

Pengaruh Zakat dan ICSR terhadap Reputasi dan Kinerja

Full paper

Ichwan Sidik

UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
sidikichwan@gmail.com

Reskino

UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
reskino.uin@gmail.com

Abstract: *Background of this study is about zakat force among islamic banks in Indonesia which has not been optimally implemented in recent years. The aims of this study is to examine the effect of zakat and Islamic CSR (ICSR) on corporate reputation as well as performance. This study used samples of 10 islamic banks in Indonesia for year 2011 to 2014. Normality test and binary logistic regression used to examine the effect of zakat on corporate reputation, the effect of ICSR on corporate reputation, the effect of zakat on corporate performance, and also the effect of ICSR on corporate performance.*

Results of this study provide evidence that zakat positively and significantly influence islamic bank's reputation, ICSR positively and significantly influence islamic bank's reputation, zakat positively and significantly influence islamic bank's performance, while ICSR not significant influence islamic bank's performance. These findings contribute in enriching literature related the importance and benefit of zakat and ICSR for corporation reputation as well as performance.

Keywords: *zakat; Islamic CSR; reputation; performance*

1. Pendahuluan

Di tengah era munculnya isu pengungkapan kinerja sosial yang berkelanjutan, isu mengenai *Islamic CSR* kini muncul menjadi topik hangat di beberapa penelitian (Fitria dan Hartanti, 2010; Arshad *et al.*, 2012; Basah dan Yusuf, 2013; Khursid *et al.*, 2014). Pasalnya, konsep CSR islam ini melengkapi dasar pemikiran yang cukup kuat mengenai pentingnya inisiatif CSR jika dipandang dari sudut pandang keislaman. Menurut Khursid *et al.* (2014), *Islamic CSR* merupakan konsep tanggung jawab sosial perusahaan yang berdimensi ekonomi islam, legal islam, etika islam, dan filantropi islam berdasarkan nilai-nilai keislaman yang ada pada Quran dan hadits.

Salah satu nilai filantropi dalam konsep CSR keislaman yang dapat kita kenal adalah zakat. Pada perkembangannya, sebuah organisasi seperti perusahaan kini juga dapat dikenakan atau berinisiatif untuk melaksanakan zakat. Beberapa perusahaan di Indonesia sebenarnya sudah mulai mempraktikkan zakat perusahaan, jika diperhatikan zakat perusahaan ini dilaksanakan baik oleh perusahaan yang berbasis syariah maupun perusahaan berbasis konvensional. Dalam hal ini zakat perusahaan yang dimaksud adalah zakat yang dibayarkan perusahaan dari total laba yang perusahaan hasilkan. UU No. 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat menyebutkan dalam pasal 1 ayat (2) bahwa zakat adalah

harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat Islam. Pasal tersebut menandakan bahwa sebuah badan usaha seperti perusahaan juga dapat menjalankan inisiatif berzakat bagi perusahaannya.

Menurut regulasi maupun syariat agama Islam di Indonesia, besarnya zakat adalah 2,5% dari neraca atau laba perusahaan, yang mana nilai tersebut dapat dijadikan insentif yang akan mengurangi penghasilan kena pajak (PKP) perusahaan pembayar zakat yang bersangkutan. Besarnya tarif zakat telah diterima secara universal sebesar 2,5% dapat dirujuk pada UU yang mengaturnya –UU 23/2011 pasal 22 dan 23 ayat (2), maupun buku-buku referensi lain seperti fikih zakat oleh Yusuf Qardhawi (1969) dan sebagainya. Namun sayangnya, implementasi zakat perusahaan itu sendiri belum optimal dijalankan secara konsisten, khususnya di sektor perbankan syariah di Indonesia. Padahal bank syariah dengan embel-embel syariahnya lekat sekali dengan syariat ini sebagai pelopor gerakan berzakat dari perusahaan.

Motivasi penelitian ini adalah untuk mengangkat tema berzakat dan manfaat melaksanakannya bagi perusahaan, khususnya pada sektor perbankan syariah. Jika dikaitkan dengan *signalling theory* (Drever *et al.*, 2007), pengungkapan inisiatif zakat yang dilakukan secara konsisten sebagai bentuk *Islamic CSR*, akan menjadi sarana perusahaan dalam menebar sinyal positifnya kepada masyarakat, yang pada akhirnya akan memberi dampak terhadap reputasi dan nilai perusahaan itu sendiri. Inisiatif sosial ini mampu membantu perusahaan dalam membina citra baik dari waktu ke waktu, sehingga dalam jangka panjang akan membentuk reputasi perusahaan itu sendiri di mata konsumennya. Jika hal ini di kemudian hari dapat berjalan dengan baik dan konsisten di Indonesia maka akan membawa reputasi yang baik bagi industri perbankan syariah Indonesia bahwa bank syariah di Indonesia merupakan lembaga intermediasi keuangan yang tidak hanya sekedar halal (bebas riba), melainkan juga menunjukkan sistem pengelolaan harta yang berorientasi berkah dan berkelanjutan.

Adapun yang menjadi pertanyaan utama dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh dari zakat dan ICSR itu sendiri terhadap reputasi dan kinerja perusahaan. Penelitian sebelumnya telah menguji pengaruh ICSR terhadap reputasi dan kinerja perusahaan (Arshad *et al.*, 2012), dan pengaruh zakat terhadap kinerja perusahaan (Amirah dan Raharjo, 2014), namun belum ditemukan penelitian yang menguji pengaruh zakat dan ICSR terhadap reputasi dan kinerja perusahaan.

Zakat dan ICSR merupakan dua hal yang saling terkait, karena dalam ICSR akan mengungkapkan dana zakat yang dikelola dan didayagunakan perusahaan untuk kegiatan CSR mereka. Reputasi dan kinerja juga merupakan dua hal yang saling terkait, karena reputasi mampu menciptakan peluang daya saing yang lebih unggul yang mampu menopang peningkatan kinerja. Jadi, perusahaan dengan reputasi baik cenderung menghasilkan kinerja yang lebih baik pula. Louisot dan Rayner (2010) menyatakan bahwa reputasi mampu mempengaruhi loyalitas para *stakeholder* dengan biaya modal yang lebih rendah, sehingga efisiensi tersebut dapat memberikan pencapaian kinerja yang lebih optimal. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan utama tersebut, yakni apakah terdapat pengaruh dari zakat dan ICSR terhadap reputasi dan kinerja perusahaan, dengan cara

mereplikasi penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Adapun penemuan yang dihasilkan dari penelitian ini akan berkontribusi dalam memperkaya literatur zakat dan ICSR yang sudah ada, dalam kaitannya dengan reputasi dan kinerja perusahaan.

2. Kerangka Teori dan Hipotesis

2.1. Signalling Theory

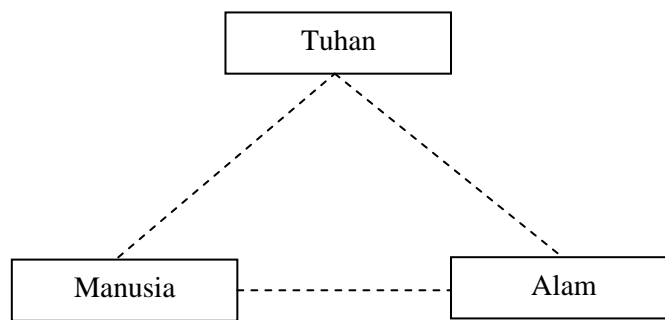
Teori ini digunakan untuk menjelaskan tujuan diungkapkannya CSR bagi perusahaan. Sinyal (*sign*) sendiri berarti sebuah peringatan, simbol, ataupun tulisan, yang ditampilkan secara terbuka (*publicly displayed*) untuk memberikan informasi atau mempromosikan sesuatu dengan tujuan menyampaikan pesan atau pertanda dari simbol atau tulisan tersebut (Scholastic Dictionary, 2011). Teori ini menyatakan bahwa pengungkapan yang lebih informatif dan terbuka bertujuan untuk memberikan sinyal atau mempromosikan sesuatu dari perusahaan, sehingga orang-orang akan menilai perusahaan lebih baik dari perusahaan lainnya.

Menurut Drever *et al.* (2007), *signalling theory* memandang bahwa pengungkapan yang informatif dapat membawa perusahaan pada nilai yang lebih baik. Kegagalan dalam memberikan pengungkapan yang dimaksud akan menjadikan perusahaan teridentifikasi sebagai perusahaan rata-rata yang sama saja dengan perusahaan lain (Hakansson, 1983) atau perusahaan yang tidak melakukan pengungkapan (Drever *et al.*, 2007). Hal tersebut tentunya menjadi motivasi bagi perusahaan besar dalam mengungkapkan inisiatif CSR, dengan harapan perusahaan menerima respon yang baik yang dapat meningkatkan nilai perusahaannya di pasar.

2.2. Shari'a Enterprise Theory

Teori ini digunakan untuk memahami *stakeholder* perusahaan dalam perspektif agama Islam. Teori ini menyatakan bahwa *stakeholder* perusahaan tidak hanya manusia dan alam disekitarnya, tetapi juga Tuhan. Tuhan adalah pusat pertanggungjawaban terakhir dari segala aktivitas di dunia (Triyuwono, 2007). Oleh karena itu, urgensi CSR dalam perspektif teori ini adalah sebagai bentuk pertanggungjawaban manusia atas semua yang telah diberikan oleh Tuhannya, agar kelak manusia dapat kembali kepada Tuhannya dalam keadaan yang fitrah. Menurut Khursid *et al.* (2014), manusia akan memikul tanggung jawab dari perbuatannya masing-masing di hari akhir sebagaimana yang disebutkan Al Quran dalam surat Al Israa (17:13-14): “*Dan tiap-tiap manusia itu telah Kami tetapkan amal perbuatannya (sebagaimana tetapnya kalung) pada lehernya. Dan Kami keluarkan baginya pada hari kiamat sebuah kitab yang dijumpainya terbuka. Bacalah kitabmu, cukuplah dirimu sendiri pada waktu ini sebagai penghisab terhadapmu*”.

Gambar 1: Stakeholder menurut Shari'a Enterprise Theory (SET)



Sumber: Triyuwono (2007); diolah oleh penulis

2.3. Zakat Perusahaan

Zakat adalah instrumen pengelolaan harta dalam Islam yang memiliki peran dalam pembangunan peradaban Islam, dengan mendistribusikan harta-harta yang halal untuk disebarluaskan kepada kaum yang membutuhkan. Harta-harta ini umumnya diperoleh dari seorang muslim kaya yang memiliki harta kekayaan yang telah mencapai *haul* dan *nisab*.

Secara bahasa zakat memiliki makna bersih, tumbuh, berkah, dan terpuji (Qardhawi, 1969). Hal ini dikarenakan tujuan berzakat adalah membersihkan harta yang didalamnya terdapat hak orang lain. Zakat juga dipercaya dapat menumbuhkembangkan harta itu sendiri, sehingga harta itu tidak berkurang justru bertambah dan dapat menambah kemanfaatannya lagi sehingga disebut berkah. Selain itu zakat juga termasuk salah satu ciri Islamnya seseorang yang terangkum dalam rukun Islam, oleh karena itu zakat termasuk perbuatan yang terpuji.

Harahap (2001:307) menyebutkan beberapa metode dalam menghitung zakat perniagaan khususnya untuk perusahaan, berdasarkan pendapat yang diungkapkan oleh pihak lain, sebagaimana berikut:

a. Menurut T.E. Gambling dan R.A. Karim

Zakat perdagangan dikenakan pada nilai bersih kekayaan, yaitu $(\text{modal} + \text{laba bersih}) \times 2,5\%$ atau atas modal kerja atau laba bersih.

b. Menurut Yusuf Qardhawi

Seseorang yang memiliki kekayaan perdagangan yang sudah satu tahun dan *se-nisab* pada akhir tahun itu, maka wajib mengeluarkan zakatnya sebesar 2,5% dihitung dari modal dan keuntungan (zakat dikenakan dari pangkal dan pertumbuhannya), bukan dari keuntungannya saja. Sedangkan untuk aktiva tetap maka tidak diwajibkan atas zakat kecuali jika aktiva tetap itu menghasilkan keuntungan atau pendapatan, maka zakat atas aktiva tetap besarnya 10% dari hasil bersih setelah dikurangi biaya-biaya yang dikeluarkan. Tetapi jika hasil bersih tidak mungkin untuk diketahui, maka zakat dikenakan 5% atas seluruh hasil.

c. Menurut Bazis DKI

Bazis DKI menghitung zakat dari aktiva lancar sesuai dengan neraca tahunan, yaitu uang yang ada di kas dan bank, surat-surat berharga, persediaan, dikurangi dengan kewajiban yang harus dibayar dengan ketentuan *nisab* 98 gram emas murni dan tarif zakat 2,5%. Dalam perhitungan ini aktiva tetap dan utang jangka panjang tidak diperhitungkan.

d. Menurut Syariat Takaful Malaysia Sdn. Berhad

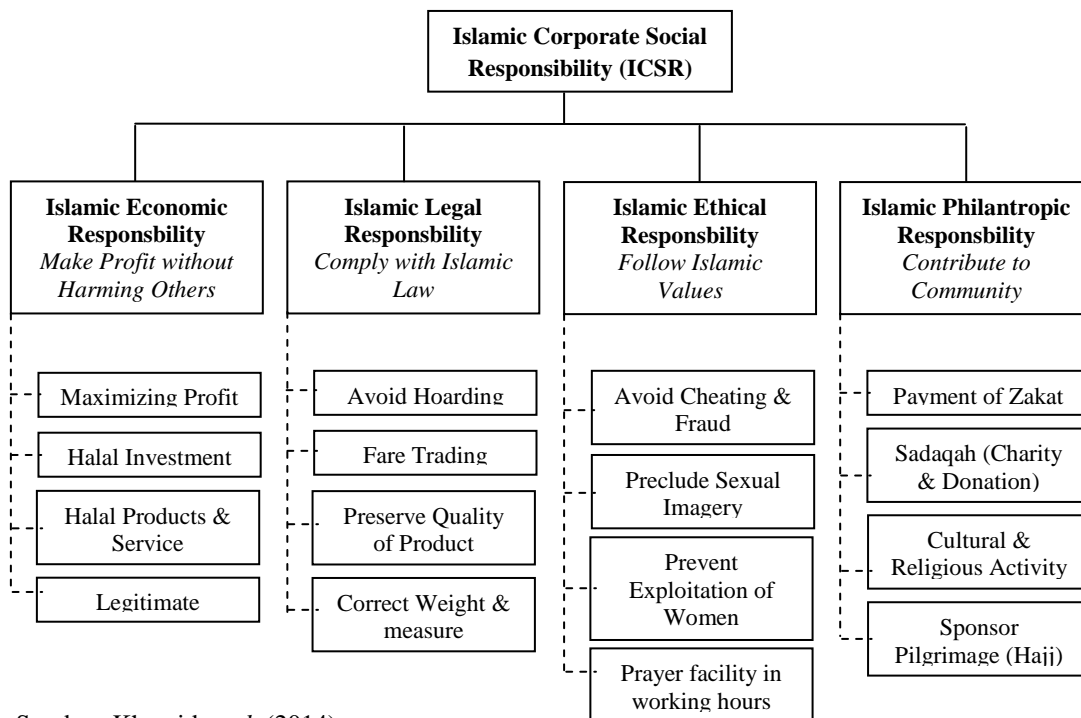
Zakat dihitung sebesar 2,5% dari keuntungan sebelum pajak.

e. Menurut Bank Muamalat Indonesia

Zakat perusahaan dihitung 2,5% dari laba perseroan sebelum pajak (laba dihitung menurut prinsip akuntansi) yang berlaku (PSAK).

2.4. Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)

Gambar 2: Model Islamic CSR (ICSR)



Sumber: Khursid *et al.* (2014)

Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) adalah sebuah konsep CSR Islami 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 (*qard*). Williams dan Zinkin (2010) menyatakan bahwa tidak ada perbedaan antara ajaran Islam dengan CSR yang didengungkan dalam UN *Global Compact* (hak asasi manusia, tenaga kerja, lingkungan, dan anti

korupsi), justru ajaran Islam lebih maju karena memiliki kodifikasi etik dan mekanisme yang jelas, jauh sebelum konsep CSR ada.

Penelitian sebelumnya mengenai *Islamic CSR* telah dilakukan oleh Khursid *et al.* (2014). Penelitiannya mencoba membangun sebuah dimensi baru CSR dalam perspektif Islam, dengan memperbaiki konsep CSR oleh Carroll (1979) yang berdimensi ekonomi, legal, etikal, dan filantropi. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa *Islamic CSR* meliputi dimensi ekonomi islam, legal islam, etika islam, dan filantropi islam (Gambar 2).

2.5. Reputasi Perusahaan

Berdasarkan Oxford 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 Dictionary, 2011). Reputasi perusahaan merujuk pada penilaian publik atas perusahaan sepanjang waktu (Fombrun dan Shanley, 1990:235). Reputasi merupakan persepsi *stakeholder* atas setiap aspek organisasi (Louisot and Rayner, 2010). Reputasi dinilai berdasarkan pada pengalaman orang-orang menemui keselarasan antara apa yang dikatakan perusahaan mengenai dirinya dan apa yang orang lain lihat (Harpur, 2002). Maka tidak salah jika beberapa penelitian mengukur reputasi secara kualitatif dengan menggunakan kuesioner atau wawancara, karena opini tersebut yang akan digunakan sebagai alat ukurnya. Secara kualitatif, perusahaan dapat mewawancarai responden, baik dari *stakeholder* internal (e.g. karyawan, manajemen) maupun *stakeholder* eksternal (e.g. pelanggan, pemasok, dsb).

Namun, mengukur reputasi secara kuantitatif juga dapat dilakukan sebagai alternatif jika pengukuran secara kualitatif (kuesioner) dirasa kurang efektif dan efisien untuk dilaksanakan, misal: sebaran geografis *stakeholder* yang begitu luas. Dalam hal ini peneliti dapat menggunakan ukuran lain, yakni capaian perusahaan *based on market*, karena menurut Louisot dan Rayner (2010:2) reputasi mampu memberikan perbedaan *market value* perusahaan secara signifikan.

2.6. Kinerja Perusahaan

Dalam perbankan, pengukuran kinerja menggunakan indeks komposit yang secara kompleks mengukur bagaimana kinerja bank dilihat dari sektor keuangan maupun nonkeuangannya, seperti mengukur profitabilitas, kemampuan mengelola risiko, kemampuan menjaga modal, kualitas manajemen/tata kelola, dan sebagainya. Hal-hal tersebut tertuang dalam peraturan yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia (2007) dan OJK (2014).

Berdasarkan Peraturan BI No. 9/1/PBI/2007 tentang Sistem Penilaian Tingkat Kesehatan Bank Umum Berdasarkan Prinsip Syariah, pasal 3, penilaian tingkat kesehatan bank syariah terdiri dari 6 komponen, yaitu: *Capital, Assets, Management, Earning, Liquidity*, dan *Sensitivity to Market Risk*, atau sering disingkat dengan *CAMELS*. Sedangkan menurut peraturan OJK (2014), peraturannya hanya

terdiri dari 4 komponen, yakni *risk profile*, *good corporate governance*, *earnings*, dan *capital* (pasal 6 POJK No. 8/POJK.03/2014).

Metode-metode dalam peraturan-peraturan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Berdasarkan PBI No. 9/1/PBI/2007:

- 1) Permodalan (*Capital*), mengukur kecukupan, proyeksi kedepan, dan kemampuan modal meng-cover risiko, serta kemampuan memelihara penambahan modal yang berasal dari keuntungan dalam mendukung pertumbuhan usaha yang berkelanjutan. Permodalan bank umumnya dapat diukur dari *Capital Adequacy Ratio* (CAR).
- 2) Kualitas Aset (*Assets*), menilai kualitas dari aktiva produktif, perkembangan kualitas aktiva produktif bermasalah, serta kecukupan kebijakan internal dalam menangani aktiva produktif bermasalah. Kualitas aset bank umumnya dapat diukur dari *non-Performing Loan* (NPL) atau *non-Performing Financing* (NPF).
- 3) Manajemen (*Management*), mengukur kualitas manajemen umum, penerapan manajemen risiko, dan kepatuhan bank terhadap ketentuan-ketentuan yang berlaku. Pada bagian ini biasanya manajemen menilai sendiri (*self-assessment*) kualitas manajemen umum dan manajemen risikonya.
- 4) Profitabilitas (*Earning/Profitability*), profitabilitas atau rentabilitas mengukur kemampuan bank dalam menghasilkan laba, kemampuan laba mendukung ekspansi, dan menutup risiko, serta tingkat efisiensi. Pada bagian ini umumnya dapat diukur dari nilai *return on equity* (ROE), *return on assets* (ROA), dan *net interest margin* (NIM).
- 5) Likuiditas (*Liquidity*), mengukur kemampuan bank memenuhi kewajiban jangka pendeknya, potensi *maturity mismatch*, kecukupan kebijakan pengelolaan likuiditas, akses terhadap sumber pendanaan, dan stabilitas pendanaan. Bagian ini umumnya dapat dilihat pada *debt to equity ratio* (DER), perbandingan aset lancar terhadap kewajiban lancar, dan *debt to assets ratio* (DAR).
- 6) Sensitivitas terhadap Risiko Pasar (*Sensitivity to Market Risk*), mengukur kemampuan modal bank dalam meng-cover potensi kerugian akibat fluktuasi nilai tukar, dan kecukupan manajemen bank dalam mengelola risiko pasar. Penilaian ini umumnya dilakukan oleh BI atau OJK sebagai otoritas pengawas perbankan.

b. Berdasarkan POJK No. 8/POJK.03/2014:

- 1) Profil Risiko (*Risk Profile*), mengukur risiko inheren dan kecukupan manajemen risiko bank terhadap 10 risiko, yaitu risiko kredit, risiko pasar, risiko likuiditas, risiko operasional, risiko hukum, risiko stratejik, risiko kepatuhan, risiko reputasi, risiko imbal hasil, dan risiko investasi. Berdasarkan isi undang-undang kesepuluh risiko tersebut dinilai sendiri oleh manajemen bank atau dalam hal ini dilakukan secara *self-assessment*.

- 2) Tata Kelola Perusahaan yang Baik (*Good Corporate Governance*), mengukur pelaksanaan prinsip-prinsip *good corporate governance*. Berdasarkan isi undang-undang, penilaian ini juga dilakukan sendiri oleh manajemen bank.
- 3) Profitabilitas (*Earnings*), mengukur kinerja bank menghasilkan dan mempertahankan kemampuan menghasilkan labanya. Sama seperti peraturan sebelumnya, bagian ini dapat dilihat dari nilai seperti: *return on equity* (ROE), *return on assets* (ROA), dan *net interest margin* (NIM).
- 4) Permodalan (*Capital*), menilai tingkat kecukupan permodalan dan pengelolaan permodalan oleh bank. Sama dengan pengukuran berdasarkan undang-undang sebelumnya, bagian ini umumnya dapat dilihat dari nilai rasio kecukupan modal bank atau *capital adequacy ratio* (CAR), yang mengukur perbandingan modal antara modal sendiri dengan modal yang berasal dari pihak lain.

2.7. Model 1: Pengaruh Zakat dan ICSR terhadap Reputasi Perusahaan

Bank syariah sebagai lembaga intermediasi keuangan yang berbasis syariah memiliki tanggung jawab yang besar terhadap masyarakat, yakni untuk mendistribusikan pendapatan secara merata, menegakan keadilan dalam ekonomi, dan mobilisasi modal yang efisien (Basah dan Yusuf, 2013). Salah satu cara untuk mendistribusikan pendapatan secara adil dan merata tersebut adalah dengan membayar dan mendistribusikan zakat. Khursid *et al.* (2014) menyatakan bahwa zakat merupakan salah satu poin yang perlu diperhatikan dan dilaksanakan perusahaan sebagai praktik filantropinya dalam hal mengedepankan unsur-unsur syariah dalam CSR-nya.

Dalam praktiknya, sebagian dari bank syariah besar di Indonesia telah melaksanakan zakat sebagai salah satu dari nilai bisnisnya. Selain sebagai bentuk pemenuhan kewajiban dalam perspektif agama, membayar zakat juga merupakan cara bank syariah dalam menjaga citra perusahaannya, sehingga mampu menciptakan reputasi yang baik dari *stakeholder*. Menurut *signalling theory* (Drever *et al.*, 2007), zakat yang dibayar, dikelola, didistribusikan, serta diungkapkan perusahaan dalam CSR, akan menjadi sinyal positif di mata masyarakat sehingga membantu perusahaan dalam meraih simpati dan dukungan dari para *stakeholder*. Menurut Drever *et al.* (2007) pengungkapan yang lebih informatif akan meningkatkan nilai perusahaan melalui pengungkapan laporan keuangan. Sebagaimana perkembangannya, tuntutan terhadap transparansi dan akuntabilitas sebuah perusahaan saat ini tidak hanya ditunjukkan dengan laporan keuangan, tetapi juga laporan pertanggungjawaban sosial, oleh karena itu banyak dari perusahaan menggunakan laporan pertanggungjawaban sosialnya sebagai cara untuk meningkatkan nilai perusahaannya dan menjaga reputasi perusahaannya dari waktu ke waktu. Dari penjelasan tersebut, penelitian ini mengambil hipotesis sebagai berikut:

H1. Zakat memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan

H2. ICSR memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan

2.8. Model 2: Pengaruh Zakat dan ICSR terhadap Kinerja Perusahaan

Berdasarkan argumen teoritis pada hipotesis sebelumnya menyatakan bahwa zakat terkait dengan ICSR perusahaan, sebab umumnya dana zakat yang dibayar dan dikelola bank syariah akan dimanfaatkan dan diungkapkan sebagai CSR perusahaan. Sementara, pengungkapan aktivitas zakat dan inisiatif CSR berdasarkan *signalling theory* akan menjadi sinyal positif bagi masyarakat, yang akan memberikan dampak positif terhadap reputasi perusahaan. Menurut Louisot dan Rayner (2010), reputasi merupakan suatu aset tak berwujud perusahaan saat ini yang memiliki kemampuan dalam menciptakan *future value* bagi perusahaan di masa depan. Louisot dan Rayner (2010) berpendapat bahwa reputasi memiliki dampak pada keputusan *stakeholder* dalam membina hubungan jangka panjang dengan perusahaan serta menurunkan biaya modal. Beberapa pengaruh penting reputasi terhadap keputusan para *stakeholder* yang dimaksud adalah mempertahankan pemegang saham dan membangun motivasi para karyawan. Dengan demikian, reputasi perusahaan yang baik akan menjaga likuiditas modal perusahaan dan meningkatkan kinerja karyawan, yang mana hal tersebut akan berdampak pula pada kinerja perusahaan. Maka berdasarkan argumen tersebut, peneliti mengambil hipotesis pada model kedua penelitian sebagai berikut:

H3. Zakat memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan

H4. ICSR memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan

3. Metode Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji probabilitas perusahaan memiliki reputasi dan kinerja baik dilihat dari faktor pemrediksi zakat dan ICSR perusahaan. Populasi penelitian ini adalah perbankan syariah yang ada di Indonesia, yang menerbitkan laporan tahunan secara lengkap selama tahun 2011 s.d 2014. Penelitian ini menggunakan sampel dari populasi yang telah ditetapkan sebanyak 10 bank syariah di Indonesia.

Sampel penelitian diperoleh dengan cara mengunduh data sekunder laporan tahunan perusahaan pada laman situs bank yang bersangkutan, serta mengunduh data statistik perbankan syariah yang ada Indonesia pada laman situs Otoritas Jasa Keuangan (OJK) atau www.ojk.go.id sebagai referensi tambahan.

Kedua variabel dependen dalam penelitian ini yakni reputasi dan kinerja perusahaan merupakan variabel non-metrik dengan skala pengukuran nominal. Sedangkan, kedua variabel independennya yakni zakat dan ICSR perusahaan adalah campuran dari variabel non-metrik (zakat) dan metrik (ICSR), dengan skala pengukuran nominal (zakat) dan rasio (ICSR).

Reputasi diukur dengan membandingkan persentase Dana Pihak Ketiga (DPK) yang dikelola oleh bank dengan Total DPK Gabungan yang dikelola oleh seluruh BUS dan UUS. Persentase *market share* DPK tersebut dibandingkan dengan rata-rata DPK yang seharusnya dikelola oleh tiap-tiap Bank dan UUS. Hasilnya adalah bank dengan kelolaan DPK di atas rata-rata pasar akan dikategorikan

sebagai bank dengan reputasi baik (kode 1), sedangkan bank dengan kelolaan DPK di bawah rata-rata pasar akan dikategorikan sebagai bank dengan reputasi buruk (kode 0).

$$\text{REP} = \frac{\text{DPK Bank}}{\text{Total DPK di Pasar}} \text{ vs } \frac{100\%}{\text{Total BUS dan UUS}}$$

Kinerja diukur dengan menggunakan data *Return On Equity* (ROE) yang digunakan sebagai proksi pengukuran pada dua penelitian sebelumnya (Arshad *et al.*, 2012; Amirah dan Raharjo, 2014). Kinerja (ROE) diukur menggunakan persentase laba sebelum zakat dan pajak tahun berjalan dibagi dengan total ekuitas tahun sebelumnya, kemudian membandingkannya dengan ROE rata-rata seluruh bank. Hasilnya adalah bank syariah dengan hasil ROE di atas rata-rata akan dikategorikan sebagai bank dengan kinerja baik (kode 1), sedangkan bank syariah dengan hasil ROE di bawah rata-rata akan dikategorikan sebagai bank dengan kinerja buruk (kode 0).

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba sebelum zakat dan pajak}_t}{\text{Total ekuitas}_{t-1}} \text{ vs } \frac{\sum \text{ROE}}{\sum \text{Bank}}$$

Zakat diukur dengan menggunakan data zakat yang dibayarkan perusahaan, yang umumnya pada bank syariah zakat perusahaan diungkapkan pada laporan laba rugi. Zakat dihitung pada porsi 2,5% dari laba sebelum pajak tahun berjalan. Perusahaan yang membayar zakat akan diberi kode *dummy* 1 (satu), dan yang tidak membayar zakat diberi kode *dummy* 0 (nol).

ICSR diukur dengan menggunakan metode analisis konten. Indeks pengungkapan yang digunakan adalah indeks pengungkapan ISR yang dibangun oleh Haniffa (2002) dan Othman *et al.* (2009). Analisis konten dilakukan terhadap 40 item pengungkapan yang ada pada laporan tahunan perusahaan. Item yang diungkapkan akan diberi kode 1 (satu) dan item yang tidak diungkapkan akan diberi kode 0 (nol). Item yang diungkapkan kemudian diakumulasikan dan dilihat persentase item yang diungkapkan dari keseluruhan item. Adapun tema pengungkapan ICSR dalam kerangka ISR Othman *et al.* (2009) ada 6 tema, yakni:

- Keuangan dan investasi;
- Produk dan jasa;
- Karyawan;
- Masyarakat;
- Lingkungan; dan
- Tata kelola.

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

Metode analisis menggunakan analisis *binary logistic regression* atau regresi logistik. Regresi logistik adalah model regresi dengan variabel dependen berupa *dummy*. 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 penolakan, dengan angka “1” untuk kategori penerimaan, dan “0” untuk kategori penolakan.

Regresi logistik hampir sama dengan analisis diskriminan, di mana variabel dependen berupa kode untuk mengkategorikan dua kelompok yang berbeda. Bedanya, dalam analisis diskriminan kode hanya dipakai pada variabel dependen, dan variabel independen seluruhnya berupa data metrik (skala interval atau rasio). Sedangkan, dalam regresi logistik, selain dipakai pada variabel dependen, kode juga dapat dipakai pada variabel independen. Jadi, regresi logistik memungkinkan variabel independen campuran antara variabel kategorial (nonmetrik) dan variabel kontinyu (metrik).

Regresi logistik juga hampir sama dengan regresi berganda. Yang membedakan, regresi berganda hanya dapat digunakan untuk data yang berdistribusi normal, atau dalam kata lain regresi berganda hanya dapat dipakai apabila asumsi *multivariate normal distribution* terpenuhi.

Penggunaan regresi logistik sebenarnya bertujuan untuk menguji apakah probabilitas terjadinya variabel terikat dapat diprediksi dengan variabel bebasnya (Ghozali, 2006:261). Dalam hal ini peneliti menguji apakah probabilitas reputasi dan kinerja perusahaan yang baik dapat diprediksi dengan zakat yang dibayar dan pengungkapan ICSR yang dilakukan perusahaan.

Variabel yang dapat diuji dengan regresi logistik adalah variabel yang tidak memenuhi asumsi normalitas, baik pada variabel dependen maupun variabel independennya. Dengan regresi logistik, data yang berdistribusi tidak normal tidak memerlukan *treatment* khusus, cukup hanya dengan mengubah variabel menjadi *dummy* dengan pengkodean “1” dan “0”.

4. Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan sampel 10 bank syariah dari populasi 12 bank syariah yang ada di Indonesia. Tiap-tiap sampel dilakukan pada rentang periode masing-masing 4 tahun. Penelitian dilakukan dengan menguji dua model secara terpisah, yakni model 1 “Pengaruh Zakat dan ICSR terhadap Reputasi Perusahaan”, dan model 2 “Pengaruh Zakat dan ICSR terhadap Kinerja Perusahaan”. Analisis model akan dilakukan menggunakan hasil uji regresi logistik dengan tahapan menilai kelayakan model, ketepatan prediksi, koefisien determinasi, dan besarnya pengaruh (signifikansi) variabel independen terhadap variabel dependen yang diuji.

4.1. Model 1: Pengaruh Zakat dan ICSR terhadap Reputasi Perusahaan

Tabel 1: Kelayakan Model
Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
------	------------	----	------

1	9.290	8	.318
---	-------	---	------

Sumber: Output SPSS

Model pertama menguji pengaruh zakat dan ICSR terhadap reputasi perusahaan. Berdasarkan hasil uji Hosmer and Lemeshow *Goodness of Fit Test* (tabel 1), model dikatakan *fit* karena memiliki nilai sig. $0,318 > 0,05$. Oleh karena itu, model dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut ke tahap ketepatan prediksi.

Tabel 2: Ketepatan Prediksi Model
Classification Table^a

Observed		Predicted		
		REP		Percentage Correct
		.00	1.00	
Step 1	REP .00	19	2	90.5
	1.00	2	17	89.5
Overall Percentage				90.0

Sumber: Output SPSS

Ketepatan prediksi dari model dilihat dengan menganalisis tabel klasifikasi pada hasil uji regresi logistik. Berdasarkan tabel klasifikasi di atas (tabel 2), ketepatan prediksi dari model pertama adalah sebesar 90%. Artinya, nilai signifikansi yang nanti didapat akan memiliki keakuratan prediksi sebesar 90%.

Tabel 3: Koefisien Determinasi
Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	26.265 ^a	.517	.690

Sumber: Output SPSS

Selanjutnya adalah melihat koefisien determinasi dari model, yakni berapa persen variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen. Koefisien determinasi pada regresi logistik dapat dilihat pada tabel Cox & Snell R Square dan Nagelkerke R Square. Nilai yang digunakan adalah nilai dari Nagelkerke R Square. Berdasarkan Nagelkerke R Square (tabel 3), besarnya koefisien determinasi adalah 0,690 atau 69%. Artinya, sebanyak 69% variansi dari reputasi perusahaan yang dapat dijelaskan oleh zakat yang dibayar dan ICSR yang diungkapkan perusahaan.

Tabel 4: Signifikansi Model
Variables in the Equation

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a						
ZAK(1)	3.383	1.043	10.516	1	.001	29.445
ICSR	.113	.051	4.916	1	.027	1.119
Constant	-9.233	3.461	7.118	1	.008	.000

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan nilai Beta (B) pada tabel 4, zakat memiliki hubungan yang positif dengan reputasi perusahaan karena memiliki nilai yang positif. Berdasarkan nilai signifikansi (sig.) zakat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap reputasi perusahaan, karena nilai sig. lebih kecil dari

0,05 (sig. 0,001 < 0,05). Oleh karena itu, penelitian ini **menerima H1** bahwa zakat memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan. Hasil ini memberikan kontribusi baru terkait penelitian mengenai zakat dan reputasi perusahaan, karena sampai pada saat paper ini dibuat peneliti belum menemukan referensi yang mengemukakan pengaruh zakat terhadap reputasi perusahaan.

Berdasarkan nilai Beta (B) pada tabel 4, ICSR memiliki hubungan yang positif dengan reputasi perusahaan karena memiliki nilai yang positif. Berdasarkan nilai signifikansi (sig.) ICSR memiliki pengaruh yang signifikan terhadap reputasi perusahaan, karena nilai sig. lebih kecil dari 0,05 (sig. 0,027 < 0,05). Oleh karena itu, penelitian ini **menerima H2** bahwa ICSR memiliki pengaruh yang signifikan terhadap reputasi perusahaan. Hasil ini mendukung penelitian Arshad *et al.* (2012), bahwa pengungkapan ICSR memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan.

4.2. Model 2: Pengaruh Zakat dan ICSR terhadap Kinerja Perusahaan

Tabel 5: Kelayakan Model
Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	9.097	8	.334

Sumber: Output SPSS

Model kedua menguji pengaruh zakat dan ICSR terhadap kinerja perusahaan. Berdasarkan hasil uji Hosmer and Lemeshow *Goodness of Fit Test* (tabel 5), model dinyatakan *fit*, karena memiliki nilai sig. lebih besar dari 0,05 (sig. 0,334 > 0,05).

Tabel 6: Ketepatan Prediksi Model
Classification Table^a

Observed		Predicted		
		ROE		Percentage Correct
		.00	1.00	
Step 1	ROE .00	16	6	72.7
	1.00	5	13	72.2
Overall Percentage				72.5

Sumber: Output SPSS

Ketepatan model dalam memprediksi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dilihat melalui tabel klasifikasi pada hasil uji regresi logistik. Berdasarkan tabel klasifikasi (tabel 6), ketepatan prediksi dari model kedua adalah sebesar 72,5%. Artinya, nilai signifikansi yang nanti akan didapat dari model ini akan memiliki nilai keakuratan prediksi sebesar 72,5%.

Tabel 7: Koefisien Determinasi
Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	43.585 ^a	.249	.333

Sumber: Output SPSS

Koefisien determinasi dari persamaan regresi logistik dilihat melalui nilai Nagelkerke R Square. Nilai Cox & Snell R Square tidak digunakan sebab nilai maksimumnya yang kurang dari satu, sehingga sulit untuk diinterpretasikan (Ghozali, 2006:269). Nagelkerke adalah penyempurnaan dari nilai Cox & Snell yang telah memiliki nilai antara nol hingga satu, yakni dengan cara membagi nilai Cox & Snell dengan nilai maksimumnya. Berdasarkan nilai Nagelkerke R Square, koefisien determinasi dari model kedua adalah sebesar 0,333 atau 33,3%. Artinya, hanya sebesar 33,3% variansi dari kinerja perusahaan yang dapat dijelaskan oleh zakat yang dibayar dan ICSR yang diungkapkan oleh perusahaan.

Tabel 8: Signifikansi Model
Variables in the Equation

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a ZAK(1)	1.622	.774	4.387	1	.036	5.061
ICSR	.053	.034	2.475	1	.116	1.055
Constant	-4.537	2.170	4.374	1	.036	.011

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan nilai Beta (B) pada tabel 8 di atas, zakat memiliki hubungan yang positif terhadap kinerja perusahaan, dibuktikan dengan nilai Beta (B) yang bernilai positif. berdasarkan nilai signifikansi (sig.) zakat juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan, dibuktikan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 (sig. 0,036 < 0,05). Oleh karena itu, penelitian ini **menerima H₃** bahwa zakat memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hasil ini mendukung penelitian Amirah dan Raharjo (2014) bahwa zakat memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Berdasarkan nilai Beta (B) pada tabel 8 di halaman sebelumnya, ICSR memiliki hubungan yang positif terhadap kinerja perusahaan, dibuktikan dengan nilai Beta (B) yang bernilai positif. Namun, berdasarkan nilai signifikansi (sig.) ICSR tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan, karena memiliki nilai signifikansi yang tidak lebih kecil dari 0,05 (sig. 0,116 > 0,05). Oleh karena itu, penelitian ini **menolak H₄** bahwa ICSR memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hasil ini tidak mendukung penelitian Arshad *et al.* (2012) yang menyatakan bahwa ICSR memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hill *et al.* (2007) dalam Sutedi (2015) menyatakan bahwa memetik manfaat dari sebuah investasi CSR agar dapat menciptakan *value* bagi perusahaan memerlukan waktu yang panjang. Hill *et al.* (2007) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa secara global perusahaan-perusahaan yang melakukan CSR tidak mengalami peningkatan nilai saham yang signifikan dalam jangka waktu 3 dan 5 tahun. Namun, dalam jangka panjang (10 tahun) perusahaan-perusahaan yang komitmen melakukannya mengalami peningkatan harga saham yang cukup signifikan mengalahkan para pesaingnya di pasar. Berdasarkan pendapat Hill *et al.* (2007) tersebut, maka singkatnya memetik manfaat CSR terhadap kinerja perusahaan memerlukan waktu yang relatif panjang.

5. Kesimpulan, Implikasi, dan Keterbatasan Penelitian

5.1. Kesimpulan Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada populasi bank syariah di Indonesia. Dari total 12 bank syariah yang ada, diambil 10 bank syariah sebagai sampel dalam penelitian. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode uji regresi logistik (*binary logistic regression*). Berdasarkan hasil pengujian maka diambil kesimpulan bahwa:

1. Zakat memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan
2. ICSR memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan
3. Zakat memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan
4. ICSR hanya berhubungan positif, namun tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan *signalling theory* bahwa pengungkapan yang lebih informatif membawa perusahaan pada sebuah *market value* yang lebih baik dibandingkan pesaing. Oleh karena itu, penelitian ini membuktikan bahwa pengungkapan laporan tahunan pada industri perbankan syariah di Indonesia yang dilakukan melebihi apa yang masyarakat harapkan akan berdampak pada keuntungan perusahaan itu sendiri dalam mempertahankan posisinya di pasar.

Penelitian ini juga sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Louisot dan Rayner (2010) bahwa reputasi perusahaan yang baik mampu membawa perusahaan pada kinerja dan *market value* yang lebih unggul. Perusahaan dapat mempertahankan para pemegang saham, merekrut dan mempertahankan karyawan berbakat, membangun kemitraan, meningkatkan *media coverage*, serta menurunkan biaya modal. Oleh karena itu, dapat disimpulkan kembali bahwa reputasi yang unggul juga akan berdampak pada kinerja perusahaan yang unggul juga.

5.2. Implikasi Penelitian

Adapun implikasi dari penelitian ini *pertama* mengarah pada regulasi terkait pajak dan zakat. Oleh karena regulasi pajak saat ini belum memberikan insentif lebih kepada perusahaan-perusahaan yang membayar zakat, sehingga inisiatif zakat perusahaan ini belum terlaksana secara merata di industri perbankan syariah di Indonesia. *Kedua*, implikasi penelitian ini diarahkan kepada pihak Dewan Pengawas Syariah (DPS) di Indonesia untuk memulai melaksanakan praktik berzakat pada bank syariah yang diawasinya, sebagai wujud konkret bank memperbaiki kinerja operasionalnya secara berkelanjutan terkait kesesuaiannya dengan prinsip syariah. Sehingga dengan demikian, hal tersebut akan menjadi langkah strategis bank itu sendiri untuk bersaing, sekaligus mendorong praktik berzakat pada perusahaan lain yang belum melaksanakannya.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah *pertama* penelitian ini dilaksanakan pada metode uji regresi logistik, dimana penggunaan *dummy* pada variabel dependen tersebut membuatnya rentan terhadap kebiasaan objektivitas peneliti. *Kedua*, penelitian ini dilakukan pada rentang periode yang kurang panjang (dibawah 5 tahun), padahal untuk mendapatkan signifikansi yang lebih baik dibutuhkan waktu yang lebih panjang untuk membuktikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan. *Ketiga*, penelitian ini dilakukan hanya pada industri perbankan syariah di Indonesia. Dan *keempat*, penelitian ini menggunakan variabel dan metode pengukuran yang kurang kompleks dan variatif, karena bagaimanapun menilai reputasi perusahaan memerlukan pengukuran yang lebih komprehensif. Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti memberi saran untuk peneliti selanjutnya agar *pertama* menggunakan metode uji lain dalam menguji pengaruh zakat dan ICSR terhadap reputasi dan kinerja perusahaan. *Kedua*, gunakan rentang periode yang lebih panjang untuk mendapatkan signifikansi yang lebih akurat. *Ketiga*, lakukan uji pada industri lain. *Keempat*, gunakan variabel dan metode pengukuran yang lain dan lebih baru untuk memperkaya referensi terkait pengaruh zakat dan ICSR terhadap reputasi dan kinerja perusahaan ini.

Referensi

- Al Quran dan Terjemahnya. 2002. *Al Quran*. Saudi Arabia: Kementerian Urusan Agama Islam, Wakaf, Da'wah, dan Irsyad Kerajaan Saudi Arabia.
- Amirah dan Raharjo TB. 2014. *Pengaruh Alokasi Dana Zakat Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah*. FEB UMS: Seminar Nasional dan *Call for Paper*.
- Arshad R., Othman S., dan Othman R. 2012. *Islamic Corporate Social Responsibility, Corporate Reputation and Performance*. International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic and Management Engineering, vol. 6 no. 4, hal. 90-94.
- Bank Indonesia. 2007. *PBI No. 9/1/PBI/2007 tentang Sistem Penilaian Tingkat Kesehatan Bank Umum Berdasarkan Prinsip Syariah*. Dikutip dari laman situs Otoritas Jasa Keuangan: <http://www.ojk.go.id/dl.php?i=2654&f=1>, pada 20-11-2015, pkl 18.39.
- Basah A. dan Yusuf M. 2013. *Islamic Bank and Corporate Social Responsibility (CSR)*. Malaysia: Journal Islamic Management and Business, vol. 5 no. 11.
- Carroll A.B. 1979. *A Three-dimensional Conceptual Model of Corporate Performance*. Academy of Management Review, vol. 4 no. 4, hal. 497-505.
- Drever M., Stanton P., dan McGowan S. 2007. *Contemporary Issues in Accounting*. Australia: John Wiley & Sons.
- Fitria S., dan Hartanti D. 2010. *Islam dan Tanggung Jawab Sosial: Studi Perbandingan Pengungkapan Berdasarkan GRI Indeks dan ISR Indeks*. Purwokerto: Simposium Nasional Akuntansi XIII.
- Fombrun C., dan Shanley M. 1990. *What's in a Name? Reputation Building and Corporate Strategy*. Academy of Management Journal, vol. 33 hal. 233-258.
- Ghozali I. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: BP UNDIP.
- Hakansson N.H. 1983. *Comments on Weick and Ross*. The Accounting Review, vol. 58 no.2, hal. 381-384.
- Haniffa R. 2002. *Social Reporting Disclosure: An Islamic Perspective*. Indonesian Management & Accounting Research, vol. 1 no. 2, hal. 128-146.
- Harahap SS. 2001. *Menuju Perumusan Teori Akuntansi Islam*. Jakarta: Pusaka Quantum.
- Harpur OM. 2002. *Corporate Social Responsibility Monitor*. London: Gee Publishing.
- Hill RP., Ainscough T., Shank T., dan Manullang D. 2007. *Corporate Social Responsibility and Socially Responsible Investing: A Global Perspective*. Journal Business of Ethics, vol. 70.
- Khursid MA., Aali A., Soliman AA., dan Amin SM. 2014. *Developing an Islamic Corporate Social Responsibility Model*. Competitiveness Review, vol. 24 No. 4, hal. 258-274.

- Louisot JP., dan Rayner J. 2010. *Managing Risks to Reputation: From Theory to Practice*. www.risk2reputation.com/files/managing_risks_to_reputation_from_theory_to_practice.pdf, pada 18-11-2015, pkl 13.21.
- Othman R., Thani AM., dan Ghani EK. 2009. *Determinants of Islamic Social Reporting Among Top Shariah-Approved Companies in Bursa Malaysia*. Research Journal of International Studies, issue 12.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2014. *POJK No. 8/POJK.03/2014 tentang Penilaian Tingkat Kesehatan Bank Umum Syariah Dan Unit Usaha Syariah*. Diakses pada laman website OJK: <http://www.ojk.go.id/peraturan-otoritas-jasa-keuangan-tentang-penilaian-tingkat-kesehatan-bank-umum-syariah-dan-unit-usaha-syariah>, pada 20-11-2015, pkl 18.53.
- Oxford University Press. 2001. *Oxford Student's Dictionary of English*. Malaysia: Oxford University Press.
- Qardhawi Y. 1969. *Fiqh Al-Zakah: A Comparative Study of Zakah Regulations and Philosophy in the Light of Quran and Sunnah*. Dialihertjertemahkan oleh Monzer Kahf. Saudi Arabia: Scientific Publishing Centre.
- Scholastic Dictionary. 2011. *Scholastic Children's Dictionary ages 8 and up*. United States of America: Scholastic Inc.
- Sutedi A. 2015. *Buku Pintar Hukum Perseroan Terbatas*. Jakarta: Raih Asa Sukses.
- Triyuwono I. 2007. *Mengangkat 'Sing Liyan' Untuk Formulasi Nilai Tambah Syariah*. Makassar: Simposium Nasional Akuntansi X.
- Williams G., dan Zinkin J. 2010. *Islam and CSR: A Study of the Compatibility between the Tenets of Islam and the UN Global Compact*. Journal Business of Ethics, vol. 91 no. 4, hal. 519-533.

Appendix

Lampiran 1: Statistik Perbankan Syariah Indonesia s.d periode 2014

No.		Keterangan
1	Jumlah BUS + UUS 2014 2013 2012 2011	12 BUS + 22 UUS 11 BUS + 23 UUS 11 BUS + 24 UUS 11 BUS + 24 UUS
2	Jumlah BPRS 2014 2013 2012 2011	163 BPRS 163 BPRS 158 BPRS 155 BPRS
3	Dana Pihak Ketiga BUS + UUS 2014 2013 2012 2011	Rp. 217.858.000.000.000 Rp. 183.534.000.000.000 Rp. 147.512.000.000.000 Rp. 115.415.000.000.000
4	Market Share Dana Pihak Ketiga (DPK) 2014 2013 2012 2011	100/34 = 2,94%, baik jika \geq 2,94% 100/34 = 2,94%, baik jika \geq 2,94% 100/35 = 2,86%, baik jika \geq 2,86% 100/35 = 2,86%, baik jika \geq 2,86%

Lampiran 2: Peringkat 10 Bank Syariah Berdasarkan Aset

Kode Bank	Dalam ('000.000)				Kode Bank	Dalam ('000.000)			
	2011	2012	2013	2014		2011	2012	2013	2014
BSM	48.672	54.229	63.965	66.942	BSB	2.730	3.616	4.343	5.161
BMI	32.480	44.206	53.724	62.413	PBS	1.019	2.140	4.053	6.208
BRIS	11.201	14.089	17.401	20.343	MSI	1.693	2.063	2.300	2.450
BNIS	8.467	10.645	14.709	19.492	BCAS	1.217	1.602	2.041	2.994
BMS	5.566	8.164	9.122	7.042	BVS	642	939	1.323	1.440

Lampiran 3: *Dummy* Variabel Dependen Reputasi

Tahun	Jumlah BUS + UUS	DPK Gabungan BUS + UUS (000.000) (sumber: OJK)	DPK yang dikelola bank	Market share bank (%)	Market share rata-rata (%)	Dummy
a	b	c	d	e = d / c	f = 100% / b	g
			BMI			
2014	34	217.858.000	51.206.270	23,50	2,94	1
2013	34	183.534.000	41.790.360	22,77	2,94	1
2012	35	147.512.000	34.903.830	23,66	2,86	1
2011	35	115.415.000	26.766.900	23,19	2,86	1
			BSM			
2014	34	217.858.000	59.821.000	27,46	2,94	1
2013	34	183.534.000	56.461.000	30,76	2,94	1
2012	35	147.512.000	47.409.000	32,14	2,86	1
2011	35	115.415.000	42.618.000	36,93	2,86	1
			BMS			
2014	34	217.858.000	5.881.057	2,70	2,94	0
2013	34	183.534.000	7.736.248	4,22	2,94	1
2012	35	147.512.000	7.108.754	4,82	2,86	1
2011	35	115.415.000	4.933.556	4,27	2,86	1
			BRIS			
2014	34	217.858.000	16.711.516	7,67	2,94	1
2013	34	183.534.000	13.794.869	7,52	2,94	1
2012	35	147.512.000	11.948.889	8,10	2,86	1
2011	35	115.415.000	9.906.412	8,58	2,86	1
			BSB			
2014	34	217.858.000	3.994.957	1,83	2,94	0
2013	34	183.534.000	3.272.263	1,78	2,94	0
2012	35	147.512.000	2.850.784	1,93	2,86	0
2011	35	115.415.000	2.291.737	1,99	2,86	0
			PBS			
2014	34	217.858.000	6.076.082	2,79	2,94	0
2013	34	183.534.000	2.870.310	1,56	2,94	0
2012	35	147.512.000	1.223.290	0,83	2,86	0
2011	35	115.415.000	419.770	0,36	2,86	0
			BCAS			
2014	34	217.858.000	2.338.700	1,07	2,94	0
2013	34	183.534.000	1.703.000	0,93	2,94	0
2012	35	147.512.000	1.261.800	0,86	2,86	0
2011	35	115.415.000	864.100	0,75	2,86	0

Lampiran 3 (lanjutan): *Dummy* Variabel Dependen Reputasi (DPK)

Tahun	Jumlah BUS + UUS	DPK Gabungan BUS + UUS (000.000) (sumber: OJK)	DPK yang dikelola bank	Market share bank (%)	Market share rata-rata (%)	Dummy
a	b	c	d	e = d / c	f = 100% / b	g
			BNIS			
2014	34	217.858.000	16.246.405	7,46	2,94	1
2013	34	183.534.000	11.422.190	6,22	2,94	1
2012	35	147.512.000	8.947.729	6,07	2,86	1
2011	35	115.415.000	6.756.262	5,85	2,86	1
			BJBS			
2014	34	217.858.000	4.600.000	2,11	2,94	0
2013	34	183.534.000	3.100.000	1,69	2,94	0
2012	35	147.512.000	2.975.063	2,02	2,86	0
2011	35	115.415.000	2.034.289	1,76	2,86	0
			BVS			
2014	34	217.858.000	1.132.087	0,52	2,94	0
2013	34	183.534.000	1.015.791	0,55	2,94	0
2012	35	147.512.000	646.324	0,44	2,86	0
2011	35	115.415.000	465.036	0,40	2,86	0
			MIS			
2014	34	217.858.000	779.234	0,36	2,94	0
2013	34	183.534.000	976.700	0,53	2,94	0
2012	35	147.512.000	769.055	0,52	2,86	0
2011	35	115.415.000	350.000	0,30	2,86	0
			BTPNS			
2014	34	217.858.000	2.707.504	0,01	2,94	0

Lampiran 4: *Dummy* Variabel Dependen Kinerja (ROE)

		ROE bank Pada laporan tahunan yang diungkapkan	ROE rata-rata \sum ROE/total bank	<i>Dummy</i>
BMI	2014	0,02	0,02	0
	2013	0,11	0,10	1
	2012	0,29	0,15	1
	2011	0,21	0,10	1
BSM	2014	0,01	0,02	0
	2013	0,15	0,10	1
	2012	0,25	0,15	1
	2011	0,24	0,10	1
BMS	2014	0,03	0,02	1
	2013	0,26	0,10	1
	2012	0,58	0,15	1
	2011	0,17	0,10	1
BRIS	2014	0,00	0,02	0
	2013	0,10	0,10	1
	2012	0,10	0,15	0
	2011	0,01	0,10	0
BSB	2014	0,02	0,02	1
	2013	0,08	0,10	0
	2012	0,07	0,15	0
	2011	0,06	0,10	0
PBS	2014	0,08	0,02	1
	2013	0,04	0,10	0
	2012	0,08	0,15	0
	2011	0,03	0,10	0
BCAS	2014	0,03	0,02	1
	2013	0,04	0,10	0
	2012	0,03	0,15	0
	2011	0,02	0,10	0
BNIS	2014	0,14	0,02	1
	2013	0,12	0,10	1
	2012	0,10	0,15	0
	2011	0,07	0,10	0
BJBS	2014	0,04	0,02	1
	2013	0,05	0,10	0
	2012	-0,03	0,15	0
	2011	0,04	0,10	0
BVS	2014	-0,18	0,02	0
	2013	0,04	0,10	0
	2012	0,09	0,15	0
	2011	0,19	0,10	1
MIS	2014	0,07	0,02	1
	2013	0,05	0,10	0
	2012	0,05	0,15	0
	2011	0,05	0,10	0
BTPNS	2014	0,00	0,02	0

Lampiran 5: Kelompok Data 10 Bank Syariah Periode 2011 s.d 2014

			DPK (%)	ROE	ZAK ('000.000)	ICSR (%)			DPK (%)	ROE	ZAK ('000.000)	ICSR (%)
1	BSM	2014	27,46	1,49	2.815	84,1	6	BSB	1,83	2,44	0	71,0
		2013	30,76	15,34	22.662	82,2			1,78	7,63	0	68,3
		2012	32,14	25,05	28.131	79,1			1,93	7,32	0	63,3
		2011	36,93	24,24	19.178	78,9			1,99	6,19	0	56,8
2	BMI	2014	23,50	2,13	5.396	83,3	7	PBS	2,79	7,66	2.455	74,1
		2013	22,77	11,41	11.896	80,4			1,56	4,44	0	62,5
		2012	23,66	29,16	9.735	78,3			0,83	8,20	0	53,1
		2011	23,19	20,79	6.841	77,7			0,36	2,80	0	43,7
3	BRIS	2014	7,67	0,44	3.239	72,7	8	MSI	0,36	6,83	0	59,5
		2013	7,52	10,2	2.239	72,2			0,53	5,05	0	58,9
		2012	8,10	10,41	0	70,4			0,52	4,93	0	55,6
		2011	8,58	1,19	0	51,8			0,30	4,92	0	40,6
4	BNIS	2014	7,46	13,98	5.524	73,5	9	BCAS	1,07	2,90	0	65,6
		2013	6,22	11,73	4.538	72,9			0,93	4,30	0	63,9
		2012	6,07	10,18	3.169	68,7			0,86	2,80	0	63,3
		2011	5,85	6,63	2.579	56,6			0,75	2,30	0	52,0
5	BMS	2014	2,70	2,5	598	63,5	10	BVS	0,52	-17,61	0	50,0
		2013	4,22	26,23	5.121	63,3			0,55	3,70	0	47,5
		2012	4,82	57,98	6.326	60,2			0,44	8,93	91	45,0
		2011	4,27	16,89	1.848	59,5			0,40	18,69	30	37,5

Lampiran 6: Kertas Kerja Penelitian

			BAIK Kode 1					TIDAK BAIK Kode 0		
		REP	ROE	ZAK	ICSR		REP	ROE	ZAK	ICSR
BSM	2014	1	0	1	0,841	BSB	0	1	0	0,710
	2013	1	1	1	0,822		0	0	0	0,683
	2012	1	1	1	0,791		0	0	0	0,633
	2011	1	1	1	0,789		0	0	0	0,568
BMI	2014	1	0	1	0,833	PBS	0	1	1	0,741
	2013	1	1	1	0,804		0	0	0	0,625
	2012	1	1	1	0,783		0	0	0	0,531
	2011	1	1	1	0,777		0	0	0	0,437
BRIS	2014	1	0	1	0,727	MSI	0	1	0	0,595
	2013	1	1	1	0,722		0	0	0	0,589
	2012	1	0	0	0,704		0	0	0	0,556
	2011	1	0	0	0,518		0	0	0	0,406
BNIS	2014	1	1	1	0,735	BCAS	0	1	0	0,656
	2013	1	1	1	0,729		0	0	0	0,639
	2012	1	0	1	0,687		0	0	0	0,633
	2011	1	0	1	0,566		0	0	0	0,520
BMS	2014	0	1	1	0,635	BVS	0	0	0	0,500
	2013	1	1	1	0,633		0	0	0	0,475
	2012	1	1	1	0,602		0	0	1	0,450
	2011	1	1	1	0,595		0	1	1	0,375