

PENGARUH *ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (ICSR) DAN *ZAKAT PERFORMANCE RATIO* (ZPR) TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA BANK UMUM SYARIAH DI INDONESIA PERIODE 2020-2024

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar

Sarjana Akuntansi Syariah (S.Akun.)



Oleh:

TSANIA UMAIRO

NIM. 40322006

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2026

PENGARUH *ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (ICSR) DAN *ZAKAT PERFORMANCE RATIO* (ZPR) TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA BANK UMUM SYARIAH DI INDONESIA PERIODE 2020-2024

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar

Sarjana Akuntansi Syariah (S.Akun.)



Oleh:

TSANIA UMAIRO

NIM. 40322006

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2026

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tsania Umaiرو

NIM : 40322006

Judul Skripsi : **Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) dan *Zakat Performance Ratio* (ZPR) terhadap Reputasi Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2020-2024.**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 20 Mei 2026

Yang Menyatakan,



Tsania Umaiرو

40322006

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Tsania Umairo

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Program Studi Akuntansi Syariah PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudari:

Nama : Tsania Umairo

NIM : 40322006

Judul Skripsi : **Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) dan *Zakat Performance Ratio* (ZPR) terhadap Reputasi Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2020-2024.**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 21 Mei 2026

Pembimbing,



Abdul Ghofar Saifudin, M.S.I
NIP.198402222019031003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan Skripsi Saudari:

Nama : **Tsania Umairo**
NIM : **40322006**
Judul Skripsi : **Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) dan *Zakat Performance Ratio* (ZPR) terhadap Reputasi Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2020-2024.**

Dosen Pembimbing : **Abdul Ghofar Saifudin, M.S.I**

Telah diujikan hari Senin, 29 Juni 2026 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun.)

Dewan Penguji,

Penguji I

Penguji II

Ria Anisatus Sholihah, M. S.A.
NIP 198706302018012001

Ardiyan Darutama, M.Phil
NIP 198501262020121004

Pekalongan, 07 Juli 2026

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. AM. Muhi Khafidz Ma'shum, M.Ag.
NIP 197806162003121003

MOTTO

“Jika bukan karena Allah yang memampukan, aku mungkin sudah lama menyerah”

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S Al-Baqarah: 286)

“Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. Apabila engkau telah selesai (dengan suatu kebajikan), teruslah bekerja keras (untuk kebajikan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmu berharaplah”

(Q.S Al-Insyirah 94: 5-8)

“Orang tua dirumah menanti kepulanganmu dengan hasil yang membanggakan, jangan kecewakan mereka. Simpan keluhmu, sebab letihmu tidak sebanding dengan perjuangan mereka menghidupimu”

PERSEMBAHAN

Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Akuntansi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. dalam materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan Skripsi ini:

1. Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT, yang selalu memberikan saya kemudahan, kenikmatan, kelancaran dan Kesehatan di setiap proses yang penulis lalui.
2. Kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Subejo dan Ibu Susaroh, terima kasih atas segala cinta, kasih sayang, perjuangan, pengorbanan, dan doa yang tidak pernah putus untuk penulis. Terima kasih karena selalu menjadi tempat pulang terbaik, menjadi penyemangat di saat penulis merasa lelah, dan menjadi alasan terbesar penulis untuk terus berjuang menyelesaikan pendidikan ini. Segala kerja keras, pengorbanan, serta ketulusan yang diberikan tidak akan pernah

mampu terbalaskan dengan apa pun. Semoga skripsi ini menjadi salah satu bentuk kecil kebanggaan dan kebahagiaan untuk Bapak dan Ibu.

3. Kepada kakak, adik, dan keponakan tercinta, Alif Sahjati, Claresta Nolanja A., Salsabina Umaiyo, dan Fahira Azkiya S., terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Terima kasih atas doa, dukungan, perhatian, dan semangat yang selalu diberikan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Kehadiran kalian menjadi penguat bagi penulis dalam menghadapi berbagai proses selama perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
4. Kepada almamater tercinta, Program Studi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang telah menjadi tempat penulis menimba ilmu, pengalaman, serta membentuk banyak pelajaran berharga selama masa perkuliahan.
5. Kepada Dosen Pembimbing Skripsi Abdul Ghofar Saifudin, M.S.I., Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala waktu, tenaga, arahan, serta ilmu yang telah diberikan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Kepada Dosen Penasihat Akademik Dr. H. AM. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag. selaku yang telah mengarahkan penulis selama masa perkuliahan.
7. Kepada sahabat dan teman-teman terbaik penulis, Fatika Fairuz Shada, Khuly Shofiana, Khafidoh Kholifah Al Rosyadah, Anin Widyasari, Bella Hazara, Dinda Safira, dan Nailun Naja. Terima kasih telah hadir dan menjadi bagian dari perjalanan penulis selama masa perkuliahan. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, bantuan, canda tawa, cerita, serta semangat yang selalu diberikan di

tengah proses yang tidak mudah. Kehadiran kalian memberikan banyak warna dan kenangan indah yang tidak akan pernah terlupakan.

8. Kepada teman-teman Akuntansi Syariah angkatan 2022, terima kasih telah kebersamai perjalanan perkuliahan ini dari awal hingga akhir. Terima kasih atas kebersamaan, pengalaman, perjuangan, dan kenangan yang telah dilalui bersama. Semoga segala langkah dan cita-cita kita dimudahkan dan diberikan kesuksesan oleh Allah SWT.
9. Dan terakhir, persembahkan ini penulis tujukan untuk diri sendiri, Tsania Umairo. Terima kasih karena telah mampu bertahan sejauh ini. Terima kasih karena tidak menyerah meskipun banyak rasa lelah, takut, kecewa, dan ingin berhenti di tengah jalan. Terima kasih telah terus berusaha, bangkit, dan percaya bahwa semua proses yang dijalani akan membawa pada hasil yang terbaik. Skripsi ini menjadi bukti bahwa penulis mampu melewati setiap tantangan dan proses yang ada. Semoga apa yang telah diperjuangkan hari ini menjadi langkah awal menuju masa depan yang lebih baik, penuh keberkahan, kebahagiaan, dan kesuksesan.

ABSTRAK

TSANIA UMAIRO. Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) dan *Zakat Performance Ratio* (ZPR) terhadap Reputasi Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2020-2024

Perbankan syariah tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga memiliki tanggung jawab sosial yang diwujudkan melalui *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) dan *Zakat Performance Ratio* (ZPR). Kedua aspek tersebut diharapkan mampu meningkatkan reputasi perusahaan di mata *stakeholder*. Selain itu, ukuran perusahaan diperkirakan dapat memperkuat hubungan antara ICSR dan ZPR terhadap reputasi perusahaan pada Bank Umum Syariah di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ICSR dan *Zakat Performance Ratio* (ZPR) terhadap reputasi perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pada Bank Umum Syariah di Indonesia. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode analisis regresi data panel dan MRA menggunakan aplikasi EViews 13. Pengumpulan data menggunakan teknik purposive sampling. Data penelitian berupa laporan tahunan (*annual report*) Bank Umum Syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) periode 2020-2024 dengan jumlah sampel sebanyak 6 Bank Umum Syariah dan total 30 data penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ICSR secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan sedangkan *Zakat Performance Ratio* (ZPR) berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan. Secara simultan ICSR dan *Zakat Performance Ratio* (ZPR) berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan. Selain itu, ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi hubungan antara ICSR dan *Zakat Performance Ratio* (ZPR) terhadap reputasi perusahaan.

Kata Kunci: ICSR, ZPR, Reputasi Perusahaan, Ukuran Perusahaan.

ABSTRACT

TSANIA UMAIRO. The Influence of Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) and Zakat Performance Ratio (ZPR) on Corporate Reputation, with Firm Size as a Moderating Variable, in Sharia Commercial Banks in Indonesia (2020–2024 Period).

Sharia banking is not solely profit-oriented; it also bears social responsibilities manifested through Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) and the Zakat Performance Ratio (ZPR). These two aspects are expected to enhance corporate reputation in the eyes of stakeholders. Furthermore, firm size is hypothesized to strengthen the relationship of ICSR and ZPR with the corporate reputation of Sharia Commercial Banks in Indonesia.

This study aims to examine the influence of ICSR and the Zakat Performance Ratio (ZPR) on corporate reputation, with firm size serving as a moderating variable, among Sharia Commercial Banks in Indonesia. The study employs a quantitative approach utilizing panel data regression analysis and Moderated Regression Analysis (MRA) via EViews 13 software. Data collection was conducted using purposive sampling. The data consists of annual reports from Sharia Commercial Banks registered with the Financial Services Authority (OJK) for the 2020–2024 period, comprising a sample of six banks and a total of 30 data points.

The results indicate that, individually, ICSR does not have a significant effect on corporate reputation, whereas the Zakat Performance Ratio (ZPR) does have a significant effect. However, when considered simultaneously, both ICSR and the Zakat Performance Ratio (ZPR) significantly influence corporate reputation. Additionally, firm size does not moderate the relationship of ICSR and the Zakat Performance Ratio (ZPR) with corporate reputation.

Keywords: ICSR, ZPR, Corporate Reputation, Company Size.

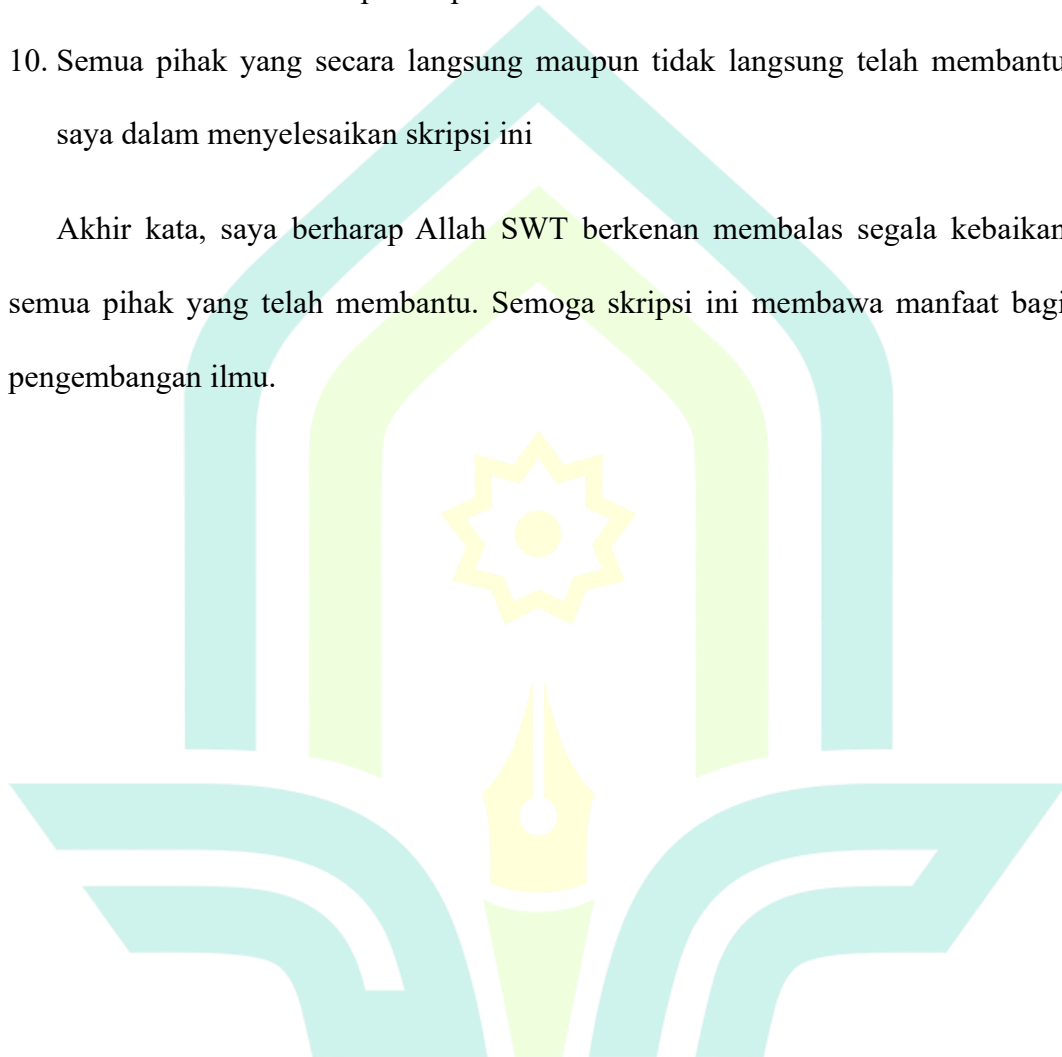
KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat- Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Akuntansi Syariah Program Studi Akuntansi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Dr. H. AM. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag. selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Dr. Kuat Ismanto, M.Ag, selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Ade Gunawan, M.M. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Ria Anisatus Sholihah, S.E., M.S.A., selaku Sekretaris Program Studi Akuntansi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Abdul Ghofar Saifudin, M.S.I selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.

7. Dr. H. AM. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag. selaku Dosen Penasihat Akademik.
8. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.
9. Sahabat dan teman saya yang telah membantu, mendukung, menemani, dan memberi warna selama proses perkuliahan.
10. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xv
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR.....	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
D. Sistematika Pembahasan	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
A. Landasan Teori	16
B. Telaah Pustaka.....	24
C. Kerangka Berpikir.....	33
D. Hipotesis.....	34

BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Jenis Penelitian.....	39
B. Pendekatan Penelitian	39
C. <i>Setting</i> Penelitian.....	39
D. Populasi dan Sampel	40
E. Variabel Penelitian	43
F. Sumber Data.....	46
G. Teknik Pengumpulan Data	46
H. Metode Analisis Data	46
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	57
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	57
B. Analisis Data	58
C. Pembahasan.....	69
BAB V PENUTUP	78
A. Kesimpulan	78
B. Keterbatasan Penelitian.....	80
C. Implikasi Teoritis dan Praktis.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN.....	I

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi Arab – Latin yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 158/1987 dan No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap dalam Bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang dipandang sulit diserap dalam Bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

1. Konsonan

Fonemkonsonan Bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	z	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye

ص	Ṣad	ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
	Ha	H	Ha

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal (*monoftong*) dan vokal rangkap (*diftong*).

1) Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	a	a
ِ	Kasrah	i	i
ُ	Dhammah	u	u

2) Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ. اِ..	Fathah dan ya	ai	a dan i
وُ. اِ..	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh :

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa'ala
- سُئِلَ su'ila
- يَذْهَبُ yaẓhabu
- كَيْفَ kaifa
- هَوَّلَ haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
اِ. اِ. اِ. اِ..	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
اِ. اِ. اِ. اِ..	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
اِ. اِ. اِ. اِ..	Hammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh :

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

4. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

- a. Ta'marbutah hidup

Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah “t”.

b. Ta'marbutah mati

Ta'marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

- c. Kalau pada kata terakhir dengan ta'marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta'marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnahal-munawwarah/
al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةُ talhah

5. **Syaddah (Tasydid)**

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- رَبَّنَا rabbanā
- الْبِرُّ al-birr

6. **Kata Sandang**

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
- b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah atau qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُونَ ta'khuḏūna
- النَّوْءُ an-nau'
- شَيْئٌ syai'un
- إِنَّ inna

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَإِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- اَلْحَمْدُ لِلّٰهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اَللّٰهُ غَفُوْرٌ رَّحِيْمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلّٰهِ اَمْرٌ جَمِيْعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

10. Tajwid

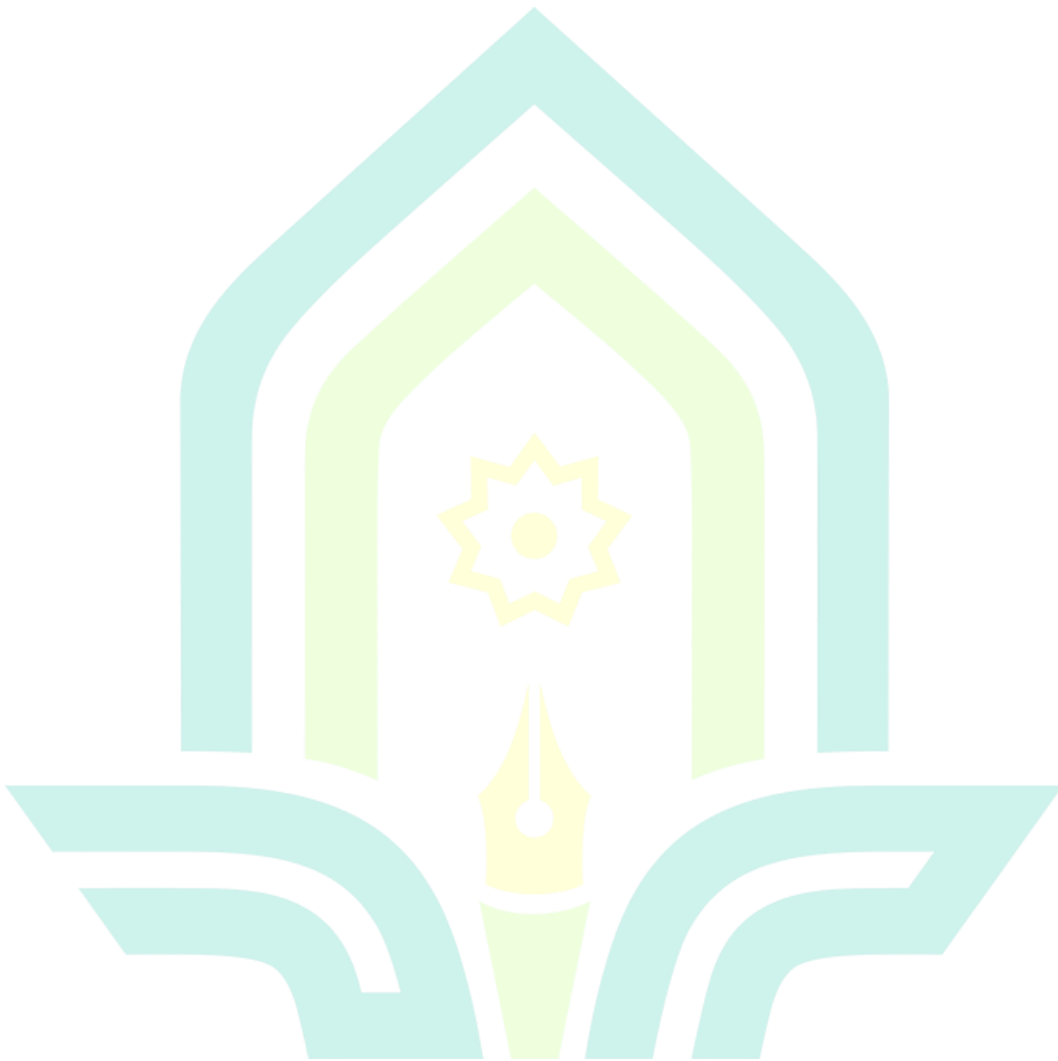
Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu di sertai dengan pedoman Tajwid.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3. 1 Daftar Populasi Penelitian.....	40
Tabel 3. 2 Kriteria Sampel	41
Tabel 3. 3 Daftar Sampel Penelitian.....	42
Tabel 3. 4 Definisi Operasional Variabel	43
Tabel 3. 5 Pemilihan Model Regresi Data Panel.....	50
Tabel 4. 1 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	60
Tabel 4. 2 Hasil Uji Chow.....	62
Tabel 4. 3 Hasil Uji Hausman	63
Tabel 4. 4 Hasil Uji Multikolinearitas.....	64
Tabel 4. 5 Hasil Uji Regresi Data Panel.....	66
Tabel 4. 6 Hasil Uji T.....	67
Tabel 4. 7 Hasil Uji F.....	69
Tabel 4. 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	70
Tabel 4. 9 Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA).....	70
Tabel 4. 10 Ringkasan Hasil Penelitian.....	69

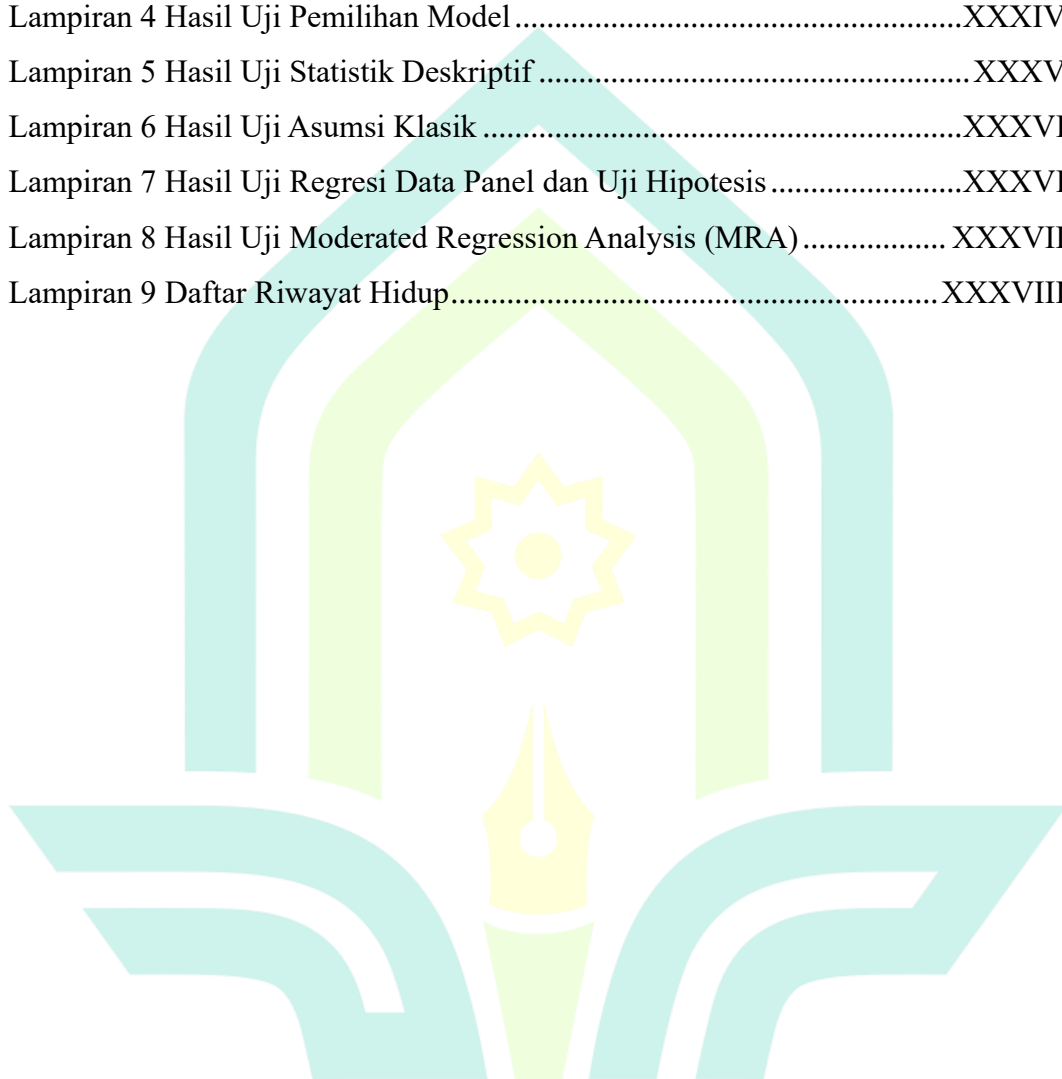
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	33
Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Populasi, Eliminasi dan Sampel Penelitian	I
Lampiran 2 Data Mentah Laporan Keuangan (X1)	III
Lampiran 3 Rangkuman Data Penelitian	XXXIII
Lampiran 4 Hasil Uji Pemilihan Model	XXXIV
Lampiran 5 Hasil Uji Statistik Deskriptif	XXXV
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik	XXXVI
Lampiran 7 Hasil Uji Regresi Data Panel dan Uji Hipotesis	XXXVI
Lampiran 8 Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA)	XXXVII
Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup	XXXVIII



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perekonomian syariah sekarang ini tengah menjadi pokok bahasan yang banyak diminati untuk didiskusikan, diantaranya yang terkait dengan perbankan syariah (Syurmita & Fircarina, 2020). Dalam perekonomian saat ini, perbankan syariah berkontribusi secara signifikan. Secara umum, perbankan syariah pada dasarnya menjalankan fungsi yang sama seperti perbankan konvensional, yakni sebagai institusi intermediasi sektor finansial dengan sektor riil. Namun, kedua perbankan tersebut memiliki perbedaan fundamental dalam orientasi operasionalnya. Perbankan konvensional fokus utamanya pada profit oriented. Sedangkan perbankan syariah berfokus dalam menghubungkan sektor keuangan menuju sektor riil ekonomi (Sitepu, 2015). Salah satu institusi keuangan berbasis syariah yang memiliki visi dan misi yang luhur adalah perbankan syariah. Perbankan syariah tidak semata-mata berorientasi pada profit serta membangun citra positif di mata masyarakat. Namun, lembaga perbankan syariah pun turut memperhatikan dimensi sosial dalam lingkungan organisasinya (Septian et al., 2022).

Perbankan syariah harus selaras dengan tujuan tersebut, yaitu dalam menghasilkan keuntungan dan menumbuhkan citra yang baik kepada masyarakat, dengan memperhatikan aspek sosial perusahaan yang menjadi prioritas dalam setiap operasionalnya. Apabila dipandang dari segi orientasi profit, bank syariah dituntut mencapai profitabilitas yang optimal untuk

mempertahankan kelangsungan bisnis atau operasionalnya.. Sementara itu, dari sudut pandang orientasi sosial, bank syariah diharapkan berkontribusi dalam upaya meningkatkan taraf hidup masyarakat. Komitmen sosial perbankan syariah ditunjukkan melalui beberapa instrumen seperti pemberian pinjaman tanpa bunga (qard al-hasan), mengatur penghimpunan dan distribusi dana zakat, infaq, serta sedekah (ZIS), dan mengutamakan pendanaan berdasarkan prinsip bagi hasil (mudharabah dan musyarakah) yang mencerminkan fungsi sosial perbankan syariah tersebut (Hadinata, 2019).

Pertumbuhan aset yang terjadi pada perbankan syariah, belum dapat menunjukkan bahwa kinerja bank syariah lebih baik dibandingkan lembaga perbankan konvensional. Kondisi ini sebagian besar dipengaruhi oleh keterbatasan akses dan ketersediaan produk keuangan syariah, rendahnya tingkat pemanfaatan produk, minimnya literasi masyarakat mengenai keuangan syariah, dan perlunya penguatan pengawasan dari para pemangku kepentingan disamping kebijakan yang mendukung perkembangan perbankan syariah. Untuk mengatasi tantangan tersebut, ICSR dan zakat dapat memainkan peran penting dalam membina sektor perbankan syariah yang berkelanjutan dan berkembang. Upaya tersebut dapat berkontribusi secara signifikan terhadap perekonomian nasional sekaligus mendukung upaya Indonesia dalam meraih status sebagai pusat keuangan syariah global (Syurmita & Fircarina, 2020).

Dalam beberapa tahun terakhir, perbankan syariah di Indonesia menunjukkan pertumbuhan aset dan pembiayaan yang terus meningkat terutama setelah proses konsolidasi dan merger bank syariah nasional. Selain

itu, juga disebabkan oleh bertambahnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pedoman syariah dalam aktivitas ekonomi. Namun, pada 2022 terjadi perlambatan pertumbuhan Dana Pihak Ketiga (DPK) di industri perbankan syariah, yang menunjukkan adanya penurunan kepercayaan sebagian masyarakat terhadap stabilitas dan layanan Bank Umum Syariah meskipun industri mengklaim sedang bertumbuh. Masyarakat tidak hanya menilai kinerja bank dari segi layanan atau keuntungan, tetapi juga dari seberapa besar kontribusi sosial yang diberikan. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan mengenai faktor-faktor yang dapat memperkuat kembali reputasi bank syariah, termasuk peran aktivitas sosial seperti ICSR dan penyaluran zakat dalam membangun persepsi positif masyarakat (Ilmi et al., 2020).

Dalam praktiknya, pelaksanaan ICSR dan pelaksanaan kewajiban zakat di lingkungan Bank Umum Syariah sering kali belum maksimal atau kurang transparan. Banyak masyarakat yang belum mengetahui dengan jelas tentang zakat yang dikelola atau program-program sosial yang dijalankan oleh perbankan syariah. Hal ini menimbulkan persepsi negatif atau ketidakpercayaan masyarakat terhadap komitmen sosial bank syariah, yang pada akhirnya dapat memengaruhi reputasi perusahaan (Syurmita & Fircarina, 2020).

Padahal, reputasi berperan sebagai salah satu aspek penting yang menentukan keberlangsungan dan keunggulan kompetitif suatu perusahaan, terutama dalam sektor perbankan (Baruah & Panda, 2020). Selain itu, ukuran perusahaan juga memengaruhi persepsi masyarakat, di mana bank yang lebih besar cenderung dianggap lebih kredibel dan dipercaya, sedangkan bank yang

lebih kecil diharuskan lebih keras dalam mendapatkan kepercayaan publik (Kaur & Singh, 2021). Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan masyarakat terhadap peran sosial bank syariah dan realisasi di lapangan.

Pemilihan Bank Umum Syariah (BUS) sebagai objek penelitian ini didasarkan pada karakteristiknya sebagai lembaga keuangan yang dalam aktivitas operasionalnya mengacu pada kaidah-kaidah syariah sehingga membedakannya dari perbankan konvensional, terutama dalam hal penerapan sistem bagi hasil dan pelaksanaan tanggung jawab sosial serta zakat yang dikeluarkan oleh perusahaan (Etika et al., 2024). Pada bank umum konvensional tidak terdapat aturan yang secara khusus mewajibkan perusahaan untuk membayarkan zakat perusahaan, bank umum konvensional lebih mengedepankan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Berbeda dengan bank umum syariah yang telah ditentukan oleh Undang-undang terkait pelaksanaan ICSR dan zakat perusahaan (Hariyanto & Al-Humaidy, 2017). Keberadaan Bank Umum Syariah yang berkembang pesat dan bersaing dengan bank konvensional mengharuskan adanya pengelolaan reputasi yang baik melalui praktik ICSR dan pengelolaan zakat. Dengan menjadikan BUS sebagai objek penelitian, diharapkan mampu menyajikan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai praktik ICSR dan zakat dalam meningkatkan reputasi Bank Umum Syariah. Penelitian ini menggunakan data tahun 2020 hingga 2024, karena mencakup periode yang terdampak pandemi COVID-19 dan fase pemulihan ekonomi yang berpotensi memengaruhi praktik ICSR, kebijakan zakat

perusahaan, dan perilaku nasabah bank umum syariah, serta reputasi bank syariah yang berubah di tengah tekanan eksternal besar, dan memastikan ketersediaan laporan tahunan serta data keuangan yang dibutuhkan untuk pengukuran variabel.

Semakin bertumbuhnya perbankan syariah sekarang ini, menyebabkan meningkatnya persaingan antara sektor perbankan syariah dan konvensional. Dengan semakin pesatnya kemajuan perbankan syariah, membuktikan bahwa semakin bertambahnya minat masyarakat terhadap perbankan syariah. Maka dari itu, persepsi masyarakat terhadap suatu bank sangatlah penting, dengan reputasi sebagai salah satu faktor krusial dalam kemajuan kegiatan bisnis. Reputasi perusahaan merupakan pandangan *stakeholder* terhadap konsistensi perilaku perusahaan, bagaimana perusahaan berjalan dan dijalankan (Daromes & Gunawan, 2020). Baruah & Panda (2020) juga berpendapat bahwa reputasi perusahaan merupakan aset tidak berwujud yang aktif dan dibangun dengan penilaian dan pertimbangan konsisten terhadap karakteristik perusahaan untuk mempengaruhi mindset para pengambil keputusan. Perusahaan dengan reputasi yang baik akan mudah dalam melakukan kerjasama, karena *stakeholder* lebih memilih menjalankan bisnisnya dengan perusahaan yang mempunyai reputasi baik. Pada akhirnya, hal ini memberikan keuntungan bagi perusahaan yang memiliki keunggulan dibandingkan para pesaingnya (Daromes et al., 2022).

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah salah satu unsur yang dapat memberikan pengaruh terhadap reputasi perusahaan. Pada sektor keuangan, CSR memainkan peran penting dalam mendukung pertumbuhan dan

keberlanjutan jangka panjang perusahaan dengan memperhatikan kepentingan berbagai pemangku kepentingan. Tantangan dalam menjaga citra publik yang positif menjadi dasar bank di Indonesia menerapkan pelaporan CSR. Praktik pelaporan CSR ini dibentuk berlandaskan pada prinsip serta aturan yang dianut oleh masyarakat. Dalam perbankan syariah, praktik ini selaras dengan prinsip-prinsip agama Islam, yang biasa disebut sebagai ajaran syariah (Ilmi et al., 2020). Kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*) memiliki jenis yang bervariasi, mencakup program kesejahteraan sosial, proyek perawatan kesehatan (seperti mendirikan pusat pelayanan kesehatan), dukungan pendidikan (misalnya peningkatan infrastruktur pendidikan), kegiatan amal, dan berbagai inisiatif lainnya. Melihat manfaat dari *Responsibility* kegiatan CSR ini, Bank Umum Syariah secara aktif ikut berpartisipasi dalam program-program sosial tersebut. Perusahaan yang menjalankan kegiatan CSR ini mendapatkan keuntungan secara tidak langsung berupa citra positif di kalangan masyarakat. Hal ini menjadikan masyarakat lebih percaya terhadap lembaga perbankan tersebut dan masyarakat mempercayakan untuk menyimpan dananya pada bank yang bersangkutan (Arifin & Wardani, 2016).

Corporate Social Responsibility (CSR) dari sudut pandang Islam merupakan perilaku bisnis yang bertanggung jawab yang selaras dengan prinsip-prinsip Islam. Menurut Khurshid, Al-Aali, Soliman, & Amin, (2012), *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) meliputi aspek-aspek ekonomi, hukum, etika, serta filantropi yang berlandaskan prinsip-prinsip Islam yang seluruh unsurnya didasari oleh ajaran Islam sebagaimana termuat dalam Al-

Qur'an dan Hadist. ICSR merupakan suatu aspek krusial bagi perusahaan, yang mencerminkan wujud tanggung jawab kepada masyarakat diluar kepentingan internal dan kinerja ekonomi belaka, hal itu juga menekankan keadilan sosial dan lingkungan yang didasarkan pada prinsip-prinsip hukum Islam (Syurmita & Fircarina, 2020). Berdasarkan AAOIFI (*Accounting and Auditing Organizations for Islamic Financial Institutions*), ICSR mencakup semua aktivitas yang dijalankan oleh lembaga keuangan syariah guna memenuhi berbagai aspek tanggung jawab yang meliputi, kepentingan ekonomi, kepatuhan hukum, penerapan ajaran religius, etika serta tanggung jawab diskresioner sebagai lembaga perantara keuangan (*financial intermediary*) baik untuk kepentingan intitusional maupun individu yang terlibat di dalamnya (Putri & Cahyaningtyas, 2022).

Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) dipilih sebagai salah satu variabel yang diduga mempengaruhi reputasi perusahaan, karena mencerminkan bentuk tanggung jawab sosial yang sesuai dengan prinsip Islam, yang merupakan karakteristik kunci operasional Bank Umum Syariah dan berperan sebagai sinyal non-keuangan yang dapat memengaruhi persepsi publik dan reputasi bank umum syariah. Selain itu, literatur menunjukkan hasil yang beragam terkait pengaruh ICSR terhadap reputasi, sehingga pengujian kembali pada konteks BUS dengan rentang data terbaru (2020–2024) diperlukan untuk memperjelas hubungan empiris dan implikasi kebijakan bagi praktik pelaporan ICSR pada perbankan syariah. Pemilihan ini selaras dengan kerangka *Shariah*

Enterprise Theory yang menempatkan tanggung jawab sosial (termasuk ICSR) sebagai wujud akuntabilitas vertikal dan horizontal perusahaan.

Zakat merupakan salah satu praktik filantropi dalam kerangka *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) yang berfungsi sebagai ibadah *socio-economy* yang memegang peran penting baik dalam ajaran Islam maupun pertumbuhan ekonomi masyarakat. Dalam tradisi Islam, zakat berfungsi sebagai mekanisme pengelolaan kekayaan yang mencerminkan prinsip-prinsip agama, memurnikan dan mendorong berkembangnya aset dengan cara yang halal dan berkah (Ilmi et al., 2020).

Zakat dianggap sebagai salah satu elemen kerangka ICSR yang memandu perusahaan dalam menyeimbangkan tujuan ekonomi dengan tanggung jawab sosial di samping kepentingan bisnis perusahaan (Hariyanto & Al-Humaidy, 2017). Zakat dipandang sebagai alat yang efektif untuk mengentaskan kemiskinan di negara seperti Indonesia. Berkaitan dengan hal tersebut, zakat perusahaan mengacu pada kontribusi yang diberikan perusahaan dari keseluruhan laba bersih perusahaan (Rahim & Sahrullah, 2017). Penerapan manajemen zakat yang dikelola secara efisien, transparan, dan bertanggung jawab, berpotensi dalam menyelesaikan beragam tantangan sosio-ekonomi yang dihadapi oleh masyarakat. Dalam konteks Islam, kedermawanan perusahaan diwadahi dalam sebuah zakat perusahaan (Nurmalia & Ardana, 2019).

Zakat perusahaan pada bank syariah umumnya dihitung menggunakan rasio zakat yang dikembangkan oleh Hameed et al., (2004) yaitu *Zakat*

Performance Ratio (ZPR). *Zakat Performance Ratio (ZPR)* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya zakat yang dikeluarkan oleh Bank Umum Syariah (BUS) berdasarkan nilai aset bersih atau kekayaan bersih yang dimiliki. Rasio ini mencerminkan tingkat kepatuhan bank syariah dalam melaksanakan kewajiban zakat sesuai dengan kemampuan keuangannya (Fatmawati et al., 2025)

Zakat Performance Ratio merupakan salah satu komponen dalam *Islamicity Performance Index* yang digunakan untuk mengevaluasi kinerja bank syariah tidak hanya berdasarkan aspek finansial, tetapi juga berdasarkan penerapan nilai-nilai syariah yang mencerminkan dimensi material maupun spiritual (Wardatuljannah, 2024). Zakat mampu bertindak sebagai insentif untuk menghasilkan laba, yang pada akhirnya menjadi faktor pendorong tercapainya profitabilitas dalam jumlah yang lebih tinggi. Dengan demikian, perusahaan yang memenuhi kewajiban zakatnya dapat memperoleh *feedback* positif bagi perusahaannya (Septian et al., 2022).

Ukuran perusahaan merupakan salah satu aspek lain yang dapat berdampak pada reputasi perusahaan. Ukuran perusahaan menunjukkan seberapa besar skala operasional, aset, dan sumber daya yang dimiliki suatu perusahaan (Apriantini et al., 2022). Ukuran perusahaan dapat ditentukan salah satunya melalui nilai aset yang tercatat pada perusahaan. Perusahaan yang berukuran besar secara rasional memiliki keunggulan dalam hal kemudahan akses terhadap sumber daya yang lebih banyak serta reputasi yang positif. Kondisi ini membuat para *stakeholder* merasa lebih percaya ketika berinteraksi

atau berurusan dengan perusahaan yang berukuran besar (Kaur & Singh, 2021). Terdapat sejumlah riset yang telah dilakukan sebelumnya menyoroti hubungan antara ICSR serta ZPR dengan reputasi perusahaan, namun hasilnya bervariasi. Ketidakkonsistenan yang dijelaskan dibawah ini mendorong peneliti untuk melakukan penelitian ini.

Menurut Syurmita & Fircarina (2020) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa ICSR yang dijalankan oleh Bank Umum Syariah terbukti memiliki dampak positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan. sedangkan, pelaksanaan zakat tidak menunjukkan adanya hubungan yang signifikan dengan citra perusahaan. Namun sebaliknya, Wulandari (2023) dan Wardatuljannah (2024) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa zakat berdampak positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan pada Bank Umum Syariah.

Berdasarkan analisis diatas menunjukan hasil yang bertentangan dalam penelitian sebelumnya. Namun berbeda dengan penelitian yang ada, masih kurangnya penelitian yang mengkaji tentang pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) dan *Zakat Performance Ratio* (ZPR) terhadap reputasi perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Kesenjangan ini memotivasi peneliti untuk melanjutkan penelitian ini dengan mengambil judul “Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) dan *Zakat Performance Ratio* (ZPR) terhadap Reputasi Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2020-2024”

B. Rumusan Masalah

Merujuk pada latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah *Islamic Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap reputasi Bank Umum Syariah?
2. Apakah *Zakat Performance Ratio* berpengaruh terhadap reputasi Bank Umum Syariah?
3. Apakah *Islamic Corporate Social Responsibility* dan *Zakat Performance Ratio* berpengaruh terhadap reputasi Bank Umum Syariah?
4. Apakah *Islamic Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap reputasi Bank Umum Syariah dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi?
5. Apakah *Zakat Performance Ratio* berpengaruh terhadap reputasi Bank Umum Syariah dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tujuan penelitian dilandaskan pada rumusan masalah yang ada, maka:

- a. Mengidentifikasi pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap reputasi Bank Umum Syariah di Indonesia.
- b. Mengidentifikasi pengaruh *Zakat Performance Ratio* terhadap reputasi Bank Umum Syariah di Indonesia.

- c. Mengidentifikasi pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* dan *Zakat Performance Ratio* terhadap reputasi Bank Umum Syariah di Indonesia.
- d. Mengidentifikasi pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap reputasi Bank Umum Syariah di Indonesia dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi.
- e. Mengidentifikasi pengaruh *Zakat Performance Ratio* terhadap reputasi Bank Umum Syariah di Indonesia dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi.

2. Manfaat Penelitian

Diharapkan Penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berharga, baik secara teori maupun praktik.

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi yang bermakna bagi para peneliti yang berfokus pada perbankan syariah khususnya Bank Umum Syariah. Selain itu, penelitian ini dimaksudkan sebagai referensi yang bermanfaat bagi mahasiswa dalam proses penyusunan tugas akhir. Temuan dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi positif bagi pembaca serta menjadi referensi awal untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Penulis

Diharapkan melalui penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman penulis dan memberikan wawasan berharga terkait dengan *Islamic Corporate Social Resonsibility* dan *Zakat Performance Ratio* terhadap reputasi perusahaan, dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pada Bank Umum Syariah. Penelitian ini juga berfungsi sebagai platform untuk menerapkan konsep teoritis dan meningkatkan keterampilan penelitian.

2) Bagi Pengguna Jasa Perbankan

Penelitian ini bertujuan untuk berkontribusi pada industri keuangan dengan mengklasifikasi bagaimana *Islamic Corporate Social Resonsibility* dan *Zakat Performance Ratio* dapat mempengaruhi reputasi perusahaan di Bank Umum Syariah, dengan mempertimbangkan peran moderasi ukuran perusahaan.

3) Bagi Akademisi

Temuan penelitian ini diharapkan mampu menjadi landasan bagi riset-riset berikutnya yang membahas topik serupa, serta menyediakan sumber daya akademik tambahan, terutama sebagai referensi penulisan.

4) Bagi Masyarakat

Menyadari peran penting masyarakat sebagai pemangku kepentingan utama dalam perbankan syariah. Penelitian ini

diharapkan dapat menginspirasi keterlibatan dan penggunaan layanan perbankan syariah lebih besar di masyarakat.

D. Sistematika Pembahasan

Kerangka sistematika penulisan dalam penelitian ini disusun secara sistematis dan terorganisir ke dalam lima bab. Secara lebih rinci, kandungan dari masing-masing bab tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini menyajikan ikhtisar awal penelitian yang dilakukan oleh peneliti, meliputi latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat yang diharapkan.

Bab II Landasan Teori

Bab ini berisi landasan teori yang menjadi dasar utama dalam penelitian, mencakup berbagai teori yang berkaitan erat dengan topik penelitian serta seluruh variabel yang terlibat. Selain itu, bab ini juga membahas hasil penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai rujukan. Selanjutnya, disajikan pula penjelasan mengenai kerangka konseptual yang digunakan untuk mengarahkan penelitian ini, serta uraian mengenai hipotesis yang dikembangkan berdasarkan teori dan penelitian sebelumnya.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini menguraikan secara komprehensif berbagai aspek metodologi penelitian. Di dalamnya dibahas jenis penelitian yang digunakan, pendekatan yang diambil, serta lingkungan atau setting di mana penelitian dilaksanakan. Selain itu, bab ini menjelaskan proses pemilihan populasi dan sampel,

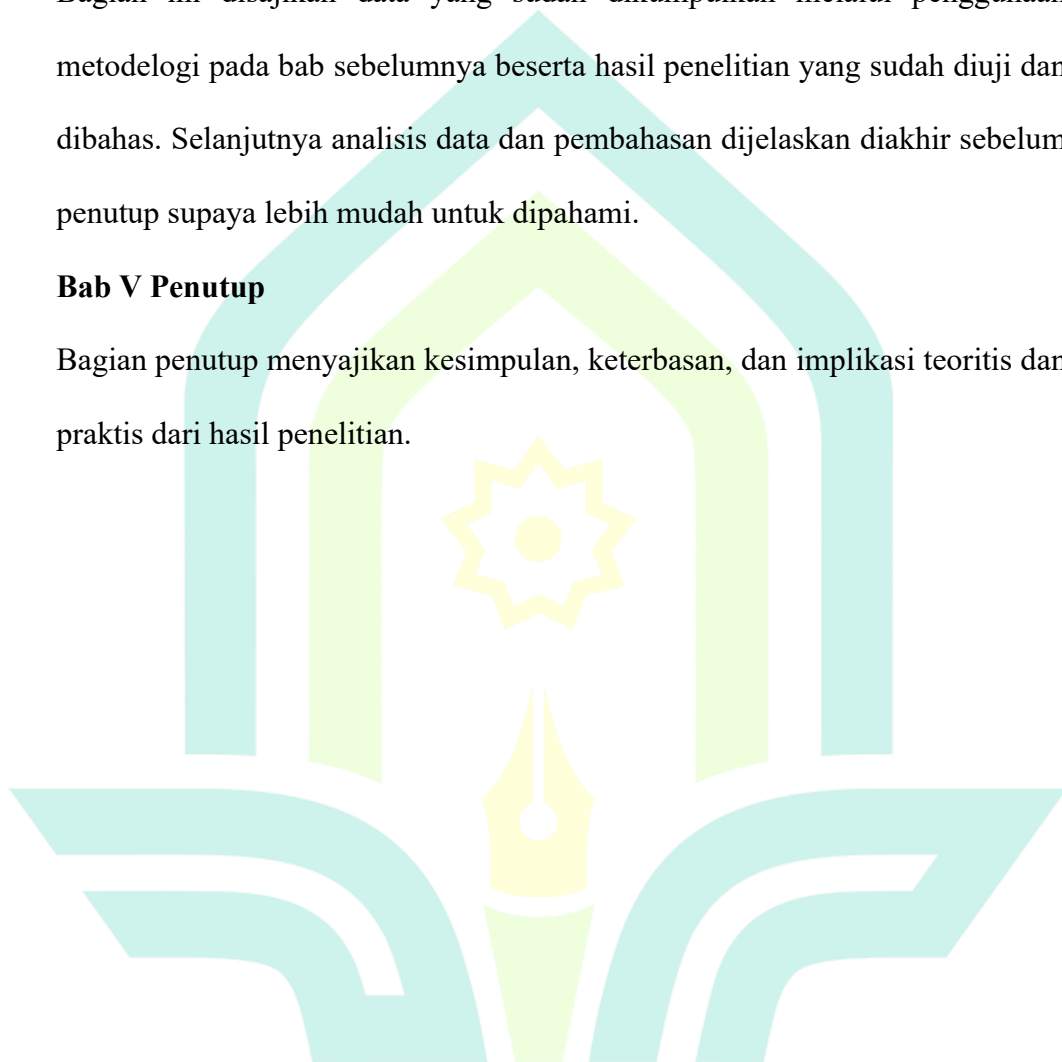
identifikasi variabel yang diteliti, serta sumber data yang dimanfaatkan,serta teknik pengumpulan data yang diterapkan dan metode yang dipilih untuk menganalisis data yang digunakan.

Bab IV Hasil dan Pembahasan

Bagian ini disajikan data yang sudah dikumpulkan melalui penggunaan metodologi pada bab sebelumnya beserta hasil penelitian yang sudah diuji dan dibahas. Selanjutnya analisis data dan pembahasan dijelaskan diakhir sebelum penutup supaya lebih mudah untuk dipahami.

Bab V Penutup

Bagian penutup menyajikan kesimpulan, keterbasan, dan implikasi teoritis dan praktis dari hasil penelitian.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Mengacu pada keseluruhan hasil analisis, penelitian ini menghasilkan sejumlah temuan yang dapat diikhtisarkan sebagai berikut:

1. ICSR tidak terbukti berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial berbasis syariah belum menjadi faktor yang mampu membentuk persepsi positif *stakeholder* terhadap perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa implementasi ICSR masih lebih berorientasi pada pemenuhan kewajiban pelaporan dibandingkan sebagai sarana untuk mewujudkan nilai-nilai kemaslahatan, keadilan, dan akuntabilitas yang menjadi dasar dalam *Shariah Enterprise Theory*.
2. ZPR mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap reputasi perusahaan. Temuan ini mencerminkan bahwa semakin baik kinerja perusahaan dalam menyalurkan zakat, semakin positif pula reputasi perusahaan di mata *stakeholder*. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelaksanaan zakat yang optimal merupakan salah satu wujud nyata komitmen perusahaan terhadap prinsip-prinsip syariah dan tanggung jawab sosial. Pengelolaan zakat yang transparan, akuntabel, serta disertai dengan publikasi yang baik mampu meningkatkan kepercayaan *stakeholder*, sehingga memberikan dampak positif terhadap pembentukan reputasi perusahaan.

3. ICSR dan ZPR terbukti berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan ketika diuji secara simultan. Temuan ini menunjukkan bahwa reputasi perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh satu aspek tanggung jawab sosial syariah secara terpisah, melainkan oleh kombinasi berbagai praktik syariah yang dijalankan secara bersamaan. Oleh karena itu, integrasi antara implementasi ICSR dan ZPR mampu menciptakan pengaruh yang lebih kuat dalam membentuk persepsi positif *stakeholder* terhadap perusahaan.
4. Ukuran perusahaan tidak terbukti mampu memoderasi hubungan antara ICSR dan reputasi perusahaan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa ukuran perusahaan bukan merupakan faktor yang menentukan kuat atau lemahnya pengaruh ICSR terhadap reputasi perusahaan. Oleh karena itu, efektivitas penerapan ICSR dalam meningkatkan reputasi perusahaan lebih ditentukan oleh kualitas, konsistensi, dan kebermanfaatan program yang dijalankan daripada besarnya skala perusahaan.
5. Ukuran perusahaan tidak terbukti secara statistik mampu menjalankan peran moderasi yang signifikan dalam memodifikasi hubungan antara variabel ZPR dan reputasi perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa efektivitas zakat dalam membentuk reputasi perusahaan tidak dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Kondisi tersebut selaras dengan prinsip *Shariah Enterprise Theory* yang menekankan bahwa tanggung jawab sosial dan spiritual merupakan kewajiban yang melekat pada setiap perusahaan, terlepas dari besar atau kecilnya skala perusahaan.

B. Keterbatasan Penelitian

Terdapat sejumlah keterbatasan dalam pelaksanaan penelitian yang perlu diperhatikan, antara lain:

1. Variabel independen yang digunakan hanya terbatas pada ICSR dan ZPR, sehingga keterbatasan jumlah variabel ini mengakibatkan kapasitas model dalam menerangkan variasi reputasi perusahaan menjadi terbatas dan belum optimal.
2. Periode Pengukuran reputasi perusahaan masih menggunakan pendekatan kuantitatif yang didasarkan pada data sekunder, sehingga belum mampu menangkap persepsi *stakeholder* secara langsung dan mendalam.
3. Cakupan periode pengamatan yang hanya terbentang selma lima tahun, yakni dari tahun 2020 hingga 2024, mengakibatkan temuan penelitian ini belum dapat menggambarkan dinamika dan pola hubungan antarvariabel dalam perspektif jangka panjang secara komprehensif.

C. Implikasi Teoritis dan Praktis

Mengacu pada keseluruhan hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, penelitian ini memberikan sumbangsih yang mencakup dimensi teoritis dan dimensi praktis sekaligus. Berikut adalah implikasi yang dapat diturunkan dari hasil temuan:

1. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini memperkaya literatur mengenai *Sharia Enterprise Theory* (SET), khususnya dalam menjelaskan implementasi nilai-nilai syariah dalam kegiatan operasional Bank Umum Syariah. SET

menekankan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab tidak hanya kepada manusia (*stakeholder*), tetapi juga kepada Allah SWT dan lingkungan melalui pelaksanaan aktivitas yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Temuan penelitian menunjukkan bahwa *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) belum memberikan pengaruh secara parsial terhadap reputasi perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa pengungkapan aktivitas sosial berbasis syariah belum sepenuhnya mampu membentuk persepsi positif *stakeholder* terhadap reputasi perusahaan.

Di sisi lain, *Zakat Performance Ratio* (ZPR) terbukti berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa implementasi kewajiban syariah yang tercermin melalui kinerja penyaluran zakat mampu meningkatkan kepercayaan dan citra positif perusahaan di mata *stakeholder*. Dengan demikian, penelitian ini memberikan dukungan empiris terhadap *Sharia Enterprise Theory* bahwa implementasi nilai-nilai syariah yang diwujudkan melalui pengelolaan zakat secara optimal memiliki kontribusi nyata dalam membangun reputasi perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini mempertegas bahwa efektivitas penerapan prinsip-prinsip syariah dalam meningkatkan reputasi perusahaan tidak hanya bergantung pada pengungkapan tanggung jawab sosial, tetapi juga pada pelaksanaan kewajiban syariah yang memiliki dampak nyata bagi masyarakat.

2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini memberikan implikasi bagi manajemen Bank Umum Syariah bahwa implementasi *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) dan *Zakat Performance Ratio* (ZPR) perlu terus ditingkatkan sebagai bagian dari strategi dalam membangun reputasi perusahaan. Tidak signifikkannya pengaruh ICSR secara parsial menunjukkan bahwa pelaksanaan dan pengungkapan program tanggung jawab sosial berbasis syariah masih perlu dioptimalkan agar lebih tepat sasaran, memberikan manfaat yang nyata bagi masyarakat, serta dikomunikasikan secara efektif kepada para *stakeholder*.

Sementara itu, pengaruh signifikan *Zakat Performance Ratio* (ZPR) terhadap reputasi perusahaan menunjukkan bahwa pengelolaan dan penyaluran zakat yang dilakukan secara optimal mampu meningkatkan kepercayaan, citra, dan reputasi Bank Umum Syariah di mata masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan perlu memastikan bahwa pengelolaan zakat dilakukan secara transparan, akuntabel, tepat sasaran, serta sesuai dengan ketentuan syariah. Selain itu, publikasi mengenai kinerja zakat perusahaan juga perlu ditingkatkan agar *stakeholder* mengetahui komitmen perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosial dan spiritualnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, A. N. (2020). *Pengaruh Return On Asset (Roa), Return On Equity (Roe) Dan Net Profit Margin (Npm) Terhadap Pengeluaran Zakat Dengan Moderasi Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia Tahun 2014-2019*.
- Amin, N. F., Garancang, S., Abunawas, K., Makassar, M., Negeri, I., & Makassar, A. (2023). *Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian*. 14(1), 15–31.
- Anggraeni, A. O., & Gultom, M. S. (2024). *Pengaruh Zakat Dan Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Kinerja Keuangan Dan Reputasi Bank Umum Syariah*. 10 (1), 104–115.
- Apriantini, N. M., Widhiastuti, N. L. P., & Novitasari, N. L. G. (2022). *Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan*. *Inovasi*, 18 (2), 294–304. <https://doi.org/10.30872/Jinv.V18i2.10617>
- Arifin, J., & Wardani, E. A. (2016). *Islamic Corporat Social Responsibility Disclosure, Reputasi, Dan Kinerja Keuangan: Studi Pada Bank Syariah Di Indonesia*. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 20 (1), 38–46. <https://doi.org/10.20885/Jaai.Vol20.Iss1.Art4>
- Aryawati, F. J., Irkhani, N., & Chuzairi, A. (2022). *The Effect Of Islamic Corporate Social Responsibility, Corporate Zakat, Liquidity And Company On Financial Performance Of Sharia Banks*. *Islamic Accounting Journal*, 2 (2), 15–27. <https://doi.org/10.18326/Iaj.V2i2.15-27>
- Baruah, L., & Panda, N. (2020). *Measuring Corporate Reputation: A Comprehensive Model With Enhanced Objectivity*.
- Basuki, A. T. (2021). *Analisis Data Panel Dalam Penelitian Ekonomi Dan Bisnis (Dilengkapi Dengan Penggunaan Eviews)*
- Berliana, A. (2026). *Pengaruh Corporate Social Responsibility, Zakat Performance Ratio Dan Islamic Social Reporting Terhadap Stabilitas Kinerja Keuangan Dengan Islamic Corporate Goverance Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Bank Umum Syariah Indonesia Periode 2019-2024)*. Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Daromes, F. E., & Gunawan, S. R. (2020). *Joint Impact Of Philanthropy And Corporate Reputation On Firm Value*. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 12(1), 1–13. <https://doi.org/10.15294/Jda.V12i1.21747>
- Daromes, F. E., Jao, R., Lukman, L., & Wiasal, R. (2022). *An Investigation Of How Firm Size Affects Firm Value Through Corporate Reputation*. *Akrual: Jurnal Akuntansi*, 13(2), 187–200. <https://doi.org/10.26740/Jaj.V13n2.P187-200>
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, Ha., Sylvia, D., Adnyana, I. M. D. M., Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gebang, A. A.

- (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif* (T. S. Tambunan (Ed.)). Media Sains Indonesia.
- Dermawan, & Fasa, M. I. (2020). *Manajemen Lembaga Keuangan Syariah* (D. M. Lestari (Ed.)). Uny Press.
- Dwi, J., Rizwanti, R., & Aftian, R. Y. (2023). *Islamic Corporate Social Responsibility Effect On Financial Islamic Banking Is A Sharia Financial Institution That Complies With Islamic Sharia*.
- Etika, C., Fachri, A., & Amalia, I. (2024). Pengaruh Zakat Terhadap Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah Dengan Model Sharia Conformity And Profitabilty (Scnp) Di Indonesia. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking And Finance*, 7 (1), 339–348.
- Fathonih. (2019). *The Zakat Way: Strategi Dan Langkah-Langkah Optimasi Fungsi Zakat Dalam Menyejahterakan Fakir-Miskin Di Indonesia*.
- Fatmawati, N., Hilal, S., & Malik, A. (2025). *Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility, Islamic Corporate Governance, Dan Zakat Performance Ratio Terhadap Kinerja Keuangan Pada Bank Umum Syariah Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi: Periode 2019-2023*. 7, 2733–2751. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V7i8.7949>
- Firdaus. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (F. N. Fatullah (Ed.); Pertama). Dotplus Publisher.
- Firmansyah, I., Rusydiana, A. S., Kunci, K., & Islam, B. (2013). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengeluaran Zakat Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Liquidity*, 2 (2), 110–116.
- Hadinata, S. (2019). Islamic Social Reporting Index Dan Kinerja Keuangan Pada Perbankan Syariah Di Indonesia. *Ekbis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 72. <https://doi.org/10.14421/Ekbis.2018.2.1.1099>
- Hameed, S., Wirman, A., Alrazi, B., Nor, M. N. B. M., & Pramono, S. (2004). *Alternative Disclosure & Performance Measures For Islamic Banks*. 1–37.
- Hariyanto, E., & Al-Humaidy, M. A. (2017). *Pelaksanaan Corporate Social Responbility Dan Zakat Perusahaan Pada Lembaga Keuangan Syariah*.
- Hikmah, F. (2019). *Pengaruh Zakat Dan Islamic Corporate Social Responsibility (Icsr) Terhadap Profitabilitas Dengan Reputasi Perusahaan Sebagai Variabel Intervening*.
- Ichwan Sidik. (2016). *Pengaruh Zakat Dan Islamic Corporate Social Responsibility (Icsr) Terhadap Reputasi Dan Kinerja Perusahaan* (Vol. 4, Issue June).
- Ilmi, N., Fatimah, S., & Sumarlin. (2020). Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility (Icsr) Dan Zakat Perusahaan Terhadap Kinerja Perbankan

- Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating Pada Perbankan Syariah Di Indonesia (Periode 2015-2019). *Ibef*, 1(1), 95–118.
- Isbanah, Y. (2015). Pengaruh Esop, Leverage, And Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*.
- Kamelia, A. Z. (2025). *Pengaruh Zakat Performance Ratio Terhadap Return On Asset Pada Bank Syariah Indonesia*. 10(204), 1820–1831.
- Kaur, A., & Singh, B. (2021). *Does Firm's Size Speak Of Its Reputation? Indian Evidence*.
- Khurshid, M. A., Al-Aali, A., Soliman, A. A., & Amin, S. M. (2012). *Developing An Islamic Corporate Social Responsibility Scale (Icsr)*.
- Kurniati, P. (2023). *Buku Ajar Teori Akuntansi Syariah*.
- Kusumaningtyas, E., Sugiyanto, Subagyo, E., Adinugroho, W. C., Jacob, J., Berry, Y., Nuraini, A., Sudjono, & Syah, S. (2022). *Konsep Dan Praktik Ekonometrika Menggunakan EvIEWS*. Academia Publication.
- Mais, R. G., & Hastuti, D. D. (2023). Profitability And Zakat Payment : The Role Of Firm Size. *Riset Manajemen Dan Bisnis*, 8.
- Meilani, Andraeny, & Rahmawati. (2016). Analisis Kinerja Perbankan Syariah Di Indonesia Dengan Menggunakan Pendekatan Islamicity Indices. *Syariah Paper Accounting Feb Ums*.
- Muhammad Setyo Bawono. (2022). Peran Islamic Corporate Governance Dan Islamic Corporate Social Responsibility Terhadap Reputasi Perusahaan Serta Kinerja Keuangan. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4, 5468–5481.
- Napitupulu, R. B., Simanjuntak, T. P., Hutabarat, L., Damanik, H., Harianja, H., Sirait, R. T. M., & Tobing, C. E. R. L. (2021). Penelitian Bisnis Teknik Dan Analisis Data Dengan Spss – Stata – EvIEWSm. In *Madanatera* (1st Ed.).
- Nastiti, Batubara, M., & Syarvina, W. (2023). The Influence Of Islamic Corporate Governance And Islamic Corporate Social Responsibility On Reputation With Company Performance As A Variable Moderating (At Commercial Banks Sharia 2017-2021). *Pkm-P*, 7(2), 324. <https://doi.org/10.32832/jurma.v7i2.2112>
- Ningsih, R. S., Suryanto, T., & Rifan, D. F. (2024). Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility (Icsr). *Jurnal Akuntansi Dan Audit Syariah (Jaais)*, 5(1), 16–32.
- Nurmalia, G., & Ardana, Y. (2019). Analisis Pelaporan Zakat, Icsr, Dewan Pengawas Syariah Dan Leverage Dalam Mengungkapkan Kinerja Bank Umum Syariah Di Indonesia. *Cakrawala: Jurnal Studi Islam*, 14(2), 113–122. <https://doi.org/10.31603/cakrawala.v14i2.3093>

Ojk. (2024). *Statistik Perbankan Syariah. December.*

Pramesti, V. A., Ekonomi, F., Islam, U., & Agung, S. (2024). *Pengaruh Islamic Corporate Governance (Icg), Islamic Corporate Social Responsibility (Icsr), Dan Risiko Pembiayaan Terhadap Kinerja Keuangan.*

Pramiana, O., Anisah, N., Pramiana, O., & Anisah, N. (2018). *Implementasi Corporate Social Responsibility (Csr) Dalam Perspektif Syariah Enterprise Theory. 13(2), 169–182.*

Putri, K. K., & Cahyaningtyas, F. (2022). *Disclosure Of Islamic Corporate Social Responsibility In Sharia Banking.* <https://doi.org/10.32815/Ecosia.Vi.27>

Radliyah, D. R. (2025). *Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Dan Intellectual Capital (Ic) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Issue Ic).* Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang 2025.

Rahayu, T. P., & Budi S., A. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Islamic Social Reporting Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index Periode 2010-2013. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi, 5(2), 109.* <https://doi.org/10.19184/Ejeba.V5i2.8644>

Rahim, S., & Sahrullah. (2017). Pengelolaan Zakat Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma, 8, 200–215.* <https://doi.org/10.18202/Jamal.2017.04.7049>

Riyanto, B. (2013). *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan (4th Ed.).*

Septian, Y. (2021). Pengaruh Zakat Dan Islamic Corporate Social Responsibility (Icsr) Terhadap Reputasi Dan Kinerja Keuangan Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode 2016-2019. In *Pharmacognosy Magazine (Vol. 75, Issue 17).*

Septian, Y., Eliza, A., & Bahtiar, M. Y. (2022). Zakat, Islamic Corporate Social Responsibility Dan Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam, 10(1), 5–30.* <https://doi.org/10.35836/Jakis.V10i1.274>

Sitepu, N. I. (2017). Peran Bank Syariah Dalam Pengendalian Harga (Studi Analisis Terhadap Perbankan Syariah Di Indonesia). *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam, 1(1), 55–74.* <https://doi.org/10.24815/Jped.V1i1.6520>

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D.* Alfabeta.

Syaputri, A. (2025). *Pengaruh Islamic Performance Index, Operating Cost, Ukuran Perusahaan, Dan Dana Pihak Ketiga Terhadap Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah Dan Unit Usaha Syariah Di Indonesia.* Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Syurmita, & Fircarina, M. J. (2020). Pengaruh Zakat, Islamic Corporate Social Responsibility Dan Penerapan Good Governance Bisnis Syariah Terhadap

- Reputasi Dan Kinerja Bank Umum Syariah Di Indonesia. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(2), 87. <https://doi.org/10.36722/Jaiss.V1i2.463>
- Triyuwono, I. (2001). *Metafora Zakat Dan Shari'ah Enterprise Theory Sebagai Konsep Dasar Dalam Membentuk Akuntansi Syari'ah*. 5(2), 131–145.
- Umiyati, Muhibuddin, Suswanto, R. E., & Haningdiyah, D. I. (2023). *Islamic Social Reporting, Islamic Corporate Governance, Zakat Performing Ratio On The Reputation Of Islamic Commercial Banks In Indonesia*. 9(April).
- Wahyuni, M. (2020). *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian Olah Data Manual Dan Spss Versi 25*. Bintang Pustaka Madani.
- Wardani, D. K., Putry, N. A. C., & Puri, A. D. C. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Zakat Bank Syariah Dengan Isr Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi*, 8(1), 2143–2154. <https://doi.org/10.33197/Jabe.Vol8.Iss1.2022.942>
- Wardatuljannah, F. D. (2024). *Pengaruh Pengungkapan Islamic Social Reporting, Zakat Performance Ratio, Dan Kinerja Keuangan Terhadap Reputasi Perusahaan Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia Tahun 2018-2022*. Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Wulandari, R. D. (2023). *Pengaruh Dana Zakat Dan Islamic Corporate Social Responsbility Terhadap Reputasi Dan Kinerja Keuangan Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia Perode 2016-2021* Skrips