



**PENGARUH ZAKAT DAN IMPLEMENTASI SOSIAL PERUSAHAAN
TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN PERBANKAN
SYARIAH**

(Studi Kasus Pada Perbankan Syariah Indonesia Periode Tahun 2017-2020)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi

Oleh:

Hairul

NPM. 21701082157



UNIVERSITAS ISLAM MALANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

MALANG

2021



University of Islam Malang
REPOSITORY



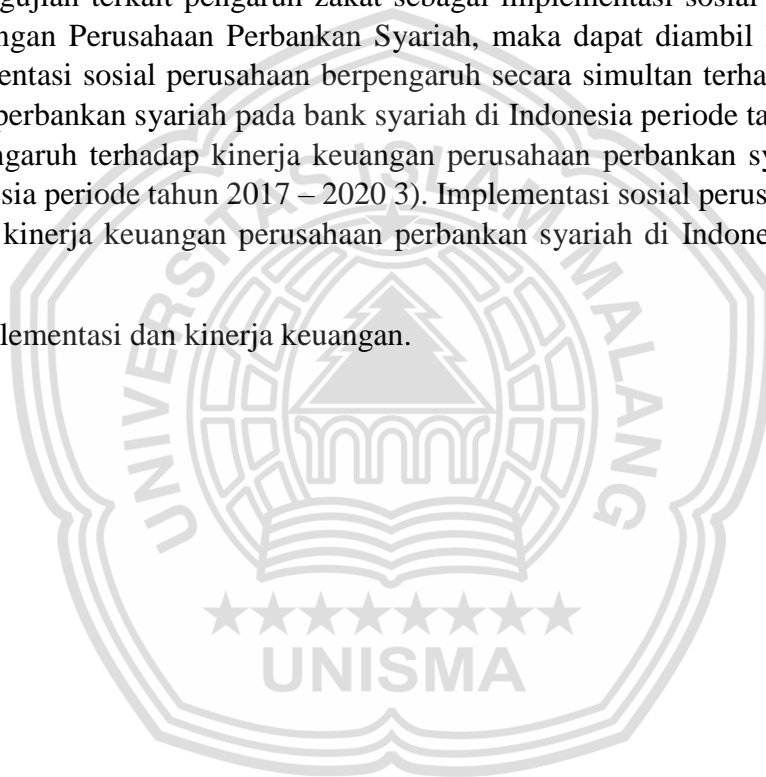
© Hak Cipta Milik UNISMA

repository.unisma.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh zakat dan implementasi sosial perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan perbankan syariah (studi kasus pada perbankan syariah Indonesia periode tahun 2017-2020) baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini termasuk dalam pendekatan penelitian kuantitatif yang berfokus pada pengujian hipotesis, Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, dimana sumber data sekunder berasal dari informasi berdasarkan data yang sudah ada dan di peroleh secara tidak langsung melalui media perantara berupa bukti catatan atau laporan historis perusahaan Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Bank Umum Syariah di Indonesia sebanyak 14 Bank. Data diambil dari laporan keuangan tahunan Bank Umum Syariah (BUS) yang di dapat dari Website Bank Syariah di Indonesia. Dengan jumlah sampel sebanyak 56 teknik pengambilan sampel dilakukan secara *Purposive Sampling*. 1). Berdasarkan hasil pengujian terkait pengaruh zakat sebagai implementasi sosial perusahaan terhadap kinerja keuangan Perusahaan Perbankan Syariah, maka dapat diambil kesimpulan Zakat sebagai implementasi sosial perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap kinerja keuangan perusahaan perbankan syariah pada bank syariah di Indonesia periode tahun 2017 – 2020 2). Zakat berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan perbankan syariah pada bank syariah di Indonesia periode tahun 2017 – 2020 3). Implementasi sosial perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan perbankan syariah di Indonesia periode tahun 2017 - 2020

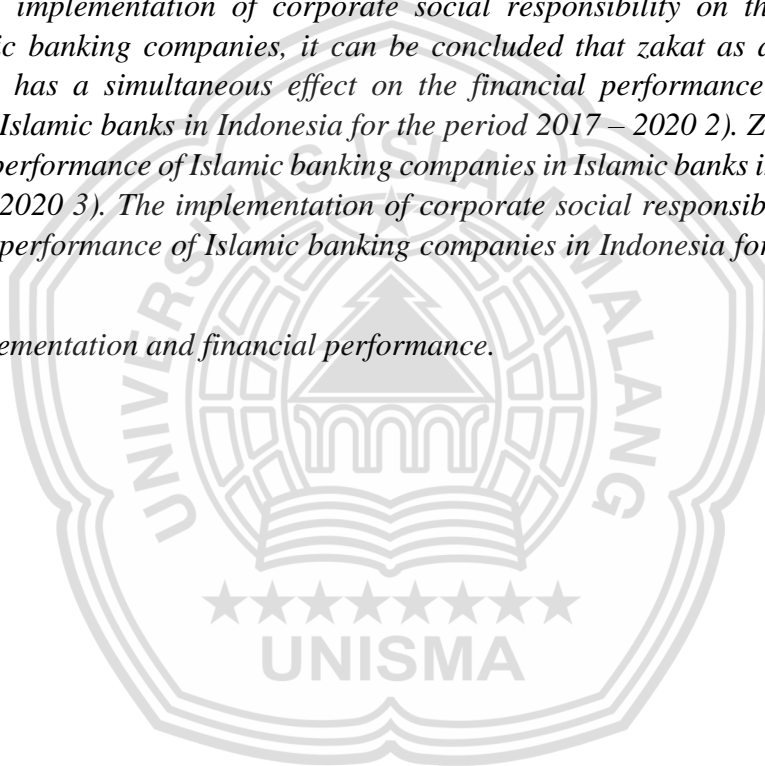
Kata kunci: zakat, implementasi dan kinerja keuangan.



ABSTRACT

This study was conducted with the aim of knowing the effect of zakat and corporate social implementation on the financial performance of Islamic banking companies (a case study on Indonesian Islamic banking for the period 2017-2020) both partially and simultaneously. This research is included in a quantitative research approach that focuses on hypothesis testing. The type of data used in this study is secondary data, where the secondary data source comes from information based on existing data and is obtained indirectly through intermediary media in the form of evidence notes or reports. company history The population in this study are all Islamic commercial banks in Indonesia as many as 14 banks. The data is taken from the annual financial statements of Islamic Commercial Banks (BUS) which are obtained from the Website of Islamic Banks in Indonesia. With a total sample of 56 sampling techniques were carried out by purposive sampling. 1). Based on the test results related to the effect of zakat as the implementation of corporate social responsibility on the financial performance of Islamic banking companies, it can be concluded that zakat as a corporate social implementation has a simultaneous effect on the financial performance of Islamic banking companies in Islamic banks in Indonesia for the period 2017 – 2020 2). Zakat has an effect on the financial performance of Islamic banking companies in Islamic banks in Indonesia for the period 2017 – 2020 3). The implementation of corporate social responsibility has no effect on the financial performance of Islamic banking companies in Indonesia for the period 2017 - 2020

Keywords: zakat, implementation and financial performance.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perusahaan memiliki tujuan menghasilkan laba, sesuai dengan tingkat waktu tujuan meningkat. Tuntutan publik yang mewakili pihak yang berkepentingan sudah merubah fungsi perusahaan. Perusahaan di zaman canggih dan modern ini tidak hanya mempunyai niat untuk mendapat untung tapi perusahaan dapat memberikan citra yang lebih baik kepada masyarakat keberlanjutan lembaga. CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah tindakan yang secara ikhlas di oleh semua lembaga. Namun, beberapa perusahaan yang muncul pada Pasal UU. No. 40. Tahun 2007 yang mengharuskan beberapa lembaga menerapkan tanggung jawab sosial. Dengan begitu akan membuat perusahaan lebih dekat dengan masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

Menurut Kemenag (2013) Indonesia, dengan populasi penduduk muslim mencapai 87.21% pada tahun 2013, diyakini memiliki potensi zakat yang besar. Dalam penelitian Baznas, Institut Pertanian Bogor (IPB). dan Islamic Development Bank (IDB) dikatakan bahwa potensi zakat nasional sebesar Rp.217 triliun (Firdaus, Beik, Irawan, Juanda, 2012). Sementara itu Menurut Canggih, Fikriyah, Yasin (2017) mengestimasi potensi zakat Indonesia, terutama zakat atas pendapatan, sebesar Rp. 82 triliun pada tahun 2015. Dengan angka sebesar itu, harusnya dapat memberikan dampak pada upaya pemerataan pendapatan yang pada akhirnya dapat mengurangi kemiskinan di Indonesia.

Sementara realisasi zakat dalam sudut pandang penerima zakat (mustahiq), kelompok fakir dan miskin masih menjadi kelompok dominan dan harus segera diberdayakan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) bulan Maret 2018 terdapat 25, 95 juta orang penduduk miskin. Faktor yang mempengaruhi tingkat kemiskinan antara 2017 sampai

dengan Maret 2018 tersebut yakni inflasi, rata-rata pengeluaran per kapita untuk rumah tangga, bantuan tunai pemerintah, dan nilai tukar rupiah. Sekalipun, tingkat kemiskinan terdapat penurunan pada Maret 2018 dibandingkan dengan periode September 2017 yang mencapai 26,58 juta orang atau ada penurunan sebesar 1,19 juta orang, namun hal ini tidak serta merta persoalan kemiskinan di Indonesia selesai. Apalagi, untuk mengukur kemiskinan, BPS menggunakan konsep kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dasar (*Basic Needs Approach*), oleh sebab itu, dalam sudut pandang pengukuran kemiskinan, maka kemiskinan dipandang sebagai ketidakmampuan dari sisi ekonomi untuk memenuhi kebutuhan dasar makanan dan bukan makanan yang diukur dari sisi pengeluaran, sehingga penduduk miskin adalah penduduk yang memiliki rata-rata pengeluaran perkapita perbulan dibawah garis kemiskinan (BPS, 2018).

Terlebih lagi perusahaan yang berbasis keislaman seperti perusahaan perbankan Syariah Pada umumnya, hal yang dimaksud dengan Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberi layanan pembiayaan kredit dan pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah. Menurut pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, yang dimaksud bank syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta tata cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Pada dasarnya bank syariah sama dengan bank umum, yaitu perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan, artinya aktifitas perbankan selalu berkaitan dalam bidang keuangan. Sehingga berbicara mengenai bank tidak terlepas dari masalah keuangan.

Menurut Amirah (2014), Satu masalah yang menjadi perhatian ialah masalah kemiskinan. Islam sebagai agama yang memiliki antagonisme menjadi solusi masyarakat Indonesia memberikan solusi untuk masalah zakat mempunyai strategis yang

mempengaruhi doktrin Islam dan pembangunan ekonomi masyarakat termasuk pengentasan kemiskinan. Melalui pemberdayaan zakat, sangat diharapkan dapat mengurangi angka kemiskinan dan bahkan membuat kemiskinan nihil, memang sudah ada lembaga-lembaga yang dibentuk untuk menangani zakat, baik secara formal maupun informal, begitu juga kerjasama antara lembaga pemerintah dengan swadaya masyarakat namun belum efektif dan efisien.

Adamu et al., (2016) menyatakan bahwa zakat merupakan sarana untuk menunjukkan rasa syukur kepada Allah atas nikmat yang telah Dia limpahkan kepada seseorang. Hal ini memungkinkan pemberi untuk mengetahui bahwa, dalam kekayaannya, ada bagian untuk orang yang tidak beruntung (Al-Qur'an, 51:19) dan bahwa dengan memberikan zakat, dia juga memenuhi kewajibannya kepada Allah. Ini menyelamatkan manusia dari keserakahan, atribut yang menyebabkan banyak masalah sosial di masyarakat.

Darsono (2017) menyatakan bahwa, zakat selain sebagai suatu ibadah juga sebagai aspek tabaru (aspek sosial perusahaan) yang merupakan suatu kewajiban perusahaan yang harus dilakukan agar terciptanya keseimbangan dalam melakukan aktivitas usahanya. Zakat diharapkan mampu untuk mensejahterakan pihak lain ataupun pihak perusahaan itu sendiri, dimana dengan zakat sebagai aspek sosial perusahaan diharapkan mampu untuk meningkatkan image perusahaan itu sendiri. Selain itu, manfaat wajib zakat adalah untuk memenuhi kebutuhan orang-orang yang kurang beruntung dan mengurangi masalah sosial, atau dengan kata lain zakat menjaga konsumsi publik pada level minimum dan ekonomi akan selalu berjalan orang supaya berinvestasi, agar tidak melimpah dan menumpuk begitu saja hartanya.

Nilai zakat pada beberapa bank mampu mencapai jutaan hingga puluhan juta rupiah. Diperkirakan 2,5% menurut pendapatan sebelum pajak yang bisa diberikan sehingga

menentukan zakat dari lembaga perbankan dapat digunakan untuk kegiatan *Corporate Social Responsibility*.

Arifin dan Wardani (2016) menyatakan bahwa persyaratan maupun prosedur untuk perhitungan zakat fitrah dan penggunaan zakat bisnis yang aktif. Implementasi *Corporate Social Responsibility* mampu meninggikan profitabilitas perusahaan, di mana pihak investasi di lembaga akan selalu melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility*. Karena bagi investor perusahaan yang melakukan kegiatan CSR Menanggapi keuntungan yang lebih besar daripada mereka yang melakukan CSR, perusahaan di masa depan akan dapat meningkatkan kinerja keuangan mereka.

Menurut Pramukti et al (2019), Zakat dapat diungkapkan dalam bentuk CSR dan dapat berfungsi menjaga citra perusahaan dimata konsumen. Konsepnya, sebagian dari bank syariah 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*. CSR merupakan suatu tanggung jawab perusahaan yang didasari pada tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah *Triple Bottom Line* yang terdiri dari Profit, *People* dan Planet. Sedangkan menurut Pérez (2015), *Corporate Social Responsibility* dapat digunakan sebagai alat marketing baru bagi perusahaan bila itu dilaksanakan berkelanjutan.

Ketidakmampuan perusahaan untuk mendapatkan manfaat dari aktivitas CSR memang tidak dapat dirasakan dalam jangka pendek, sehingga menimbulkan asumsi bahwa aktivitas CSR hanya sekedar pemborosan dan mengurangi keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan. Menurut Kustono & Sayekti (2017), *Stakeholder* dan *Shareholder* yang hanya melihat perusahaan dalam jangka pendek saja sehingga tidak menjadikan CSR sebagai salah satu hal penting dalam pengambilan keputusan

khususnya dalam hal investasi yang memiliki prioritas terhadap *return* dan lebih mengandalkan kinerja keuangan perusahaan sebagai dasar pengambilan keputusan.

Tanggung jawab sosial perusahaan dan lingkungan atau bisa dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen perseroan untuk berperan dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Akan tetapi banyak perusahaan yang masih belum melakukannya, sehingga muncul Undang-Undang No 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang atau yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Pasal 74 ayat 1). Kedua, Undang-Undang No 25 Tahun 2007 tentang penanaman modal, bahwa setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan (Pasal 15). Kedua undang-undang ini merupakan payung hukum utama yang mengatur jalannya pelaksanaan CSR di Indonesia. Sehingga dengan terbitnya peraturan tersebut, maka semua perseroan dan aktivitas penanaman modal yang dijalankan seluruh penjuru Indonesia, wajib melakukan tanggung jawab sosial.

Menurut *Signalling Theory*, zakat yang dibayar, dikelola, didistribusikan, serta diungkapkan perusahaan dalam CSR akan menjadi sinyal positif dimata masyarakat sehingga membantu perusahaan dalam meraih simpati dan dukungan dari para *Stakeholder* serta memberi dampak positif bagi reputasi perusahaan. 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 karna itu banyak perusahaan menggunakan laporan

pertanggung jawaban sosialnya sebagai cara untuk meningkatkan nilai perusahaannya dan menjaga citra atau nama baik perusahaannya dari waktu ke waktu.

Salah satu cara mengembangkan perusahaan adalah dengan menjadikan kedermawanan perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* sebagai jantung strategi. *Corporate Social Responsibility* merupakan tanggung jawab perusahaan dalam peran serta terhadap lingkungan dan masyarakat. Adanya fungsi sosial perbankan syariah di Indonesia didasari oleh UU.No. 21 tahun 2008 Pasal 4. Melalui fungsi sosial diharapkan akan memperlancar alokasi dana sosial yang dibutuhkan oleh masyarakat terutama pihak yang membutuhkan.

Penerapan CSR dipercaya dapat meningkatkan kinerja keuangan perbankan, dimana nasabah cenderung menanamkan modalnya pada bank yang melakukan aktivitas CSR karena bagi nasabah, perusahaan yang melakukan aktivitas CSR berpotensi dalam menghasilkan laba yang lebih besar dibandingkan yang tidak, sehingga kedepannya perusahaan akan mampu meningkatkan kinerja keuangannya.

Kinerja keuangan menurut Isbanah (2015) merupakan prestasi kerja yang telah dicapai oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu dan tertuang pada laporan keuangan perusahaan yang bersangkutan. Para pelaku bisnis dan pemerintah tentunya membutuhkan informasi tentang kondisi dan kinerja keuangan perusahaan dalam pengambilan keputusan ekonomi. Maka analisis laporan keuangan sangat dibutuhkan dalam hal ini, untuk memahami informasi laporan keuangan. Analisis kinerja keuangan yang dilakukan 3 bermanfaat untuk melakukan klasifikasi atau prediksi terhadap harga saham. Analisis rasio keuangan didasarkan pada data keuangan historis yang tujuan utamanya adalah memberi suatu indikasi kinerja perusahaan pada masa yang akan datang (Setiawan, 2016).

Menurut Akbar (2019), Kinerja keuangan suatu perusahaan disajikan dalam bentuk laporan yang dibuat oleh manajemen perusahaan sebagai bentuk pertanggung jawaban

kinerjanya. Laporan yang disajikan manajemen tersebut berbentuk laporan keuangan dimana laporan keuangan sering diartikan dengan informasi keuangan yang disajikan dan disiapkan oleh manajemen dari suatu perusahaan kepada pihak internal dan eksternal yang berisi seluruh kegiatan bisnis dari satu kesatuan usaha yang merupakan salah satu alat pertanggung jawaban dan komunikasi manajemen kepada pihak-pihak yang membutuhkan.

Menurut Junaeni (2017), Penilaian kinerja keuangan perusahaan umumnya menggunakan analisis rasio, dan dalam penelitian ini jenis rasio yang digunakan antara lain adalah rasio profitabilitas salah satunya dengan menggunakan *Return On Assets* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE). ROA adalah rasio yang digunakan oleh perusahaan guna mengukur profitabilitas pada tingkat pendapatan, asset, dan modal saham (Junaeni, 2017).

Suciwati et al. (2017); Bukhori & Sopian (2017) menyatakan bahwa adanya hubungan yang positif dan signifikan antara CSR yang diungkapkan dengan kinerja keuangan yang diprosikan dengan ROA dan ROE. Namun beberapa penelitian menunjukkan hasil yang berbeda bahwa tidak adanya hubungan yang berpengaruh signifikan antara CSR dan kinerja keuangan yang diprosi dengan ROE (Putra, 2016).

Di Indonesia, penelitian mengenai masalah mengimplementasikan sosial perusahaan, zakat dan lembaga yang dilakukan oleh Mahyar (2014) menunjukkan tingkat keluhan tanggung jawab sosial berada laporan keuangan pada suatu lembaga berasal pada tempat CSDI (*Corporate Sosial Disclosure Index*) dan perusahaan zakat secara bersama terbukti berpengaruh sangat positif maupun berpengaruh secara signifikan terhadap *Return on Equity* (bentuk proksi sebagai bagian dari laporan keuangan) di lembaga perbankan yang terdapat di Indonesia.

Berdasarkan uraian diatas, Maka peneliti melakukan penelitian yang Berjudul “Pengaruh Zakat Dan Implementasi Sosial Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan

Perusahaan Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Perbankan Syariah Indonesia Periode Tahun 2017-2020)”.
Tahun 2017-2020)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka yang bisa menjadi rumusan masalah pada penelitian ini ialah:

1. Apakah Zakat dan implementasi sosial perusahaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan pada perbankan syariah di Indonesia periode tahun 2017 – 2020?
2. Apakah zakat berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan pada perbankan syariah di Indonesia periode tahun 2017 – 2020?
3. Apakah implementasi sosial perusahaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan pada perbankan syariah di Indonesia periode tahun 2017 - 2020?

1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Beberapa tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan masalah diatas, yaitu ;

1. Untuk mengetahui pengaruh Zakat dan implementasi sosial perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan pada perbankan syariah di Indonesia periode tahun 2017 – 2020.
2. Untuk mengetahui pengaruh zakat terhadap kinerja keuangan perusahaan pada perbankan syariah di Indonesia periode tahun 2017 – 2020.
3. Untuk mengetahui pengaruh implementasi sosial perusahaan terhadap kinerja perusahaan perbankan syariah pada perbankan syariah di Indonesia periode tahun 2017 – 2020.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait diantaranya:

1. Manfaat Toritis

Bagi Akademis, diharapkan memberikan respon positif kepada masyarakat dan dapat dijadikan referensi dalam memilih perusahaan perbankan yang akan dituju, dapat memberikan informasi, menambah pengetahuan, serta dapat memperoleh wawasan dan ilmu pengetahuan terutama mengenai zakat sebagai implementasi sosial perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan perbankan syariah sesuai mata kuliah Akuntansi Internasional, Manajemen Keuangan, dan OKS.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan akan memberikan kontribusi positif kepada para pelaku bisnis, khususnya perbankan syariah dalam menjalankan praktek pengungkapan Zakat dan sebagai implementasi Sosial Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan Syariah di Indonesia.

3. Manfaat bagi Peneliti

Diharapkan dapat mengimplementasikan ilmu akuntansi, khususnya tentang CSR dan perbankan yang telah diperoleh dan dipelajari selama masa perkuliahan dan memberikan pemahaman lebih terhadap materi yang didapatkan. Menambah dan mengembangkan wawasan peneliti, khususnya dalam hal pemahaman tentang zakat, CSR, dan perbankan dengan cara



membandingkan teori yang diperoleh dengan kenyataan atau kondisi sebenarnya di lapangan.





University of Islam Malang
REPOSITORY



© Hak Cipta Milik UNISMA

repository.unisma.ac.id

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian terkait pengaruh zakat sebagai implementasi sosial perusahaan terhadap kinerja keuangan Perusahaan Perbankan Syariah, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Zakat sebagai implementasi sosial perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap kinerja keuangan perusahaan perbankan syariah pada bank syariah di Indonesia periode tahun 2017 – 2020
2. Zakat berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan perbankan syariah pada bank syariah di Indonesia periode tahun 2017 – 2020
3. Implementasi sosial perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan perbankan syariah di Indonesia periode tahun 2017 - 2020

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pengujian dan kesimpulan dalam penelitian ini, maka dapat diberikan saran sebagai berikut :

1. Saran untuk perusahaan perbankan syariah, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan perusahaan dalam mengimplementasikan program – program sosial perusahaan yang memberikan manfaat bagi lingkungan dan masyarakat.
2. Perusahaan tidak perlu takut mengeluarkan zakat, karena dalam Islam Allah SWT sudah menjamin bahwa zakat yang dikeluarkan tidak akan mengurangi harta dan zakat juga merupakan beban yang dapat dikurangkan untuk penghasilan akan beban pajak.
3. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan faktor lain yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan dengan menggunakan *Return on Investmen (ROI)* maupun *Return on Equity (ROE)*

5.3 Keterbatasan

Penelitian ini tidak terlepas dari sebuah kekurangan dan keterbatasan, keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Beberapa perusahaan tidak menjelaskan dengan jelas dan rinci mengenai biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan CSR sehingga akan menimbulkan kesalahan penghitungan
2. Kinerja perusahaan perbankan syariah dalam penelitian ini hanya diukur dengan satu proksi saja yaitu *Return on Assets* (ROA)
3. Periode penelitian hanya menggunakan empat tahun yaitu 2017 sampai dengan tahun 2020



DAFTAR PUSTAKA

- Ali & Darsono. (2017). *Perbankan Syariah Di Indonesia*. Jakarta : Pt Raja Grafindo
- Ali Syukron. (2015). *Csr Dalam Perspektif Islam Dan Perbankan Syariah*. Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam. Vol (5), (1).
- Anggriani, Amira Dwiki, Dkk , (2014), Pengaruh Motivasi Dan Komitmen Organisasional Terhadap Kinerja Karyawan, Jurnal Administrasi Bisnis (Jab), Vol. (14), (1)
- Arifin, J. Dan Wardani, E.A. (2016). Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure, Reputasi, Dan Kinerja Keuangan: Studi Pada Bank Syariah Di Indonesia. Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia. Vol. (20) (1).
- Arifin, J., & Wardani, E. A. (2016). Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure, Reputasi, Dan Kinerja Keuangan: Studi Pada Bank Syariah Di Indonesia. Jurnal Akuntansi Dan Auditing Indonesia, 20(1), 38-46.
- Arifin, Zainul, (2002). *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Bandung: Alva Beta, Dendawijaya, Lukman, (2000). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Arsad, S., Said, R., Yusoff, H., Haji-Othman, Y., & Ahmad, R. (2014). The Relationship Between Islamic Corporate Social Responsibility And Firm's Performance: Empirical Evidence From Shari'ah Compliant Companies. *European Journal Of Business And Management*, 6(36), 161-174.
- Arum Darmawati, 2015, Perbedaan Gender Pada Hubungan Person Job Fit Dan Organizational Fit Dengan Kinerja Dan Ocb, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume (12), (2).
- Canggih, C., Fikriyah, K., & Yasin, A. (2017). *Inklusi Pembayaran Zakat Di Indonesia*. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Jebis), 3(1), 1-11.
- Damayanti, Y. (2020). Pengaruh Zakat Dan Islamic Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Bank Umum Syariah (Studi Pada Perbankan Syariah Yang Terdaftar Di Bank Umum Syariah Periode 2014-2018) (Doctoral Dissertation, Uin Raden Intan Lampung).
Data Sekunder Yang Diolah, 2015
- David Wijaya, (2017). *Manajemen Keuangan Konsep Dan Penerapannya*. Jakarta: Pt. Grasindo.
- Dwidjoseputro. 1990. *Dasar-Dasar Mikrobiologi*. Jakarta: Djambatan..
- Fauziah, Khusnul Dan Yudho J Prabowo. (2013). Analisis Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perbankan Syariah Di Indonesia Berdasarkan Islamic Social Reporting Indeks. *Jurnal Dinamika Akuntansi* Vol. (5) (1) Pp. 12-20.
- Gendro, Wiyono. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis Dengan Alat Analisis Spss 17.0 & Smart Pls 2.0*. Yogyakarta: Percetakan Stim Ykpm.
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss. Cetakan Keempat*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Hadits Riwayat Bukhari Dan Muslim Dari Abu Hurairah No. 827.
- Haniffa, R. (2002). Social Reporting Disclosure : An Islamic Perspective. *Indonesian Management And Accounting Research*, 128-146.
- Herlambang, Sugiarto, Brastoro Said Kelana, (2001), *Ekonomi Makro : Teori Analisis Dan Kebijakan*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Ichwan Sidik Dan Reskino. (2016). *Pengaruh Zakat Dan Icsr Terhadap Reputasi Dan Kinerja*. Simposium Nasional Akuntansi Xix Lampung.
- Indrawan, D. C., & Siti Mutmainah, S. M. (2011). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan* (Doctoral Dissertation, Universitas Diponegoro).

- Kasmir, Jakfar. (2013) *Studi Kelayakan Bisnis*. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Khoiriyah, N. (2019). Pengaruh Zakat Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Bank Umum Syariah Di Indonesia.
- Kwok, Tak Yuen. (2007). *The Effect Of Customer Trust On Customer Loyalty And Repurchase Intention: The Moderating Influence Of Perceived Csr*. Hongkong: Hongkong Baptist University.
- Mahmud. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung :Pustaka Setia.
- Makhrus, M. (2019). Pengelolaan Zakat Produktif Dalam Upaya Pengentasan Kemiskinan Di Indonesia. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2(1), 37-50.
- Mc Williams Dan Siegel (2001). *Corporate Social Responsibility: A Theory Of The Firm Perspective*. *Academy Of Management Review*,26(1): 117-127
- Moh.Ramli Faud Dan Rustan. (2005). *Akuntansi Perbankan*.Yogyakarta:Graha Ilmu.
- Mufraini, M. Arif (2006), *Akuntansi Dan Manajemen Zakat*, Jakarta: Prenada Media Group.
- Muhammad. (2005). *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: Upp Ampykp.
- Munandar, A., Nurdiniah, D., & Iskandar, D. A. (2019). *Analisis Pengaruh Zakat Terhadap Kinerja Keuangan: Studi Literatur*. Serambi: *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(1), 23-32.
- Nurhayati, M. (2012). Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan, Good Corporate Governance Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Yang Terdaftar Dalam Lq45 Pada Tahun 2009-2011.
- Othman, Et Al. (2009). *Detreminants Of Islamic Social Reporting Among Top Shariaapproved Companies In Bursa Malaysia*. *Research Journal Of International Studies*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2013). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia*. 8 Oktober 2017. www.ojk.go.id
- P. Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid Satu Edisi Kesebelas*, Jakarta: Gramedia, 2005.
- Parasuraman, Et. Al. (1988). "Servqual; A Multiple-Item Scale Of Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality". *Journal Of Retailing*. (Vol. 64. Tahun 1988). Hlm. 1- 29.
- Rhamadhani, R. F. (2016). Pengaruh Zakat Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia). *Hunafa: Jurnal Studia Islamika*, 13(2), 344-361.
- Rizki, T. L. (2021). *Pengaruh Zakat Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode 2014-2018)* (Doctoral Dissertation, Uin Raden Intan Lampung).
- S. S. Harahap, *Analisa Kritis Atas Laporan Keuangan Edisi Satu*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006.
- Siwar Dan Hossain, (2009). *An Analysis Of Islamic Csr Concept And The Opinion Of Malaysian Managers*. *Management Of Environmental Quality : An International Journal* Vol. (20), (3).
- Sofyan Syafri Harahap, (2008), *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta : Pt. Raja Grafindo Persada.
- Sofyani, Hafiez, Dkk. (2012). *Islamic Social Reporting Index Sebagai Pengukuran Kinerja Sosial Perbankan Syariah*. *Jurnal Dinamika Akuntansi*. Vol.(4), (1): 36-46.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono.(2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Pt Alfabet.
- Syahnaz, Melisa. (2013). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan*. *Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya* Vol (1), (2)

- Syurmita, S., & 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), 87-97.
- Trisna, T., Afifudin, A., & Anwar, S. A. (2020). Pengaruh Zakat Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 9 (07).
- Trisnawati F. (2012). *Asuhan Kebidanan*. Jilid I. Jakarta: Pt. Prestasi Pustakarya
- Triuwono, Iwan, (2006), *Perspektif, Metodologi, Dan Teori Akuntansi Syariah*. Pt Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Waluyo, Hj. (2010). *Kesusastraan Iv*. Surakarta: Uns Press.
- Warren, *Pengantar Akuntansi* Edisi 21, Jakarta: Salemba Empat, 2005.
- Winardi (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Ketiga, Penerbit: Rineka Cipta, Jakarta.
- Yusuf, Pawit M. (2010). *Komunikasi Instruksional : Teori Dan Praktek*. Jakarta : Pt. Bumi Aksara
- Yusuf, Syamsu. (2011). *Psikologi Perkembangan Anak Dan Remaja*. Bandung : Pt. Pengaruh Zakat Perbankan Dan Islamic Corporate Social Responsibility (Icsr) Terhadap Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode 2016-2019 Remaja Rosdakarya.

