

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

Kajian pustaka menjelaskan beberapa teori suatu kegiatan yang bertujuan melakukan kajian secara sungguh-sungguh tentang teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan topik yang akan diteliti sebagai dasar dalam melangkah pada tahap penelitian selanjutnya dan publikasi yang relevan dengan variabel-variabel.

##### **2.1.1 Akuntansi Syariah**

###### **2.1.1.1 Pengertian Akuntansi Syariah**

Secara umum akuntansi syariah adalah bidang akuntansi yang menekankan pada 2 (dua) hal yaitu akuntabilitas dan pelaporan. Akuntabilitas tercermin dari tauhid yaitu dengan menjalankan segala aktivitas ekonomi sesuai dengan ketentuan islam. Sedang pelaporan ialah bentuk pertanggung jawaban kepada Allah dan manusia.

Pengertian Akuntansi Syariah menurut Triyuwono (2012:24) adalah sebagai berikut :

“ Akuntansi syariah merupakan salah satu dekonstruksi akuntansi modern kedalam bentuk yang humanis dan syarat nilai dimana tujuan diterapkannya akuntansi syariah adalah untuk mewujudkan terciptanya peradaban bisnis dengan wawasan humanis, emansipatoris, transcendental dan teological”.

Adapun pengertian Akuntansi Syariah menurut Muhamad (2012:11) adalah sebagai berikut :

“ Akuntansi yang mempunyai tiga komponen prinsip yaitu prinsip pertanggungjawaban (accuntability), prinsip keadilan dan prinsip kebenaran yang berdasarkan pada hukum syariah dan bersifat universal’.

Sedangkan menurut Sumar'in (2012:4) Akuntansi Syariah dapat diartikan sebagai berikut :

“ Proses pencatatan, pengklasifikasian, peringkasan transaksi keuangan yang diukur dalam satuan uang serta pelaporan hasil-hasilnya berdasarkan prinsip-prinsip syariah”.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa akuntansi syariah adalah akuntansi yang proses pencatata, pengklasifikasian, dan peringkasan transaksinya sesuai dengan ketentuan islam serta pelaporan hasil-hasilnya berdasarkan prinsip-prinsip syariah yaitu prinsip pertanggungjawaban (*accountability*), prinsip keadilan, dan prinsip kebenaran yang berdasarkan pada hukum syariah serta bersifat universal untuk mewujudkan terciptanya peradaban bisnis dengan wawasan yang humanis.

### **2.1.1.2 Pengertian *Islamic Corporate Social Responsibility***

Pertumbuhan agama Islam yang begitu cepat dan meningkatnya keinginan masyarakat Muslim untuk bekerja dan berusaha sesuai dengan nilai-nilai Islam. Salah satunya lembaga keuangan syariah. Kehadiran lembaga keuangan syariah membuktikan semakin mendesaknya untuk melahirkan konsep I-CSR yang sesuai dengan norma-norma Islam.

Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam prespektif Islam Menurut Darmawanti (2014) adalah sebagai berikut :

“Realisasi dari konsep ajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. Ihsan merupakan melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain demi mendapatkan ridho Allah SWT. Disamping itu, CSR merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam islam. Allah SWT adalah pemlik mutlaq (*haqiqiyah*) sedangkan manusia hanya sebatas pemilik sementara yang berfungsi sebagai penerima amanah. *Corporate Social Responsibility* (CSR) ternyata selaras dengan pandangan Islam tentang manusia sehubungan dengan dirinya sendiri dan lingkungan sosial dapat dipresentasikan dengan empat akisoma yaitu kesatuan (tauhid), keseimbangan, kehendak bebas, dan tanggung jawab”.

Menurut Ali Syukron (2015) pengertian *Corporate Social Responsibility* dalam prespektif Islam adalah :

“ Corporate Social Responsibility dalam prespektif Islam merupakan konsekuensi intern dari ajaran Islam itu sendiri tujuan dari syariah islam (Maqahsid al syariah) adalah masalah sehingga bisnis adalah upaya untuk menciptakan masalah,bukan sekedar mencari keuntungan.bisnis dalam islam memiliki posisi yang sangat mulia sekaligus strategis karena bukan sekedar diperbolehkan didalam Islam melainkan justru diperintahkan oleh Allah SWT dalamAl-Quran”.

Pengertian Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) menurut Sidik dan Reskino (2016) adalah :

“ Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) adalah konsep CSR Islam yang dikembangkan dari CSR konvensional. Ajaran dalam Islam selama ini telah memiliki konsep amal/filantropi yang mana identik dengan konsep filantropi dalam konvensional. Hal ini terlihat dari ajaran untuk berzakat, berinfak, bersedekah,memberi makan orang miskin tidak berbuat kerusakan,serta memberikan pinjaman kepada orang yang membutuhkan tanpa mengharap imbalan.”

Menurut Ali Syukron (2015) pengertian Islamic Corporate Social Responsibility adalah :

“ Corporate Social responsibility dalam prespektif Islam merupakan konsekuensi intern dari ajaran islam itu sendiri. Tujuan dari syariah Islam adalah masalah sehingga bisnis adalah upaya untuk menciptakan masalah, bukan sekedar mencari keuntungan. Bisnis dalam Islam memiliki posisi yang sangat mulia sekaligus strategis karena bukan sekedar diperbolehkan didalam Islam melainkan justru diperintahkan oleh Allah SWT dalam Al-Quran.”

Menurut Muhammad Yasir (2017:52) konsep Islamic Corporate Social Responsibility yaitu :

“Didasarkan pada hubungan tanggung jawab kepada Allah SWT, kepada manusia, dan tanggung jawab kepada alam sekitar. Allah SWT yang telah memerintahkan manusia untuk taat kepada-Nya dan sebagai bentuk ketaatan kepada Allah SWT adalah memastikan kelestarian hidup manusia dan alam sekitar. Sehingga kewujudan manusia di muka bumi ini mempunyai dua tugas yang sama, yaitu menjadi hamba yang patuh kepada Allah SWT dan khalifah yang adil, Hubungan antara dua tugas utama ini adalah seiring dan tidak boleh diabaikan antara satu dengan lainnya”.

Dari pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa *Islamic Corporate Social Responsibility* merupakan konsep CSR dalam pandangan Islam dilaksanakan dalam bentuk tanggung jawab.pertama, hubungan tanggung jawab kepada Allah SWT. Kedua, hubungan tanggung jawab sesama manusia. Ketiga, hubungan tanggung jawab terhadap alam sekitar.

Ketiga bentuk tanggung jawab ini tidak boleh dipisahkan satu sama lainnya dalam pelaksanaan ICSR. memerlukan prinsip-prinsip dasar yang satu sama lainnya saling berkaitan, yaitu kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas,, dan tanggung jawab.

### **2.1.1.3 Mengapa perlu Islamic-CSR**

CSR merupakan salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan untuk pembangunan ekonomi mapan dalam upaya meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungan. CSR juga merupakan komitmen perusahaan terhadap kepentingan stakeholder dalam arti yang luas, bukan hanya kepentingan perusahaan saja.

Kemunculan konsep ini di negara-negara maju mengundang perdebatan sejak tahun 1970-an (Obalola, 2008:538, Hay dan Gray, 1994:9 serta Asyraf Wajdi Dusuki dan Kumayon Dar, 2005:390). Hal ini disebabkan oleh tiga alasan utama.pertama perusahaan adalah mahluk masyarakat dan karena itu mesti memberikan hubungan timbal balik atas permintaan masyarakat. Ketika harapan masyarakat terhadap fungsi perusahaan berubah, maka perusahaan juga harus melakukan aksi yang sama. Kedua, kepentingan bisnis dalam jangka panjang dipengaruhi oleh semangat tanggung jawab sosial itu sendiri. Hal ini disebabkan karena bisnis dan kelangsungan hidup perusahaan sangat bertanggung kepada bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat, sebagai bagian dari aktivitas bisnis perusahaan. Sebaliknya, kesejahteraan masyarakat berpengaruh pula pada keuntungan yang dihasilkan perusahaan yang diberikan melalui program CSR yang difungsikan untuk pengembangan masyarakat.

Ketiga, kegiatan CSR merupakan salah satu cara untuk mengurangi atau menghindari kritikan masyarakat, ikut andil dalam memengaruhi iklim politik dan memengaruhi kebijakan regulasi pemerintah. Jika perusahaan mampu mempengaruhi kebijakan pemerintah dengan

program CSR ini, maka hal tersebut membawa keuntungan bagi perusahaan sendiri dan mengurangi pembiayaan yang tak terduga. Apabila ketiga faktor diatas diabaikan begitu saja oleh perusahaan, maka akan memberikan dampak buruk kepada perusahaan, minimal masyarakat akan memberikan sanksi moral. Sehingga berdampak pada menurunnya keuntungan perusahaan, bahkan jika tidak hati-hati bisa menyebabkan kebangkrutan. Sebaliknya bila program-program CSR diperhatikan dan dilaksanakan dengan baik, maka konflik yang sering muncul antara pemerintah masyarakat perusahaan akan dapat diperkecil. Hal ini akan memberikan pengaruh positif terhadap pendapatan dan akan terciptanya image yang baik dikalangan stakeholder

Pembahasan tentang CSR merujuk pada dua sudut yang berbeda. Pendapat pertama diwakili oleh Friedman (1990:97) yang mengungkapkan bahwa perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial pada dasarnya menyalahi prinsip-prinsip yang diyakini dalam pasar bebas, tanggung jawab dunia usaha satu-satunya hanya meraih keuntungan dengan cara persaingan yang sehat. Adapun tanggung jawab sosial perusahaan telah dilakukan dengan membayar pajak kepada pemerintah.

Menurut Friedman (19767 & 1990), perusahaan dan pemerintah dibedakan secara jelas. Perusahaan berfungsi untuk melakukan produksi dan layanan dilaksanakan, semua keuntungan yang diraih adalah sah dimiliki perusahaan. Perusahaan tidak dibatasi dalam meraih keuntungan. Dari keuntungan perusahaan tersebut, pemerintah berhak mengambil pajak yang digunakan untuk kepentingan masyarakat umum. Pendapat kedua menyatakan bahwa perusahaan mestilah mempunyai nilai-nilai sosial, beretika dan terbuka sehingga memberi dampak untuk pembangunan masyarakat yang mapan, melibatkan masyarakat dalam bisnis, dan *triple botton line* (Maigan & Ferrell, 2003).

#### **2.1.1.4 Prinsip dasar (Aksioma) dalam Islam**

*Islamic Corporate Social Responsibility* dapat menjadi konsep yang menawarkan keseimbangan kepentingan antara shareholders dan stakeholders. Secara teoritik CSR dalam perspektif Islam dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral perusahaan dengan atau tanpa aturan hukum, sebuah perusahaan harus menjunjung tinggi moralitas. Menurut Veithzal (2013:229) prinsip (akosima) dalam ilmu ekonomi Islam yang perlu diterapkan dalam bisnis Islam adalah sebagai berikut:

1. Kesatuan (*Tauhid*)

Tauhid mengantarkan manusia pada pengakuan akan keesaan Allah selaku Tuhan semesta alam. Segala sesuatu yang ada di alam ini bersumber dan berakhir kepadanya. Dialah pemilik mutlak dan absolut atas semua yang diciptakannya, karena itu, segala aktivitas manusia khususnya dalam muamalah dan bisnis, hendaklah mengikuti aturan-aturan yang ada, jangan sampai menyalahi batasan-batasan yang telah diberikan.

2. Keseimbangan (*Equilibrium*)

Keseimbangan merupakan konsep yang menunjukkan adanya keadilan sosial. Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai.

3. Kehendak bebas (*Free Will*)

Kehendak bebas manusia berarti suatu potensi dalam menentukan pilihan-pilihan yang beragam karena kebebasan manusia tidak dibatasi. Tetapi, kehendak bebas yang diberikan Allah kepada manusia yaitu sebagai khalifah di bumi. Karena itu, kehendak bebas itu harus sejalan dengan kemaslahatan kepentingan individu terlebih lagi pada kepentingan umat.

4. Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Terkait erat dengan tanggung jawab manusia atas segala aktivitas yang dilakukan kepada tuhan dan juga tanggung jawab kepada manusia sebagai masyarakat. Karena manusia hidup tidak sendiri dia tidak lepas dari hukum yang dibuat oleh manusia itu sendiri sebagai komunitas sosial. Tanggung jawab kepada Allah SWT tentunya di akhirat, tetapi tanggung jawab kepada manusia didapat di dunia berupa hukum-hukum formalitas maupun hukum non formal seperti sanksi moral dan lain sebagainya.

Secara prinsip, aktivitas bisnis di dalam Islam tidak boleh lepas dari nilai-nilai spritual, sehingga agama, etika, dan bisnis saling berkaitan satu sama lain. Maka dalam perencanaan ICSR yang didasarkan pada prinsip-prinsip Islam tersebut dapat menyelesaikan dan meringankan masalah sosial, baik yang terjadi dalam perusahaan maupun dalam masyarakat (lingkungan) terutama untuk memberdayakan ekonomi masyarakat lemah.

#### **2.1.1.5 Item-item *Islamic Social Reporting (ISR) Index***

Penggunaan *Islamic Social Reporting (ISR)* sedang marak diperbincangkan dikarenakan untuk memenuhi kebutuhan mengenai pengungkapan kinerja sosial di Bank Umum Syariah (BUS), indeks *Islamic Social Reporting (ISR)* merupakan tolak ukur pelaksanaan kinerja sosial Bank Umum Syariah (BUS) yang berisikan kompilasi item-item yang dibutuhkan didalam *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)*, dalam hal ini keterkaitan *Islamic Social Reporting (ISR)* dengan *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* adalah *Islamic Social Responsibility (ISR)* sebagai kerangka yang terdapat dalam pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)*, *Islamic Social Reporting (ISR)* dapat menjadi pijakan awal dalam hal standar pelaksanaan aktivias *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* dan pelaporan *Islamic Corporate Social Responsibility* yang sesuai dengan prespektif Islam

Dalam arti kata lain *Islamic Social reporting* (ISR) adalah standar pelaporan kinerja sosial perusahaan-perusahaan yang berbasis syariah.. Indeks ini lahir dikembangkan dengan dasar dari standar pelaporan berdasarkan *Accounting and Auditing Organisation For Islamic Financial Institutions* (AAOIFI) yang kemudian dikembangkan oleh masing-masing peneliti berikutnya. Menurut Fitria dan Hartati (2010) secara khusus indeks ini adalah perluasan dari standar pelaporan kinerja sosial yang meliputi harapan masyarakat tidak hanya mengenai peran perusahaan dalam perekonomian, tetapi juga peran perusahaan dalam perspektif spritual selain itu indeks ini juga menekankan pada keadilan sosial terkait mengenai lingkungan, hak minoritas, dan karyawan.

Otham et al (2010) menyatakan bahwa terdapat keterbatasan pada kerangka pelaporan sosial yang dilakukan oleh lembaga konvensional sehingga ia mengemukakan kerangka konseptual *Islamic Social Reporting* ISR tidak hanya membantu pengambilan keputusan bagi pihak muslim melainkan juga untuk membantu perusahaan dalam melakukan pemenuhan kewajiban terhadap Allah SWT dan masyarakat.

Menurut Haniffa (2002) tujuan *Islamic Social Reporting* (ISR) adalah akuntabilitas kepada Allah dan masyarakat, serta untuk meningkatkan transparansi kegiatan usaha dengan memberikan informasi yang relevan dalam kesesuaian dengan keutuhan rohani para pembuat keputusan.

Penggunaan *Index Islamic Social Reporting* (ISR) yang dirancang oleh Ohman et al (2010) yang juga membagi ISR menjadi enam kategori dengan total pengungkapan 43 item indeks pengungkapan. Berikut ini table *Islamic Social Reposting* (ISR) index :

<b>Tabel 2.1</b>	
<b>Daftar Item <i>Islamic Social Reporting</i> (ISR) Index</b>	
<b>A.</b>	<b>Pendanaan dan Investasi</b>
1	Riba
2	Gharar
3	Zakat



	Metode yang digunakan
	Jumlah zakat
	Penerima manfaat
4	kewajiban atas keterlambatan pembayaran piutang dan penghapusan piutang tak tertagih
5	<i>Current Value Balance Sheet (CVBS)</i>
6	<i>Value Added Statement (VAS)</i>
<b>B.</b>	<b>Produk dan Jasa</b>
7	Produk yang ramah lingkungan
8	Status kehalalan produk
9	Kualitas dan keamanan suatu produk
10	Keluhan konsumen/indikator yang tidak terpenuhi dalam peraturan dan kode sukarela (jika ada)
<b>C.</b>	<b>Karyawan</b>
11	Sifat Pekerjaan :
	Jam kerja
	Liburan
	Manfaat lain
12	Pendidikan dan pelatihan/pengembangan sumber daya manusia
13	Kesempatan yang sama
14	Keterlibatan karyawan
15	Kesehatan dan keselamatan kerja
16	Lingkungan kerja
17	Karyawan khusus kelompok lain (cacat, mantan narapidana, mantan pecandu narkoba)
18	Eselon yang lebih tinggi di perusahaan melaukan shalat berjamaah dengan para manajer tingkat yang lebih rendah dan menengah
19	Karyawan muslim diizinkan untuk melakukan shalat wajib mereka selama waktu dan puasa tertentu ramadhan pada hari kerja mereka
20	Tempat yang tepat ibadah bagi karyawan

<b>D</b>	<b>Masyarakat</b>
21	Saddaqa/donasi
22	Wakaf
23	Qardhassan
24	Biaya sukarela
25	Pendidikan
	Skema adopsi sekolah
	Beasiswa
26	Lulusan kerja
27	Generasi muda
28	Kemiskinan
29	Kepedulian anak
30	Amal/hadiah/kegiatan sosial
31	Mensponsori kesehatan masyarakat/proyek rekreasi/acara budaya
<b>E</b>	<b>Lingkungan</b>

32	Konversi Lingkungan
33	satwa liar yang terancam punah
34	Pencernaan lingkungan
35	Pendidikan lingkungan
36	Produk lingkungan/proses yang terkait
37	Audit lingkungan/ Pernyataan verifikasi independen/pemerintah
38	Sistem manajemen lingkungan/kebijakan
<b>F</b>	<b>Tata Kelola Perusahaan</b>
39	Status kepatuhan syariah
40	struktur kepemilikan:
	Jumlah pemegang saham muslim dan kepemilikan sahamnya
41	Papan struktur muslim vs non muslim
42	Kegiatan terlarang :
	Praktek monopoli
	Penimbunan barang yang diperlukan
	Manipulasi harga
	Praktik bisnis penipuan
	Judi
43	Kebijakan anti korupsi

Sumber : Ohman et al

Penyelesaian atas indeks-indeks tersebut dengan menyesuaikan indeks-indeks tersebut dengan menyesuaikan indeks-indeks yang tidak bisa diterapkan di Indonesia, sama dengan yang telah dilakukan oleh penelitian sebelumnya yaitu Ayu (2010) dan Raditya (2012). Berikut adalah penjelasan enam kriteria pengungkapan dalam kerangka indeks ISR yang digunakan dalam penelitian ini :

### 1) Pendanaan dan Investasi.

Pendanaan dan investasi terdiri dari beberapa bagian, diuraikan sebagai berikut.

#### a. Riba

Riba berasal dari bahasa Arab yang berarti tambahan (*Al-Ziqayadah*), berkembang (*An-Nuwuw*), meningkat (*Al-Irtifa*), dan membesar (*Al-'uluw*). Menurut Widiawaty dan Raharja (2012) mengenai masalah riba sebagai setiap penambahan yang diambil tanpa adanya suatu penyeimbang atau pengganti (*'iwad*) yang dibenarkan syariah.

#### b. Gharar (ketidakpastian)

Terjadi ketika terdapat *incomplete information* antara kedua pihak yang bertransaksi dalam hal kuantitas, kualitas, harga, waktu penyerahan dan akad. Salah satu contoh dari transaksi yang mengandung gharar adalah transaksi sewa-beli karena adanya ketidakpastian dalam akad yang diikrarkan antara kedua pihak

c. Zakat

Zakat adalah kewajiban bagi seluruh umat muslim atas harta benda yang dimiliki ketika telah mencapai nisab. Zakat tidaklah sama dengan donasi. Zakat memiliki aturan yang jelas mengenai harta yang dizakatkan, batasan harta yang terkena zakat cara perhitungannya, dan siapa yang boleh menerima harta zakat sesuai apa yang telah diatur oleh Allah SWT.

d. Kewajiban atas keterlambatan pembayaran piutang dan penghapusan piutang tak tertagih. Penangguhan atau penghapusan utang harus dilakukan dengan adanya penyelidikan terlebih dahulu kepada pihak debitur terkait ketidakmampuannya dalam pembayaran piutang. Penangguhan atau penghapusan utang merupakan suatu bentuk sikap tolong-menolong yang dianjurkan didalam Islam.

e. *Current Value Balance Sheet*

Terdapat satu indeks pengungkapan lainnya yaitu *Current Value Balance Sheet* akan tetapi dalam penelitian ini peneliti tidak memasukkannya dalam indeks ISR. Sesuai dengan pendapat Ayu (2010), klasifikasi *Current value balance sheet* menjadi tidak relevan sebagai kriteria pengungkapan karena PSAK masih memberlakukan nilai historis atas nilai-nilai di neraca. Kenyataannya perusahaan di Indonesia berpedoman pada PSAK dan banyak perusahaan yang masih memberlakukan nilai historis atas nilai-nilai di neraca, maka dalam penelitian ini *current value balance sheet* tidak dimasukkan dalam indeks.

f. *Value Added Statement*

*Value added* (nilai tambah) sebagai nilai yang terciptanya dari hasil aktivitas perusahaan dan karyawan-karyawan, sedangkan *value added statement* merupakan pernyataan yang melaporkan perhitungan nilai tambah tersebut serta aplikasinya di antara para pemangku kepentingan perusahaan. Istilah *value added statement* pada dewasa ini diartikan sebagai laporan pertambahan nilai. Di Indonesia, laporan pertambahan nilai belum berkembang seperti di negara-negara maju. Oleh karena itu, dalam penelitian ini *value added statement* merujuk pada pernyataan nilai tambah yang ada di dalam laporan tahun perusahaan.

## **2) Produk dan Jasa**

Produk dan jasa terdiri dari beberapa bagian, dapat diuraikan sebagai berikut.

### **a. Produk yang ramah lingkungan (green product)**

Setiap perusahaan di seluruh dunia diharapkan menghasilkan produk ataupun jasa yang ramah lingkungan sebagai suatu bentuk partisipasi dalam menjaga dan memelihara lingkungan yang kian mengalami kerusakan.

### **b. Status kehalalan produk**

pentingnya status kehalalan suatu produk merupakan suatu kewajiban yang harus diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunnya kepada seluruh konsumen muslim yang notabene masyarakat Indonesia sebagian besar adalah pemeluk agama Islam. Status kehalalan suatu produk diketahui setelah mendapatkan seertifikat kehalalan produk dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).

### **c. Kualitas dan keamanan suatu produk**

Setelah produk dinyatakan kehalalan yang juga penting untuk perusahaan dalam mengungkapkan produknya adalah mengenai kualitas dan keamanan produk. Produk yang berkualitas dan aman akan meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap suatu perusahaan. Kualitas dan keamanan suatu produk

perusahaan dinyatakan dengan adanya ISO 9000:2000 yang merupakan sertifikat manajemen mutu.

- d. Keluhan konsumen/indikator yang tidak terpenuhi dalam peraturan dan kode sukarela (jika ada)

*Item* pengungkapan selanjutnya adalah mengenai keluhan konsumen atau pelayanan pelanggan. Suatu perusahaan diharapkan tidak hanya berfokus pada produk yang dihasilkan melainkan memberikan pelayanan terhadap konsumen yang memuaskan dengan menyediakan pusat layanan keluhan konsumen setelah proses jual beli.

### **3) Karyawan**

Menurut Otham dan Thani (2010) memaparkan bahwa masyarakat Islam ingin mengetahui apakah karyawan-karyawan perusahaan telah diperlakukan secara adil dan wajar melalui informasi-informasi yang diungkapkan, seperti upah, karakteristik pekerjaan, jam kerja per hari, libur tahunan, jaminan kesehatan dan kesejahteraan, kebijakan terkait waktu dan teat ibadah, pendidikan dan pelatihan, kesetaraan hak, dan lingkungan kerja.

### **4) Masyarakat**

Item-item pengungkapan dalam kriteria masyarakat yang digunakan dalam penelitian ini adalah donasi, wakaf, qard hassan, sukarelawan dari pihak karyawan, pemberian beasiswa, pemberdayaan kerja bagi siswa yang lulus sekolah/kuliah berupa magang atau praktek kerja lapangan, pengembangan dalam kepemudaaan, peningkatan kualitas hidup masyarakat kelas bahwa, kepedulian terhada anak-anak, kegiatan amal/bantuan/kegiatan sosial lain, dan mensponsori berbagai macam kegiatan seperti kesehatan, hiburan, olahraga, budaya, pendidikan dan agama.

## 5) Lingkungan

Bagi seluruh makhluk hidup untuk melindungi lingkungan sekitarnya, konsep yang mendasari tema lingkungan dalam penelitian ini adalah *mizan*, *I'tidak*, *khilafah*, dan *akhirah*. Konsep tersebut menekankan pada prinsip keseimbangan, kesederhanaan, dan tanggung jawab dalam menjaga lingkungan oleh karena itu, informasi-informasi yang berhubungan dengan penggunaan sumber daya dan program-program yang digunakan untuk melindungi lingkungan harus diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan (Otham dan Thani, 2010).

## 6) Tata kelola perusahaan

Otham dan Thani (2010), perusahaan haruslah mengungkapkan semua aktivitas terlarang seperti praktek monopoli, manipulasi harga, perjudian, dan penimbunan barang yang dibutuhkan dan kegiatan melanggar hukum lainnya. Pengungkapan lainnya yang masuk dalam kriteria status syariah. Ayu (2010), menyatakan bahwa pengungkapan pada pernyataan misi perusahaan harus menyertakan :

- a. Pernyataan yang menyatakan bahwa operasi perusahaan telah berdasarkan prinsip syariah.
- b. Pernyataan yang menyatakan bahwa tujuan utama perusahaan adalah untuk mencapai *barakah* (keberkahan) dan kesuksesan di dunia dan di akhirat, dengan menekankan bahwa pentingnya keuntungan yang halal.

### 2.1.1.6 Metode Pengukuran *Islamic Corporate Social Responsibility*

*Islamic Corporate Social Responsibility* diukur dengan metode analisis konten. Indeks pengungkapan yang digunakan adalah indeks pengungkapan ISR yang dibangun oleh Otham et al (2010). Analisis konten dilakukan terhadap 43 item pengungkapan yang ada pada laporan tahunan perusahaan. Item yang diungkapkan yang ada pada laporan tahunan perusahaan. Item yang diungkapkan akan diberi kode 1 (satu) dan item yang tidak diungkapkan akan diberi item

0 (nol). Item yang diungkapkan kemudian diakumulasikan dan dilihat persentase item yang diungkapkan dari keseluruhan item. Adapun tema pengungkapan ICSR dalam kerangka ISR Otham et al (2010) ada 6 tema yakni :

- Keuangan dan investasi
- Produk dan jasa
- Karyawan
- Masyarakat
- Lingkungan,dan
- Tata kelola

Berikut rumus ICSR index menurut Otham (2012) adalah sebagai berikut :

$$ICSR = \sum \frac{x_{ij}}{n_j}$$

Dimana :

ICSR : *Islamic Corporate Social Responsibility*

X<sub>ij</sub> : Jumlah item yang diungkapkan

N<sub>j</sub> : Total jumlah item yang harus diungkapkan

Model ini membagi variabel dependen menjadi dua kategori : bagus atau buruk, sukses atau tidak sukses, unggul atau tidak unggul, dan seterusnya. Pengkodean variabel dependen sebatas untuk membedakan variabel yang masuk daerah penerimaan dan variabel yang masuk daerah penelakan (Sidik dan Reskino,2016).

Untuk mengukur seberapa jauh perusahaan menerapkan prinsip Islam yang baik dalam pengungkapan ICSR maka penelitian ini akan menilainya berdasarkan model *Islamic Social Reporting Index* terdiri dari 43 item yang merupakan tolak ukur pelaksanaan kinerja sosial

perusahaan yang berisi komplikasi item-item standard yang ditetapkan oleh *Accounting and Auditing Organization dor Islamic Financial Institution* (AAOIFI 2002) ( Johan dan Eka, 2016)

## **2.1.2 Reputasi Perusahaan**

### **2.1.2.1 Pengertian Reputasi Perusahaan**

Reputasi perusahaan merupakan salah satu unsur terpenting dalam dunia bisnis. Sebab baik buruk dalam reputasi perusahaan merupakan indikator penting dari keberhasilan perusahaan tersebut. Reputasi perusahaan memang suatu yang kompleks, namun jika dikelola dengan baik akan sangat berharga.

Berdasarkan Oxfprd Student's Dictionary Of English (2001) reputasi adalah opini terhadap suatu hal atau seseorang berdasarkan penilaian orang-orang secara umum. Reputasi juga dapat berarti karakter berdasarkan penilaian umum ( Scholastic Dictornary, 2011). Maka dalam koteks perusahaan, reputasi adalah karakter perusahaan, yang didasarkan pada penilaian masyarakat secara umum.

Reputasi perusahaan menurut A.B Susanto (2013:328) memiliki pengertian sebagai berikut :

”Aset dan kekayaan yang memberikan keunggulan kompetitif karena perusahaan seperti ini akan dianggap sebagai yang andal, kredibel, dapat dipercaya dan bertanggung jawab untuk karyawan, pelanggan, pemegang saham dan pasar keuangan”.

Menurut Roy Marthin Tarigan (2014) pengertian reputasi perusahaan adalah sebagai berikut :

“ Asset yang tidak nyata (*untangible asset*). Keadaan reputasi akan tergantung kepada apa yang dilakukan perusahaan sebagai entitas, lebih jauh dari itu, akan tergantung kepada komunikasi dan tanda-tanda yang dipilih untuk diberikan kepada pasar. Simbol dari reputasi, nama perusahaan, jika dikelola dengan baik, akan mempresentasikan perusahaan agar didukung oleh masyarakat. Bahkan akan sangat bernilai bagi konsumen”.



Sedangkan menurut Herbig, Millewicz, Golden dalam jurnal Rofifah Mau'idzah Hasanah (2015) pengertian reputasi perusahaan adalah sebagai berikut:

“ Penghargaan yang didapat oleh perusahaan karena adanya keunggulan-keunggulan yang ada pada perusahaan tersebut, yaitu kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan sehingga perusahaan akan terus dapat mengembangkan dirinya untuk terus dapat menciptakan hal-hal baru bagi pemenuhan kebutuhan konsumen”.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian reputasi perusahaan adalah karakter perusahaan yang didasarkan pada penilaian masyarakat secara umum sebagai wujud penghargaan karena adanya keunggulan yang didapat oleh perusahaan serta merupakan salah satu unsur terpenting dalam dunia bisnis karena merupakan gambaran secara keseluruhan akan tindakan perusahaan di masa lalu dan prospek yang dimiliki perusahaan di masa yang akan datang, untuk dapat mengembangkan dirinya dalam menciptakan hal-hal baru sehingga dapat menghadirkan hasil yang bernilai bagi banyak pemangku kepentingan.

#### **2.1.2.2 Elemen Reputasi Perusahaan**

Penelitian yang dilakukan oleh Webr Shandick dan *Reputation Institute* dalam Burke (2011,8-9) mengidentifikasi enam elemen dalam membangun reputasi perusahaan yang menguntungkan, yaitu :

1. *Responsibility* (Tanggung jawab), mendukung tujuan mulia, menunjukkan tanggung jawab, dan masyarakat atau tanggung jawab sosial.
2. *Communication* (komunikasi) ditandai dengan adanya transparansi, pengungkapan penuh dan dialog terbuka.
3. *Product and services* (produk dan jasa), menawarkan produk dan jasa kualitas tinggi, inovatif, kepuasan pelanggan, dan kata positif dari mulut ke mulut,
4. *Talent* (Bakat), penghargaan karyawan secara adil, mempertahankan bakat, menarik bakat, mempromosikan keragaman
5. *Financial* (Keuangan), keuangan yang lebih baik daripada pesaing, stabil dan memiliki nilai investasi yang tinggi.

6. *Leadership* (kepemimpinan), CEO dan tim senior yang baik, pemimpin yang solid dan menerapkan pemerintah yang baik

Sedangkan menurut Charles J Fombun (1996:72) dalam buku *reputation: realcing value from the corporate image*, reputasi dibangun oleh elemen yaitu :

- a. Kredibilitas (*Credibility*)

Suatu organisasi diharapkan memiliki kredibilitas dan tiga hal, meliputi organisasi memperlihatkan profitabilitas, dapat mempertahankan stabilitas dan adanya prospek pertumbuhan yang baik

- b. Keterandalan (*Reability*)

Realibility adalah harapan dari para pelanggan. Suatu oragnisasi diharapkan dapat selalu menjaga mutu produk atau jasa dan menjamin terlaksananya pelayanan prima yang diterima oleh pelanggan.

- c. Terpercaya (*Trustworthiness*)

Harapan para karyawan.suatu organisasi diharapkan dapat dipercaya, dapat menimbulkan rasa memiliki, dan kebanggan bagi karyawan.

- d. Tanggung jawab (*Responsibility*)

*Responsibility* adalah harapan dari para komunitas. Seberapa banyak atau berarti suatu organisasi dalam membantu pengembangan masyarakat sekitar, seberapa peduli suatu organisasi terhadap masyarakat dan dapat menjadi suatu organiasi yang ramah lingkungan.

### **2.1.2.3 Pandangan Islam Mengenai Reputasi Perusahaan**

Reputasi perusahaan sangat erat kaitannya dengan risiko reputasi perusahaan yang dimana risiko reputasi perusahaan yaitu risiko akibat menurunnya tingkat kepercayaan para pemangku kepentingan yang bersumber dari persepsi negatif terhadap bank syariah. Risiko ini timbul antara lain karena adanya pemberitaan media dan/atau rumor bank syariah yang bersifat negatif, serta adanya strategi komunikasi bank syariah efektif ( Bambang Rianto Rustam,2013)

Dalam perbankan syariah yang dibentuk dari nilai-nilai Islam harus bisa mempertanggungjawabkan klaimnya Islam terhadap masyarakat jika masyarakat menemui hal negatif atau bertentangan dengan ajaran Islam pada perbankan syariah maka akan berpengaruh terhadap reputasi. Yang pada akhirnya jika reputasi bank buruk, minat masyarakat untuk bermitra juga berkurang. Oleh sebab itu risiko tinggi yang tidak bisa diabaikan oleh perbankan syariah salah satunya risiko reputasi.

Aidwarman Karim (2004) menyatakan bahwa hal-hal yang sangat berpengaruh terhadap reputasi antarlain manajemen,pemegang saham,pelayanan yang disediakan, penerapan prinsip-prinsip syariah, dan publikasi. Apabila manajemen dalam pandangan para pemangku kepentingan dinilai baik, maka risiko reputasi menjadi rendah. Begitupun perusahaan dimiliki oleh pemegang saham yang kuat, maka reputasi juga rendah. Risiko reputasi menjadi tinggi ketika pelayanannya kurang baik.

Penerapan prinsip-prinsip syariah haruslah dilaksanakan secara konsekuen agar tidak timbul penilaian negatif terhadap penerapan sistem syariah yang dapat mengakibatkan timbulnya publikasi negatif sehingga akan menaikkan tingkat resiko reputasi. Oleh karena itu, seluruh bank syariah harus mewaspadaai hal-hal yang bisa menyebabkan turunya reputasi antara lain: kesalahan manajemen,melanggar peraturan, melanggar fatwa dewan syariah nasional (DSN) skandal keuangan, kurang kompeten baik dalam pengelolaan maupun pelayanan, integritas yang diragukan, dan performa keuangan yang kurang baik. Maka dari itu manajemen

resiko reputasi harus dapat mengantisipasi dan meminimalkan hal-hal yang bisa menyebabkan turunya reputasi yang berdampak pada kerugian bank syariah. apabila manajemen resiko reputasi gagal dalam mengantisipasi dan meminimalkan hal-hal tersebut maka dapat menimbulkan masalah likuiditas, ditutupnya bank oleh otoritas dan bahkan bisa mengalami kebangkrutan.

#### **2.1.2.4 Metode Pengukuran Reputasi**

Reputasi didasarkan pada pengalaman orang-orang menemu keselarasan antara apa yang dikatakan perusahaan mengenai dirinya dan apa yang orang lain lihat (Harpur,2012), maka tidak salah jika beberapa penelitian mengukur reputasi secara kualitatif dengan menggunakan kuisisioner atau wawancara, karena pendapat tersebut akan digunakan sebagai alat ukurnya. Namun dalam penelitian ini reputasi diukur dengan metode kuantitatif yaitu dengan menggunakan proksi Dana Pihak Ketiga (Reskino,2016). Penggunaan DPK sebagai proksi pengukuran reputasi karena DPK mempresentasikan tingkat kepercayaan masyarakat untuk menempatkan dananya diantara berbagai pilihan bank syariah yang ada. Pengertian Dana Pihak Ketiga (DPK) menurut kasmir (2012:53) adalah sebagai berikut:

“Dana yang dipercaya oleh masyarakat kepada bank berbentuk giro, deposito berjangka, sertifikat deposito, tabungan atau yang dapat dipersamakan dengan itu”.

Besar kecilnya dana pihak ketiga yang berhasil dihimpun sangat bergantung pada produk Bank Funding (penarikan dana) itu sendiri. Semakin menarik produk simpanan yang ditawarkan maka akan dapat memengaruhi masyarakat untuk menabung, deposito, atau jadi nasabah giro, sehingga ketersediaan dana mencukupi untuk aktivitas Bank Lending (pembiayaan/kredit). Selain itu juga berkaitan dengan pelayanan yang diberikan kepada masalah dan juga berkaitan dengan pelayanan yang diberikan kepada nasabah dan juga reputasi bank tersebut (Fitri,2016). Dapat dikatakan bahwa bank dengan reputasi yang baik akan lebih mudah mendapatkan dana pihak ketiga.

Reputasi diukur dengan menghitung persentase Dana Pihak Ketiga suatu bank dibagi dengan total Dana Pihak Ketiga yang dikelola oleh seluruh BUS dan UUS, kemudian didapat rasio. Setelah didapat rasio DPK masing-masing bank, selanjutnya rasio tersebut dibandingkan dengan rata-rata DPK seluruh BUS dan UUS. Berikut rumus untuk menghitung reputasi (Reskino, 2016)

$$\mathbf{REP} = \frac{\mathbf{DPK\ Bank}}{\mathbf{Total\ DPK\ di\ Pasar}}$$

Rep = Reputasi  
Dpk Bank = Dana pihak ketiga bank  
Total DPK di pasar = Total dana pihak ketiga BUS dan UUS

### **2.1.3 Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah**

#### **2.1.3.1 Pengertian Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah**

Kesehatan atau kondisi keuangan dan non keuangan bank merupakan kepentingan semua pihak terkait, baik pemilik, manajemen bank, dan pengguna jasa bank. Dengan diketahuinya kondisi suatu bank, dapat digunakan oleh pihak-pihak tersebut untuk mengevaluasi kinerja bank dalam menerapkan prinsip kehati-hatian, kepatuhan terhadap ketentuan yang berlaku dan manajemen resiko.

Studi mengenai kinerja perbankan sangat penting sebagai alat untuk mengevaluasi operasi bank dan menentukan rencana manajemen dan analisis strategis. Bank mempunyai peran dalam pertumbuhan ekonomi. Jadi jika kinerja perbankan baik, keseluruhan perekonomian juga akan baik. Terlebih lagi sistem bank umum syariah yang mengkaitkan sistem operasinya secara langsung dengan sektor riil.

Menurut Juningan (2016:236) pengertian kinerja keuangan bank secara keseluruhan adalah sebagai berikut :

”merupakan gambaran prestasi yang dicapai bank dalam operasionalnya, baik menyangkut aspek keuangan, pemasaran, penghimpunan dan penyaluran dana, teknologi maupun sumber daya manusia”.

Kinerja bank umum syariah bukan hanya prestasi atau pencapaian yang menyangkut operasional, pemasaran, teknologi sumber daya manusia, akan tetapi juga menyangkut pencapaian bank umum syariah dalam menjaga aspek-aspek syariah dalam menjalankan fungsi dari bank umum syariah itu sendiri (Fadil Iqomul Haq, 2015)

Pengertian kinerja keuangan menurut Moehariono (2012:95) adalah sebagai berikut :

”Gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan visi dan misi organisasi yang dituangkan melalui perencanaan strategis suatu organisasi”.

Sedangkan Pengertian Bank Umum Syariah Menurut Sudarsono (2012:29), adalah sebagai berikut :

“Lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit atau pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya, disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah”.

Maka dapat disimpulkan bahwa kinerja keuangan bank umum syariah adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan lembaga keuangan syariah yang usaha pokoknya memberikan kredit atau pembiayaan, dan jasa-jasa lainnya serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah untuk mewujudkan sasaran dan tujuan yang dituangkan melalui perencanaan strategis.

### **2.1.3.2 Tujuan Melakukan Pengukuran Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah**

Pengukuran kinerja adalah suatu tingkatan keberhasilan dalam melaksanakan tugas serta kemampuan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. kinerja itu sendiri dapat dinyatakan baik dan sukses jika tujuan yang diinginkan dengan baik. Menurut (2011:353) tujuan utama pengukuran kinerja sebagai berikut:

“Untuk memotivasi personil dalam mencapai sasaran organisasi dan dalam memenuhi standar perilaku yang telah ditetapkan sebelumnya, agar membuahkan tindakan dan hasil yang diinginkan oleh organisasi”.

Tujuan melakukan pengukuran kinerja bank umum syariah yaitu sebagai parameter yang penting dalam menilai seberapa baik pencapaian kinerja bank umum syariah sesuai dengan prinsip dan tujuan dari bank umum syariah itu sendiri, serta untuk memenuhi konsep yang tepat dalam mengevaluasi kinerja bank umum syariah.

Adapun tujuan dari pengukuran kinerja bank umum syariah dalam kegiatan operasional yaitu untuk mengetahui bagaimana tingkat kesehatan bank umum syariah, karena kinerja bank umum syariah dapat dilihat melalui kesehatan bank yang bersangkutan. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), tingkat kesehatan bank adalah hasil penilaian kondisi bank yang dilakukan berdasarkan risiko terkait penerapan prinsip syariah dan kinerja bank atau disebut dengan *Risk-based Bank Rating*

Bank Umum syariah (BUS) wajib melakukan penilaian tingkat kesehatan bank baik secara individual (*Self assesment*) maupun secara konsolidasi Berdasarkan Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan SE OJK NO.10/SEOJK.03/2014, Bank Umum Syariah (BUS) wajib melakukan penilaian tingkat kesehatan bank secara individual dengan cakupan penilaian terhadap faktor-faktor sebagai berikut:

- a. Profil risiko
- b. *Good corporate governance*
- c. Rentabilitas
- d. Permodalan

Pengukuran dan penilaian kinerja tidak hanya dilihat dari aspek keuangan tetapi juga aspek non keuangan. Aspek keuangan dapat berupa rasio-rasio keuangan dan aspek non keuangan dapat berupa tanggung jawab sosial dan tata kelola perusahaan.

### 2.1.3.3 Metode Pengukuran Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah

Pengukuran kinerja Bank Umum Syariah (BUS) dalam penelitian ini diukur dari aspek keuangan bank syariah. Dalam menilai kinerja keuangan diperlukan ukuran-ukuran, salah satu cara untuk mempelajari dan mengukur keadaan keuangan adalah dengan analisis rasio keuangan. Bahan untuk mengadakan analisis rasio keuangan adalah laporan keuangan yang secara periodik dikeluarkan oleh Bank Umum Syariah (BUS). Informasi yang dihasilkan dari laporan keuangan dapat dijadikan prediktor kondisi Bank Umum Syariah (BUS) di masa yang akan datang.

Dari berbagai jenis rasio keuangan yang ada, profitabilitas merupakan indikator rasio yang paling tepat untuk mengukur kinerja suatu bank, karena profitabilitas menghitung kemampuan bank dalam memperoleh keuntungan. Dalam penelitian ini digunakan *Return On Asset* (ROA) untuk mengukur kinerja Bank Umum Syariah (BUS). Menurut Mahduh M Hanafi dan Abdul Halim (2012:81) pengertian *return on asset* adalah sebagai berikut :

“Rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset tertentu”.

Dari pengertian tersebut menunjukkan bahwa ROA memfokuskan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dengan menggunakan seluruh aset yang dikelolanya. Sehingga dalam penelitian ini ROA dijadikan alat ukur kinerja Bank Umum Syariah (BUS).

Menurut Harianto (2017) pemilihan ROA sebagai proksi dari kinerja keuangan bank karena ROA digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen bank memperoleh keuntungan secara keseluruhan. Dengan demikian maka semakin tinggi rasio ROA yang dihasilkan maka semakin baik atau sehat kinerja bank tersebut, karena dengan meningkatnya ROA berarti telah terjadi peningkatan profitabilitas yang akan berdampak positif terhadap para stakeholder seperti pemegang saham.



Adapaun rumus mencari ROA menurut Mahmud M Hanafi dan Abdul Halim (2014:158) adalah sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

Keterangan :

1. Laba setelah pajak
2. Tota aktiva

#### 2.1.4 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian untuk melihat hubungan antara *Islamic Corporate Social Responsibility*, Reputasi dan kinerja keuangan dalam hubungannya dengan kinerja Bank Umum Syariah. Berikut peneltian terdahulu yang digunakan oleh penulis sebagai referensi sebagaimana dapat dilihat pada tabel

**Tabel 2.2**  
**Daftar Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1	Habib sadal kholqi, Dina Fitriasia Septiarini (2021)	<i>Islamic Disclosure, reputation visibility and profitablity of islamic bank : Research with mediator and moderator</i>	Persamaanya adalah menggunakan variabel independen mengenai ICSR	Perbedaanya adalah dalam penelitian ini penulis menambahkan visibilitas BUS merupakan variabel moderasi  lokasi penelitian	ICSR terbukti memiliki pengaruh positif terhadap reputasi maupun kineraj keuangan BUS, visibilitis

				BUS di Bank Indonesia dan OJK	memperkuat BUS
--	--	--	--	-------------------------------	----------------

2	Lailatul Mukamomah (2021)	Peningkatan Kinerja Bank Syariah : Analisis peran <i>Corporate social responsibility</i> dan reputasi	Persamaanya adalah menggunakan variabel independen mengenai ICSR	Perbedaanya adalah pada penelitian ini reputasi menggunakan variabel mediasi dan metode pengukuran  Lokasi Penelitian:  BUS di Bursan Efek Indonesia dan OJK	Hasilnya menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja bank syariah dan reputasi tidak dapat memediasi hubungan diantara keduanya.
3	Eka Cahyaningtyas (2020)	<i>Islamic Corporate Responsibility</i> dan kinerja keuangan pada bank umum syariah di Indonesia	Persamaanya adalah menggunakan variabel independen mengenai ICSR	Perbedaanya adalah peneltian ini pada variabel terikat yang digunakan kinerja keuangan dengan mengukur ROA  Lokasi Penelitian: BUS di Otoritas Jasa Keuangan	Pengungkapan ICSR, terhadap kinerja keuangan yang berindikator ROA berpengaruh negatif

4	Khairiyani (2020)	Islamic Corporate Social Responsibility terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan	Persamaanya adalah metode pengukuran pada ICSR	Perbedaannya adalah penelitian ini menggunakan variabel late eksogen yaitu ICSR, sedangkan variabel laten endogen yaitu kinerja keuangan dan nilai perusahaan  Lokasi Penelitian : Perusahaan di Jakarta Islamic Index	ICSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan serta kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
---	-------------------	--	--	--	--

5	Aprilian ahmad afnandi, Supaijo, Nur wahyuningih (2019)	Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) terhadap reputasi perusahaan	Persamaanya adalah menggunakan variabel independen mengenai ICSR dan reputasi menggunakan variabel dependen	Metode pemilihan sampel menggunakan non-probability sampling  Lokasi Penelitian: Studi Empiris BUS pada Otoritas Jasa Keuangan periode 2014-2017	variabel ICSR selama periode pengamatan penelitian terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap reputasi perusahaan.
6	Indrayani (2018)	Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) dan sharia governance terhadap kinerja perusahaan	persamaanya adalah menggunakan variabel independen dan dependen yang sama dengan penelitian sebelumnya	Perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah dalam penelitian ini penulis menambahkan reputasi sebagai variabel independen  Lokasi Penelitian: BUS di Bursa Efek Indonesia	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa <i>Islamic corporate responsibility</i> tidak berpengaruh, dan sharia governance terhadap kinerja perusahaan

7	Johan Arifin, eka ayu wardani (2016)	Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure, reputasi, dan kinerja keuangan: studi pada bank syariah di Indonesia	Persamaanya adalah variabel independen membahas mengenai ICSR dan kinerja sebagai variabel dependen	perbedaannya adalah pada penelitian ini reputasi sebagai variabel independen  Lokasi Penelitian Bursa Efek Indonesia	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ICSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan apabila diukur dengan ROA
8	Eke ayu wardani (2015)	Pengaruh Islamic Corporate Responsibility Disclosure terhadap reputasi perusahaan dan kinerja keuangan perusahaan	Persamaanya adalah variabel independen membahas mengenai ICSR	Reputasi perusahaan diukur menggunakan GRI G4  Lokasi Penelitian Bursa Efek Indonesia	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel ICSR berpengaruh positif secara signifikan terhadap reputasi perusahaan

## 2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan intisari dari teori yang dikembangkan dan mendasari perumusan hipotesis. Teori yang telah dikembangkan dalam rangka memberi jawaban terhadap pendekatan pemecahan masalah yang dinyatakan hubungan antara variabel berdasarkan pembahasan teoritis. Berdasarkan telaah pustaka serta penelitian terdahulu, maka penelitian ini menjelaskan kinerja bank umum syariah dipengaruhi oleh *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure* reputasi, kinerja bank umum syariah yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

### 2.2.1 Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* kinerja keuangan bank umum syariah

Pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* menjadi suatu hal yang sangat penting bagi kinerja lembaga keuangan syariah. Karena lembaga keuangan syariah yang mengungkapkan ICSR dengan baik akan dipandang sebagai entitas yang dapat dipercaya oleh

masyarakat muslim dalam menyalurkan dana mereka (Thahirah et al,2016). Hal ini menunjukkan bahwa inisiatif ICSR bisa dijadikan sebuah strategi bisnis oleh Bank Umum Syariah (BUS) dalam menghadapi tuntutan persaingan bisnis yang ketat.

Menurut Drever et al (2007) dalam Sidik dan Reskino (2016) *Signaling Theory* memandang bahwa pengungkapan yang informatif dapat membawa perusahaan pada nilai yang lebih baik. Hal tersebut tentunya menjadi motivasi bagi bank syariah dalam mengungkapkan inisiatif *Islamic Corporate Social Responsibility*, dengan harapan menerima respon yang baik yang dapat meningkatkan nilai perusahaannya di pasar.

Seperti yang diungkapkan oleh Arshad, et al (2012) bahwa penerapan ICSR dipercaya dapat meningkatkan kinerja keuangan, dimana *stakeholder* cenderung menanamkan modalnya pada bank umum syariah yang melakukan aktivitas ICSR. Karena bagi *Stakeholder* bank umum syariah yang melakukan aktivitas ICSR berpotensi dalam menghasilkan laba yang lebih besar dibandingkan yang tidak. Sehingga kedepannya bank akan mampu meningkatkan kinerjanya. Oleh karena itu menurut Arshad et, al (2012) menyatakan bahwa ICSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bank umum syariah

Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan Arifin & Wardani (2016) yang menyebutkan bahwa ICSR tidak berpengaruh positif terhadap kinerja apabila diukur dengan ROA. Menurut pemahaman penulis, berdasarkan teori-teori yang telah dipaparkan di atas pengungkapan ICSR dapat meningkatkan kinerja bank umum syariah karena dipandang masyarakat sebagai nasabah, bank umum syariah yang mengungkapkan ICSR dengan baik akan dipandang sebagai bank yang dapat dipercaya oleh masyarakat dalam menyalurkan dananya. Dengan begitu, para *stakeholder* akan menanamkan modalnya dibank umum syariah tersebut, karena bagi *stakeholder* bank umum syariah yang melakukan aktivitas ICSR berpotensi dalam menghasilkan laba yang lebih besar.

## **2.2.2 Pengaruh reputasi Terhadap Kinerja Bank Umum Syariah**

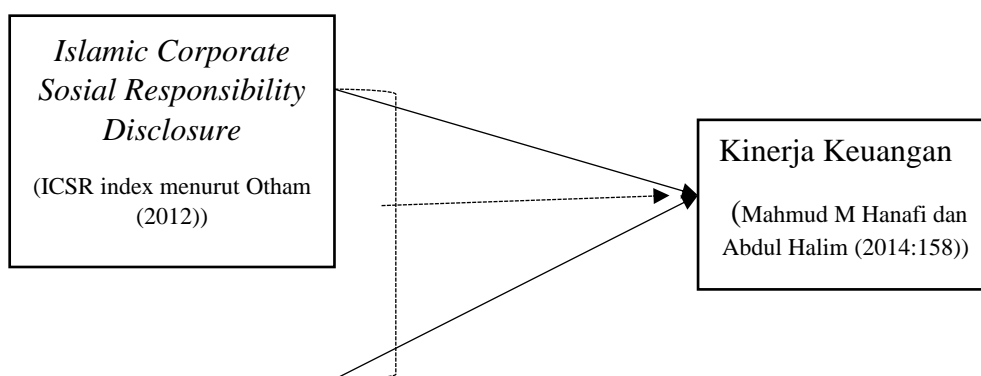
Reputasi yang baik, merupakan salah satu aset yang dapat menjadi modal bank umum syariah dalam meraih kinerja yang unggul dari pesaing. Keberhasilan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan filantropi yang Islami dapat meraih dukungan dari *stakeholder*, yang mampu memperluas akses terhadap sumber daya dalam meningkatkan kinerjanya.

Reputasi bank umum syariah dapat menunjukkan seberapa jauh bank umum syariah dipercaya oleh masyarakat. Reputasi memegang peran yang penting dalam menjalin hubungan kemitraan antara bank umum syariah dengan nasabah. Reputasi menjadi dasar penilaian dalam menentukan apakah suatu perusahaan layak untuk dijadikan mitra kerjasama.

Menurut Louisot dan Rayner (2010) reputasi berpengaruh terhadap kinerja bank umum syariah. Hal ini disebabkan karena reputasi dapat mempengaruhi dukungan masyarakat terhadap bank dan akses bank terhadap sumber daya yang ia perlukan. Semakin baik bank mengelola reputasinya, maka semakin baik bank dalam mendapatkan sumber dayanya, seperti : mempertahankan pemegang sahamnya, menambah pelanggan untuk memakai produk dan jasanya, membangun kemitraan dengan pemasok, merekrut pegawai potensial, mempertahankan pegawai, yang kesemuanya dapat diraih dengan biaya modal yang lebih ringan.

Dari uraian-uraian diatas bahwa sepemahaman penulis, semakin reputasi bank umum syariah baik maka akan memudahkan bank dalam meningkatkan kinerjanya. Karena reputasi bank umum syariah dapat menunjukkan seberapa jauh bank umum syariah dapat dipercaya oleh masyarakat dalam menyalurkan dananya.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan di atas maka bagan konsep kerangka pemikiran digambarkan sebagai berikut :





Kerangka Pemikiran  
Gambar 2.1

### 2.3 Hipotesis

Menurut Arikunto (2014:110) hipotesis dapat diartikan sebagai berikut :

“Suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul”.

Sedangkan menurut Sugiyono (2013:64) hipotesis dapat diartikan sebagai berikut:

“Merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiric”

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) Disclosure* berpengaruh terhadap

Reputasi Perusahaan

H<sub>2</sub>: *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) Disclosure* berpengaruh terhadap

kinerja keuangan perusahaan

H<sub>3</sub>: Reputasi perusahaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan bank umum syariah

H<sub>4</sub>: *Islamic Corporate Social Responsibility* dan Reputasi perusahaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan bank umum syariah.