

BAB II LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Teori stakeholder

Dalam teori *stakeholder* menyatakan bahwa sebuah perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, melainkan harus memberikan manfaat untuk seluruh *stakeholder*. Membantu manajemen perusahaan meningkatkan nilai perusahaan sebagai dampak dari kegiatan yang telah dilaksanakan serta untuk meminimalkan kerugian yang akan muncul merupakan tujuan utama dari teori *stakeholder*. Teori *stakeholder* juga dapat dikatakan sebagai teori yang melandasi penerapan tanggung jawab sosial.¹

Teori *stakeholder* menjelaskan bahwa *ICSR* (*Islamic Corporate Social responsibility*) merupakan salah satu keadaan untuk melakukan interaksi dengan *stakeholder*, karena pengungkapan *ICSR* (*Islamic Corporate Social responsibility*) yaitu bagian dari peran entitas kepada *stakeholder*. setiap kelompok atau individu dapat dipengaruhi atau mempengaruhi kegiatan perusahaan, dimana perusahaan dapat bertemu dari berbagai jenis harapan untuk para *stakeholder* yang mampu menciptakan kinerja perusahaan dengan sangat luar biasa juga merupakan definisi dari Teori *stakeholder*.²

Teori pemangku kepentingan menciptakan nilai bagi semua pemangku kepentingan yang terdiri dari karyawan, pelanggan, komunitas, pemasok, dan pemodal (pemilik, investor), terutama peraturan pada pembangunan hubungan, komposisi pemangku kepentingan berbeda tergantung pada industri serta model bisnis perusahaan sehingga apapun masalah yang terjadi diantara para pemangku kepentingan harus dihindari agar dapat

¹Winda Esra Annisa and Nur Fadrih Asyik, "Pengaruh Good Corporate Governance Dan Business," *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi* 8, no. 2 (2019): 1–20, <http://jurnalmahasiswa.stesia.ac.id/index.php/jira/article/view/2193>.

²Ananda and NR, "Pengaruh Islamic Corporate Governance Dan Islamic Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perbankan Syariah," 2068.

diarahkan sesuai cara kearah yang sana. Ketika berbicara tentang *ICSR (Islamic Corporate Social responsibility)*, ini ialah konsep payung untuk kegiatan yang berorientasi islam dalam suatu perusahaan yang termasuk amal, sukarela, upaya lingkungan, dan praktik kerja terhadap lingkungan masyarakat.

ICSR (Islamic Corporate Social responsibility) tidak berusaha mempelajari apa bisnis secara keseluruhan atau mencoba untuk menetapkan keseluruhan tentang tanggung jawab hal ini berbeda dari teori pemangku kepentingan. Sebaliknya, untuk memastikan bisnis berhasil lebih tinggi *ICSR (Islamic Corporate Social responsibility)* berfokus pada tanggung jawab bisnis, tanggung jawab kepada komunitas lokal serta masyarakat luas. Walaupun terkadang tanggung jawab sosial dapat diorganisir per pemangku kepentingan, orientasi sosial akan tetap ada di sana.³ Sudah seharusnya teori stakeholder menjadi landasan adanya *ICSR (Islamic Corporate Social Responsibility)* serta Reputasi Perusahaan untuk meningkatkan Kinerja Keuangan, dimana penerapannya melaksanakan kegiatan yang bersifat syariah dan tidak melanggar aturan agama kepada stakeholders, mulai dari kegiatan yang menciptakan kebajikan yang bukan melalui aktivitas-aktivitas yang dilarang Allah SWT, Melainkan dengan praktik yang diperintahkan Allah SWT.

2. Teori legitimasi

Teori yang mendasari pengungkapan *ICSR (Islamic Corporate Social Responsibility)* dan Reputasi Perusahaan juga terdapat pada teori legitimasi. Teori ini membuktikan bahwa melalui pengungkapan sosial dan lingkungan, perusahaan perlu menyesuaikan diri melalui sistem nilai dan norma yang dipraktikan oleh masyarakat, kegiatan ini dilakukan dengan maksud supaya aktivitas perusahaan

³ R. Edward Freeman and Sergiy Dmytriiev, "Corporate Social Responsibility and Stakeholder Theory: Learning From Each Other," *Symphonya. Emerging Issues in Management*, no. 1 (2017): 7, <https://doi.org/10.4468/2017.1.02freeman.dmytriiev>.

terlegitimasi oleh stakeholder. Untuk meningkatkan citra dan reputasi yang semakin baik maka bentuk tanggung jawab yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungan dan sosial juga di maksimalkan, dengan baiknya reputasi suatu perusahaan maka akan memicu investor untuk menanamkan modalnya begitu juga tingkat loyalitas dari konsumen terhadap produk dan jasa yang didapatkan akan lebih meningkat. Teori legitimasi menempatkan persepsi dan pengakuan publik sebagai dorongan utama dalam melakukan pengungkapan suatu informasi di dalam laporan keuangan.⁴

Teori legitimasi mengandung pengertian bahwa aktifitas berupa tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu usaha yang berkenaan dengan tekanan dari lingkungan sekitar, misalnya tekanan politik, sosial atau ekonomi. Berdasarkan uraian diatas dapat dijelaskan bahwa teori legitimasi merupakan kontrak sosial entitas dan masyarakat, sehingga tercapainya tujuan dari perusahaan tanpa adanya kerugian dari kedua pihak. Manfaat yang dirasakan bukan hanya dari pihak perusahaan tetapi dari masyarakat sekitar. Teori legitimasi menempatkan persepsi dan pengakuan publik sebagai dorongan utama dalam melakukan pengungkapan suatu informasi di dalam laporan keuangan.⁵

3. ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*)

a. Pengertian ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*)

Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) merupakan konsep dari CSR konvensional yang sudah dikembangkan. *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* yaitu praktik bisnis yang mempunyai tanggung jawab secara islami. Perusahaan menganut norma-norma islam yakni dengan adanya

⁴ Ahmad Afandi, Supaijo, and Wahyu Ningsih, "Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility (Icsr) Terhadap Reputasi Perusahaan," 41.

⁵ Eki Silvia Ayu Saputri and Endang Sri Utami, "PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN," 2020, <http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/id/eprint/7666>.

komitmen ketulusan dengan menjaga kontrak sosial yang ada dalam operasinya. Kerangka *Islamic Corporate Social Responsibility* ini meliputi semua kegiatan bisnis dan bentuknya. Sekalipun tidak terbatas jumlah kepemilikan barang, jasa dan profitnya, namun alternatif untuk mendapatkan dan pendayagunaannya dibatasi oleh aturan halal serta haramnya oleh syariah. *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* menurut AAOIFI adalah aktivitas yang dilaksanakan institusi finansial islam untuk memenuhi kepentingan ekonomi, hukum religius, etika, serta *discretionary responsibilities* sebagai lembaga *financial intermediary* untuk institusi maupun untuk individu.⁶ *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* Merupakan bentuk upaya yang dilaksanakan perusahaan untuk meningkatkan kualitasnya adalah dengan memeperkenalkannya kegiatan manusiawi yang bertanggung jawab sosial dan perilaku yang bijak. Akan tetapi juga sebagai tombak untuk memperoleh keuntungan tanpa hambatan.⁷

b. Manfaat *Islamic Corporate Social Responsibility*

Adapun manfaat *ICSR* bagi perusahaan, masyarakat dan pemerintah dalam jangka panjang antara lain:

- 1) Dapat mempertahankan reputasi dan citra merek perusahaan.
- 2) Dapat beroperasi secara sosial karena mendapatkan lisensi.
- 3) Nilai resiko ekonomi bisnis perusahaan menurun.

⁶ Muhammad Fajrul Novrizal and Meutia Fitri, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index (JII) Tahun 2012- 2015 Dengan Menggunakan Islamic Social Reporting (ISR) Index Sebagai Tolok Ukur," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi* 1, no. 2 (2016): 177–89, <http://www.jim.unsyiah.ac.id/EKA/article/view/1066>.

⁷ Hilya Nafi Husna, "Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility (Icsr) Terhadap Reputasi Perusahaan," *Konferensi Ilmiah Mahasiswa UNISSULA (KIMU)* 3, no. Oktober (2020): 587–608, <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kimue/article/download/9994/4885>.

- 4) Akses operasional perusahaan meluas.
 - 5) Menjalin hubungan baik dengan stakeholder.
 - 6) Menjalin hubungan baik dengan regulator.
 - 7) Menambah semangat dan produktivitas karyawan.
 - 8) Kesempatan untuk mendapatkan penghargaan.⁸
- c. Pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility*
- 1) Kemasyarakatan, mencakup kegiatan perusahaan yang terkait dengan kesehatan, pendidikan dan seni, serta pengungkapan aktivitas kemasyarakatan lainnya.
 - 2) Ketenagakerjaan, meliputi kegiatan perusahaan yang dilakukan untuk orang-orang dalam perusahaan tersebut. Kegiatan tersebut meliputi gaji karyawan, tunjangan, mutasi dan promosi, rekrutment, program penelitian, dan lainnya
 - 3) Produk dan konsumen diantaranya melibatkan suatu produk atau jasa, antara lain kegunaan produk, produk tahan lama, pelayanan, kepuasan pelanggan, kejujuran dalam iklan, dan kejelasan atau kelengkapan isi pada kemasan.
 - 4) Lingkungan hidup, merupakan aspek lingkungan dari teknik produksi, yang meliputi proses sumber daya alam serta konveksi sumber daya alam yang mengakibatkan pengendalian polusi dalam menjalankan operasi bisnis pencegahan dan perbaikan kerusakan lingkungan.⁹

Pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* juga terdapat dalam QS. Al-Qashash ayat 77 ;

⁸ Ahmad Afandi, Supaijo, and Wahyu Ningsih, "Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility (Icsr) Terhadap Reputasi Perusahaan," 43.

⁹ Apip Zanariyatim, Ai Nur Bayinah, and Oni Sahroni, "Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Bank Umum Syariah Berdasarkan Islamic Social Reporting Index (Indeks ISR)," *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam* 4, no. 1 (2019): 85–103, <https://doi.org/10.35836/jakis.v4i1.31>.

وَأَبْتَغِ فِيمَا ءَاتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۖ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ
 مِنَ الدُّنْيَا ۖ وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَبْغِ
 الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ ۖ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾

Artinya : dan carilah apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri Akhirat, dan janganlah kamu melupakan kebahagiaanmu dari (kenikmatan) duniawi, dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah SWT telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan apapun di muka bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.¹⁰

Dengan demikian salah satu tujuan penting pemerintah untuk mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dimasa depan yang bermanfaat bagi kinerja keuangan perusahaan dan masyarakat setempat adalah dengan terciptanya tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* dilakukan Bank Umum Syariah dengan menggunakan indek ICSR yang dirancang oleh Platnova, et.al (2016) yang terdiri dari 56 item terhadap kinerja keuangan.¹¹ Penelitian kali ini mengharapkan pengungkapan *ICSR* pada periode 2016-2020 lebih komprehensif yang mana akan meningkatkan kepercayaan lebih terhadap stakeholder dan laba yang lebih besar.

¹⁰ Khairiyani Khairiyani, "Islamic Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Dan Nilai Perusahaan," *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan* 8, no. 2 (2020): 279–90, <https://doi.org/10.17509/jrak.v8i2.21577>.

¹¹ Elena Platonova et al., "The Impact of Corporate Social Responsibility Disclosure on Financial Performance: Evidence from the GCC Islamic Banking Sector," *Journal of Business Ethics* 151, no. 2 (2018): 451–71, <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3229-0>.

4. Reputasi perusahaan

Reputasi dalam perusahaan sulit di bangun tetapi sangat mudah untuk dihancurkan, maka dengan itu diharuskan untuk mempertahankan reputasi perusahaan yang sudah dibangun dengan susah payah diawal. Reputasi perusahaan atau citra perusahaan merupakan asset serta kekayaan yang memberikan keunggulan kompetitif karena perusahaan seperti ini akan dianggap sebagai perusahaan yang kredibel, andal, dapat dipercaya, serta bertanggung jawab untuk karyawan, pelanggan, pemegang saham, dan pasar keuangan. Reputasi adalah cerminan dari budaya perusahaan serta identitas perusahaan. Selain itu reputasi adalah hasil dari upaya manajer untuk membuktikan keunggulan dan keberhasilan perusahaan, Reputasi merupakan asset strategis atau modal dan keuntungan bagi perusahaan. Oleh karena itu, *public relation* harus dirancang untuk perusahaan agar dapat membangun hubungan jangka panjang dengan para pemangku kepentingan yang bisa meningkatkan reputasi perusahaan. Semakin baik reputasi di kelola maka akan menambah banyak nasabah serta menguntungkan dan dapat mempertahankan pemegang sahamnya.¹² Perusahaan yang memiliki reputasi baik akan memungkinkan untuk membangun pangsa pasar yang luas, Menurut Rosady Ruslan kegiatan untuk meningkatkan Nilai *Corporate Reputation* terbentuk dari empat faktor penentu :

1. *Credibility*, yaitu berkaitan dengan nilai-nilai kepercayaan dan kejujuran yang ditampilkan oleh perusahaan dalam menjalankan usahanya.
2. *Trustworthiness*, yaitu berkaitan dengan penampilan sifat-sifat yang terpercaya dengan memberikan pelayanan yang baik dari perusahaan melalui peranan karyawannya terhadap hubungan baik demi kepentingan pelayanan bagi para pelangganya.
3. *Reability*, yaitu keterhandalan dari kemampuan pihak perusahaan untuk berkomunikasi dan

¹² Susanto and Sarep Putra, *60 Management Gems*, 328.

memberikan pelayanannya sesuai dengan janji-janji yang telah ditawarkan perusahaan.

4. *Social Responsibility*, yaitu kepedulian dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap komunitas disekitar perusahaan.¹³

Perusahaan yang berorientasi positif dan mempunyai reputasi tinggi terhadap konsumen atau lingkungan masyarakat sekitar, akan menghasilkan kinerja keuangan dengan baik. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Fauzizah Nasyirotun Nisa' dan Dian Kurniasari (2017) dimana reputasi perusahaan diukur dengan harga saham, sedangkan dalam penelitian ini penulis melakukan Pengungkapan Reputasi Perusahaan diukur dengan mengimplementasikan market share yaitu Dana Pihak Ketiga (DPK) dalam laporan keuangan Bank Umum Syariah. Reputasi Perusahaan yakni respon konsumen tentang kesanggupan perusahaan dalam menunjukkan pelayanan terhadap lingkungan sosial masyarakat dalam kinerja keuangan.¹⁴

5. Kinerja keuangan

Kinerja merupakan hal penting yang harus dicapai oleh setiap perusahaan di manapun, karena kinerja adalah cerminan dari kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengalokasikan sumber dayanya.¹⁵ Kinerja keuangan adalah gambaran tentang setiap hasil ekonomi yang mampu diraih oleh perusahaan perbankan pada saat periode tertentu melalui aktivitas-aktivitas perusahaan untuk menghasilkan keuntungan secara efisien dan efektif, yang dapat diukur perkembangannya dengan mengadakan

¹³ Irene Silviani, *Public Relations Sebagai Solusi Komunikasi Krisis* (Surabaya: PT.Scopindo Media Pustaka, 2020), 171–72, https://www.google.co.id/books/edition/PUBLIC_RELATIONS_SEBAGAI_SO_LUSI_KOMUNIKA/OyrbDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=DR.irene+silviani&printsec=frontcover.

¹⁴ Syurmita and Fircarina, “Pengaruh Zakat, Islamic Corporate Social Responsibility Dan Penerapan Good Governance Bisnis Syariah Terhadap Reputasi Dan Kinerja Bank Umum Syariah Di Indonesia.”

¹⁵ Ayu Wardani, “Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Reputasi Perusahaan Dan Kinerja Keuangan Perusahaan EKE AYU WARDANI Universitas Islam Indonesia,” 4–5.

analisis terhadap terhadap data-data keuangan yang tercermin dalam laporan keuangan.¹⁶ Pengukuran kinerja adalah analisis data dan pengendalian bagi perusahaan. Pengukuran kinerja digunakan perusahaan untuk melakukan perbaikan diatas kegiatan operasionalnya supaya dapat bersaing dengan perusahaan lain. Bagi investor informasi tentang kinerja perusahaan dapat digunakan untuk melihat apakah mereka akan mempertahankan investasi mereka di perusahaan tersebut atau mencari alternatif yang lain. Selain itu pengukuran juga dilakukan untuk memperlihatkan kepada penanam modal ataupun pelanggan dan masyarakat secara umum bahwa perusahaan memiliki kredibilitas yang baik.¹⁷ Salah satu faktor yang mempengaruhi pengukuran Kinerja keuangan adalah profitabilitas, dimana perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang kuat akan mendapatkan tekanan yang lebih dari pihak eksternal perusahaan untuk lebih mengungkapkan pertanggungjawaban sosialnya secara luas.¹⁸

Rasio profitabilitas dalam penelitian ini tidak sekedar diukur dengan ROA (*Return On Asset*) saja, akan tetapi dapat diukur dengan ROE (*Return On Equity*) dan Net Profit Margin (NPM). ROA (*Return On Asset*) merupakan Keunggulan perusahaan dalam mendapatkan laba dengan asset yang dipergunakan, dalam analisa keuangan ROA (*Return On Asset*) adalah salah satu alat analisa yang digunakan untuk mengukur seberapa efisien manajemen perusahaan menggunakan aktiva dalam menghasilkan laba. Investor ketika akan menanamkan

¹⁶ Riandi Chandra, Maryam Mangantar, and Sem G Oroh, "Analisis Kinerja Keuangan Pt Bank Syariah Mandiri Dan Pt Bank Mandiri Tbk Dengan Menggunakan Metode Camel," *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 16, no. 2 (2016): 429–35, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/12570>.

¹⁷ Wilfred Boro Bahy and Handoyo Wibisono, "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI 2011-2015)," *Universitas Atma Jaya Yogyakarta*, 2017, 7, <http://e-journal.uajy.ac.id/11883/>.

¹⁸ Fajrul Novrizal and Fitri, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index (JII) Tahun 2012- 2015 Dengan Menggunakan Islamic Social Reporting (ISR) Index Sebagai Tolok Ukur," 178.

modalnya dan mencari tahu tentang seberapa besar laba yang diperolehnya melalui rasio profitabilitas ROA (*Return On Asset*). Perusahaan dalam menghadapi kompetisi yang ketat pada dunia usaha akan menerapkan strategi perputaran aktiva atau *Return On Asset*. ROE (*Return On Equity*) ialah suatu alat analisa yang digunakan investor dalam pengambilan keputusan investasi. ROE (*Return On Equity*) mampu memberikan asumsi mengenai tiga hal pokok, yaitu: Pertama, keunggulan perusahaan dalam menghasilkan laba (*profitability*), Kedua, kemampuan perusahaan dalam mengelola asset (*assets management*), Ketiga, Utang yang digunakan dalam melakukan usaha (*financial leverage*). Kesimpulan dari ekuitas (*return on equity*), adalah perbandingan laba bersih setelah pajak dengan ekuitas.¹⁹

Sedangkan Net Profit Margin (NPM) yaitu rasio tingkat keuntungan perusahaan yang mengasumsikan pendapatan operasional bersih yang akhirnya dapat diketahui kinerja rata-rata aktiva produktif dalam menghasilkan laba.²⁰ Berbeda dengan penelitian sebelumnya Dalam penelitian ini Rasio Profitabilitas yang digunakan oleh penulis ialah dengan tiga variabel, variabel ROA, ROE dan NPM untuk mengetahui kinerja keuangan Bank Umum Syariah pada periode 2016-2020.

B. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian telah dilakukan oleh para penelitindan akademisi sebelumnya mengenai *Islamic corporate social responsibility*, Reputasi Perusahaan dan Kinerja Keuangan sebagai berikut:

¹⁹ Ayu Wardani, "Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Reputasi Perusahaan Dan Kinerja Keuangan Perusahaan EKE AYU WARDANI Universitas Islam Indonesia," 15.

²⁰ Syurmita and Fircarina, "Pengaruh Zakat, Islamic Corporate Social Responsibility Dan Penerapan Good Governance Bisnis Syariah Terhadap Reputasi Dan Kinerja Bank Umum Syariah Di Indonesia."

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Variabel Yang Digunakan	Metode Analisis	Hasil
1.	Aprilian Ahmad Affandi,dkk (2019)	Pengaruh <i>Islamic corporate social responsibility</i> terhadap Reputasi Perusahaan (studi empiris pada Bank Umum Syariah di Indonesia yang terdaftar di Otoritas jasa keuangan Indonesia periode 2014-2017).	<i>Islamic corporate social responsibility</i> , Reputasi Perusahaan.	Uji prasyarat , regresi linear sederhana.	Berdasarkan penelitian ini <i>ICSR</i> dalam periode pengamatan berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan. ²¹
2.	Chintya Zahra Ananda dan erinos NR(2020)	Pengaruh <i>Islamic governance dan islamic corporate social responsibility</i> terhadap kinerja perbankan syariah (studi empiris pada Bank Umum Syariah yang terdaftar di Bursa Efek	<i>Islamic governance dan islamic corporate social responsibility</i> , kinerja perbankan syariah. (Islamic Financial Ratio dan rasio profitabili	Uji statistic deskriptif, uji outer model , uji inner model.	Hipotesis <i>ICG</i> berpengaruh positif terhadap kinerja perbankan, sedangkan <i>ICSR</i> berpengaruh negatif terhadap kinerja perbankan. ²²

²¹ Ahmad Afandi, Supaijo, and Wahyu Ningsih, "Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility (Icsr) Terhadap Reputasi Perusahaan," 37.

²² Ananda and NR, "Pengaruh Islamic Corporate Governance Dan Islamic Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perbankan Syariah," 2078.

		Indonesia tahun 2012-2018).	tas yaitu ROA dan ROE)		
3.	Fauziah Nasyirotun Nisa' dan Dian Kurniasari (2017)	Pengaruh <i>Islamic corporate social responsibility disclosure</i> terhadap reputasi dan kinerja keuangan perusahaan (studi empiris pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Indeks tahun 2012-2014).	<i>Islamic corporate responsibility</i> , ROA, ROE dan reputasi.	Uji statistic deskriptif, uji prasyarat, uji regresi linear berganda.	Hasil penelitian <i>variable Islamic corporate social responsibility</i> dengan ROA DAN ROE berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja keuangan, dan hasil penelitian <i>variable Islamic corporate social responsibility</i> terhadap reputasi perusahaan berpengaruh terhadap reputasi (harga saham). ²³
4.	Syurmita dan Miranda Junisar Fircarina (2020)	Pengaruh <i>Zakat, Islamic Corporate Social Responsibility</i> dan Penerapan <i>Good Governance bisnis syariah</i> terhadap Reputasi dan kinerja Bank Umum Syariah di	Zakat, <i>Islamic Corporate social responsibility, Good Governance bisnis syariah</i> Reputasi, performan	Uji analisis deskriptif, Analisis Regresi linear berganda.	Zakat Berpengaruh signifikan Positif terhadap kinerja perusahaan, dan terhadap Reputasi perusahaan secara signifikan tidak berpengaruh. Sedangkan, <i>Islamic Corporate social responsibility</i> terhadap kinerja perusahaan berpengaruh signifikan positif. ²⁴

²³ Nasyirotun and Kurniasari, "PENGARUH ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE TERHADAP REPUTASI DAN KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Indeks Tahun 2012 – 2014)," 53.

²⁴ Syurmita and Fircarina, "Pengaruh Zakat, Islamic Corporate Social Responsibility Dan Penerapan Good Governance Bisnis Syariah Terhadap Reputasi Dan Kinerja Bank Umum Syariah Di Indonesia."

		Indonesia, (ROE <i>Return On Equity</i> dan <i>NOM Net Operation Margin</i>)			
5.	Eka Cahyaning tiyas dan Clarashinta dan Canggih (2020)	<i>Islamic Corporate Responsibility</i> Dan Kinerja Keuangan <i>Return On Asset</i> Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia.	<i>Islamic Corporate Responsibility</i> , Kinerja Keuangan, <i>Return on Assets</i> .	Uji statistik deskriptif.	Pengungkapan <i>ICSR</i> terhadap kinerja keuangan yang berindikator ROA berpengaruh negatif. ²⁵
6.	Sartini Wardiwiyo dan Arty Fitria Jayanti (2021)	Peran <i>Islamic Social Responsibility</i> Dalam Memoderasi pengaruh Zakat Terhadap Kinerja Bank Umum Syariah.	Zakat, <i>Islamic Social Responsibility</i> , kinerja keuangan.	Statistik Deskriptif, Uji prasyarat, regresi sederhana, uji R^2	Penungkapan Zakat berdampak positif terhadap kinerja keuangan bank syariah. Sedangkan <i>Islamic Social Responsibility</i> berdampak negatif terhadap kinerja keuangan syariah. ²⁶
7.	Hilya Nafi Husna (2020)	Pengaruh <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Reputasi Perusahaan dan Kinerja Keuangan ROA, ROE,	<i>Islamic Corporate Responsibility</i> , Reputasi Perusahaan, Kinerja Keuangan,	Statistik Deskriptif, Uji prasyarat, regresi sederhana, uji T, uji R^2	1. <i>Variabel Islamic Corporate Social Responsibility</i> terhadap Reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan.

²⁵ Cahyaningtyas and Clarashinta, "Islamic Corporate Responsibility Dan Kinerja Keuangan Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia," 80.

²⁶ Wardiwiyo and Jayanti, "Peran Islamic Corporate Social Responsibility Dalam Memoderasi Pengaruh Zakat Terhadap Kinerja Bank Umum Syariah."

		GPM, dan NPM			<p>2. <i>Variabel Islamic Corporate Social Responsibility</i> dengan kinerja keuangan yang di proksi dengan ROA tidak berpengaruh signifikan.</p> <p><i>Variabel Islamic Corporate Social Responsibility</i> dengan kinerja keuangan yang di proksi dengan ROE, GPM, NPM, berpengaruh positif dan signifikan.²⁷</p>
8.	Indrayani, dan Risna (2018)	Pengaruh <i>Islamic Social Responsibility</i> dan <i>Sharia Governance</i> Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi empiris Bank Umum Syariah yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016)	Corporate Performance, <i>Islamic Social Responsibility</i> , <i>Sharia Governance</i>	Statistik Deskriptif, Uji prasyarat, regresi sederhana, uji T, uji R ²	<p>1. <i>Islamic Social Responsibility</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja perusahaan yang diukur dengan ROA.</p> <p>2. <i>Sharia Governance</i> berpengaruh negative tetapi signifikan terhadap Kinerja perusahaan yang diukur dengan ROA.²⁸</p>

²⁷ Nafi Husna, “Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility (Icsr) Terhadap Reputasi Perusahaan,” 601.

²⁸ Indrayani and Risna, “Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility (Icsr) Dan Sharia Governance Terhadap Kinerja Perusahaan (

9.	Reza Adita Almada, dkk (2021)	Peran Reputasi Pada Hubungan Pengungkapan CSR Terhadap Profitabilitas Bank di ASEAN dari Prespektif Green Banking	Reputasi, Profitabilitas, Tobin's Q, CSR	Statistik Deskriptif, Uji K-W, Uji M-W, Uji t	<ol style="list-style-type: none"> 1. Luas pengungkapan CSRD tidak berpengaruh terhadap Reputasi 2. Reputasi Bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas (ROA) 3. Reputasi tidak memediasi pengaruh CSRD Terhadap Profitabilitas (ROA).²⁹
10.	Aprizal (2021)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Perbankan Syariah di Indonesia	Islamic Social Responsibility, Reputasi, Kepatuhan, Maqasid dan Kinerja (ROE)	Analisis data Regresi Linear	<ol style="list-style-type: none"> 4. ICSR, Reputasi, Kepatuhan serta maqasid memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja perbankan syariah.³⁰

Studi Empiris Bank Umum Syariah Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016).”

²⁹ Reza Adita Aldama, Eliada Herwiyanti, and Kiky Srirejeki, “PERAN MEDIASI REPUTASI PADA HUBUNGAN PENGUNGKAPAN CSR,” *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi* 23, no. 1 (2021): 49–64, <https://jurnaltsm.id/index.php/JBA/article/view/775>.

³⁰ Aprizal Aprizal, “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA,” *Jurnal Hukum Islam* 4, no. 1 (2021): 107–26, <https://ojs.staituankutambusai.ac.id/index.php/HUKUMAH/article/view/245>.

C. Kerangka Berfikir

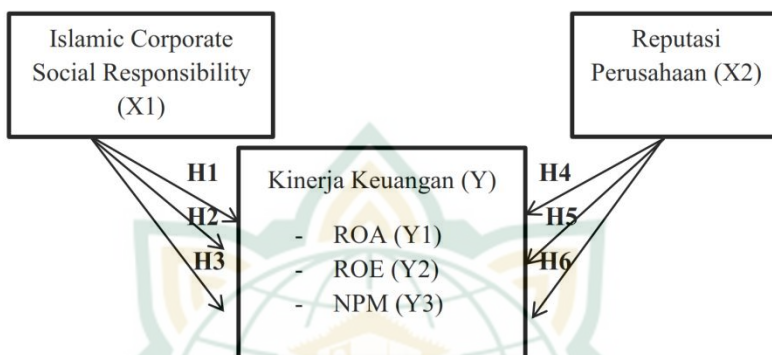
Persaingan bisnis sekarang memiliki persaingan yang sangat kuat, pasar yang meningkat dan permintaan dari stakeholder untuk lebih terbuka, salah satu cara yang dapat dilakukan adalah menginformasikan secara detail tentang kegiatan investasi serta produk barunya apakah disetujui oleh dewan pengawas syariah dan juga informasi dasar syariah yang digunakan.³¹ Tantangan di dalam perusahaan tidak hanya berambisi untuk memperoleh laba yang banyak namun harus memberikan keuntungan juga kepada orang-orang sekitar dan kelestarian lingkungan, serta penilaian terhadap citra perusahaan apakah positif ataupun negatif, hal ini yang menjadi langkah baik untuk menghadapi persaingan bisnis saat ini untuk menunjukkan kesuksesan dalam menjalankan perusahaan yang terlihat dalam kinerja keuangan perusahaan.

Penelitian ini terdiri dari enam variabel yang diidentifikasi menjadi masalah yang akan diteliti. Keenam variabel ini terdapat dua variabel independen, yaitu *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* dan Reputasi perusahaan. Sedangkan variabel dependen yakni Kinerja keuangan yang diproksikan dengan ROA (*Return On Asset*), ROE (*Return On Equity*), dan NPM (*Net Profit Margin*). Analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menentukan adanya pengaruh variabel independent dan variabel dependen secara sistematis.

Untuk memudahkan dalam memahami alur dari penelitian secara utuh, maka perlu diuraikan sebuah konsep berfikir dalam penelitian sehingga peneliti dapat menguraikan mengenai gambaran permasalahan di atas dari variabel-variabel yang akan di uji, berikut ini adalah gambaran kerangka berfikir.

³¹ Johan Arifin and Eke Ayu Wardani, "Islamic Corporat Social Responsibility Disclosure, Reputasi, Dan Kinerja Keuangan: Studi Pada Bank Syariah Di Indonesia," *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia* 20, no. 1 (2016): 39, <https://doi.org/10.20885/jaai.vol20.iss1.art4>.

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



D. Hipotesis

Hipotesis ialah jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang kebenarannya masih harus diuji atau rangkuman simpulan teoritis yang didapatkan dari tinjauan pustaka. Hipotesis juga merupakan proposisi yang akan diuji keberlakuannya, hipotesis harus dibuktikan dengan data yang sudah terkumpul dari pertanyaan penelitian.³²

Berdasarkan kerangka konseptual dan hasil penemuan dari peneliti terdahulu, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

- a. Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* terhadap Kinerja Keuangan

Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) merupakan tanggung jawab sosial perusahaan yang berhubungan dengan perhatian lingkungan yang berdasarkan norma-norma agama islam. *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* merupakan bentuk upaya untuk meningkatkan kinerja keuangan.³³ Untuk melihat kesuksesan perusahaan dalam

³² H.Djaali H.Djaali, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2020), 15, https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Kuantitatif/wY8fEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=h.djali.+metode+penelitian+kuantitatif&prints ec=frontcover.

³³ Nafi Husna, "Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility (Icsr) Terhadap Reputasi Perusahaan," 589.

menciptakan laba, ukuran yang lazim untuk menciptakan laba dapat diukur dengan kinerja keuangan. dalam kinerja keuangan perusahaan dinyatakan dengan rasio keuangan. Salah satu rasio yang digunakan yakni rasio profitabilitas yang di proksikan dengan *Return On Asset* (ROA) atau kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan asset yang dipergunakan, *Return On Equity* (ROE) atau instrument yang digunakan investor dalam pengambilan investasi, dan dengan *Net Profit Margin* (NPM) atau Rasio yang digunakan untuk mengukur laba bersih perusahaan.

Apabila Perusahaan memperoleh kinerja lingkungan (*Islamic Corporate Social Responsibility*) yang bagus maka akan direspon para investor dengan positif melalui harga saham yang semakin meningkat dan sebaliknya apabila perusahaan mempunyai kinerja lingkungan (*Islamic Corporate Social Responsibility*) yang buruk maka akan direspon para investor dengan negatif serta muncul keraguan terhadap perusahaan melalui harga saham yang menurun dari periode ke periode.³⁴

Pengukuran *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) terhadap kinerja keuangan dengan *Net Profit Margin*, ROE (*Return On Equity*) dan NPM (*Net Profit Margin*) maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1: diduga *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) berpengaruh positif terhadap ROA (*Return On Asset*)

H2 : diduga *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) berpengaruh positif terhadap ROE (*Return On Equity*)

H3 : diduga *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) berpengaruh positif terhadap NPM (*Net Profit Margin*)

³⁴ Ananda and NR, "Pengaruh Islamic Corporate Governance Dan Islamic Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perbankan Syariah," 2070.

b. Pengaruh Reputasi perusahaan terhadap Kinerja keuangan

Reputasi perusahaan atau citra perusahaan telah menjadi strategi penting bagi banyak organisasi didalam peningkatan kinerja dan menjadi keunggulan dalam bersaing. Reputasi adalah cara bagaimana pihak memandang sebuah perusahaan atau hasil penilaian masyarakat terhadap perusahaan yang menggambarkan citra perusahaan tersebut. Perusahaan yang memiliki reputasi yang positif memungkinkan membangun pangsa pasar yang luas dan lebih menarik minat investor.³⁵ Membangun reputasi perusahaan tidak mudah dan sederhana. Dibutuhkan waktu yang cukup panjang dan upaya untuk terus mengembangkan produk dan layanan, kepercayaan perusahaan yang dirasakan oleh konsumen, operasi bisnis yang efisien, dan investasi yang menarik untuk keberlanjutan bisnis jangka panjang.³⁶

Pengukuran Reputasi Perusahaan terhadap kinerja keuangan dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H4 : diduga Reputasi Perusahaan berpengaruh positif terhadap ROA (*Return On Asset*)

H5 : diduga Reputasi Perusahaan berpengaruh positif terhadap ROE (*Return On Equity*)

H6 : diduga Reputasi Perusahaan berpengaruh positif terhadap NPM (*Net Profit Margin*)

³⁵ Arifin and Wardani, "Islamic Corporat Social Responsibility Disclosure, Reputasi, Dan Kinerja Keuangan: Studi Pada Bank Syariah Di Indonesia," 40.

³⁶ Saerce Elsy Hatane Ni Gusti Ayu Putu Sueka Putri, "Pengaruh Corporate Reputation Terhadap Financial Performance Melalui Innovation Capaility Sebagai Interventing Variable Pada Industri Perhotelan Di Surabaya," *Angewandte Chemie International Edition* 6, no. 11 (1967): 458.