<i>Islamic social reporting</i> berpengaruh positif terhadap reputasi bank syariah	0,610108	H4 Ditolak
H5	<i>Environmental performance</i> berpengaruh positif terhadap reputasi bank syariah dimediasi kinerja perusahaan	0,3026932	H5 Ditolak (No Mediation)
H6	<i>Social performance</i> berpengaruh positif terhadap reputasi bank syariah dimediasi kinerja perusahaan	0,08823374	H6 Ditolak (No Mediation)
H7	<i>Governance performance</i> berpengaruh positif terhadap reputasi bank syariah dimediasi kinerja perusahaan	0,007256302	H7 Diterima (Partial Mediation)
H8	<i>Islamic social reporting</i> berpengaruh positif terhadap reputasi bank syariah dimediasi kinerja perusahaan	0,5445611	H8 Ditolak (No Mediation)

Sumber: Data diolah, 2026

Hipotesa ke 5 sd. 8 merupakan uji mediasi sebagaimana pada tabel 4.5 dan *p-value* nya didapatkan *p-value* dari hasil uji mediasi yaitu uji sobel.

- a. Hipotesa pengaruh *environmental performance* terhadap reputasi bank syariah.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.2, *environmental performance* memiliki nilai koefisien parameter sebesar 0,10273 yang artinya total pengaruh *environmental performance* terhadap reputasi bank syariah sebesar 10,273% dan memiliki arah hubungan positif. Hasil uji *t-value* didapatkan pada tabel 4.2, nilai *t* sebesar 0,758 dengan alpha sebesar 0.05 maka *t* tabelnya 2,005 sehingga hipotesa alternatif tidak diterima karena *t* hitungnya lebih kecil dari *t* tabel. Nilai probabilitas (*p-value*) pada tabel 4.6 sebesar 0,451622 lebih besar dari tingkat

signifikansi 0,05 atau 5%, sehingga pengaruh tersebut tidak signifikan. Dengan demikian, hipotesa pertama ditolak.

b. Hipotesa pengaruh *social performance* terhadap reputasi bank syariah

Berdasarkan hasil pengujian, *social performance* memiliki nilai koefisien parameter sebesar 0,95146 yang artinya total pengaruh *social performance* terhadap reputasi bank syariah sebesar 95,146% dan memiliki arah hubungan positif terhadap reputasi. Hasil uji t didapatkan nilai t sebesar 3,481 dengan alpha sebesar 0,05 maka t tabelnya 2,005 sehingga hipotesa alternatif diterima karena t hitungnya lebih besar dari t tabel. Nilai *p-value* sebesar 0,000997 lebih kecil dari 0,05, sehingga signifikan. Dengan demikian, hipotesa kedua diterima.

c. Hipotesa pengaruh *governance performance* terhadap reputasi bank syariah

Berdasarkan hasil pengujian, *governance performance* memiliki nilai koefisien parameter sebesar 1,22994 yang artinya total pengaruh *governance performance* terhadap reputasi bank syariah sebesar 122,94% dan memiliki arah hubungan positif. Hasil uji t didapatkan nilai t sebesar 2,584 dengan alpha sebesar 0.05 maka t tabelnya 2,005 sehingga hipotesa alternatif diterima karena t hitungnya lebih besar dari t tabel. Nilai probabilitas (*p-value*) sebesar 0,012506 lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 atau 5%, sehingga pengaruh tersebut signifikan. Dengan demikian, hipotesa ketiga diterima.

d. Hipotesa pengaruh *islamic social reporting* terhadap reputasi bank syariah

Berdasarkan hasil pengujian, *islamic social reporting* memiliki nilai koefisien parameter sebesar 0,10972 yang artinya total pengaruh *islamic social reporting*

terhadap reputasi bank syariah sebesar 10,972% dan memiliki arah hubungan positif terhadap reputasi. Hasil uji t didapatkan nilai t sebesar 0,513 dengan alpha sebesar 0.05 maka t tabelnya 2,005 sehingga hipotesa alternatif tidak diterima karena t hitungnya lebih kecil dari t tabel. Nilai *p-value* sebesar 0,610108 lebih besar dari 0,05, sehingga tidak signifikan. Dengan demikian, hipotesa keempat ditolak.

- e. Hipotesa pengaruh *environmental performance* terhadap reputasi bank syariah dimediasi kinerja perusahaan

Hipotesa kelima merupakan uji mediasi dari variabel kinerja perusahaan, hal ini juga dibuktikan melalui test uji Sobel yang menemukan nilai *p-valuenya* $0,3026932 > 0,05$ artinya kinerja perusahaan tidak mampu memediasi kedua hubungan tersebut. Variabel kinerja perusahaan tidak mampu memediasi hubungan *environmental performance* dengan reputasi bank syariah, maka kesimpulan hipotesis kelima ini ditolak.

- f. Hipotesa pengaruh *social performance* terhadap reputasi bank syariah dimediasi kinerja perusahaan

Hipotesa keenam merupakan uji mediasi dari variabel kinerja perusahaan, hal ini juga dibuktikan melalui test uji Sobel yang menemukan nilai *p-valuenya* $0,08823374 > 0,05$ artinya kinerja perusahaan tidak mampu memediasi kedua hubungan tersebut. Variabel kinerja perusahaan tidak mampu memediasi hubungan *social performance* dengan reputasi bank syariah, maka kesimpulan hipotesis keenam ini ditolak.

- g. Hipotesa pengaruh *governance performance* terhadap reputasi bank syariah dimediasi kinerja perusahaan

Hipotesa ketujuh merupakan uji mediasi dari variabel kinerja perusahaan, hal ini juga dibuktikan melalui test uji Sobel yang menemukan nilai *p-valuenya* $0,007256302 < 0,05$ artinya kinerja perusahaan mampu memediasi kedua hubungan tersebut. Variabel kinerja perusahaan mampu memediasi hubungan *governance performance* dengan reputasi bank syariah, maka kesimpulan hipotesis ketujuh ini diterima.

- h. Hipotesa pengaruh *islamic social reporting* terhadap reputasi bank syariah dimediasi kinerja perusahaan

Hipotesa kedelapan merupakan uji mediasi dari variabel kinerja perusahaan, hal ini juga dibuktikan melalui test uji Sobel yang menemukan nilai *p-valuenya* $0,5445611 > 0,05$ artinya kinerja perusahaan tidak mampu memediasi kedua hubungan tersebut. Variabel kinerja perusahaan tidak mampu memediasi hubungan *islamic social reporting* dengan reputasi bank syariah, maka kesimpulan hipotesis kedelapan ini ditolak.

BAB V

PEMBAHASAN

5.1 Pengaruh *environmental performance* terhadap reputasi bank syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan *environmental performance* tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah. Semakin luas pengungkapan kinerja lingkungan tidak serta-merta meningkatkan reputasi bank syariah (Khan *et.al.*, 2024), menyebabkan adanya ketidakseimbangan antara biaya yang dikeluarkan untuk investasi lingkungan dengan manfaat reputasi yang diperoleh (Chen & Li, 2024). Dengan demikian, pengungkapan lingkungan belum mampu memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan reputasi bank syariah.

Berdasarkan *legitimacy theory*, hasil penelitian ini menunjukkan adanya *legitimacy gap*, yaitu kondisi di mana aktivitas lingkungan yang dilakukan belum mampu memenuhi ekspektasi. Dalam *sustainable development theory*, perusahaan diharapkan mampu menyeimbangkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan untuk mencapai keberlanjutan jangka panjang (Elkington, 1997). Dalam praktiknya dimensi lingkungan sering kali tidak menjadi prioritas utama *stakeholder* dibandingkan kinerja ekonomi dan sosial (Carroll & Shabana, 2010).

Dari perspektif Islam, konsep tanggung jawab lingkungan sejalan dan larangan merusak bumi sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al-Baqarah ayat 205:

وَإِذَا تَوَلَّى سَعَى فِي الْأَرْضِ لِيُفْسِدَ فِيهَا وَيُهْلِكَ الْحَرْثَ وَالنَّسْلَ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ الْفُسَادَ

"Dan apabila ia berpaling (dari kamu), ia berjalan di bumi untuk mengadakan kerusakan padanya, dan merusak tanaman-tanaman dan binatang ternak, dan Allah tidak menyukai kerusakan (QS. Al-Baqarah (2): 205)"

Apabila ia berpaling, yakni meninggalkan kamu ke tempat lain sehingga kamu tidak bersama mereka, ia berjalan, giat dan bersungguh-sungguh di seluruh penjuru bumi untuk melakukan kerusakan padanya, sehingga akhirnya dia merusak tanaman-tanaman yang dikelola manusia, dan binatang ternak. Maksudnya ia giat menyebarkan isu negatif dan kebohongan serta melakukan aktivitas yang berakibat kehancuran dan kebinasaan masyarakat. Sungguh Allah akan menjatuhkan siksa kepada mereka karena Allah tidak menyukai pengrusakan. Kalimat (الْحَرْثَ وَالنَّسْلَ)

yang di atas diterjemahkan dengan tanaman dan binatang ternak. Bila kata (تَوَلَّى)

dipahami dalam arti memerintah, maka tipe manusia ini adalah sangat pandai berbicara, menawarkan program-program yang menakjubkan, hingga akhirnya ia terpilih sebagai penguasa, tetapi ketika berkuasa, ia melecehkan wanita dan generasi muda, serta melakukan aneka pengrusakan (Shihab, 2002a).

Ayat ini mengatakan bahwa segala bentuk kerusakan lingkungan sangat dilarang. Menjaga lingkungan merupakan kewajiban moral, dalam praktiknya implementasi tanggung jawab lingkungan dalam perbankan syariah belum sepenuhnya menjadi perhatian utama stakeholder dalam menilai reputasi, sehingga dampaknya belum signifikan (Al-Jazari, 2008).

Tidak signifikannya pengaruh disebabkan oleh beberapa faktor. Pertama, sektor perbankan syariah merupakan industri jasa yang tidak memiliki dampak lingkungan langsung sebesar sektor manufaktur (Batae *et.al.*, 2021). Kedua, tingkat literasi dan kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan dalam konteks perbankan masih terbatas (Khan *et.al.*, 2023). Ketiga, pengungkapan yang dilakukan perusahaan cenderung bersifat simbolis (*symbolic disclosure*) (Ruiz & Garcia, 2021).

Kinerja lingkungan dapat berdampak negatif dalam konteks tertentu (Duque-Grisales & Aguilera-Caracuel, 2019), menurunkan reputasi perusahaan karena dianggap sebagai beban biaya tambahan (Wu, 2024). Efektivitas strategi lingkungan sangat bergantung pada konteks regulasi, tingkat investasi, dan kemampuan perusahaan dalam mengelola biaya serta risiko lingkungan (Tabur & Bildik, 2025).

Hasil perhitungan indikator *environmental performance* berdasarkan standar GRI 300 menunjukkan bahwa aspek air dan energi merupakan indikator yang paling banyak diungkapkan oleh bank syariah dibandingkan aspek lingkungan lainnya. Kondisi ini mengindikasikan bahwa perhatian utama bank syariah dalam pelaksanaan kinerja lingkungan masih terfokus pada pengelolaan sumber daya operasional internal yang secara langsung berkaitan dengan aktivitas sehari-hari perusahaan.

Secara rinci, pada indikator energi (GRI 302), bank syariah umumnya melaporkan penggunaan listrik kantor, upaya efisiensi energi, penggunaan perangkat hemat listrik, digitalisasi layanan perbankan, serta pengurangan

penggunaan kertas melalui layanan *mobile banking* dan *internet banking*. Pengungkapan ini menjadi dominan karena konsumsi energi merupakan bentuk dampak lingkungan yang paling nyata dalam industri perbankan. Operasional bank sangat bergantung pada penggunaan listrik untuk sistem teknologi informasi, pendingin ruangan, pencahayaan gedung, server, ATM, dan jaringan operasional cabang.

Pada indikator air (GRI 303), tingginya tingkat pengungkapan menunjukkan bahwa bank syariah mulai memberikan perhatian terhadap efisiensi penggunaan air dalam aktivitas operasional kantor. Bentuk implementasinya antara lain penggunaan fasilitas hemat air, pemantauan konsumsi air gedung, kampanye penghematan air bagi karyawan, serta pengelolaan penggunaan air di kantor pusat maupun kantor cabang.

Bank syariah cenderung memilih aspek lingkungan yang paling mudah diimplementasikan dan memiliki biaya pengelolaan yang relatif rendah dibandingkan indikator lingkungan lainnya dalam GRI 300, seperti biodiversitas, limbah, atau emisi karbon secara menyeluruh. Aspek biodiversitas misalnya, kurang relevan dengan karakteristik industri perbankan karena bank tidak melakukan eksploitasi sumber daya alam secara langsung.

5.2 Pengaruh *social performance* terhadap reputasi bank syariah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, menunjukkan bahwa *social performance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi bank syariah. Semakin tinggi kinerja sosial yang dilakukan oleh bank syariah, maka semakin baik pula reputasi

yang terbentuk di mata stakeholder (Ding & Lee, 2024; Garrido-Ruso *et.al.*, 2024). Social performance dalam konteks ini mencerminkan berbagai aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan, seperti pemberdayaan masyarakat, penyaluran zakat, program sosial, serta kontribusi terhadap kesejahteraan lingkungan sosial (Sultan & Ratnadi, 2024). Bank syariah tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memiliki kepedulian terhadap aspek sosial (Liu & Song, 2024).

Secara empiris, pengaruh positif *social performance* terhadap reputasi dapat dijelaskan melalui meningkatnya kepercayaan *stakeholder* (Vergara-Romero *et.al.*, 2020). Bank yang aktif dalam kegiatan sosial cenderung dipandang memiliki nilai etika dan tanggung jawab yang tinggi. Hal ini akan meningkatkan persepsi positif masyarakat, sehingga reputasi bank menjadi lebih baik (Jao *et.al.*, 2024). Dalam industri perbankan, reputasi memiliki peran penting karena berkaitan erat dengan kepercayaan (Azmi *et.al.*, 2021; Bustamante *et.al.*, 2023).

Aktivitas sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap reputasi bank dan kinerja perusahaan, di mana CSR membantu meningkatkan kepercayaan dan kepuasan nasabah (Nguyen, 2022). Dimensi sosial memiliki kontribusi dalam membentuk reputasi bank melalui peningkatan persepsi stakeholder terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (Putri *et.al.*, 2024). Faktor sosial dalam ESG memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan, yang secara tidak langsung juga memperkuat reputasi perusahaan (Helliana & Khomsiyah, 2020; Sari *et.al.*, 2025). Peningkatan kinerja ESG, termasuk aspek sosial, mampu mengurangi asimetri informasi dan meningkatkan reputasi di mata publik (Xu *et.al.*, 2024).

Dalam perspektif *Corporate Social Responsibility (CSR Theory)*, perusahaan memiliki tanggung jawab sosial kepada masyarakat dan lingkungan sebagai bagian dari upaya membangun legitimasi dan keberlanjutan usaha. Perusahaan harus mampu memenuhi ekspektasi stakeholder untuk memperoleh dukungan yang berkelanjutan, termasuk dalam membangun reputasi perusahaan (Freeman, 1984).

Dalam perspektif Islam, *social performance* merupakan bagian integral dari ajaran Islam yang menekankan pentingnya kepedulian terhadap sesama dan keadilan sosial. Hal ini tercermin dalam QS. Al-Baqarah ayat 177:

وَأَتَى الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَآتَى الزَّكَاةَ

“Memberikan harta yang dicintainya kepada kerabat, anak yatim, orang miskin, musafir, peminta-minta, dan (memerdekakan) hamba sahaya; melaksanakan salat; menunaikan zakat (QS. Al-Baqarah: 177)”

Ayat ini bermaksud menyebutkan sisi keimanan yang hakikatnya tidak nampak, ayat ini melanjutkan penjelasan tentang contoh-contoh kebajikan sempurna dari sisi yang lahir ke permukaan. Contoh-contoh itu antara lain berupa kesediaan mengorbankan kepentingan pribadi demi orang lain, sehingga bukan hanya memberi harta yang sudah tidak disenangi atau dibutuhkan - walaupun ini tidak telarang — tetapi *memberikan harta yang dicintainya* secara tulus dan demi meraih cinta-Nya kepada kerabat — anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir yang memerlukan pertolongan, dan orang-orang yang meminta-minta; dan juga memberi — untuk tujuan memerdekakan *hamba sabaya*, yakni manusia yang diperjualbelikan, dan atau ditawan oleh musuh, maupun yang hilang kebebasannya akibat penganiayaan,

melaksanakan shalat secara benar sesuai syarat, rukun, dan sunnah-sunnahnya, *dan menunaikan zakat* sesuai ketentuan dan tanpa menuda-nunda (Shihab, 2002a).

Hasil perhitungan indikator *social performance* berdasarkan standar GRI 400 menunjukkan bahwa aspek karyawan menjadi indikator yang paling banyak diungkapkan oleh bank syariah. Tingginya nilai pada aspek karyawan menunjukkan bahwa bank syariah menempatkan sumber daya manusia sebagai bagian penting dalam keberlangsungan operasional dan pencapaian tujuan perusahaan. Kondisi ini juga mencerminkan bahwa tanggung jawab sosial bank syariah lebih banyak diarahkan pada pihak internal perusahaan, khususnya kesejahteraan, pengembangan kompetensi, perlindungan hak tenaga kerja, serta peningkatan kualitas lingkungan kerja (GRI, 2021).

Dominasi pengungkapan aspek karyawan terjadi karena industri perbankan merupakan industri berbasis jasa (*service industry*) yang sangat bergantung pada kualitas sumber daya manusia dalam menjalankan aktivitas operasional. Berbeda dengan perusahaan manufaktur yang mengandalkan mesin dan proses produksi, keberhasilan bank syariah sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kemampuan komunikasi pegawai, kompetensi keuangan syariah, serta hubungan antara karyawan dengan nasabah.

Dalam praktiknya, sebagian besar bank syariah di Indonesia mengungkapkan berbagai program pengembangan SDM seperti *training* perbankan syariah, sertifikasi kompetensi, peningkatan kapasitas digital, program kesejahteraan pegawai, hingga evaluasi kinerja karyawan dalam laporan keberlanjutan. Tingginya pengungkapan ini

terjadi karena data terkait karyawan relatif lebih mudah diperoleh dan diukur secara kuantitatif, misalnya jumlah pelatihan, persentase pegawai tetap, tingkat produktivitas, komposisi gender, dan tingkat kesejahteraan pegawai. Selain itu, indikator ketenagakerjaan juga menjadi aspek yang paling dekat dengan operasional harian perusahaan sehingga lebih konsisten dilaporkan.

Dengan demikian, *social performance* dalam bank syariah tidak hanya memiliki dimensi ekonomi, tetapi juga dimensi spiritual. Ketika bank syariah mampu menjalankan tanggung jawab sosialnya dengan baik, maka tidak hanya reputasi yang meningkat, tetapi juga nilai keberkahan yang diperoleh.

5.3 Pengaruh *governance performance* terhadap reputasi bank syariah

Berdasarkan hasil pengujian, penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *governance performance* berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah. Semakin baik kualitas tata kelola yang diterapkan oleh bank syariah, maka semakin tinggi pula reputasi yang terbentuk di mata *stakeholder* (Salehi & Bashirimanesh, 2024). Reputasi dalam industri perbankan berkaitan langsung dengan tingkat kepercayaan. Kepercayaan tersebut menjadi fondasi utama dalam menarik dan mempertahankan nasabah, sehingga *governance performance* dipandang sebagai faktor strategis dalam membangun citra perusahaan (Sudirman & Ningrum, 2022).

Pengaruh signifikan *governance performance* terhadap reputasi bank syariah dapat dijelaskan melalui kemampuan tata kelola dalam menciptakan transparansi dan akuntabilitas (Sultan & Ratnadi, 2024). Bank yang memiliki sistem *governance* yang baik akan menyajikan informasi perusahaan secara jelas, akurat, dan tepat

waktu (Wu *et.al.*, 2023). Transparansi yang tinggi juga mengurangi potensi terjadinya asimetri informasi antara manajemen dan pemangku kepentingan (Zahrani *et.al.*, 2025). Dengan demikian, reputasi bank syariah akan meningkat seiring dengan meningkatnya kualitas *governance* yang diterapkan.

Dalam konteks perbankan syariah, *governance performance* mencakup aspek tata kelola konvensional, dan kepatuhan terhadap prinsip syariah. Kepatuhan ini diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah yang bertugas memastikan bahwa seluruh aktivitas operasional bank sesuai dengan ketentuan Islam (Nimr Al-Maliki *et.al.*, 2023). *Governance performance* yang baik juga berperan dalam menjaga integritas operasional bank. Bank yang memiliki sistem pengendalian internal yang kuat akan lebih mampu mencegah terjadinya kecurangan, penyimpangan, maupun pelanggaran hukum yang dapat merusak reputasi (Srairi, 2024).

Dalam *agency theory* menyatakan bahwa tata kelola perusahaan dapat mengurangi konflik kepentingan antara manajemen dan pemilik (Shrivastava & Addas, 2014). Di sisi lain, *legitimacy theory* menjelaskan bahwa perusahaan berusaha untuk memperoleh pengakuan sosial dengan menjalankan praktik bisnis yang sesuai dengan norma dan nilai yang berlaku di masyarakat.

Dalam perspektif Islam, konsep *governance* sangat erat kaitannya dengan nilai amanah, kejujuran, dan keadilan dijelaskan dalam QS. An-Nisa ayat 58.

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan

secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat (QS. An-Nisa: 58)."

Menyangkut ayat ini, tuntunan kali ini sungguh sangat ditekankan, karena-ayat ini langsung menyebut nama Allah sebagai yang menuntun dan memerintahkan, sebagaimana terbaca dalam firmanNya di atas: Sesungguhnya Allah Yang Maha Agung, yang wajib wujud-Nya serta menyandang segala sifat terpuji lagi suci dari segala sifat tercela, menyuruh kamu menunaikan amanah-amanah secara sempurna dan tepat waktu, kepada pemiliknya, yakni yang berhak menerimanya, baik amanah Allah kepada kamu maupun amanah manusia, betapapun banyaknya yang diserahkannya kepada kamu, dan Allah juga menyuruh kamu apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, baik yang berselisih dengan manusia lain maupun tanpa perselisihan, maka supaya kamu harus menetapkan putusan dengan adil sesuai dengan apa yang diajarkan Allah swt (Shihab, 2002b).

Ayat ini memerintahkan agar menyampaikan "amanat" kepada yang berhak (Kemenag RI, 2011). Nilai-nilai tersebut menjadi landasan moral bagi penerapan *governance* dalam bank syariah. Dengan menjalankan prinsip-prinsip tersebut, bank syariah tidak hanya membangun reputasi secara duniawi, tetapi juga memperoleh nilai keberkahan dalam perspektif spiritual.

Penelitian oleh Putri, *et.al* (2024) menunjukkan bahwa *governance performance* memiliki pengaruh signifikan terhadap reputasi bank di Asia Tenggara. Aspek *governance* dalam kerangka ESG berkontribusi terhadap reputasi dan pengurangan risiko operasional bank (Galletta *et.al.*, 2023). Mekanisme *governance*

yang baik dapat meningkatkan reputasi sosial perusahaan dan memperkuat kepercayaan *stakeholder* (Kuzey *et.al.*, 2024). *Governance* yang efektif berperan dalam meningkatkan stabilitas dan kinerja bank, yang pada akhirnya berdampak pada reputasi (Abid *et.al.*, 2021). Reputasi bank sangat dipengaruhi oleh kualitas tata kelola dan keputusan manajerial (De Jong, 2025).

Hasil perhitungan indikator *governance performance* menunjukkan bahwa hampir seluruh aspek *Good Corporate Governance* (GCG) memperoleh nilai tinggi, mulai dari aspek pemegang saham, dewan komisaris, dewan direksi, komite audit, komite nominasi dan remunerasi, komite manajemen risiko, manajemen risiko, akses informasi, etika perusahaan, penerapan GCG, hingga nilai perusahaan. Tingginya nilai pada aspek-aspek tersebut menunjukkan bahwa bank syariah telah memiliki sistem tata kelola yang cukup baik dan terstruktur dalam menjalankan operasional perusahaan.

Pada aspek pemegang saham, tingginya nilai menunjukkan bahwa bank syariah telah menyediakan transparansi informasi terkait hak-hak pemegang saham, pelaksanaan RUPS, serta keterbukaan informasi perusahaan. Selanjutnya, tingginya nilai pada dewan komisaris dan dewan direksi mencerminkan bahwa fungsi pengawasan dan pengelolaan perusahaan telah berjalan dengan baik melalui pelaksanaan rapat rutin, evaluasi kinerja, serta pengawasan terhadap kebijakan strategis perusahaan.

Aspek komite audit, komite nominasi dan remunerasi, serta komite manajemen risiko juga menunjukkan nilai tinggi karena keberadaan komite-komite tersebut

menjadi bagian utama dalam struktur tata kelola bank syariah. Dalam praktiknya, bank syariah diwajibkan memiliki sistem pengendalian internal dan pengawasan risiko yang kuat untuk menjaga stabilitas perusahaan dan meminimalkan potensi penyimpangan. Selain itu, tingginya nilai pada aspek manajemen risiko menunjukkan bahwa bank syariah memiliki perhatian besar terhadap pengelolaan risiko pembiayaan, risiko operasional, dan risiko kepatuhan syariah. Realitas ini sangat relevan dengan karakteristik industri perbankan yang rentan terhadap risiko keuangan dan risiko reputasi.

Aspek akses informasi dan etika perusahaan yang juga memperoleh nilai tinggi menunjukkan bahwa bank syariah telah berupaya menerapkan prinsip transparansi dan integritas perusahaan. Sebagian besar bank syariah secara rutin menyediakan laporan tahunan, laporan keberlanjutan, informasi kepatuhan syariah, serta kode etik perusahaan yang dapat diakses oleh publik.

Namun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek tanggung jawab sosial memiliki nilai yang lebih rendah dibandingkan aspek GCG lainnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa implementasi tata kelola bank syariah masih lebih berfokus pada aspek struktural, pengawasan, dan kepatuhan regulasi dibandingkan penguatan kontribusi sosial perusahaan kepada masyarakat.

5.4 Pengaruh *islamic social reporting* terhadap reputasi bank syariah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *islamic social reporting* tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah. Dalam proses observasi yang telah dilakukan sebelumnya, kondisi ini

dapat dijelaskan oleh fenomena banyaknya bank yang baru melakukan konversi dari bank konvensional menjadi bank syariah dalam periode penelitian. Bank yang baru bertransformasi menuju sistem syariah umumnya masih berada pada tahap penyesuaian, baik dari aspek operasional, tata kelola, budaya organisasi, maupun pelaporan sosial berbasis syariah. Akibatnya, implementasi ISR belum dilakukan secara optimal dan belum mampu mencerminkan identitas syariah yang kuat di mata masyarakat maupun para pemangku kepentingan.

Islamic corporate social responsibility tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap reputasi (Muhibuddin *et.al.*, 2023; Rizwanti *et.al.*, 2023). ISR lebih berdampak pada aspek jangka panjang seperti nilai perusahaan dan keberlanjutan (Wijayanti, 2022). ISR tidak selalu memberikan dampak langsung terhadap reputasi (Suciarti & Wafiroh, 2023b).

Pengungkapan ISR sering kali hanya untuk memenuhi kewajiban regulasi tanpa diiringi dengan komunikasi kepada masyarakat (Kholqi & Septiarini, 2021). Akibatnya, aktivitas sosial yang dilakukan tidak memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan reputasi (Sidiq *et.al.*, 2025).

Dalam perspektif *shariah enterprise theory* (SET), ISR tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah mengindikasikan adanya kesenjangan antara konsep normatif SET dan realitas empiris. Secara teoritis, SET mengharapkan bahwa pengungkapan sosial berbasis nilai Islam mampu meningkatkan kepercayaan dan persepsi positif masyarakat terhadap bank syariah. Akan tetapi, ketidaksignifikanan ini dapat terjadi karena beberapa faktor.

Pertama, rendahnya tingkat literasi *stakeholder* terhadap konsep ISR. Kedua, praktik ISR pada beberapa bank syariah masih bersifat simbolik atau sekadar memenuhi regulasi (Hameed *et.al.*, 2004). Ketiga, reputasi bank syariah lebih banyak dipengaruhi oleh faktor lain seperti kinerja keuangan, kualitas layanan, dan tingkat kepercayaan nasabah dibandingkan pengungkapan sosial (Haniffa & Cooke, 2005)

Dalam perspektif *islamic stakeholder theory*, yang menyatakan bahwa perusahaan harus memenuhi ekspektasi *stakeholder* untuk memperoleh dukungan. Namun, apabila *stakeholder* tidak menganggap ISR sebagai faktor penting, maka pengungkapan ISR tidak akan berpengaruh signifikan terhadap reputasi.

Dari sudut pandang Islam, ISR sejatinya merupakan implementasi dari nilai-nilai tanggung jawab sosial dan keadilan. Selain itu, QS. Al-A'raf ayat 56 menegaskan larangan berbuat kerusakan dan anjuran untuk melakukan kebaikan di muka bumi.

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا^{٥٦}

“Janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah diatur dengan baik. Berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut dan penuh harap. Sesungguhnya rahmat Allah sangat dekat dengan orang-orang yang berbuat baik (Q.S Al-A'raf: 56)”.

Ayat yang lalu melarang pelampauan batas, ayat ini melarang pengrusakan di bumi. Pengrusakan adalah salah satu bentuk pelampauan batas, karena itu, ayat ini melanjutkan tuntunan ayat yang lalu dengan menyatakan: *dan janganlah kamu membuat kerusakan di bumi, sesudah memperbaikannya yang dilakukan oleh Allah dan*

atau siapapun dan berdoalah serta beribadallah kepadaNya dalam keadaan takut sehingga kamu lebih khusyu', dan lebih terdorong untuk mentaati-Nya dan dalam keadaan penuh harapan terhadap anugerahNya, termasuk pengabulan do'a kamu. Sesungguhnya rahmat A.llah amat dekat kepada al-muhsinin, yakni orang-orang yang berbuat baik (Shihab, 2002c).

Hasil perhitungan indikator *Islamic Social Reporting* (ISR) berdasarkan indeks ISR menunjukkan bahwa nilai tertinggi terdapat pada aspek tanggung jawab sosial pada organisasi, tanggung jawab hubungan pelanggan dan klien, serta tanggung jawab sosial dalam menyaring investasi.

Aspek tanggung jawab sosial pada organisasi memperoleh nilai tinggi karena sebagian besar bank syariah secara konsisten mengungkapkan kebijakan kesejahteraan karyawan dan kebijakan pengurangan dampak lingkungan perusahaan. Dalam realitas penelitian, kondisi ini terjadi karena sumber daya manusia merupakan aset utama dalam industri perbankan yang berbasis jasa. Oleh sebab itu, bank syariah cenderung memberikan perhatian besar terhadap pelatihan pegawai, kesejahteraan karyawan, keselamatan kerja, serta pengembangan kompetensi SDM.

Tingginya nilai pada aspek tanggung jawab hubungan pelanggan dan klien menunjukkan bahwa bank syariah memiliki perhatian besar terhadap kualitas pelayanan dan perlindungan nasabah. Dalam praktiknya, bank syariah sangat bergantung pada tingkat kepercayaan masyarakat sehingga perusahaan cenderung mengungkapkan kebijakan mutu layanan pelanggan, perlindungan data nasabah,

penyelesaian pengaduan, hingga tanggung jawab terhadap hak-hak klien secara lebih lengkap. Kondisi ini sejalan dengan karakteristik industri perbankan yang menjadikan pelayanan dan kepuasan nasabah sebagai faktor utama keberlangsungan perusahaan. Selain itu, dalam perspektif syariah, hubungan antara perusahaan dan nasabah didasarkan pada prinsip amanah, keadilan, dan transparansi sehingga bank syariah memiliki kewajiban moral untuk menjaga hak dan kepentingan pelanggan.

Sementara itu, tingginya nilai pada aspek tanggung jawab sosial dalam menyaring investasi menunjukkan bahwa bank syariah sangat memperhatikan prinsip kehati-hatian dan kepatuhan syariah dalam aktivitas investasi maupun pembiayaan. Dalam realitasnya, bank syariah diwajibkan memastikan bahwa investasi yang dilakukan terbebas dari unsur riba, gharar, maysir, dan aktivitas nonhalal. Oleh karena itu, sebagian besar bank syariah mengungkapkan kebijakan sosial, pembangunan, dan lingkungan dalam proses penyaringan investasi berdasarkan prinsip syariah. Tingginya pengungkapan pada aspek ini juga dipengaruhi oleh adanya pengawasan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang memastikan seluruh aktivitas investasi sesuai dengan prinsip Islam.

5.5 Pengaruh *environmental performance* terhadap reputasi bank syariah dimediasi kinerja perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja perusahaan tidak dapat memediasi pengaruh *environmental performance* terhadap reputasi bank syariah. Dengan kata lain, meskipun bank telah melakukan berbagai upaya terkait tanggung jawab lingkungan, hal tersebut belum tentu

berdampak pada peningkatan kinerja perusahaan, dan pada akhirnya tidak cukup kuat untuk membentuk reputasi yang lebih baik di mata stakeholder (Drempetic *et.al.*, 2020).

Tidak signifikannya pengaruh ini dapat dijelaskan dari karakteristik industri perbankan syariah yang tidak secara langsung bersentuhan dengan aktivitas eksploitasi lingkungan seperti sektor manufaktur atau pertambangan. Oleh karena itu, *environmental performance* dalam konteks perbankan cenderung memiliki visibilitas yang lebih rendah. *Stakeholder* bank syariah umumnya lebih memperhatikan aspek keuangan, kualitas layanan, serta kepatuhan terhadap prinsip syariah dibandingkan dengan kinerja lingkungan. Akibatnya, meskipun *environmental performance* meningkat, hal tersebut tidak secara signifikan memengaruhi persepsi reputasi, baik secara langsung maupun melalui kinerja perusahaan (Serafeim, 2020).

Aktivitas lingkungan memerlukan biaya yang cukup besar (Dyck *et.al.*, 2023). Hal ini menyebabkan efek mediasi menjadi lemah atau tidak signifikan. Studi yang mengkaji hubungan ESG dan kinerja bank menemukan bahwa hasilnya sangat bervariasi, di mana sebagian penelitian menunjukkan hubungan negatif (Salem *et.al.*, 2024). Ketidakkonsistenan ini menunjukkan bahwa kinerja lingkungan tidak selalu mampu meningkatkan kinerja perusahaan secara langsung.

Penelitian oleh Simandjuntak & Sudibyo (2022) yang menemukan bahwa *environmental performance* tidak memiliki pengaruh langsung yang kuat terhadap reputasi perusahaan tanpa adanya faktor pendukung seperti etika bisnis. Selain itu,

penelitian hubungan antara tanggung jawab sosial dan kinerja perusahaan masih belum konklusif, bahkan sering kali menunjukkan hasil yang tidak signifikan (Conte *et.al.*, 2024). Hal ini memperkuat temuan bahwa kinerja lingkungan tidak secara otomatis meningkatkan reputasi melalui kinerja perusahaan (Sindhu *et.al.*, 2024).

Dalam kerangka *sustainable development theory*, perusahaan diharapkan mampu menyeimbangkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan untuk mencapai keberlanjutan jangka panjang (Elkington, 1997). Dalam praktiknya tidak semua dimensi tersebut memiliki pengaruh yang sama terhadap reputasi perusahaan. Selain itu, perusahaan berusaha memperoleh legitimasi sosial melalui aktivitas lingkungan, namun legitimasi tersebut tidak selalu diterjemahkan menjadi reputasi yang lebih baik apabila aktivitas tersebut tidak terlihat atau tidak dikomunikasikan secara efektif kepada publik.

Dalam perspektif Islam, perhatian terhadap lingkungan merupakan bagian dari tanggung jawab manusia sebagai khalifah di bumi. Hal ini tercermin dalam firman Allah SWT QS. Ar-Rum ayat 41,

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ الَّذِي عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ
يَرْجِعُونَ

“Telah tampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan perbuatan tangan manusia. (Melalui hal itu) Allah membuat mereka merasakan sebagian dari (akibat) perbuatan mereka agar mereka kembali (ke jalan yang benar) (QS. Ar-Rum: 41)”.

Sikap kaum musyrikin yang diuraikan ayat-ayat yang lalu, yang intinya adalah mempersekutukan Allah, dan mengabaikan tuntunan-tuntunan agama, berdampak buruk terhadap diri mereka, masyarakat dan lingkungan. Ini dijelaskan oleh ayat di

atas dengan menyatakan: *Telah nampak kerusakan di darat seperti kekeringan, paceklik, hilangnya rasa aman, dan di laut seperti ketertenggelaman, kekurangan hasil laut dan sungai, disebabkan karena perbuatan tangan manusia yang durhaka, sehingga akibatnya Allah mencicipkan yakni merasakan sedikit kepada mereka sebagian dari akibat perbuatan dosa dan pelanggaran mereka, agar mereka kembali ke jalan yang benar.*

Kalau merujuk kepada al-Qur'an, ditemukan sekian banyak ayat yang berbicara tentang aneka kerusakan dan kedurhakaan yang dikemukakan dalam konteks uraian tentang *fasad*, antara lain: “Keengganan langit menurunkan hujan atau bumi menumbuhkan tumbuhan”, banjir dan air bah, gempa bumi dan bencana alam lainnya. Semua itu adalah tanda-tanda yang diberikan Allah swt. untuk memperingatkan manusia agar mereka kembali ke jalan yang lurus (Shihab, 2002d.). Ayat ini menjadi landasan bahwa aktivitas lingkungan merupakan bagian penting dari tanggung jawab sosial perusahaan. Namun, implementasi nilai-nilai tersebut dalam praktik perbankan syariah belum tentu berdampak langsung pada reputasi (Kemenag RI, 2011).

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *environmental performance* belum menjadi faktor yang mampu meningkatkan reputasi bank syariah melalui kinerja perusahaan.

5.6 Pengaruh *social performance* terhadap reputasi bank syariah dimediasi kinerja perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja perusahaan tidak dapat memediasi pengaruh *social performance* terhadap reputasi bank syariah. Dengan kata lain, meskipun bank syariah telah melaksanakan berbagai aktivitas sosial seperti program tanggung jawab sosial, pemberdayaan masyarakat, maupun kegiatan filantropi, hal tersebut belum cukup kuat untuk mendorong peningkatan kinerja perusahaan yang pada akhirnya berdampak pada reputasi.

Tidak signifikannya pengaruh ini dapat dijelaskan dari karakteristik hubungan antara *social performance* dan kinerja perusahaan yang cenderung tidak konsisten. Dalam konteks perbankan, aktivitas sosial sering kali dipandang sebagai biaya (*cost center*) daripada sebagai investasi strategis yang secara langsung meningkatkan profitabilitas (Bitektine & Haack, 2020). Hubungan antara ESG, khususnya aspek sosial, dan kinerja bank menghasilkan temuan yang beragam, mulai dari positif, negatif, hingga tidak signifikan (Sihotang & Siregar, 2025). Ketidakkonsistenan ini memperkuat bahwa *social performance* tidak selalu mampu meningkatkan kinerja perusahaan secara langsung, sehingga peran mediasi menjadi tidak efektif.

Dalam beberapa kasus, *social performance* bahkan dapat memberikan pengaruh negatif terhadap kinerja karena tingginya biaya implementasi program sosial (Salem *et.al.*, 2024). Temuan lain di sektor perbankan Indonesia menunjukkan bahwa tidak semua dimensi ESG memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan, di mana faktor tertentu seperti lingkungan tidak berpengaruh, sementara faktor sosial dan *governance* lebih dominan (Haryono *et.al.*, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa

pengaruh social performance terhadap kinerja perusahaan sangat kontekstual dan bergantung pada bagaimana aktivitas tersebut diimplementasikan dan dikelola.

Reputasi bank syariah sering kali lebih dipengaruhi oleh faktor kepercayaan, kepatuhan syariah, serta kualitas layanan dibandingkan dengan kinerja sosial. Hal ini menyebabkan jalur mediasi melalui kinerja perusahaan menjadi tidak signifikan. Selain itu, penelitian mengenai hubungan ESG dan reputasi menunjukkan bahwa meskipun ESG dapat meningkatkan reputasi, pengaruh tersebut sangat bergantung pada tingkat perhatian stakeholder dan mekanisme komunikasi yang dilakukan perusahaan (Xu *et.al.*, 2024).

Dalam kerangka *legitimacy theory*, perusahaan berusaha memperoleh legitimasi sosial melalui aktivitas sosial yang dilakukan. Namun, legitimasi tersebut tidak selalu secara langsung meningkatkan reputasi, terutama jika masyarakat tidak memahami aktivitas tersebut. Dalam konteks bank syariah, legitimasi lebih banyak diperoleh dari kepatuhan terhadap prinsip syariah dibandingkan dengan aktivitas sosial, sehingga kontribusi *social performance* terhadap reputasi menjadi terbatas.

Dari perspektif Islam, *social performance* merupakan bagian dari tanggung jawab moral yang harus dijalankan oleh lembaga keuangan syariah. Hal ini tercermin dalam firman Allah SWT dalam QS. Al-Hadid ayat 18,

إِنَّ الْمُسْذِقِينَ وَالْمُصَدِّقَاتِ وَأَقْرَضُوا اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا يُضَعَّفُ لَهُمْ

“Sesungguhnya orang-orang yang bersedekah, baik laki-laki maupun perempuan, dan meminjamkan (kepada) Allah pinjaman yang baik, akan dilipatgandakan (balasannya) kepada mereka (QS. Al-Hadid:18).”

Ayat di atas kembali berbicara tentang infak yang oleh kelompok ayat-ayat yang lalu telah dibicarakan dan yang kemudian di sela oleh awal kelompok ayat ini dengan kecaman terhadap mereka yang sedikit atau banyak lengah. Al-Biqā'i menghubungkan ayat di atas dengan ayat yang lalu dari sisi tumbuhnya benih di tanah yang subur dan yang disiram air. Sedekah pun demikian. Ia dapat memberi hasil yang berlipat ganda — serupa dengan benih di tanah yang subur itu — bila kalbu yang bersedekah disertai oleh kekhusyuan dan kepatuhan kepada tuntunan Allah, swt

Allah berfirman: *Sesungguhnya para pensedekah laki-laki yang sangat mantap dan tulus dalam bersedekah dan demikian juga para pensedekah perempuan yang sangat mantap dan tulus dan mereka itu meminjamkan Allah pinjaman yang baik, niscaya akan dilipatgandakan pembayarannya kepada mereka; dan bagi mereka pahala yang mulia yakni sangat menyenangkan dan memusakannya* (Shihab, 2002e).

Ayat sebelumnya menjelaskan bahwa Allah SWT memberi petunjuk-petunjuk dalam Al-Qur'an bagi mereka, perintah untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan. Allah SWT juga memerintahkan mereka berbuat kebajikan, yakni perbuatan yang melebihi perbuatan adil; memberi bantuan apa pun yang mampu diberikan, baik materi maupun nonmateri secara tulus dan ikhlas (Kemenag RI, 2011). Namun demikian, meskipun *social performance* memiliki nilai religius yang tinggi, dampaknya terhadap reputasi perusahaan tetap bergantung pada bagaimana aktivitas tersebut diimplementasikan dan dirasakan oleh masyarakat.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *social performance* belum mampu meningkatkan reputasi bank syariah melalui kinerja perusahaan sebagai variabel mediasi. Hal ini memberikan implikasi bahwa bank syariah perlu mengintegrasikan aktivitas sosial dengan strategi bisnis yang lebih efektif agar dapat memberikan dampak nyata terhadap kinerja perusahaan.

5.7 Pengaruh *governance performance* terhadap reputasi bank syariah dimediasi kinerja perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, penelitian ini menunjukkan bahwa *governance performance* berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah melalui mediasi kinerja perusahaan. Tata kelola perusahaan yang baik tidak hanya secara langsung meningkatkan reputasi bank syariah, tetapi juga mampu meningkatkan kinerja perusahaan yang selanjutnya memperkuat reputasi tersebut (Duan *et.al.*, 2023). Dengan demikian, kinerja perusahaan berperan sebagai variabel intervening yang memperjelas mekanisme bagaimana *governance performance* dapat meningkatkan reputasi secara lebih optimal (Listiadi, 2023).

Secara empiris, *governance performance* yang baik mampu meningkatkan efektivitas pengelolaan perusahaan, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kinerja keuangan maupun operasional (Singh & Arora, 2025). Tata kelola yang baik memastikan adanya transparansi, akuntabilitas, serta pengawasan yang efektif terhadap manajemen, sehingga mampu meningkatkan efisiensi dan produktivitas perusahaan (Qin, 2023). Dengan kata lain, reputasi tidak hanya

dibentuk oleh persepsi terhadap tata kelola, tetapi juga oleh hasil nyata berupa kinerja perusahaan yang baik (Wardhana & Hersugondo, 2025).

Peran mediasi kinerja perusahaan dalam hubungan ini menunjukkan bahwa *governance performance* tidak selalu berdampak langsung terhadap reputasi, tetapi melalui peningkatan performa internal perusahaan. Ketika bank syariah mampu menunjukkan kinerja yang baik, seperti peningkatan profitabilitas, efisiensi operasional, serta stabilitas keuangan, maka stakeholder akan lebih percaya terhadap kualitas manajemen perusahaan (Waheed & Bagh, 2025). Kepercayaan tersebut menjadi dasar terbentuknya reputasi yang positif. Oleh karena itu, *governance performance* dapat dikatakan sebagai fondasi yang memperkuat kinerja perusahaan, yang kemudian diterjemahkan menjadi reputasi di mata publik (Wu *et.al.*, 2023).

Studi meta-analisis dalam sektor perbankan menunjukkan bahwa mekanisme corporate governance memiliki hubungan positif dengan kinerja bank, terutama melalui peran dewan direksi dan struktur pengawasan yang efektif (Bhatia & Gulati, 2021). Selain itu, penelitian lain menunjukkan bahwa governance merupakan faktor penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan melalui pengelolaan risiko dan efisiensi operasional (Widarwati *et.al.*, 2022).

Lebih lanjut, penelitian dalam konteks perbankan syariah menunjukkan bahwa *governance* memiliki pengaruh signifikan terhadap reputasi, namun tidak selalu langsung meningkatkan kinerja tanpa dukungan faktor lain seperti inovasi dan kualitas layanan (Hamida *et.al.*, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun

governance merupakan faktor penting, peningkatan reputasi yang optimal memerlukan kontribusi dari kinerja perusahaan sebagai perantara (Ting *et.al.*, 2024).

Selain itu, *legitimacy theory* menjelaskan bahwa perusahaan berusaha memperoleh legitimasi sosial dengan menjalankan praktik tata kelola yang sesuai dengan norma dan nilai masyarakat. *Governance performance* membantu perusahaan memperoleh legitimasi tersebut, sementara kinerja perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan mampu beroperasi secara efektif dan berkelanjutan.

Dalam perspektif Islam, Hal ini tercermin dalam firman Allah SWT QS. Al-Baqarah ayat 283 menekankan pentingnya transparansi dalam transaksi, yang sejalan dengan prinsip akuntabilitas dalam *governance*,

وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ ۖ إِنَّ قَلْبَهُ ۖ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

“Janganlah kamu menyembunyikan kesaksian karena siapa yang menyembunyikannya, sesungguhnya hatinya berdosa. Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan (QS. Al-Baqarah: 283).”

Ayat ini menerangkan tentang *muamalah* (transaksi) yang dilakukan tidak secara tunai, yang dilakukan dalam perjalanan dan tidak ada juru tulis yang akan menuliskannya. Kecuali jika masing-masing saling mempercayai dan menyerahkan diri kepada Allah, maka *muamalah* itu boleh dilakukan tanpa menyerahkan barang jaminan (Kemenag RI, 2011). Dengan demikian, *governance performance* yang baik mencerminkan implementasi nilai-nilai Islam dalam pengelolaan perusahaan, di mana kepercayaan (*trust*) menjadi dasar hubungan antara manajemen dan stakeholder. Ketika prinsip amanah dijalankan dengan baik, maka akan

meningkatkan kepercayaan publik, memperkuat legitimasi perusahaan, dan pada akhirnya berdampak positif terhadap reputasi perusahaan, khususnya pada bank syariah.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *governance performance* merupakan faktor penting yang memengaruhi reputasi bank syariah melalui kinerja perusahaan sebagai variabel mediasi. Hal ini memberikan implikasi bahwa bank syariah perlu meningkatkan kualitas tata kelola sekaligus memastikan bahwa tata kelola tersebut mampu mendorong peningkatan kinerja perusahaan.

5.8 Pengaruh *islamic social reporting* terhadap reputasi bank syariah dimediasi kinerja perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja perusahaan tidak dapat memediasi pengaruh *islamic social reporting* (ISR) terhadap reputasi bank syariah. Dalam proses observasi yang telah dilakukan sebelumnya, Kondisi ini dapat dijelaskan oleh fenomena banyaknya bank yang baru melakukan konversi dari bank konvensional menjadi bank syariah dalam periode penelitian. Bank yang baru bertransformasi menuju sistem syariah umumnya masih berada pada tahap penyesuaian, baik dari aspek operasional, tata kelola, budaya organisasi, maupun pelaporan sosial berbasis syariah. Akibatnya, implementasi ISR belum dilakukan secara optimal dan belum mampu mencerminkan identitas syariah yang kuat di mata masyarakat maupun para pemangku kepentingan.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa ISR tidak selalu berdampak langsung pada peningkatan kinerja bank syariah. Hal ini disebabkan karena aktivitas ISR

sering kali bersifat jangka panjang dan tidak langsung menghasilkan keuntungan finansial dalam waktu dekat. Sebagai akibatnya, kontribusi ISR terhadap kinerja perusahaan menjadi tidak signifikan, sehingga ketika kinerja perusahaan digunakan sebagai variabel mediasi, hubungan ISR terhadap reputasi juga menjadi tidak signifikan (Harahap, 2025). Implementasi ISR di perbankan syariah masih menghadapi berbagai kendala, seperti kurangnya standarisasi dan variasi dalam tingkat pengungkapan antar bank (Putri *et.al.*, 2026). Ketidakkonsistenan ini menyebabkan informasi yang diterima stakeholder menjadi kurang jelas, sehingga sulit membentuk persepsi reputasi yang kuat. Di sisi lain, faktor-faktor seperti profitabilitas, ukuran perusahaan, dan likuiditas tidak selalu memengaruhi tingkat pengungkapan ISR secara signifikan (Nusron & Diansari, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa ISR belum sepenuhnya terintegrasi dengan kinerja perusahaan, sehingga perannya sebagai variabel yang dapat meningkatkan reputasi melalui kinerja menjadi terbatas (Setyaningrum & Kusuma, 2025).

Dalam kerangka *Shariah Enterprise Theory*, nilai-nilai spiritual dan sosial yang terkandung dalam ISR seringkali bersifat *intangible* dan berorientasi jangka panjang, sehingga dampaknya tidak langsung terlihat pada kinerja perusahaan. Akibatnya, ketika kinerja perusahaan digunakan sebagai variabel mediasi, hubungan antara ISR dan reputasi menjadi tidak signifikan. Hal ini juga dapat disebabkan oleh rendahnya pemahaman atau apresiasi stakeholder terhadap informasi ISR, sehingga pengungkapan tersebut belum menjadi pertimbangan utama dalam membentuk persepsi reputasi bank syariah (Triyuwono, 2007).

Dalam kerangka *legitimacy theory*, perusahaan berusaha memperoleh legitimasi sosial melalui aktivitas sosial yang dilakukan. ISR merupakan salah satu bentuk upaya untuk memperoleh legitimasi tersebut. Namun, legitimasi yang diperoleh tidak selalu langsung meningkatkan reputasi apabila tidak diiringi dengan peningkatan kinerja perusahaan yang signifikan. Hal ini menjelaskan mengapa peran mediasi kinerja perusahaan dalam hubungan ISR dan reputasi menjadi tidak signifikan.

Dalam perspektif Islam, ISR merupakan implementasi dari nilai-nilai sosial yang sangat ditekankan dalam ajaran Islam. Hal ini tercermin dalam QS. Al-Hasyr ayat 7,

كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ

“(Demikian) agar harta itu tidak hanya beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu (QS. Al-Hasyr: 7).”

Kata (دُولَةً) *dûlah* adalah sesuatu yang beredar dan diperoleh secara silih berganti.

Firman-Nya: (كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ) *kai lâ yakûna dûlatam bainal-aghniyâ'i*

mingkum / supaya ia tidak hanya beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu bermaksud menegaskan bahwa harta benda hendaknya jangan hanya menjadi milik dan kekuasaan sekelompok manusia, tetapi ia harus beredar sehingga dinikmati oleh semua anggota masyarakat. Penggalan ayat ini bukan saja membatalkan tradisi masyarakat Jahiliah, di mana kepala suku mengambil seperempat dari perolehan harta, lalu membagi selebihnya suka hati — bukan saja membatalkan itu — tetapi juga ia telah menjadi prinsip dasar Islam dalam bidang ekonomi dan keseimbangan

peredaran harta bagi segenap anggota masyarakat, walaupun tentunya tidak berarti menghapuskan kepemilikan pribadi'atau pembagiannya harus selalu sama. Dengan penggalan ayat ini, Islam menolak segala macam bentuk monopoli, karena sejak semula al-Qur'an menetapkan bahwa harta memiliki fungsi sosial (Shihab, 2002e).

Dalam kaitannya dengan *islamic social reporting*, prinsip tersebut menjadi landasan normatif bagi bank syariah dalam menjalankan dan mengungkapkan aktivitas sosialnya. ISR mencerminkan sejauh mana perusahaan berkontribusi dalam menciptakan kesejahteraan masyarakat melalui distribusi manfaat ekonomi, seperti zakat, sedekah, pembiayaan berbasis keadilan, serta program sosial lainnya (Othman *et.al.*, 2015). Ketika bank syariah mengimplementasikan ISR secara optimal, hal tersebut menunjukkan komitmen terhadap prinsip keadilan distributif sebagaimana diajarkan dalam Al-Qur'an, sehingga mampu meningkatkan persepsi positif stakeholder.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *islamic social reporting* belum mampu meningkatkan reputasi bank syariah melalui kinerja perusahaan sebagai variabel mediasi. Hal ini memberikan implikasi bahwa bank syariah perlu meningkatkan integrasi antara aktivitas ISR dan kinerja bisnis agar dapat memberikan dampak yang lebih nyata. Selain itu, diperlukan peningkatan transparansi dan strategi komunikasi yang efektif agar stakeholder dapat memahami kontribusi sosial yang dilakukan oleh bank (Risqi & Septriani, 2021).

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *environmental performance*, *social performance*, *governance performance*, dan *islamic social reporting* terhadap reputasi bank syariah dengan kinerja perusahaan sebagai variabel mediasi. Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Environmental performance* tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan kinerja lingkungan belum menjadi pertimbangan utama bagi stakeholder dalam menilai reputasi, sehingga belum mampu menciptakan legitimasi yang kuat.
2. *Social performance* berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah memiliki arah positif. Hal ini mengindikasikan bahwa aktivitas sosial yang dilakukan memiliki pengaruh pada reputasi bank syariah.
3. *Governance performance* berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa tata kelola perusahaan yang baik mampu meningkatkan kepercayaan stakeholder dan memperkuat legitimasi perusahaan.
4. *Islamic social reporting* tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi, namun memiliki pengaruh tidak langsung melalui kinerja perusahaan. Hal ini

menunjukkan bahwa pengungkapan berbasis syariah akan lebih efektif dalam meningkatkan reputasi apabila diikuti dengan peningkatan kinerja perusahaan.

5. Kinerja perusahaan tidak dapat memediasi pengaruh *environmental performance* terhadap reputasi bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja lingkungan tidak memberikan dampak yang cukup kuat untuk meningkatkan kinerja perusahaan, sehingga tidak berlanjut pada peningkatan reputasi.
6. Kinerja perusahaan tidak dapat memediasi pengaruh *social performance* terhadap reputasi bank syariah. Aktivitas sosial yang dilakukan belum mampu meningkatkan kinerja perusahaan secara signifikan, sehingga tidak berdampak pada reputasi.
7. *Governance performance* berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank syariah dimediasi oleh kinerja perusahaan. Tata kelola yang baik mampu meningkatkan kinerja perusahaan, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap reputasi. Kinerja perusahaan menjadi jalur penting dalam menerjemahkan praktik tata kelola menjadi kepercayaan dan penilaian positif dari *stakeholder*.
8. Kinerja perusahaan tidak dapat memediasi pengaruh *islamic social reporting* terhadap reputasi bank syariah. *Islamic social reporting* tidak cukup hanya sebagai laporan, tetapi harus didukung oleh kinerja nyata agar mampu meningkatkan kepercayaan dan legitimasi di mata stakeholder.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Saran Teoritis

- a. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali persepsi stakeholder secara lebih mendalam terkait aktivitas sosial dan lingkungan perusahaan.
- b. Disarankan untuk memperluas objek penelitian tidak hanya pada bank syariah, tetapi juga sektor lain agar memperoleh hasil yang lebih general.
- c. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan indikator penelitian disetiap variabel seperti indeks GRI 300, indeks GRI 400, *Good corporate governance index*, dan *ISR index* dan disesuaikan dengan objek penelitian yang digunakan.

2. Saran Praktis

- a. Bank syariah perlu meningkatkan kualitas implementasi kinerja sosial dan lingkungan agar tidak hanya bersifat simbolis, tetapi benar-benar memberikan dampak nyata bagi masyarakat.
- b. Bank syariah perlu memastikan bahwa pengungkapan *islamic social reporting* tidak hanya formalitas, tetapi mencerminkan nilai-nilai Islam secara substantif seperti keadilan, amanah, dan kesejahteraan sosial.

3. Saran Kebijakan

- a. Regulator diharapkan dapat meningkatkan standar dan pengawasan terhadap pengungkapan ESG dan ISR agar lebih terstruktur dan berkualitas.
- b. Perlu adanya edukasi kepada masyarakat untuk meningkatkan literasi terkait pentingnya kinerja sosial dan lingkungan dalam menilai reputasi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abid, A., Gull, A. A., Hussain, N., & Nguyen, D. K. (2021). Risk Governance and Bank Risk-Taking Behavior: Evidence From Asian Banks. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 75.
- Ahmed, M. A., Khan, M., & Hassan, M. K. (2023). Islamic banking resilience post-COVID-19: A governance-based perspective. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 16(1), 89–109. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IMEFM-10-2021-0465>
- Akpınar, H., & Topak, M. (2024). The Effect of ESG (Environmental, Social And Governance) Scores on Company Performance: Evidence from the Manufacturing Industry in Turkey. *Ekoist: Journal of Econometrics and Statistics*, 0(41), 109–117. <https://doi.org/10.26650/ekoist.2024.41.1540173>
- Alam, N., Rizvi, S. A. R., & Shahzad, S. J. H. (2022). Islamic finance, ESG, and sustainability: A critical review. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 12(4), 681–699. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/20430795.2021.1894881>
- Alareeni, B. A., & Hamdan, A. (2020). ESG impact on performance of US S&P 500-listed firms. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 20(7), 1409–1428. <https://doi.org/10.1108/CG-06-2020-0258>
- Albuquerque, R., Koskinen, Y., & Zhang, C. (2019). Corporate social responsibility and firm risk: Theory and empirical evidence. *Management Science*, 65(10), 4451–4469. <https://doi.org/10.1287/MNSC.2018.3043>
- Al-Jazari, S. A. B. J. (2008). *Tafsir Al-Aisar (Tafsir Al-Qur'an Al-Aisar)*. Jilid 1-5 (terj.). Darus Sunnah Press.
- Alshammari, M. (2020). Corporate social responsibility and firm performance: The moderating role of reputation and institutional investors. *Journal of Economic and Administrative Sciences*, 36(3), 273–289. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JEAS-08-2019-0083>
- Anggraeni, A. O., & Gultom, M. S. (2024). Pengaruh Zakat dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Dan Reputasi Bank Umum Syariah. *NISBAH: Jurnal Perbankan Syariah*, 10(1), 104–115. <https://doi.org/10.30997/jn.v10i1.13730>

- Anita, R., Abdillah, M. R., Sari, P. S., Rizki, S., & Arlendhea, W. (2024). Corporate social responsibility and firm performance: The role of firm reputation. *Journal of Global Responsibility*. <https://doi.org/10.1108/JGR-11-2023-0181>
- Arifin, Z., & Yaqin, M. (2023). Islamic Social Reporting and Financial Performance. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 4(2), 234–246.
- Ayamga, T. A., Avortri, C., Nasere, D., Donnir, S., & Tornyeva, K. (2024). The Influence of Corporate Social Responsibility on the Financial Performance of Firms in Ghana: The Moderating Role of Board Independence and Diversity. *American Journal of Industrial and Business Management*, 14(4).
- Azmi, W., Hassan, M. K., Houston, R., & Karim, M. S. (2021). ESG activities and banking performance: International evidence from emerging economies. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 70. <https://doi.org/10.1016/j.intfin.2020.101277>.
- Bachtiar, A., & Abdullah, A. (2025). The Effect of Islamic Corporate Social Responsibility on Financial Performance and Reputation of Islamic Banks in Indonesia. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 12(2), 628–638.
- Banerjee, A., Nordqvist, M., & Hellerstedt, K. (2020). The role of the board chair—A literature review and suggestions for future research. *Corporate Governance: An International Review*, 28(6), 372–405. <https://doi.org/10.1111/corg.12350>.
- Baroroh, H., & Usholikhah, N. (2026). Sustainability disclosure and firm value: The intervening role of financial performance. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 75–90. <https://doi.org/10.20885/JEKI.vol12.iss1.art5>
- Batae, O. M., Dragomir, V. D., & Feleaga, L. (2021). The relationship between environmental, social, and financial performance in the banking sector: A European study. *Journal of Cleaner Production*, 290.
- Bhatia, M., & Gulati, R. (2021). Board Governance and Bank Performance: A Meta-Analysis. *Research in International Business and Finance*, 58.
- Bitektine, A., & Haack, P. (2020). The ‘macro’ and the ‘micro’ of legitimacy: Toward a multilevel theory of the legitimacy process. *Academy of Management Review*, 40(1), 49–75. <https://doi.org/10.5465/amr.2013.0318>.

- Boiral, O. (2005). The impact of operator involvement in pollution reduction: Case studies in Canadian chemical companies. *Business Strategy and the Environment*, 14(6), 339–360. <https://doi.org/10.1002/bse.431>.
- Boistel, P. (1994). *L'image d'entreprise comme avantage concurrentiel: Essai de modélisation sur une banque régionale*.
- Brockman, P., & Unulu, E. (2011). Earned/contributed capital, dividend policy, and disclosure quality: An international study. *Journal of Banking and Finance*, 35, 1610–1625.
- Buallay, A. (2019). Is sustainability reporting (ESG) associated with performance? Evidence from the European banking sector. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 30(1), 98–115. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/MEQ-12-2017-0149>
- Bustamante, L., Orozco-Toro, J. A., & Moreno, V. (2023). Gestion de la reputacion corporativa en redes sociales,. *Analisis de Cuatro Cajas de Compensacion Familiar En Colombia Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicacion*, 22(44), 1–30.
- Carroll, A. B. (2021). Corporate social responsibility: Perspectives on the CSR construct's development and future. *Business and Society*, 60(6), 1258–1278.
- Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 85–105. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00275.x>
- Chen, Q., & Li, M. (2024). Environmental regulatory system reform and corporate ESG ratings: Evidence from China. *Economic Modelling*, 135. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2024.106710>.
- Chen, Z., Hao, X., & Chen, F. (2023). Green innovation and enterprise reputation value. *Business Strategy and the Environment*, 32(4), 1698–1718.
- CNBC. (2023). BSI gangguan layanan digital, nasabah keluhkan transaksi macet. *CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com>

- Cojoianu, T. F., Ascu, F., Clark, G. L., Hoepner, A. G. F., & Wojcik, D. (2021). Does the fossil fuel divestment movement impact new oil and gas fundraising? *Journal of Economic Geography*, 21(1), 141–164. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbaa027>.
- Conte, D., Bussoli, C., & Hammings, D. (2024). Responsible risk-taking and the CSP-financial performance relation in the banking sector: A mediation analysis. *Research in International Business and Finance*, 69.
- Cormier, D., & Gordon, I. M. (2001). An examination of social and environmental reporting strategies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 14(5), 587–617. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/EUM00000000006264>
- Darsono, Hersugondo, Yuniawan, A., Kusumaningrum, H. P., Latan, H., & Ali, M. (2025). Linking green finance to sustainability performance: The mediating role of CSR and the moderating effect of stakeholder pressures. *Journal of Economic and Administrative Sciences*. <https://doi.org/10.1108/JEAS-04-2025-0221>
- Davis, K. (1973). The case for and against business assumption of social responsibilities. *Academy of Management Journal*, 16(2), 312–322. <https://doi.org/10.2307/255331>.
- De Jong, A. (2025). Goingfor Broke: Bank Reputation and The Performance of Opaque Securities. *Journal of Finance*, 80(6), 3263–3312.
- Deephouse, D. L., & Carter, S. M. (2005). An examination of differences between organizational legitimacy and organizational reputation. *Journal of Management Studies*, 42(2), 329–360. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2005.00499.x>
- Dietz, S. imon, Fruitiere, C., Garcia-Manas, C., Irwin, W., Rauis, B., & Sullivan, R. (2018). An assessment of climate action by high-carbon global corporations. *Nature Climate Change*, 8(12), 1072–1075. <https://doi.org/10.1038/s41558-018-0343-2>.
- Ding, H., & Lee, W. (2024). ESG and financial performance of China firms: The mediating role of export share and moderating role of carbon intensity. *Sustainability*, 16(12). <https://doi.org/10.3390/su16125042>.
- Donelson, D., Kartapanis, A., & Yust, C. G. (2024). The merits of securities litigation and corporate reputation. *Contemporary Accounting Research*, 41(1), 424–458.

- Dossa, J. V., Gopang, A. A., Thomas, D., & Ukwuoma, C. C. (2025). Does the bank's nature heterogeneity matter? Environmental, social and governance (ESG) performance and corporate profitability. *Asian Journal of Economics and Banking*. <https://doi.org/10.1108/AJEB-11-2024-0128>
- Drempetic, S., Klein, C., & Zwergel, B. (2020). The Influence of Firm Size on the ESG Score: Corporate Sustainability Ratings Under Review. *Journal of Business Ethics*, 167(2), 333–360. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04164-1>
- Duan, Y., Yang, F., & Xiong, L. (2023). Environmental, Social, and Governance (ESG) Performance and Firm Value: Evidence from Chinese Manufacturing Firms. *Sustainability*, 15(17), 12858. <https://doi.org/10.3390/su151712858>
- Duque-Grisales, E., & Aguilera-Caracuel, J. (2019). Environmental, Social and Governance (ESG) Scores and Financial Performance of Multilatinas: Moderating Effects of Geographic International Diversification and Financial Slack. *Journal of Business Ethics*.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone.
- Fatemi, A., Glaum, M., & Kaiser, S. (2021). ESG performance and firm reputation: Evidence from Europe. *Journal of International Business Studies*, 52(1), 45–67. <https://doi.org/https://doi.org/10.1057/s41267-020-00324-6>
- Feng, L., Leong, C.-M., & Ali, M. (2025). ESG investments, corporate reputation and market value: A comprehensive review and future research agenda. *Management & Sustainability: An Arab Review*. <https://doi.org/10.1108/MSAR-06-2024-0054>
- Ferrell, A., Hao, L., & Renneboog, L. (2021). Socially responsible firms. *Journal of Financial Economics*, 142(2), 508–529. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2015.12.003>
- Flammer, C. (2013). Corporate social responsibility and shareholder reaction: The environmental awareness of investors. *Academy of Management Journal*, 56(3), 758–781. <https://doi.org/10.5465/amj.2011.0744>.
- Fombrun, C., & Shanley, M. (1990). What's in a Name? Reputation Building and Corporate Strategy. *The Academy of Management Journal*, 33(2), 233–258. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/256324>

- Fourati, Y. M., & Dammak, M. (2021). Corporate social responsibility and financial performance: International evidence of the mediating role of reputation. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(6), 1749–1759.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman Publishing.
- Freeman, R. E., Wicks, A. C., & Parmar, B. (2004). Stakeholder theory and “the corporate objective revisited.” *Organization Science*, 15(3), 364–369. <https://doi.org/10.1287/orsc.1040.0066>
- Galletta, S., Goodell, J., Mazzu, S., & Paltrinieri, A. (2023). Bank reputation and operational risk: The impact of ESG. *Journal of Cleaner Production*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jfrl.2022.103494>
- Garcia-Sanchez, I. M., Hussain, N., & Martinez-Ferrero, J. (2021). Do Markets Punish or Reward Corporate Social Responsibility Decoupling? *Business & Society*, 60(6), 1431–1467. <https://doi.org/10.1177/0007650319898839>
- Garg, A., & Gupta, P. K. (2020). Mandatory CSR expenditure and firm performance: Evidence from India. *South Asian Journal of Business Studies*, 9(2), 235–249. <https://doi.org/10.1108/sajbs-06-%202019-0114>
- Garrido-Ruso, M., Otero-Gonzalez, L., Lopez-Penabad, M. C., & Santomil, P. D. (2024). Does ESG implementation influence performance and risk in SMEs. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 31(5), 4227–4247. <https://doi.org/10.1002/csr.2783>.
- Gerged, A. M., Beddewela, E., & Cowton, C. J. (2021). Is corporate environmental disclosure associated with firm value? A multicountry study of Gulf Cooperation Council firms. *Business Strategy and the Environment*, 30(1), 185–203. <https://doi.org/10.1002/bse.2616>.
- Ghardallou, W. (2023). The impact of corporate social responsibility on bank reputation: Evidence from Islamic and conventional banks. *Journal of Islamic Marketing*, 14(3), 601–618. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2021-0295>

- Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). Corporate social and environmental reporting: A review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 8(2), 47–77.
- GRI. (2016). *GRI Sustainability Reporting Standards*. Global Reporting Initiative.
- GRI. (2020). *GRI 300: Environmental Standards 2020*. Global Reporting Initiative.
- Gull, A. A., Saeed, A., Suleman, M. T., & Mushtaq, R. (2022). Revisiting the association between environmental performance and financial performance: Does the level of environmental orientation matter? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 29(5), 1647–1662. <https://doi.org/10.1002/csr.2310>
- Hadani, M. (2021). The reputational costs of corporate litigation: Long-term media reputation damages to firms' involvement in litigation. *Corporate Reputation Review*, 24(4), 234–246.
- Hamdoun, M., Achabou, M. A., & Dekhili, S. (2022). Could CSR improve the financial performance of developing countries' firms? Analyses of mediating effect of intangible resources. *European Business Review*, 34(1), 41–61.
- Hamida, A., Musyid, Erwin, Maharani, I., Ramadhani, A., & Sulkifra. (2024). The Mediating Role of Reputation on Trust, Governance and Sharia Bank Performance. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 16(2).
- Hammami, H., & Othmani, L. (2024). Adopting sustainable manufacturing practices: The relationship between environmental performance and corporate reputation. *International Journal of Organizational Analysis*. <https://doi.org/10.1108/IJOA-10-2023-4026>
- Haniffa, R., & Hudaib, M. (2007). Exploring the Ethical Identity of Islamic Banks via Communication in Annual Reports. *Journal of Business Ethics*, 76(1), 97–116. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9272-5>
- Haniffa, R. M., & Cooke, T. E. (2005). The impact of culture and governance on corporate social reporting. *Journal of Accounting and Public Policy*, 24.
- Harahap, A. S. (2025). *Pengaruh Islamic Social Reporting, Islamic Corporate Governance, Ukuran Perusahaan dan Kinerja Keuangan Terhadap Reputasi Bank Umum Syariah* [Skripsi]. UIN Syarif Hidayatullah.

- Harahap, I. (2023). Mapping the landscape of ESG in Islamic finance: A bibliometric analysis. *International Journal of Ethics and Systems*, 39(3), 501–520.
- Haryono, Heniwati, & Helmi, S. M. (2025). The Relationship Between ESG Practices and Banking Performance in Indonesia. *APSSAI Accounting Review*.
- Hassan, A., Harahap, S. S., & Adewale, A. (2021). Exploring Islamic social reporting in financial institutions: Between idealism and institutional pressure. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(2), 289–308.
- Helliana, & Khomsiyah. (2020). The Effect of Islamic Social Reporting Disclosure and Company Reputation on Financial Performance with Business Ethics as a Moderating Variable. *Research Journal of Finance and Accounting*. <https://doi.org/10.7176/RJFA/11-24-07>
- Hosain, M. S. (2025). Corporate board characteristics and CSR budget of selected Bangladeshi banks: Moderating role of corporate reputation. *Asian Journal of Economics and Banking*, 9(1), 126–143. <https://doi.org/10.1108/AJEB-08-2023-0083>
- Hou, C. E., Lu, W. M., & Hung, S. W. (2019). Does CSR matter? Influence of corporate social responsibility on corporate performance in the creative industry. *Annals of Operations Research*, 278(1), 255–279.
- Husnaini, W., Sasanti, E. E., & Cahyaningtyas, S. R. (2018). Corporate Social Responsibility (CSR) dan Reputasi Perusahaan. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 2(2), 1–9.
- Hussainey, K., & Elsayed, M. (2018). Sustainability disclosure and corporate governance: Evidence from financial institutions. *Journal of Applied Accounting Research*.
- Ijabadeniyi, A., & Govender, J. P. (2024). Intrinsic drivers of the reputation for CSR: a cognitive analysis of consumer expectations. *Social Responsibility Journal*, 20(2), 344–362. <https://doi.org/10.1108/SRJ-%2010-2022-0451>.
- Jao, R., Randa, F., Holly, A., & Laorens, E. (2024). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Reputasi Perusahaan dan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Mediasi. *Balance: Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 9(2), 173. <https://doi.org/10.32502/jab.v9i2.8768>

- Jiang, X., Qin, J., Gao, J., & Gossage, M. G. (2022). The mediation of perceived risk's impact on destination image and travel intention: An empirical study of Chengdu, China during COVID-19. *Plos One*, 17(1). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0261851>
- Karamanou, I., & Vafeas, N. (2005). The association between corporate boards, audit committees, and management earnings forecasts: An empirical analysis. *Journal of Accounting Research*, 43(3), 453–486. <https://doi.org/10.1111/j.1475-679X.2005.00177.x>.
- Kashyap, R., Menisy, M., Caiazzo, P., & Samuel, J. (2020). *Transparency versus Performance in Financial Markets: The Role of CSR Communications*.
- Katsir, I., & Ad-Dimasyqi. (2000). *Tafsir Ibnu Katsir*. Sinar Baru Algensindo.
- Kemenag RI. (2011). *Mukadimah Tafsir Tahlili*. Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.
- Khan, I. U., Hameed, Z., Khan, S. U., & Khan, M. A. (2023). Green banking practices, bank reputation, and environmental awareness: Evidence from Islamic banks in a developing economy. *Environment, Development and Sustainability*, 26(6), 16073–16093. <https://doi.org/10.1007/s10668-023-03288-9>
- Khan, M. A., Hassan, M. K., Maraghini, M. P., Paolo, B., & Valentinuz, G. (2024). Valuation effect of ESG and its impact on capital structure: Evidence from Europe. *International Review of Economics and Finance*, 91, 19–35.
- Khanifah, Isgiyarta, J., Alfiana, F., & Udin. (2020). Environmental Performance and Firm Value: Testing the Role of Firm Reputation. *International Journal of Financial Researc*, 11(1), 137–146.
- Kholqi, H. S., & Septiarini, D. F. (2021). Pengungkapan Icsr, Reputasi, Visibilitas dan Profitabilitas Bank Syariah: Penelitian Dengan Mediator dan Moderator. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 8(3), 338. <https://doi.org/10.20473/vol8iss20213pp338-353>
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Marketing Management* (13th Edition). Pearson Prentice Hall.

- Kuzey, C., Hamrouni, A., Uyar, A., & Karaman, A. (2024). Social Reputation, Loan Contracting and Governance Mechanisms. *International Journal of Accounting and Information Management*.
- Lestari, N. D., & Wahyuni, N. (2024). The Impact of ESG Performance on Firm Value with Moderation of Corporate Sustainable Growth Rate (Study on JII Indexed Companies for the 2021-2023 Period). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(03), 3109–3118.
- Li, A., Wu, D., & Wang, J. (2024). Can narrative disclosure in annual reports preserve corporate reputation: Evidence from letters to shareholders. *Asian Review of Accounting*. <https://doi.org/10.1108/ARA-07-2024-0222>
- Li, J., Gao, J., & Liao, M. (2024). Operating risk of enterprises when adopting environmental regulation: Evidence from environmental protection law in China. *Economic Analysis and Policy*, 81, 901–914. <https://doi.org/10.1016/j.eap.2024.01.010>.
- Limkriangkrai, M., Koh, S., & Durand, R. B. (2016). Environmental, social, and governance (ESG) profiles, stock returns, and financial policy: Australian evidence. *International Review of Finance*, 17(3), 461–471.
- Lin, Z., Wang, Z., Ho, A., & Wang, C. (2025). Does ESG disclosure influence firm's green innovation? Evidence from China. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-03-2024-0307>
- Listiadi, A. (2023). The Effect of Financial Performance on The Tobin's Q Value of Company Investment. *International Journal of Scientific Research and Management (IJSRM)*, 11(12), 5566–5574. <https://doi.org/10.18535/ijssrm/v11i12.em07>
- Liu, Q., & Song, Y. (2024). Research on the Impact of Corporate Social Responsibility Performance on Corporate Reputation and Employee Organizational Citizenship Behavior. *Academic Journal of Business & Management*, 6(9). <https://doi.org/10.25236/AJBM.2024.060928>
- Maaloul, A., Zéghal, D., Ben Amar, W., & Mansour, S. (2023). The Effect of Environmental, Social, and Governance (ESG) Performance and Disclosure on Cost of Debt: The Mediating Effect of Corporate Reputation. *Corporate Reputation Review*, 26(1), 1–18. <https://doi.org/10.1057/s41299-021-00130-8>

- Mandas, M., Lahmar, O., Piras, L., & De Lisa, R. (2024). ESG reputational risk and market valuation: Evidence from the European banking industry. *Research in International Business and Finance*, 69, 102286. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2024.102286>
- Mirakhor, A. (2010). *Islamic Finance: Instruments and Markets*. Wiley.
- Mirakhor, A., & Hossein, A. (2017). *Ideal Islamic Economy: An Introduction*. Palgrave Macmillan.
- Mubarok, M. S., Hosen, M. N., & Rahmawati, S. (2021). The effect of Islamic social reporting disclosure on corporate reputation and financial performance: Evidence from Islamic banks in Indonesia. *Journal of Accounting and Investment*, 22(1), 49–64. <https://doi.org/https://doi.org/10.18196/jai.v22i1.10461>
- Muhibuddin, Umiyati, Riza Eko Suswanto, & Dwi Irianti Haningdiyah. (2023). Islamic Social Reporting, Islamic Corporate Governance, Zakat Performing Ratio on the Reputation of Islamic Commercial Banks in Indonesia. *Akuntansi: Jurnal Akuntansi Integratif*, 9(1), 51–61. <https://doi.org/10.29080/jai.v9i1.1206>
- Mulyana, D., Widyaningsih, A., & Rozali, R. D. Y. (2025). Environmental, Social, and Governance (ESG) Performance and Corporate Value: Unpacking the Moderating Effect of Company Size. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Airlangga*, 35(1), 147–165. <https://doi.org/10.20473/jeba.V35I12025.147-165>
- Nekhili, M., Boukadhaba, A., & Nagati, H. (2021). The ESG–financial performance relationship: Does the type of employee board representation matter? *Corporate Governance: An International Review*, 29(2), 134–161. <https://doi.org/10.1111/corg.12345>
- Nguyen, K. Q. T. (2022). Corporate Social Responsibility and Bank's Performance Under the Mediating Role of Customer Satisfaction and Bank Reputation. *Emerging Science Journal*.
- Nimr Al-Maliki, H. S., Salehi, M., & Kardan, B. (2023). The relationship between board characteristics and social responsibility with firm innovation. *European Journal of Management and Business Economics*, 32(1), 113–129. <https://doi.org/10.1108/EJMBE-04-2020-0094>

- Nusron, L. A., & Diansari, R. E. (2021). Islamic Social Reporting (ISR) Pada Perbankan Syariah di Indonesia (Bag. 65-73). *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 18(1).
- OJK. (2017). *Salinan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 51/POJK.03/2017*. <https://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/peraturan/peraturan-ojk/Documents/SAL%20POJK%2051%20-%20keuangan%20berkelanjutan.pdf>
- OJK. (2023). *Statistik Perbankan Syariah – Desember 2023*. Otoritas Jasa Keuangan. <https://www.ojk.go.id>
- OJK. (2024). *Statistik Perbankan Syariah – Desember 2024*. Otoritas Jasa Keuangan. <https://www.ojk.go.id>
- Othman, R., Darus, F., & Arshad, R. (2015). The influence of disclosure quality on stakeholder perception: Evidence from Islamic social reporting. *Procedia Economics and Finance*, 28, 219–224.
- Othman, R., & Thani, A. M. (2010). Islamic social reporting of listed companies in Malaysia. *International Business & Economics Research Journal*, 9(4), 135–144.
- Pekovic, S., Grolleau, G., & Mzoughi, N. (2018). Environmental investments: Too much of a good thing? *International Journal of Production Economics*, 197, 297–302. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2018.01.012>
- Pekovic, S., & Vogt, S. (2021). The Fit Between Corporate Social Responsibility and Corporate Governance: The Impact on A Firm's Financial Performance. *Review of Managerial Science*, 15(4), 1095–1125. <https://doi.org/10.1007/s11846-020-00389-x>
- Perdana, M. I., Sihalo, D. I., Harahap, S. H., Aulia, C. N., Fauzan, N., & Sari, M. N. (2025). Challenges And Developments Of Islamic Banking In Indonesia. *International Journal of Economic Research and financial Accounting (IJERFA)*, 3(2), 339–348.
- Perez, A. (2015). Corporate reputation and CSR reporting to stakeholders: Gaps in the literature and future lines of research. *Corporate Communications: An International Journal*, 20(1), 11–29. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-01-2014-0003>

- Petersen, H. L., & Vredenburg, H. (2009). Morals or Economics? Institutional Investor Preferences for Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 90(1), 1–14. <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0030-3>.
- Pratama, B., & Ardiana, P. A. (2024). Visual Representation in Sustainability Reports: Impact on Public Perception of Corporate Social and Environmental Reputation. *E-Jurnal Akuntansi*, 34(10). <https://doi.org/10.24843/EJA.2024.v34.i10.p03>
- Putra, I. M. S., & Dewayanto, T. (2019). Analisis Pengaruh Good Corporate Governance Index dan Kepemilikan Institusional Terhadap Kinerja Perusahaan. *Diponegoro Journal of Accounting*, 8(4), 1–15.
- Putra, Y. H. S., Yati, S., & Wahyuni, N. (2015). Acting Green: Theoretical Framework on Corporate Social Responsibility. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*.
- Putri, A., Adrianto, F., & Husni, T. (2024). The effect of environmental, social and governance on the Southeast Asian bank reputation. *Journal of Governance and Integrity*, 7(2), 800–812. <https://doi.org/10.15282/jgi.7.2.2024.11507>
- Putri, A., Arwana, J. L., & Nasution, M. S. (2026). Interpretasi Praktik Islamic Social Reporting (ISR) dan Persepsi Pengelola Terhadap Dampaknya Pada Kinerja Bank Syariah Indonesia (2022-2024). *JEBS: Jurnal Ekonomi Bisnis dan Sosial*, 3(4).
- Qin, M. (2023). ESG Impact on Tobin's Q: Business Environment Moderation in Chinese Listed Corporations. *The EURASEANs: Journal on Global Socio-Economic Dynamics*, (5(42)), 94–102. [https://doi.org/10.35678/2539-5645.5\(42\).2023.94-102](https://doi.org/10.35678/2539-5645.5(42).2023.94-102)
- Qoyum, A., Sakti, M. R. P., Thaker, H. M. T., & AlHashfi, R. U. (2022). Does the islamic label indicate good environmental, social, and governance (ESG) performance? Evidence from sharia-compliant firms in Indonesia and Malaysia. *Borsa Istanbul Review*, 22(2), 306–320. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2021.06.001>
- Rahman, A., & Bukair, A. (2023). Islamic social reporting disclosure and firm value: The moderating role of corporate governance. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 14(2), 238–258. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIABR-07-2021-0189>

- Risqi, M. I. M., & Septriani, D. F. (2021). Determinants of Islamic Social Reporting (ISR) Disclosure by Syariah Banks in Indonesia and Malaysia. *Jurnal Ekonomi Syariah: Teori dan Terapan*, 8(4).
- Rizk, R., Sarea, A., & Khan, T. (2022). Islamic accountability and ISR in the digital age. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 13(1), 59–78. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIABR-02-2021-0043>
- Rizwanti, J. D., Maknuun, L. I., & Yusri Aftian, R. (2023). Islamic Corporate Social Responsibility Effect on Financial Performance and Reputation In OJK-Listed Banks. *Invest Journal of Sharia & Economic Law*, 3(2), 203–223. <https://doi.org/10.21154/invest.v3i2.5991>
- Roberts, P. W., & Dowling, G. R. (2002). Corporate reputation and sustained superior financial performance”,. *Strategic Management Journal*, 23(12), 1077–1093. <https://doi.org/10.1002/%20smj.274>
- Ruiz, B., & Garcia, J. A. (2021). Analyzing the relationship between CSR and reputation in the banking sector. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 61.
- Saf'anah, A. P., & Murtanto. (2024). Pengaruh Pengungkapan Laporan Keberlanjutan terhadap Reputasi Perusahaan dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 7(2), 41–52.
- Salam, M. A., Jahed, M. A., & Palmer, T. (2022). CSR orientation and firm performance in the Middle Eastern and African B2B markets: The role of customer satisfaction and customer loyalty. *Industrial Marketing Management*, 107, 1–13.
- Salehi, M., & Bashirimanesh, N. (2024). The effect of political connections on the relationship between managers' personality traits and corporate social responsibility disclosure. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*. <https://doi.org/10.1108/JIABR-10-2023-0329>
- Salem, M., Shahimi, S., & Alma'amun, S. (2024). Does Mediation Matter in Explaining the Relationship Between ESG and Bank Financial Performance? A Scoping Review. *Journal of Risk and Financial Management*, 17.
- Sarea, A., Hanefah, M. M., & Ahmad, N. H. (2022). Islamic social reporting and corporate reputation: Evidence from Islamic banks. *International Journal of Law*

and *Management*, 64(5), 531–546.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IJLMA-07-2021-0173>

Sari, E., Maslichah, & Fakhriyyah, D. D. (2025). Determinan Reputasi Perusahaan: Peran CSR dan Kinerja Keuangan pada Indeks SRI-Kehati 2019-2023. *e_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 14(1), 234–244.

Serafeim, G. (2020). Public sentiment and the price of corporate sustainability. *Financial Analysts Journal*, 76(2), 24–46.

Setyaningrum, D., & Kusuma, M. (2025). Islamic Social Reporting Sebagai Pemoderasi Pengaruh Profitabilitas dan Kecukupan Modal Terhadap Nilai Perusahaan: Analisis Bank Syariah di BEI. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 8(1).

Shah, A., & Shome, S. (2025). CSR spending and corporate dividend decision in India: Evaluating firm's legitimacy in stakeholders' engrossment. *South Asian Journal of Business Studies*. <https://doi.org/10.1108/SAJBS-12-2023-0435>

Sharma, T., & Narwal, M. (2006). Managing business crises: The CSR perspective. *Social Responsibility Journal*, 2(2), 124–130. <https://doi.org/10.1108/eb059242>

Shihab, M. Q. (2002a). *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an Jilid 1* (Vol. 1). Lentera Hati.

Shihab, M. Q. (2002b). *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an Jilid 2*. Lentera Hati.

Shihab, M. Q. (2002c). *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an Jilid 5*. Lentera Hati.

Shihab, M. Q. (2002d). *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an Jilid 11*. Lentera Hati.

Shihab, M. Q. (2002e). *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an Jilid 14*. Lentera Hati.

Shin, N., & Son, J. (2025). Impacts of AI-integrated services and Corporate Reputation on Digitalised Banking Recommendations: A View Of Goal-Framing Theory. *International Journal of Bank Marketing*. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2024-0560>

- Shleifer, A., & Vishny, R. W. (1997). A survey of corporate governance. *The Journal of Finance*, 52(2), 737–783. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.1997.tb04820.x>
- Shrivastava, P., & Addas, A. (2014). The Impact of Corporate Governance on Sustainability Performance. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 4(1), 21–37.
- Sidiq, D. F., Wahyudi, R., & Adha, M. A. (2025). *Does Islamic Social Reporting Enhance the Profitability of Islamic Banks? Evidence from Selected OIC Countries*.
- Sihotang, D. G., & Siregar, S. V. (2025). The Effect of ESG Performance on Firm Value and Financial Distress with ESG Controversies as A Moderating Variable. *International Journal of Business Studies*, 8(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.9744/petraijbs.8.2.257-270>
- Simandjuntak, J., & Sudibyo, Y. (2022). Role of Business Ethics as Moderating Variable in the Effect of Integrated Reporting, Corporate Social Responsibility, and Environmental Performance toward Corporate Reputation. *Archives of Business Research*, 10(4), 14–25. <https://doi.org/10.14738/abr.104.12023>
- Sindhu, M. I., Windijarto, Wong, W.-K., & Maswadi, L. (2024). Implications of Corporate Social Responsibility on the Financial and Non-financial Performance of the Banking Sector: A Moderated and Mediated Mechanism. *Heliyon*.
- Singh, K., & Arora, A. (2025). ESG Reputation and The Possibility of Energy Inefficiency: Does Stakeholder Perception Conceal The Adverse Effects of Compromised Legitimacy?. *Social Responsibility Journal*. <https://doi.org/10.1108/SRJ-09-2024-0631>
- Singh, K., & Misra, M. (2021). Linking corporate social responsibility (CSR) and organizational performance: The moderating effect of corporate reputation. *European Research on Management and Business Economics*, 27(1), 100–139.
- Srairi, S. (2024). The impact of risk and Fintech on ESG performance: Evidence from gulf cooperation council (GCC) banks. *Journal of Chinese Economics and Business Studies*, 23(3), 1–42. <https://doi.org/10.1080/14765284.2024.2428240>

- Suciarti, P., & Wafiroh, N. L. (2023a). Zakat Funds, Non-Halal Funds, Islamic Social Reporting On The Islamic Commercial Banks Performance And Reputation. *JAS (Jurnal Akuntansi Syariah)*, 7(1), 42–57. <https://doi.org/10.46367/jas.v7i1.1105>
- Suciarti, P., & Wafiroh, N. L. (2023b). Zakat Funds, Non-Halal Funds, Islamic Social Reporting On The Islamic Commercial Banks Performance And Reputation. *JAS (Jurnal Akuntansi Syariah)*, 7(1), 42–57. <https://doi.org/10.46367/jas.v7i1.1105>
- Sudirman, I., & Ningrum, D. (2022). Dampak Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance terhadap Reputasi Perusahaan Pertambangan di Indonesia Periode 2018–2020. *AkMen Jurnal Ilmiah*, 19(3), 335–342. <https://doi.org/10.37476/akmen.v19i3.3294>
- Sultan, M., & Ratnadi, D. (2024). The Effect of Corporate Social Responsibility and Good Corporate Governance Disclosure on The Reputation of Banking Companies Listed on The Indonesia Stock Exchange (IDX). *International Journal of Economics, Commerce, and Management*, 2(1), 141–160. <https://doi.org/10.62951/ijecm.v2i1.376>
- Swaen, V., Demoulin, N., & Pauwels-Delassus, V. (2021). Impact of Customers' Perceptions Regarding Corporate Social Responsibility and Irresponsibility in The Grocery Retailing Industry: The Role of Corporate Reputation. *Journal of Business Research*, 131, 709–721. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.12.016>.
- Tabur, M., & Bildik, R. (2025). The Impact of ESG Rating Disagreement on The Financial Performance of Environmentally Sensitive Industry Companies Worldwide (Bag. 435-448). *Borsa Istanbul Review*, 25(3).
- Thomas, A. S., Jayachandran, A., & Biju, A. V. N. (2024). Strategic Mapping of The Environmental Social Governance Landscape in Finance – A Bibliometric Exploration Through Concepts and Themes, in Corporate Social Responsibility and Environmental Management. *John Wiley and Sons*. <https://doi.org/10.1002/csr.2805>
- Ting, I., Asif, J., Kweh, Q. L., & Phuong, T. (2024). Mediating Effect of Firm Efficiency on the Controlling Shareholdings-firm Performance Nexus: Evidence From Public Listed Firms in Malaysia. *Financial Innovation*.

- Triyuwono, I. (2007). Perspektif, metodologi, dan teori akuntansi syariah. *RajaGrafindo Persada*.
- Triyuwono, I. (2011). Angels: Sistem penilaian tingkat kesehatan bank syariah. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 2(1), 1–21.
- Tucker, L., & Melewar, T. C. (2005). Corporate Reputation and Crisis Management: The Threat and Manageability of Anti-Corporatism. *Corporate Reputation Review*, 7(4), 377–387. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1540233>
- Veeravel, V., Sadharma, E. K. S., & Kamaiah, B. (2024). Do ESG disclosures lead to superior firm performance? A method of moments panel quantile regression approach. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 31(1), 741–754. <https://doi.org/10.1002/%20csr.2598>.
- Vergara-Romero, A., Olalla, A., Yturralde, J. M., & Sorhegui-Ortega, R. (2020). Responsabilidad social corporativa (RSC) y su impacto en el rendimiento economico de las principales empresas de Ecuador. *Espacio*, 41(10), 13–20.
- Vigolo, V., Mion, G., & Moura E Sá, P. (2025). Gaining legitimation during environmental crises: An inquiry into the relationship between corporate social responsibility, reputation, and blame attribution. *Social Responsibility Journal*, 21(5), 1009–1031. <https://doi.org/10.1108/SRJ-04-2024-0294>
- Waheed, A., & Bagh, T. (2025). Litigation Risk, Green Innovation and Corporate Reputation: Empirical Evidence From China. *Journal of Asia Business Studies*. <https://doi.org/10.1108/JABS-12-2023-0522>
- Wahyuni, N., & Wafiroh, N. L. (2023). Good Corporate Governance Disclosures and Financial Performance: Islamic Social Reporting and Zakah Disclosures as Mediating. *EL DINAR: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 11(1), 18–34. <https://doi.org/10.18860/ed.v11i1.20491>
- Wardhana, A. A., & Hersugondo. (2025). Environmental, Social, and Governance Disclosure Effects on Firm Value, Profitability, and Capital Structure in Indonesia. *Economic and Business Horizon*, 4(2), 431–448.
- Wardhani, I. A. Z. K., Majid, M. S. A., & Riyaldi, M. H. (2021). A Comparative Analysis of Financial Performance of Banking Industry in Indonesia. *Equilibrium Journal*.

- Wibisono, N., Asnawi, N., & Ekowati, V. M. (2025). Improving Village Government Performance through Village Financial Management, Good Village Governance, and Knowledge Management. *AKRUAL: Jurnal Akuntansi*, 16(2), 164–177. <https://doi.org/10.26740/jaj.v16n2.p164-177>
- Widarwati, E., Karmila, S., & Nurmalasari, N. (2022). Governance and Performance: Does Bank Risk Matter? *Etikonomi*, 21(2), 281–294.
- Wijayanti, D. (2022). Islamic Social Reporting and its Role in Improving Bank Reputation in Indonesia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 13(2), 256–272. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIABR-05-2021-0123>
- Wijayanti, R. (2022). Social reporting by Islamic banks: The Role of Sharia supervisory Board and The Effect on Firm Performance. *Sustainability*, 14(15).
- Wilmshurst, T., & Frost, G. (2000). Organizational environmental reporting: A test of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 13(1), 10–26.
- Wu, W., Alkaraan, F., & Le, C. (2023). The Moderating Effects of Corporate Governance and Investment Efficiency on The Nexus Between Financial Flexibility and Firm Performance. *Journal of Financial Reporting and Accounting*. <https://doi.org/10.1108/JFRA-05-2023-0234>.
- Wu, W., Peng, F., Shan, Y. G., & Zhang, L. (2020). Litigation risk and firm performance: The effect of internal and external corporate governance. *Corporate Governance: An International Review*, 28(4), 210–239.
- Wu, Y. (2024). *Does ESG Consistently Promote the Corporate Financial Performance? A Study of the Global Cruise Industry*. arXiv.org.
- Wu, Y., & Tham, J. (2023). The Impact of Environmental Regulation, Environment, Social and Government Performance, and Technological Innovation on Enterprise Resilience Under a Green Recovery. *Heliyon*, 9(10). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e20278>
- Wu, Y., Yatim, P., & Ngan, S. L. (2025). Empirical research on the effect of environmental, social and governance (ESG) rating on green innovation of Chinese A-share listed companies. *International Journal of Climate Change Strategies and Management*. <https://doi.org/10.1108/IJCCSM-09-2024-0165>

- Xu, H., Li, Y., Lin, W., & Wang, H. (2024). ESG and Customer Stability: A Perspective Based on External and Internal Supervision and Reputation Mechanisms. *Humanities & Social Sciences Communications*.
- Yousefian, M., Bacompta, M., Sanmiquel, L., & Vintro, C. (2023). Corporate social responsibility and economic growth in the mining industry”,. *The Extractive Industries and Society*, 13(2). <https://doi.org/10.1016/j.exis.2023.101226>.
- Yu, E. P., Guo, C. Q., & Luu, B. V. (2018). Environmental, social and governance transparency and firm value. *Business Strategy and the Environment*, 27, 987–1004.
- Yulazri, Bertuah, E., Sugiyanto, & Prima, N. (2025). Pengaruh ESG Performance terhadap Enterprise Value: Systematic Literature Review. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(3), 3868–3882. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i3.1791>
- Zahrani, V., Rahmadayanti, N., Delani, M., & Maisyarah, R. (2025). Implementation of Good Corporate Governance on Corporate Reputation. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Dan Perencanaan Kebijakan*, 2(4), 8. <https://doi.org/10.47134/jampk.v2i4.667>
- Zaiane, S., Moussa, F. B., & Quallani, Y. (2025). The relationship between CSR and firm performance in Europe: Do industries and CSR categories matter? *EuroMed Journal of Business*. <https://doi.org/10.1108/EMJB-10-2024-0268>
- Zhang, F., Lai, X., & Guo, C. (2024). ESG Disclosure and Investment-Financing Maturity Mismatch: Evidence From China. *Research in International Business and Finance*, 70. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2024.102312>
- Zhu, Y., Sun, L. Y., & Leung, A. S. (2014). Corporate Social Responsibility, Firm Reputation, and Firm Performance: The Role of Ethical Leadership. *Asia Pacific Journal of Management*, 31(4), 925–947.

Lampiran 1: Data Variabel

BANK	TAHUN	ENV	SOC	GOV	ISR	KP	REP
BANK 1	2020	0,517	0,781	0,969	0,847	0,19	0,064
BANK 1	2021	0,552	0,813	0,985	0,864	0,2	0,064
BANK 1	2022	0,586	0,844	1	0,881	0,27	0,054
BANK 1	2023	0,69	0,875	1,015	0,898	0,25	0,051
BANK 1	2024	0,621	0,906	1,031	0,915	0,23	0,048
BANK 2	2020	0,483	0,75	0,908	0,678	0,3	0,026
BANK 2	2021	0,448	0,781	0,923	0,695	0,28	0,025
BANK 2	2022	0,517	0,813	0,938	0,712	0,26	0,024
BANK 2	2023	0,621	0,875	0,938	0,729	0,26	0,024
BANK 2	2024	0,621	0,875	0,938	0,746	0,23	0,024
BANK 3	2020	0,448	0,75	1	0,763	0,54	0,041
BANK 3	2021	0,483	0,781	1	0,78	0,23	0,032
BANK 3	2022	0,517	0,813	1	0,797	0,2	0,03
BANK 3	2023	0,897	0,906	1	0,814	0,33	0,024
BANK 3	2024	0,966	0,906	1	0,831	0,35	0,024
BANK 4	2020	0,448	0,688	0,892	0,593	0,4	0,006
BANK 4	2021	0,448	0,719	0,892	0,61	0,26	0,003
BANK 4	2022	0,483	0,75	0,908	0,627	0,62	0,004
BANK 4	2023	0,517	0,844	0,908	0,644	0,64	0,005
BANK 4	2024	0,517	0,844	0,908	0,661	0,59	0,005
BANK 5	2020	0,69	0,688	0,938	0,763	0,3	0,022
BANK 5	2021	0,724	0,688	0,954	0,932	0,29	0,023
BANK 5	2022	0,793	0,75	1	0,949	0,33	0,023
BANK 5	2023	0,828	0,75	0,985	0,966	0,32	0,023
BANK 5	2024	0,862	0,781	0,985	0,983	0,36	0,022
BANK 6	2020	0,69	0,875	1	0,881	0,37	0,603
BANK 6	2021	0,759	0,906	1	0,898	0,33	0,6
BANK 6	2022	0,828	0,938	1	0,915	0,35	0,575
BANK 6	2023	0,862	0,969	1	0,932	0,36	0,595
BANK 6	2024	0,966	1	1	0,949	0,37	0,615
BANK 7	2020	0,586	0,75	0,877	0,797	0,54	0,041
BANK 7	2021	0,621	0,75	0,877	0,814	0,23	0,032
BANK 7	2022	0,655	0,781	0,892	0,831	0,2	0,03
BANK 7	2023	0,69	0,813	0,908	0,847	0,33	0,024
BANK 7	2024	0,759	0,813	0,908	0,864	0,35	0,024
BANK 8	2020	0,448	0,719	0,877	0,78	1	0,028

BANK	TAHUN	ENV	SOC	GOV	ISR	KP	REP
BANK 8	2021	0,483	0,75	0,892	0,78	1	0,033
BANK 8	2022	0,517	0,75	0,908	0,797	1	0,028
BANK 8	2023	0,483	0,813	0,923	0,814	1	0,029
BANK 8	2024	0,552	0,844	0,923	0,831	1	0,025
BANK 9	2020	0,586	0,688	0,908	0,78	0,647	0,013
BANK 9	2021	0,621	0,719	0,923	0,797	0,311	0,014
BANK 9	2022	0,69	0,781	0,938	0,814	0,331	0,013
BANK 9	2023	0,759	0,813	0,938	0,831	0,33	0,013
BANK 9	2024	0,793	0,844	0,938	0,847	0,364	0,013
BANK 10	2020	0,586	0,813	0,862	0,915	0,432	0,024
BANK 10	2021	0,724	0,813	0,877	0,932	0,446	0,024
BANK 10	2022	0,759	0,875	0,877	0,949	0,478	0,024
BANK 10	2023	0,828	0,875	0,892	0,966	0,467	0,024
BANK 10	2024	0,862	0,875	0,892	0,983	0,423	0,025
BANK 11	2020	0,448	0,688	0,892	0,864	0,518	0,041
BANK 11	2021	0,517	0,688	0,892	0,881	0,52	0,042
BANK 11	2022	0,552	0,719	0,923	0,898	0,535	0,04
BANK 11	2023	0,586	0,75	0,954	0,915	0,537	0,036
BANK 11	2024	0,862	0,781	0,954	0,932	0,559	0,033
BANK 12	2020	0,448	0,719	0,892	0,847	0,944	0,002
BANK 12	2021	0,483	0,719	0,892	0,847	0,522	0,005
BANK 12	2022	0,517	0,781	0,923	0,864	0,832	0,009
BANK 12	2023	0,552	0,781	0,954	0,881	0,541	0,012
BANK 12	2024	0,69	0,813	0,954	0,898	0,422	0,014

Lampiran 2: Perhitungan R Studio

```
> setwd("C:/Users/aserc/Documents")
> library("MASS")
> library("car")
Loading required package: carData> library("Matrix")
> library("sandwich")
> library("plm")
> data=read.csv("apa.csv", header = TRUE, sep = ";", dec =
",", fill = TRUE)
> datapanel=pdata.frame(data,c("BANK","TAHUN"))
> View(datapanel)
> summary(datapanel)
```

	BANK	TAHUN	ENV	SOC	
GOV		ISR	KP		
BANK 1 : 5	2020:12	Min. :0.4480	Min. :0.6880	Min. :0.860	
Min. :0.5930	Min. :0.1900				
BANK 10: 5	2021:12	1st Qu.:0.5170	1st Qu.:0.7500	1st Qu.:0.890	1st
1st Qu.:0.7800	1st Qu.:0.2975				
BANK 11: 5	2022:12	Median :0.6035	Median :0.7810	Median :0.930	
Median :0.8470	Median :0.3620				
BANK 12: 5	2023:12	Mean :0.6328	Mean :0.7996	Mean :0.935	Mean
Mean :0.8341	Mean :0.4470				
BANK 2 : 5	2024:12	3rd Qu.:0.7590	3rd Qu.:0.8440	3rd Qu.:0.970	3rd
3rd Qu.:0.9022	3rd Qu.:0.5377				
BANK 3 : 5		Max. :0.9310	Max. :1.0000	Max. :1.000	Max.
Max. :0.9830	Max. :1.0000				
(Other):30					
REP					
Min. :0.00200					
1st Qu.:0.02000					
Median :0.02400					
Mean :0.07323					
3rd Qu.:0.03700					
Max. :0.61500					

```
> apply (datapanel, 2, sd)
      BANK      TAHUN      ENV      SOC      GOV
ISR      KP      REP
      NA 1.42614807 0.14512513 0.07435627 0.04224625
0.09536297 0.22603026 0.16007004
Warning message:
In var(if (is.vector(x) || is.factor(x)) x else as.double(x),
na.rm = na.rm) :
  NAs introduced by coercion
> library("lmtest")
Loading required package: zoo
```

Attaching package: 'zoo'

The following objects are masked from 'package:base':

```
as.Date, as.Date.numeric> model1=lm(REP~ENV + SOC + GOV +
ISR + KP,data = data)
> summary(model1)
```

Call:

```
lm(formula = REP ~ ENV + SOC + GOV + ISR + KP, data = data)
```

Residuals:

	Min	1Q	Median	3Q	Max
	-0.21844	-0.08716	-0.03372	0.04889	0.40842

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)	
(Intercept)	-2.02552	0.48466	-4.179	0.000108	***
ENV	0.10273	0.13550	0.758	0.451622	
SOC	0.95146	0.27333	3.481	0.000997	***
GOV	1.22994	0.47599	2.584	0.012506	*
ISR	0.10972	0.21392	0.513	0.610108	
KP	0.07033	0.08732	0.805	0.424076	

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 0.1281 on 54 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.4139, Adjusted R-squared: 0.3596
F-statistic: 7.626 on 5 and 54 DF, p-value: 1.764e-05

```
> model2=lm(KP~ENV + SOC + GOV + ISR,data = data)
> summary(model2)
```

Call:

```
lm(formula = KP ~ ENV + SOC + GOV + ISR, data = data)
```

Residuals:

	Min	1Q	Median	3Q	Max
	-0.35247	-0.12483	-0.03942	0.08057	0.50124

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)	
(Intercept)	1.3196	0.7270	1.815	0.0749	.
ENV	-0.4842	0.1988	-2.436	0.0181	*
SOC	0.2653	0.4206	0.631	0.5307	
GOV	-1.5504	0.7047	-2.200	0.0320	*
ISR	0.8048	0.3120	2.580	0.0126	*

```

---
Signif. codes:  0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 0.1978 on 55 degrees of freedom
Multiple R-squared:  0.2861,    Adjusted R-squared:  0.2341
F-statistic:  5.51 on 4 and 55 DF,  p-value: 0.0008382

> library("olsrr")
A new version of olsrr is available with bug fixes and new
features.
Would you like to install it?
1: Yes
2: No

Selection: 1

Attaching package: 'olsrr'

The following object is masked from 'package:MASS':

    cement

The following object is masked from 'package:datasets':

    rivers> ols_vif_tol(modell1)
  Variables Tolerance    VIF
1      ENV 0.7192536 1.390330
2      SOC 0.6733200 1.485178
3      GOV 0.6877672 1.453980
4      ISR 0.6682984 1.496338
5      KP 0.7139334 1.400691
> REP=datapanel$REP
> ENV=datapanel$ENV
> SOC=datapanel$SOC
> GOV=datapanel$GOV
> ISR=datapanel$ISR
> KP=log(datapanel$KP)
> library("bda")
Loading required package: boot

Attaching package: 'boot'

The following object is masked from 'package:car':

    logit

bda - 19.0.0> mediation.test(ENV,KP,REP)

```

```

          Sobel      Aroian    Goodman
z.value -1.0306752 -0.9438118 -1.146994
p.value  0.3026932  0.3452658  0.251384
> mediation.test(SOC,KP,REP)
          Sobel      Aroian    Goodman
z.value -1.70478924 -1.67713394 -1.73385934
p.value  0.08823374  0.09351629  0.08294304
> mediation.test(GOV,KP,REP)
          Sobel      Aroian    Goodman
z.value -2.684846963 -2.641278973 -2.73064458
p.value  0.007256302  0.008259368  0.00632106
> mediation.test(ISR,KP,REP)
          Sobel      Aroian    Goodman
z.value -0.6059302 -0.5824948 -0.6324427
p.value  0.5445611  0.5602334  0.5270976

```

Lampiran: Data Perhitungan *Environmental Performance*

No	BANK ACEH SYARIAH					BPD NTB SYARIAH					BANK MUAMALAT					BANK VICTORIA SYARIAH				
	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024
1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
8	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
9	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0
14	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
15	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
16	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
17	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
18	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1
19	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1
20	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
21	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
22	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0

23	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1
25	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1
26	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
27	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1
29	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
	15	16	17	20	18	14	13	15	18	18	13	14	15	26	28	13	13	14	15	15

No	BJB SYARIAH					BSI					BANK MEGA SYARIAH					PANIN DUBAI SYARIAH				
	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0
3	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1
8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0
9	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1
10	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

14	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
15	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	0	1
16	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
18	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
21	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1
22	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1
23	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1
25	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
26	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
27	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
28	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0
29	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	20	21	23	24	25	20	22	24	25	28	17	18	19	20	22	13	14	15	14	16

No	BANK BUKOPIN SYARIAH					BCA SYARIAH					BTPN SYARIAH					BANK ALADIN SYARIAH				
	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1
2	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1
3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0
8	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
12	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
13	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
16	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1
21	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
22	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
23	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
24	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1
26	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
27	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
28	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1
29	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
	17	18	20	22	23	17	21	22	24	25	13	15	16	17	25	13	14	15	16	20

Lampiran : Data Perhitungan *Social Performance*

No	BANK ACEH SYARIAH					BPD NTB SYARIAH					BANK MUAMALAT					BANK VICTORIA SYARIAH				
	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
11	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1
12	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
20	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1
21	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
22	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
23	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

24	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1
25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
26	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
27	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1
28	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0
29	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1
30	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
31	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0
32	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	25	26	27	28	29	24	25	26	28	28	24	25	26	29	29	22	23	24	27	27

No	BJB SYARIAH					BSI					BANK MEGA SYARIAH					PANIN DUBAI SYARIAH				
	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
12	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

14	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
21	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
22	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
23	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1
24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1
25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
26	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
27	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1
28	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1
29	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
30	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1
31	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1
32	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	22	22	24	24	25	28	29	30	31	32	24	24	25	26	26	23	24	24	26

No	BANK BUKOPIN SYARIAH					BCA SYARIAH					BTPN SYARIAH					BANK ALADIN SYARIAH				
	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
11	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
12	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
16	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
21	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
22	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
23	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
24	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

26	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
27	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
28	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1
29	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
30	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1
31	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
32	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	22	23	25	26	27	26	26	28	28	28	22	22	23	24	25	23	23	25	25	26

Lampiran 4: Data Perhitungan *Governance Performance*

No	BANK ACEH SYARIAH					BPD NTB SYARIAH					BANK MUAMALAT					BANK VICTORIA SYARIAH				
	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
21	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
23	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
26	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
27	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
29	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
30	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
31	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
32	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
33	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
34	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
35	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
36	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
37	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
38	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
39	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
40	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0
41	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
42	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
43	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
44	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0
45	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0
46	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
47	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
48	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
49	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0
50	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
51	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

52	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
53	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
54	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
55	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
56	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
57	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
58	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
59	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
60	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
61	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
62	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
63	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0
64	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1
65	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	63	63	63	63	63	59	60	61	61	61	65	65	65	65	65	58	58	59	59	59

No	BJB SYARIAH					BSI					BANK MEGA SYARIAH					PANIN DUBAI SYARIAH				
	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
21	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
23	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
26	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
27	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
29	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
30	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
31	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
32	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
33	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
34	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

35	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
36	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
37	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
38	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
39	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
40	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1
41	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
42	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
43	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
44	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1
45	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1	0	1	1
46	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
47	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0
48	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1
49	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
50	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
51	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
52	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
53	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
54	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
55	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
56	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
57	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
58	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
59	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
60	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

61	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
62	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
63	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
64	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
65	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	61	62	65	64	64	65	65	65	65	65	58	58	59	60	61	57	58	57	60	60

No	BANK BUKOPIN SYARIAH					BCA SYARIAH					BTPN SYARIAH					BANK ALADIN SYARIAH				
	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
21	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
23	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
26	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
27	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
29	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
30	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
31	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
32	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
33	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
34	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
35	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
36	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
37	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
38	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
39	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
40	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
41	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
42	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

43	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
44	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
45	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
46	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
47	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1
48	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1
49	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1
50	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1
51	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
52	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
53	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
54	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
55	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
56	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
57	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
58	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
59	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
60	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
61	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
62	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
63	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
64	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
65	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	59	60	61	61	62	56	57	57	58	58	58	58	60	62	62	58	58	60	62

Lampiran: Data Perhitungan *Islamic Social Reporting*

No	BANK ACEH SYARIAH					BPD NTB SYARIAH					BANK MUAMALAT					BANK VICTORIA SYARIAH				
	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
15	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
21	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
23	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
25	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
26	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
27	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
28	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
29	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
30	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
31	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1
32	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
33	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
34	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
35	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
36	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
37	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
38	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
39	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
40	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0
41	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
42	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
43	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
44	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
45	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
46	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1
47	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
48	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1
49	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
50	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0

51	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0
52	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
53	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
54	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
55	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1
56	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1
57	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0
58	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
59	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
60	50	51	52	53	54	40	41	41	44	44	45	46	47	48	49	35	36	37	37	39

No	BJB SYARIAH					BSI					BANK MEGA SYARIAH					PANIN DUBAI SYARIAH				
	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1
15	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
21	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
23	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
26	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0
27	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
29	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
30	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
31	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1
32	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1
33	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
34	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
35	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
36	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
37	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1
38	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1
39	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1

40	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1
41	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
42	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
43	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
44	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
45	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
46	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
47	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1
48	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
49	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
50	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
51	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
52	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
53	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
54	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
55	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
56	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
57	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
58	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0
59	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0
60	45	55	56	57	58	52	53	54	55	56	47	48	49	50	51	46	46	47	48	49

N o	BANK BUKOPIN SYARIAH					BCA SYARIAH					BTPN SYARIAH					BANK ALADIN SYARIAH				
	202 0	202 1	202 2	202 3	202 4	202 0	202 1	202 2	202 3	202 4	202 0	202 1	202 2	202 3	202 4	202 0	202 1	202 2	202 3	202 4
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
15	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
21	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
23	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
26	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
27	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

29	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
30	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
31	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
32	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
33	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1
34	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1
35	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
36	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
37	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
38	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
39	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	1
40	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0
41	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
42	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
43	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
44	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
45	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
46	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
47	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1
48	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
49	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
50	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
51	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
52	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
53	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
54	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
55	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

56	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
57	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
58	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	
59	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	
60	46	47	48	49	50	54	55	56	57	58	51	52	53	54	55	50	50	51	52	53