

**PERAN *ISLAMIC CORPORATE GOVERNANCE* DAN
ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN SERTA KINERJA
KEUANGAN**
**(Studi Empiris Perbankan Syariah yang terdaftar di OJK Tahun
(2013-2015))**

Usulan Penelitian Tesis
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat Sarjana S2
Program Magister Manajemen



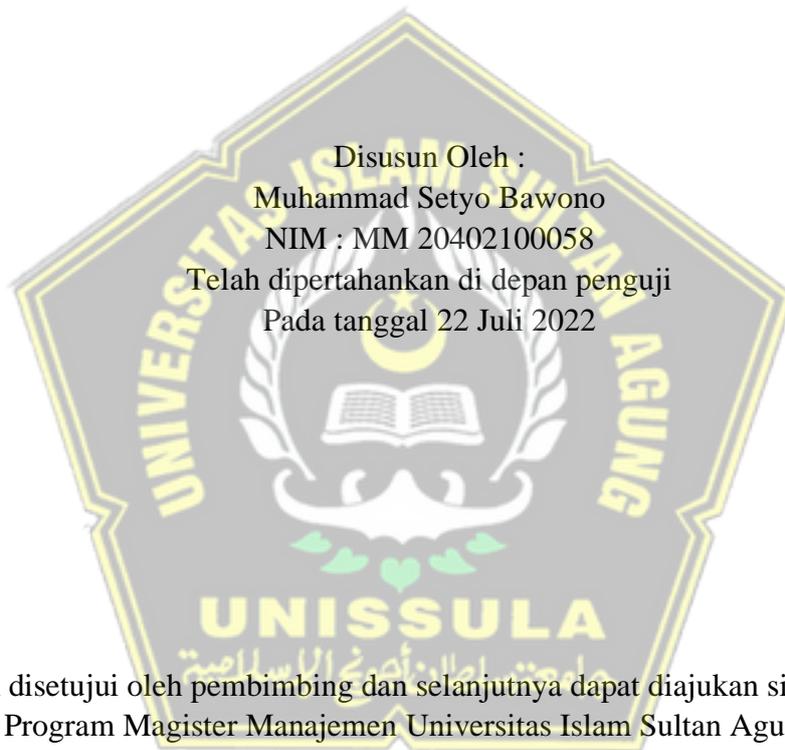
Disusun Oleh :
Muhammad Setyo Bawono
NIM : MM 20402100058

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG
2021**

TESIS

PERAN *ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN REPUTASI PERUSAHAAN BERBASIS *ISLAMIC CORPORATE GOVERNANCE* TERHADAP KINERJA KEUANGAN

Studi Kasus : PERBANKAN SYARIAH YANG TERDAFTAR DI OJK



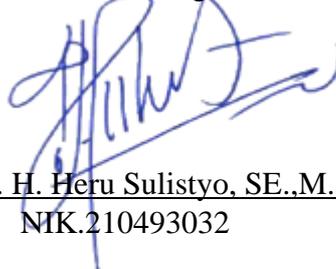
Disusun Oleh :
Muhammad Setyo Bawono

NIM : MM 20402100058

Telah dipertahankan di depan penguji
Pada tanggal 22 Juli 2022

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya dapat diajukan siding panitia ujian
Tesis Program Magister Manajemen Universitas Islam Sultan Agung

Pembimbing



Prof. Dr. H. Heru Sulistyono, SE.,M.Si
NIK.210493032

LEMBAR PENGESAHAN

TESIS

**PERAN *ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN
REPUTASI PERUSAHAAN BERBASIS *ISLAMIC CORPORATE
GOVERNANCE* TERHADAP KINERJA KEUANGAN**

Studi Kasus : PERBANKAN SYARIAH YANG TERDAFTAR DI OJK

Disusun Oleh :

Muhammad Setyo Bawono

NIM : MM 20402100058

Telah dipertahankan di depan penguji

Pada tanggal 10 Maret 2022

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing,

Prof. Dr. Heru Sulistyio, SE, M.Si

Penguji,

Dr. Hj. Siti Sumiati, SE, MSi

Prof. Dr. Hj. Nunung Ghoniyah, MM

Tesis ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar
Magister Manajemen

Tanggal: 11 Agustus 2022

Prof. Dr. H. Heru Sulistyio, SE., M.Si

Ketua Program Studi Magister Manajemen

LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Setyo Bawono
NIM : MM 20402100058
Program Studi : Magister Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa Tesis dengan judul:

**PERAN *ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN
REPUTASI PERUSAHAAN BERBASIS *ISLAMIC CORPORATE
GOVERNANCE* TERHADAP KINERJA KEUANGAN**
Studi Kasus : PERBANKAN SYARIAH YANG TERDAFTAR DI OJK

Dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non – Eklusif untuk disimpan, dialih mediakan, dikelola dalam pangkalan data dan dipublikasikan di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh, Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 10 Maret 2022

Yang menyatakan,



Muhammad Setyo Bawono

ABSTRAK

Peran kepedulian perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan reputasi perusahaan di mata investor. Islamic Corporate Social Responsibility sebagai dasar etika dalam bisnis. Islam memberikan konsep hidup yang lengkap, mengarahkan setiap fase kehidupan manusia termasuk spiritualitas, bisnis dan keadilan dalam kehidupan sosial untuk meningkatkan kinerja keuangan. Tujuan penelitian ini antara lain menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh Islamic corporate governance terhadap reputasi perusahaan perbankan Syariah, menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh Islamic corporate social responsibility terhadap reputasi perusahaan perbankan Syariah, menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh Islamic corporate governance terhadap kinerja keuangan perusahaan perbankan syariah, menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh Islamic corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan perbankan syariah dan menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh reputasi perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan perbankan syariah.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah explanatory research dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan perbankan syariah yang tercatat dalam Otoritas Jasa Keuangan selama periode 2013 – 2015. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Analisis Data menggunakan uji deskriptif variabel, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan uji R.

Hasil penelitian ini menunjukkan variabel ICG terhadap reputasi keuangan memperoleh hasil nilai thitung $1.974 > 1.661$ dengan signifikansi sebesar 0.052 maka H_0 ditolak dan H_a diterima maka ICG secara parsial mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap reputasi Perusahaan, Variabel ICSR terhadap reputasi perusahaan menunjukkan hasil analisis dengan pemerolehan hasil nilai thitung $10.807 > 1.661$ dengan signifikansi sebesar 0.000 maka H_0 ditolak dan H_a diterima maka ICSR memiliki pengaruh positif terhadap reputasi perusahaan, hasil sobel test tersebut mendapatkan nilai z sebesar 1.9741, karena nilai z yang diperoleh sebesar $1.9741 > 1.661$ dengan tingkat signifikansi 5% maka ICG memiliki pengaruh positif terhadap kinerja keuangan, hasil perhitungan sobel test nilai z sebesar 1.100, karena nilai z yang diperoleh sebesar $1.100 < 1.661$ dengan tingkat signifikansi 5% maka ICSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan, dan Variabel reputasi perusahaan terhadap kinerja keuangan hasil nilai thitung $1.754 < 1.661$ dengan signifikansi sebesar 0.083 maka H_0 diterima dan H_a ditolak berarti reputasi perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan.

Kata Kunci: ICG, ICSR, Reputasi Perusahaan dan Kinerja Keuangan

ABSTRACT

The role of the company's concern for social responsibility and the company's reputation in the eyes of investors. Islamic Corporate Social Responsibility as the basis of ethics in business. Islam provides a complete concept of life, directing every phase of human life including spirituality, business and justice in social life to improve financial performance. The objectives of this study include empirically testing and analyzing the influence of Islamic corporate governance on the reputation of Islamic banking companies, empirically testing and analyzing the influence of Islamic corporate social responsibility on the reputation of Islamic banking companies, empirically testing and analyzing the influence of Islamic corporate governance on the financial performance of banking companies. sharia, empirically testing and analyzing the influence of Islamic corporate social responsibility on the financial performance of Islamic banking companies and empirically testing and analyzing the influence of company reputation on the financial performance of Islamic banking companies. The type of research used in this research is explanatory research with a quantitative descriptive approach. The population in this study were all Islamic banking companies listed in the Financial Services Authority during the period 2013 – 2015. The technique used in sampling was purposive sampling. Data analysis used variable descriptive test, classical assumption test, hypothesis test and R test.

The results of this study indicate that the ICG variable on financial reputation results in a tcount of $1.974 > 1.661$ with a significance of 0.052 then H_0 is rejected and H_a is accepted, so ICG partially has a significant positive influence on the reputation of the company. t count $10,807 > 1,661$ with a significance of 0.000 then H_0 is rejected and H_a is accepted then ICSR has a positive influence on the company's reputation, the results of the sobel test get a z value of 1.9741, because the z value obtained is $1.9741 > 1.661$ with a significance level of 5%, ICG has positive influence on financial performance, the results of the Sobel test calculation z value of 1,100, because the z value obtained is $1,100 < 1,661$ with a significance level of 5%, ICSR has no effect on financial performance, and the company reputation variable on financial performance results l value of tcount $-1.754 < 1.661$ with a significance of 0.083 then H_0 is accepted and H_a is rejected, meaning that the company's reputation has no effect on financial performance.

Keywords: ICG, ICSR, Company Reputation and Financial Performance

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa yang atas kehendak Nya lah memberikan kepada kita semua Iman, Islam dan Hidayah sehingga sampai dengan saat ini mendapat petunjuk dan pedoman hidup dalam perjalanan hidup kita di dunia ini. Tak lupa salam dan sholawat semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW semoga kita semua mendapatkan syafaatnya di Hari Kiamat kelak. Tesis yang penulis beri judul

PERAN *ISLAMIC CORPORATE GOVERNANCE* DAN *ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN SERTA KINERJA KEUANGAN (Studi Empiris Perbankan Syariah yang terdaftar di OJK Tahun (20132015))

ini merupakan salah satu syarat dalam memperoleh derajat jenjang S2 pada Program Studi Magister Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Dalam penulisan tesis ini tak luput dari adanya kekeliruan atau kekurangan baik dari segi materi maupun tata bahasa penulisan. Untuk itu penulis mohon maaf atas adanya kekurangan dan kekeliruan dalam penulisan tesis ini. Dalam penulisan tesis ini banyak sekali kendala, hambatan dan rintangan yang penulis hadapi. Kesulitan dan hambatan tersebut ada yang berupa materi tesis, kendala pengolahan data dan hambatan lainnya. Namun dengan tekad dan semangat yang kuat penulis bisa mengatasinya dan dapat menyelesaikan tesis ini sesuai dengan yang direncanakan.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan tesis ini banyak mendapatkan bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak- pihak sebagai berikut :

1. Drs. H. Bedjo Santoso, MT, Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Sultan Agung Semarang,
2. Prof. Olivia Fachrunnisa, SE, M.Si, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sultan Agung Semarang,
3. Prof. Dr. Heru Sulisty, SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sultan Agung Semarang dan

selaku dosen pembimbing yang telah membantu membimbing dalam penulisan tesis ini,

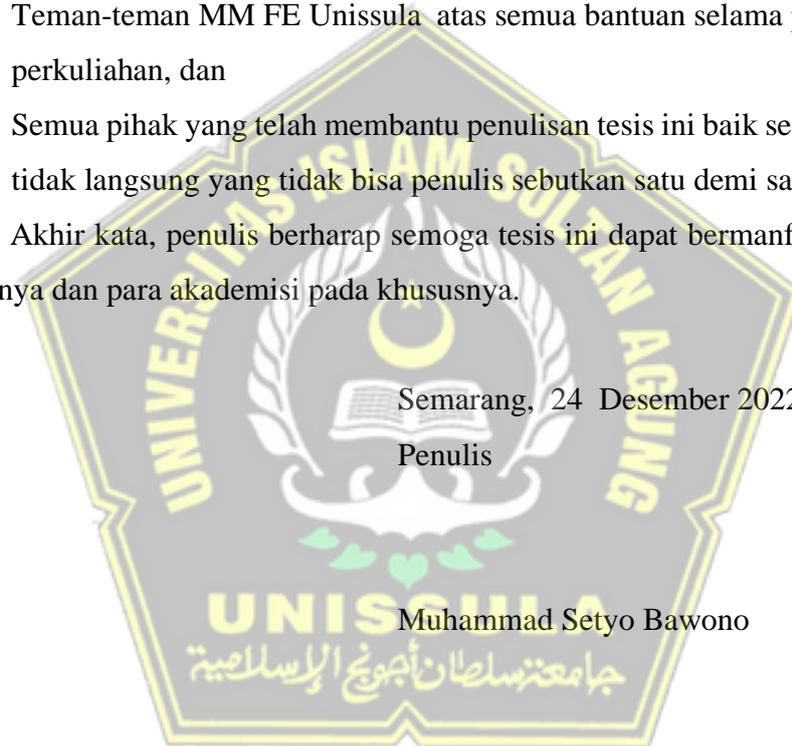
4. Kedua orang tua penulis yang telah mengasuh, mendidik dan membesarkan penulis dari kecil sampai sekarang,
5. Istriku dan putri-putriku tersayang yang telah mendorong penulis untuk mengikuti kuliah MM di FE Unissula. Terima kasih atas dorongan semangat, kasih sayang dan bantuan material dan non material yang telah diberikan dalam proses kuliah di MM FE Unissula,
6. Teman-teman MM FE Unissula atas semua bantuan selama penulis mengikuti perkuliahan, dan
7. Semua pihak yang telah membantu penulisan tesis ini baik secara langsung dan tidak langsung yang tidak bisa penulis sebutkan satu demi satu.

Akhir kata, penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi pembaca umumnya dan para akademisi pada khususnya.

Semarang, 24 Desember 2022

Penulis

Muhammad Setyo Bawono



DAFTAR ISI

JUDUL PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.	LEMBAR	PENGESAHAN
.....	ii	SUSUNAN	DEWAN
PENGUJI	ii		
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iii		
ABSTRAK			ABSTRACK
iv			v
.....			KATA
PENGANTAR	vi		
DAFTAR TABEL			
x DAFTAR GAMBAR			
xi			
BAB I PENDAHULUAN	1		
1.1 Latar Belakang Masalah	1		
1.2 Rumusan Masalah	7		
1.3 Tujuan Penelitian	8		
1.4 Manfaat Penelitian	8		
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10		
2.1 Landasan Teori	10		
2.1.1 Teori yang Mendasari Penelitian	10		
2.1.2 Kinerja Keuangan	12		
2.1.3 <i>Islamic Corporate Governance</i>	15		
2.1.4 <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i>	17		
2.1.5 Reputasi Perusahaan	20		
2.1.6 Perbankan Syariah	22		
2.2 Penelitian Terdahulu	42		
2.3 Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Pemikiran Teoritis Pengembangan Hipotesis	44		
2.3.1 Pengaruh <i>Islamic Corporate Governance</i> terhadap Reputasi Perusahaan	44		
2.3.2 Pengaruh <i>Islamic corporate social responsibility</i> terhadap Reputasi Perusahaan	45		
2.3.3 Pengaruh <i>Islamic Corporate Governance</i> terhadap Kinerja Keuangan	47		

2.3.4 Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan	48
2.3.5 Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan	50
2.4 Kerangka Penelitian	51
BAB III METODE PENELITIAN	52
3.1 Jenis Penelitian	52
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	52
3.3 Metode Pengumpulan Data	53
3.4 Jenis dan Sumber Data	54
3.5 Definisi dan Pengukuran Variabel	54
3.6 Metode Analisis Data.....	57
3.6.1 Statistik Dekriptif Variabel.....	57
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	57
3.6.3 Path Analysis	60
3.6.4 Pengujian Hipotesis	60
3.6.5 Uji Sobel Test	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	63
4.1.1 ICSR Dan Reputasi Perusahaan	63
4.1.2 ICG dan Kinerja Keuangan	66
4.2 Hasil Analisis Data	69
4.2.1 Deskripsi Variabel	69
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	71
4.2.3 Uji Hipotesis	74
4.2.4 Uji Sobel (tidak langsung)	77
4.2.5 Uji Simultan (F)	80
4.3 Hasil Pembahasan	81
BAB V PENUTUP	89
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	91
Lampiran	97

DAFTAR TABEL

Table 1 Perkembangan Risiko Pembiayaan dan Kinerja Keunagan (Dalam Persen) Bank Umum Syariah Periode 2011-2020	4
Table 2 Ringkasan Hasil Riset Penelitian Terdahulu	42
Table 3 Deskriptif Variabel	69
Table 4 Uji Normalitas	71
Table 5 Uji Multikolonieritas	72
Table 6 Uji Autokorelasi	73
Table 7 Uji Heterokedasitas	74
Table 8 Uji Regresi Linear Berganda 1	75
Table 9 Uji Regresi Linear Berganda 2	76
Table 10 Uji Koefisiensi Determinasi Tahap 1	79
Table 11 Uji Koefisiensi Determinasi Tahap 2	80
Table 12 Uji F	81



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pemikiran	51
-----------------------------------	----



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham (*stockholder*), tidak terkecuali perusahaan perbankan. Sektor perbankan memegang peranan yang sangat penting dalam menjaga stabilitas serta meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional terkait dengan kegiatan utamanya. Keberhasilan dalam mencapai tujuan yang dicapai perusahaan biasanya identik dengan pencapaian laba atau keuntungan yang tinggi yang ditunjukkan oleh perusahaan, sehingga di mata para investor perusahaan tersebut memiliki kinerja keuangan yang maksimal.

Kinerja keuangan merupakan ukuran tingkat keberhasilan manajemen perusahaan dalam mengelola sumberdaya keuangan yang dimilikinya, terutama pada pengelolaan investasi sebagai upaya untuk menciptakan nilai bagi pemegang saham (Kadek, dkk, 2015). Untuk meningkatkan kinerja keuangan, maka tidak lepas karena peran kepedulian perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan reputasi perusahaan di mata investor. *Islamic Corporate Social Responsibility* sebagai dasar etika dalam bisnis. Islam memberikan konsep hidup yang lengkap, mengarahkan setiap fase kehidupan manusia termasuk spiritualitas, bisnis dan keadilan dalam kehidupan sosial (Rice, 1999 dalam Arifin dan Wardani, 2016). Bentuk perusahaan terhadap lingkungan adalah hal yang bertentangan dengan hukum Islam, sehingga perusahaan tidak boleh

melanggar ketentuan yang telah ditetapkan. Perusahaan yang lebih memperhatikan tingkat kepentingan sosial, seperti melakukan donasi amal, memberikan kesempatan yang sama terhadap karyawan, peduli terhadap tempat-tempat peribadatan serta kegiatan-kegiatan lainnya yang berkaitan dengan sosial dan lingkungan, maka perusahaan tersebut akan memiliki reputasi yang baik atau *goodwill* dari *stakeholdernya*, sehingga mampu meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Selain kepedulian perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dalam meningkatkan kinerja keuangan adalah peran reputasi perusahaan di mata masyarakat. Perusahaan yang memiliki reputasi baik memiliki kecenderungan untuk memiliki sumber daya langka dan berharga serta merupakan sumber keunggulan daya untuk mendapatkan *above average return*. Mempertahankan keunggulan, memerlukan komitmen dari manajemen perusahaan terhadap reputasi perusahaan (Barney, 1991). Reputasi perusahaan ditentukan dari perhatian pelaku bisnis terhadap pelaporan ekonomi, sosial dan lingkungan (Misani, 2017). Penjelasan tersebut dapat diartikan bahwa apabila perusahaan memperhatikan isu tentang kepedulian lingkungan dan sosial, maka akan mempengaruhi reputasi perusahaan, sehingga investor tertarik melakukan investasi yang tentunya akan berdampak pada peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Branco dan Rondrigues (2006) menjelaskan bahwa kepedulian lingkungan memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan reputasinya dalam persepsi *stakeholders* yang luas, sehingga mampu meningkatkan kinerja perusahaan. Kinerja keuangan yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham. Untuk meningkatkan tanggung jawab perusahaan terhadap

tanggung jawab sosial, reputasi perusahaan dan kinerja keuangan, maka tidak lepas karena kemampuan perusahaan dalam menerapkan tata kelola yang baik dengan menerapkan nilai-nilai Islam atau *Islamic corporate governance*. Penerapan IGCG mampu memperbaiki reputasi perbankan yang buruk, melindungi kepentingan stakeholders serta meningkatkan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku dan etika umum pada perusahaan perbankan (Dewayanto, 2010)

Islamic Corporate Governance merupakan sistem yang mengatur serta mengendalikan perusahaan dalam melakukan bisnisnya guna keberhasilan dan akuntabilitas yang didasari hukum-hukum Islam (Sutapa & Hanafi, 2019). Untuk meningkatkan kinerja keuangan tidak lepas dengan peran tata kelola perusahaan yang baik. Fenomena menunjukkan bahwa penerapan tata kelola perusahaan di Indonesia saat ini masih terbilang rendah. Menurut survey yang dilakukan *Asian Corporate Governance Association* terhadap perilaku bisnis di Asia, Indonesia menunjukkan masih menduduki urutan 10 di bawah negara-negara seperti Malaysia, Thailand, India dan negara asia lainnya. Lemahnya penerapan GCG dikarenakan kurangnya kesadaran akan nilai dan praktek dasar dalam menjalankan bisnis, seharusnya penerapan GCG mampu meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Begitu halnya dengan Bank Umum Syariah (BUS) merupakan bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang proses operasionalnya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Perkembangan bank syariah di Indonesia merupakan wujud dari permintaan masyarakat yang membutuhkan sistem perbankan alternative dan memenuhi prinsip syariah. Tantangan utama bank syariah

adalah mewujudkan kepercayaan dari *stakeholder* karena tentu akan memberikan dampak positif bagi perkembangan bank tersebut. Ekspektasi dari para *stakeholders* pada bank umum syariah tentunya berbeda dengan bank konvensional, dimana bank syariah dalam melaksanakan kegiatannya menggunakan prinsip syariah, yaitu tidak bertujuan komersil seperti pada bank konvensional, yaitu pencapaian keuntungan maksimal semata. Hal yang melatarbelakangi permasalahan bahwa meningkatnya Bank Umum Syariah tidak diimbangi dengan tingkat pengembalian dan risiko pembiayaannya, seperti terlihat pada data berikut:

Table 1

Perkembangan Risiko Pembiayaan dan Kinerja Keuangan (Dalam Persen) Bank Umum Syariah Periode 2011-2020

No	Tahun	Risiko Pembiayaan (NPF)	Kinerja Keuangan (ROA)
1	2011	2.52	1.79
2	2012	2.22	2.14
3	2013	2.62	2.00
4	2014	4.33	0.79
5	2015	4.34	0.84
6	2016	4.15	0.94
7	2017	3.87	1.15
8	2018	3.26	1.28
9	2019	3.23	1.73
10	2020	3.13	1.40

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan, 2020

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa selama periode 2011 hingga 2020 risiko pembiayaan dan kinerja keuangan pada Bank Umum Syariah fluktuatif cenderung mengalami penurunan. Untuk nilai risiko kredit pada perusahaan pada tahun 2014 hingga 2015 terjadi kenaikan, akan tetapi pada tahun 2016 hingga 2020 terjadi

penurunan kembali. Begitu halnya dengan kinerja keuangan perusahaan juga menunjukkan hasil yang kurang maksimal, dimana tingkat keuntungan yang diperoleh Bank Umum Syariah melalui *Return on Asset* cenderung fluktuatif.

Penelitian tentang kinerja keuangan telah banyak dilakukan, seperti yang dilakukan Yadiati, et.al (2017), Farag, et.al (2017) dan Meilani (2015) bahwa *Islamic corporate governance* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Mardiani dan Yadiati (2019), Ajili dan Bouri (2017), Siswanti (2016) dan Syafei (2015) bahwa *Islamic corporate governance* tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Hasil penelitian Sutapa dan Rustam Hanafi (2019), Setyarini dan Riyadi (2016), Chariri (2012), Firman dan Widiastuti (2016) bahwa *Islamic Corporate Governance* yang diproksi dengan ukuran DPS berpengaruh positif terhadap ICSR. Berbeda dengan penelitian Thahirah dan Rahmi (2016) bahwa *Islamic Corporate Governance* tidak berpengaruh terhadap dan ICSR reputasi perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Arifin dan Wardani (2016), Saeidi dan Sofian (2015), Esen (2013) dan Farook, et.al (2010), Mulyono (2015) menunjukkan bahwa *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan. Berbeda dengan penelitian Nisa' dan Kurniasari (2017) bahwa ICSR justru tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Penelitian Adisaputra, dkk (2016), Harahap, dkk (2017), Rustam dan Hanafi (2019), Nisa dan Kurniasari (2017) menunjukkan bahwa ICSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Berbeda dengan penelitian Mulyono (2015), Arifin dan Wardani (2016), Firlil dan

Akbar (2016), Simaremare & Gaol (2018) bahwa ICSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan

Berdasarkan hasil riset gap yang dilakukan penelitian terdahulu menunjukkan hasil penelitian yang masih inkonsisten, sehingga menarik untuk dilakukan penelitian ulang. Hal yang membedakan peneliti sekarang dengan peneliti sebelumnya bahwa pada penelitian ini mencoba menggabungkan dari beberapa penelitian terdahulu dengan menggunakan variabel intervening *Islamic Corporate Social Responsibility* dan reputasi perusahaan agar mampu menjadi solusi meningkatkan *Islamic Corporate Governance* terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Dalam penelitian ini *Islamic Corporate Social Responsibility* dan reputasi perusahaan diposisikan sebagai variabel mediating karena berdasarkan penelitian terdahulu terdapat anteseden dari *Islamic Corporate Governance* yang juga memiliki pengaruh langsung terhadap kinerja keuangan (Flanagan dan O'Shaughnesy, 2005). Kotha, et.al (Saedi, et.al 2015) menemukan bahwa pemilihan terhadap *Islamic Corporate Social Responsibility* dengan pertimbangan bahwa kinerja keuangan perusahaan hanya dapat dikaitkan dengan kegiatan CSR karena mampu memberikan nilai positif dan meningkatkan reputasi perusahaan karena memiliki penjualan dan ROA yang lebih tinggi. Dengan meningkatnya reputasi perusahaan, maka hasil produksi atau jasa dari perusahaan perbankan tersebut akan lebih diterima oleh masyarakat, sehingga dampak jangka panjangnya yaitu mampu meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dapat diketahui bahwa masalah yang dihadapi oleh perusahaan perbankan yaitu buruknya kinerja keuangan bank mengalami penurunan. Hal tersebut juga didukung dengan penelitian terdahulu yang terjadi kontradiksi. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka rumusan masalah adalah bagaimana upaya yang dilakukan pihak manajemen bank syariah agar kinerja keuangan dapat meningkat. Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka pertanyaan yang diajukan dalam perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh *Islamic corporate governance* terhadap reputasi perusahaan perbankan syariah?
2. Bagaimana pengaruh *Islamic corporate social responsibility* terhadap reputasi perusahaan perbankan syariah?
3. Bagaimana pengaruh *Islamic corporate governance* terhadap kinerja keuangan perusahaan perbankan syariah?
4. Bagaimana pengaruh *Islamic corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan perbankan syariah ?
5. Bagaimana pengaruh reputasi perusahaan perbankan syariah terhadap kinerja keuangan perbankan Syariah?

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk :

1. Menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh *Islamic corporate governance* terhadap reputasi perusahaan perbankan Syariah
2. Menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh *Islamic corporate social responsibility* terhadap reputasi perusahaan perbankan Syariah
3. Menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh *Islamic corporate governance* terhadap kinerja keuangan perusahaan perbankan syariah
4. Menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh *Islamic corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan perbankan syariah
5. Menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh reputasi perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan perbankan syariah.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak perusahaan, khususnya dalam mengelola sumber daya intelektual perusahaan agar sumber daya tersebut dapat digunakan secara efektif dan efisien sehingga dapat menciptakan nilai bagi perusahaan.

2. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan melatih kemampuan penulis dalam menganalisis persoalan berdasarkan teori yang telah diperoleh di bangku kuliah dengan kenyataan yang ada.

3. Bagi Khasanah Ilmu Pengetahuan

Diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam memahami disiplin ilmu keuangan serta sebagai bahan penunjang untuk penelitian selanjutnya.



BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori yang Mendasari Penelitian

2.1.1.1 *Stakeholder Theory*

Teori *stakeholder* lebih mempertimbangkan posisi para *stakeholder* yang dianggap *powerfull*. *Stokeholder* inilah yang menjadi pertimbangan utama bagi perusahaan dalam mengungkapkan dan atau tidak mengungkapkan dan atau tidak mengungkapkan suatu informasi di dalam laporan keuangan (Ulum, *et.al* 2008 dalam Randa dan Solon, 2012). Para *stakeholder* memiliki kewenangan untuk mempengaruhi manajemen dalam proses pemanfaatan seluruh potensi yang dimiliki perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Hanya dengan pengelolaan yang baik dan maksimal dengan memanfaatkan *Islamic corporate governance* atas seluruh pontensi inilah perusahaan akan dapat menciptakan *value added* untuk kemudian mendorong kinerja perusahaan dan nilai perusahaan yang merupakan orientasi para *stakeholder* dalam mengintervensi manajemen.

Dalam konteks menjelaskan hubungan *Islamic corporate governance* dengan nilai pasar perusahaan, teori *stakeholder* dipandang dari kedua bidangnya, baik bidang etika (moral) maupun bidang manajerial. Bidang etika berargumen bahwa seluruh *stakeholder* memiliki hak untuk diperlakukan secara adil oleh organisasi dan manajer harus mengelola organisasi untuk keuntungan seluruh *stakeholder* (Deegan, 2004).

Sedangkan bidang manajerial dari teori stakeholder berpendapat bahwa kekuatan stakeholder untuk mempengaruhi manajemen korporasi harus dipandang sebagai fungsi dari tingkat pengendalian stakeholder atas sumber daya yang dibutuhkan organisasi (Watts dan Zimmerman, 1986 dalam Wijayanti, 2012).

Teori *stakeholders* menjelaskan tentang perusahaan sebagai entitas yang dalam menjelakannya aktivitasnya tidak hanya untuk kepentingan perusahaan saja, melainkan juga harus memberikan manfaat kepada para pemangku kepentingan perusahaan, seperti manajer, karyawan, investor, kreditor, pemerintah, serta tanggung jawab terhadap masyarakat lingkungan sekitar. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan proses yang digunakan oleh perusahaan untuk mengungkapkan informasi yang berkaitan dengan kegiatan perusahaan dan pengaruhnya terhadap kondisi masyarakat dan lingkungan (Ghozali dan Chariri, 2007 dalam Alfianita, dkk, 2017).

2.1.1.2 *Shariah Enterprise Theory*

Shariah enterprise theory (SET) merupakan teori yang melandasi akuntansi syariah yang lebih menitikberatkan pada aspek sosial dan berorientasi pada kepentingan stakeholders daripada stockholders (Harahap, 1996 dalam Rahmaningtyas, 2019). *Shariah enterprise theory* menjelaskan bahwa bentuk pertanggungjawaban perusahaan utamanya yaitu kepada Allah yaitu melalui bentuk pertanggungjawaban pada umat manusia dan lingkungan alam. *Shariah enterprise theory* juga menjelaskan bahwa stakeholder tertinggi adalah Allah sebagai pusat karena

Allah sebagai pusat tempat kembalinya manusia dan alam semesta. Hubungan pengungkapan tanggung jawab sosial berbasis syariah yang dilakukan perusahaan merupakan pemenuhan amanah dan kewajiban sebagai makhluk Allah yang tidak lepas dari tujuan Islam..

Syariah enterprise theory menjelaskan bahwa aksioma terpenting yang harus mendasari dalam setiap penetapan konsepnya adalah Allah sebagai pencipta dan pemilik tunggal dari seluruh sumber daya yang ada di dunia (Anggraini dan Wulan, 2015). Islam menjelaskan cukup jelas bahwa hak dan kewajiban bagi individu maupun bagi perusahaan berdasarkan Al Qur'an dan Hadist, salah satunya tanggung jawab memelihara dan melestarikan seluruh ciptaan Allah Swt yang merupakan wujud dari konsep akuntabilitas dalam ekonomis Islam yaitu tanggung jawab sosial perusahaan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (Alfianita, dkk, 2017). Hubungan pengungkapan tanggung jawab sosial berbasis syariah yang dilakukan perusahaan merupakan pemenuhan amanah dan kewajiban sebagai makhluk Allah yang tidak terlepas dari tujuan Islam.

2.1.2 Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengendalikan sumber daya yang dimilikinya (IAI,2017). Kinerja keuangan merupakan gambaran dari pencapaian keberhasilan perusahaan dapat diartikan sebagai hasil yang telah dicapai atas berbagai aktivitas yang telah dilakukan. Kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah

melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar (Fahmi, 2012).

Mulyadi (2009) mendefinisikan kinerja keuangan sebagai penentuan secara periodik efektifitas operasional suatu perusahaan dan karyawannya berdasarkan sasaran, standar dan criteria yang telah ditetapkan sebelumnya. Sedangkan menurut Sawir (2012) bahwa kinerja keuangan merupakan kondisi yang mencerminkan keadaan keuangan suatu perusahaan berdasarkan sasaran, standard dan kriteria yang telah ditetapkan.

Kinerja keruangan merupakan salah satu alat ukur untuk melihat kesuksesan yang dilakukan perusahaan. Ukuran yang digunakan untuk menilai kinerja keuangan perusahaan dinyatakan dalam rasio keuangan (Xu, et.al., 2014). Rasio profitabilitas merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba. Bagi investor jangka panjang, rasio profitabilitas dapat digunakan untuk melihat keuntungan yang benar-benar akan diterima dalam bentuk dividen (Mithas, et.al, 2012).

Kinerja bank merupakan hasil yang dicapai bank dengan mengelola sumber daya yang ada dalam bank seefektif dan seefisien mungkin guna mencapai tujuan yang ditetapkan manajemen (Hendratni, dkk, 2017). Kinerja keuangan bank yang optimal penting untuk menciptakan industry perbankan nasional yang lebih kuat sehingga dapat mendukung perekonomian. Penilaian kinerja bank menjadi sangat penting dilakukan karena posisi perbankan yang vital di dalam stabilitas perekonomian nasional.

Penilaian kinerja bank sangat diperlukan oleh stakeholders yaitu manajemen bank, nasabah, mitra bisnis dan pemerintah di dalam pasar keuangan yang kompetitif.

Penggunaan kinerja keuangan sebagai hasil dari tindakan yang telah dilakukan di masa lalu. Penilaian kinerja menurut Mulyadi (2001) adalah penentuan secara periodik efektifitas operasional suatu organisasi, bagian organisasi dan karyawannya berdasarkan sasaran, standar dan kriteria yang ditetapkan sebelumnya. Sedangkan tujuan penilaian kinerja adalah untuk memotivasi karyawan dalam mencapai sasaran organisasi dan dalam mematuhi standar perilaku yang telah ditetapkan sebelumnya agar membuahkan tindakan dan hasil yang diinginkan. Standar perilaku dapat berupa kebijakan manajemen atau rencana formal yang dituangkan dalam anggaran (Sudibya dan Restuti, 2014). Kinerja perusahaan sangat esensial bagi manajemen karena menghasilkan *outcome* yang telah dicapai baik oleh individu atau kelompok dalam suatu organisasi (Sirapanji dan Hatane, 2015).

Kinerja perusahaan sangat esensial bagi manajemen karena menghasilkan *outcome* yang telah dicapai baik oleh individu atau kelompok dalam suatu organisasi (Husnan, 2012). Menurut Chen *et.al.* (2005) kinerja keuangan dapat diukur dengan *Return on Assets (ROA)*, *Return on Equity (ROE)*, *Price Earning Ratio*, *Net Profit Margin*. Dalam penelitian ini kinerja keuangan diukur dengan *Return on Assets (ROA)*, dengan pertimbangan sebagai indikator efisiensi perusahaan dalam memperoleh laba bersih dengan memanfaatkan aset yang ada dan mengendalikan *firms' financing policy*. ROA yaitu alat ukur yang sangat umum digunakan untuk mengukur kinerja sebuah pusat investasi. Informasi yang terkandung dalam laporan keuangan akan digunakan oleh

pihak-pihak tertentu seperti investor, kreditor, manajer, calon kreditor, karyawan, pemerintah dan masyarakat dengan tujuan yang berbeda-beda.

Return on Assets (ROA) merupakan salah satu rasio profitabilitas yang mengukur efektifitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. ROA merupakan rasio yang terpenting di antara rasio profitabilitas yang ada. ROA juga sering disebut sebagai *Return on Investment* (ROI) yang besarnya dapat dihitung dengan *Earning After Tax* dibandingkan dengan total asset. ROA suatu perusahaan menunjukkan semakin efisien perusahaan tersebut dalam memanfaatkan aktivasnya, akan semakin besar keuntungan yang dapat dicapai perusahaan sehingga nilai perusahaan meningkat. Investor sangat membutuhkan ROA karena semakin tinggi ROA maka kinerja keuangan perusahaan juga semakin baik serta efisien pula dalam menghasilkan laba.

2.1.3 Islamic Corporate Governance

Corporate governance merupakan tata kelola perusahaan yang menjelaskan hubungan antara berbagai partisipan dalam perusahaan yang menentukan arah dan kinerja perusahaan (Rompas, dkk, 2018). *Corporate Governance* merupakan suatu cara untuk menjamin bahwa manajemen bertindak yang terbaik untuk kepentingan stakeholders (Kusdiyanto dan Kusumaningrum, 2015). Prinsip-prinsip atau pedoman pelaksanaan *Corporate Governance* diperlukan untuk mengurangi agency problem antara pemilik dan manajer sehingga timbul adanya keselarasan kepentingan antara pemilik perusahaan dan manajer (Hendratni, dkk, 2018).

Bhatti dan Bhatti (2010) mendefinisikan *Islamic corporate governance* sebagai sistem yang dirancang dimana agen ekonomi, sistem hukum dan tata kelola perusahaan lebih mengarahkan pada nilai-nilai moral dan sosial berdasarkan hukum syariah. Dalam hal ini investor percaya bahwa semua kegiatan ekonomi, perusahaan dan bisnis harus didasarkan pada paradigma ethareligius dengan satu-satunya tujuan untuk menjaga kesejahteraan individu dan masyarakat.

Berdasarkan pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa *Islamic corporate governance* lebih mengejar pada tujuan yang sama dalam melakukan tata kelola perusahaan dengan konvensional, namun dalam *Islamic corporate governance* lebih mengedepankan moral berbasis agama Islam. Bank Indonesia menjelaskan bahwa dalam mendorong praktek perbankan syariah yang kuat dan sehat secara financial dan senantiasa mengacu pada prinsip-prinsip syariah, sehingga bank syariah diharapkan mampu melaksanakan prinsip-prinsip good corporate governance berupa transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, kebebasan, dan kewajaran serta juga kepatuhan kepada ketentuan-ketentuan syariah (Jumansyah dan Syafei, 2013).

Dalam perbankan syariah penerapan IGCG telah diatur melalui Peraturan Bank Indonesia (PBI) No. 11/33/PBI/2009 bahwa adanya keinginan dari Bank Indonesia untuk membangun industry perbankan syariah yang sehat dan tangguh serta adanya upaya untuk melindungi stakeholder dan meningkatkan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku secara umum pada perbankan syariah.

Bank syariah merupakan lembaga yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dalam penelitian ini *Islamic corporate governance* diproksi dengan

pelaksanaan tugas dan tanggung jawab Dewan Pengawas Syariah yang diukur berdasarkan self assessment pelaksanaan bank syariah dengan predikat dan skala interval sebagai berikut (Asrori, 2014):

Peringkat satu, predikat sangat baik Skala lima

Peringkat dua, predikat baik Skala empat

Peringkat tiga, predikat cukup baik Skala tiga

Peringkat empat, predikat kurang baik Skala dua

Peringkat lima, predikat tidak baik Skala satu

2.1.4 Islamic Corporate Social Responsibility

Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa CSR merupakan faktor kunci dalam keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan. *Islamic Corporate Social Responsibility* pada intinya adalah suatu upaya tanggung jawab perusahaan atau organisasi secara berkelanjutan atas dampak yang ditimbulkan dari keputusan dan aktivitas yang telah diambil dan dilakukan oleh organisasi tersebut, dimana dampak itu pastinya akan dirasakan atau berpengaruh kepada pihak-pihak yang terkait terutama masyarakat dan lingkungan.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah wujud dalam pertanggung jawaban terhadap perusahaan dalam memaksimalkan pada kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi akibat kegiatan operasional perusahaan. Achda (2007) dalam Pratama, dkk (2018) menjelaskan bahwa CSR sebagai komitmen perusahaan yang dapat dipertanggungjawabkan atas akibat operasinya dalam dimensi

ekonomi, lingkungan, dan sosial, yang dapat menjaga terus menerus supaya dampak tersebut bisa membagi manfaatnya kepada masyarakat dan lingkungan hidupnya. Dalam ekonomi konvensional, pelaporan tanggung jawab sosial dikenal dengan perpanjangan dari sistem pelaporan keuangan yang merefleksikan ekspektasi sosial yang lebih luas sehubungan dengan peran masyarakat dalam ekonomi atau kegiatan bisnis perusahaan.

Sesuai indeks *Islamic Corporate Social Responsibility* untuk entitas Islam karena mengungkapkan hal-hal yang berkaitan dengan prinsip Islam, seperti transaksi yang sudah terbebas dari unsur riba, spekulasi dan gharar, serta mengungkapkan zakat, status, kepatuhan syariah serta aspek-aspek sosial seperti shadakah, wakaf, *qordul hasan* sampai dengan pengungkapan peribadahan di lingkungan perusahaan (Kurniawati dan Yaya, 2017).

Di Indonesia, kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan menjadi suatu kewajiban diatur dalam Undang-undang No. 40/2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) resmi ditetapkan pada 16 Agustus 2007. Pada pasal 74 UUPT tersebut secara jelas dipaparkan keharusan membuat laporan tahunan tentang pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Bagi perusahaan terbuka atau *go public*, laporan tanggung jawab sosial perusahaan harus dipublikasikan kepada masyarakat luas.

Adapun perusahaan yang belum *go public*, laporan tanggungjawab sosial perusahaan tetap harus dilaporkan walaupun hanya terbatas pada pihak-pihak terkait, seperti regulator dan para pemegang saham.

Berdasarkan UU no. 40 / 2007 mengungkapkan tanggungjawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan bersifat wajib (*mandatory disclosure*). Berdasarkan Bapepam no. 134 / BL / 2006 tanggal 7 Desember 2006 yang mengharuskan bagi perusahaan-perusahaan yang mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk mengungkapkan uraian mengenai aktivitas dan biaya yang dikeluarkan berkaitan dengan tanggungjawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan.

Bentuk akuntabilitas dalam perspektif ekonomi Islam salah satunya adalah pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan yang sesuai dengan prinsip syariah. *Islamic Social Reporting* (ISR) adalah perpanjangan pelaporan sosial yang meliputi tidak hanya harapan dewan pengurus atas pandangan masyarakat terhadap peran perusahaan dalam ekonomi, akan tetapi mampu memenuhi perspektif spiritual untuk pengguna pelaporan yang muslim. *Islamic Social Reporting* bertujuan untuk meningkatkan transparansi dari aktivitas bisnis dengan menyediakan informasi yang relevan dalam memenuhi kebutuhan spiritual dari pengguna laporan perusahaan yang muslim. Selain itu ISR juga bertujuan menekankan pada keadilan sosial terkait pelaporan mengenai lingkungan, kepentingan minoritas dan karyawan

Prinsip-prinsip dasar *Islamic Corporate Social Responsibility* yang dapat digunakan perusahaan sebagai acuan dalam pembuatan keputusan menurut ISO 26000 meliputi Kepatuhan terhadap hukum, menghormati instrumen/badan-badan Internasional, menghormati *stakeholders* dan kepentingannya, akuntabilitas, transparansi, perilaku yang beretika, melakukan tindakan pencegahan dan menghormati dasar-dasar HAM.

Untuk mengukur seberapa baik bank syariah mengungkapkan bentuk Islamic CSRnya yaitu menggunakan indeks Islamic CSR. Menurut instrument yang dikembangkan Platonova, et.al (2016) bahwa untuk menghitung ICSR dengan teknik analisis isi (*content*) dalam annual report bank syariah yang kemudian digunakan variabel Dummy untuk mengetahui item yang diungkapkan dalam laporan. Item yang diungkapkan diberi kode 1 dan yang tidak diungkapkan diberi kode 0.

2.1.5 Reputasi Perusahaan

Menurut Dowling (1994) dalam Arifin dan Wardani (2016) bahwa reputasi perusahaan adalah hasil evaluasi atau penilaian yang menggambarkan citra perusahaan menurut masyarakat. Sedangkan Argenti dan Druckenmiller (2004) juga mendefinisikan reputasi perusahaan sebagai representasi kolektif dan citra yang dimiliki berbagai konstituen, istilah untuk menyebut orang-orang yang terlihat dalam kegiatan perusahaan maupun merek yang dilayani organisasi, yang dibangun dari waktu ke waktu dan didasarkan pada program perusahaan, kinerja perusahaan dan bagaimana pra konstituen mempersepsikan perilaku mereka terhadap perusahaan. Reputasi perusahaan datang dari pelanggan perusahaan, pelanggan potensial, banker, staf perusahaan, pesaing distributor, pemasok, asosiasi dagang dan gerakan pelanggan di sekitar perdagangan yang mempunyai pandangan terhadap perusahaan. Perusahaan yang mempunyai reputasi positif tentu lebih memungkinkan untuk menarik minat pelamar berkualitas tinggi, membangun pangsa pasar yang luas, menerapkan harga yang tinggi dan lebih menarik minat investor (Arifin dan Wardani, 2016).

Fombrun dan Van Riel (1997) memberikan reputasi dari perspektif enam bidang kajian akademis yang berbeda yakni akuntansi, ekonomi, pemasaran, perilaku organisasi, sosiologi dan strategi. Reputasi merupakan sebuah representasi kolektif atas tindakan-tindakan perusahaan di masa lalu dan hasil-hasil yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghadirkan hasil yang bernilai bagi banyak pemangku kepentingan. Reputasi mengukur kedudukan relative perusahaan baik di kalangan karyawan dan juga kalangan eksternal dengan para pemangku kepentingan, baik dalam lingkungan kompetitif maupun kelembagaan.

Menurut instrument yang dikembangkan oleh Arifin dan Wardani (2016) bahwa reputasi perusahaan dalam penelitian ini diukur berdasarkan ICSR Index Reputation score dengan menggunakan *Global Reporting Initiative* dengan total 35 item untuk pengungkapan standar umum wajib. Sedangkan instrument yang dikembangkan Reskino (2016) bahwa reputasi diukur dengan menghitung presentase Dana Pihak Ketiga suatu bank dibagi total Dana Pihak Ketiga pada BUS dan UUN. Kemudian persentase dari pangsa pasar dalam deposit dibandingkan dengan rata-rata Dana Pihak Ketiga yang dikelola oleh setiap BUS dan UUS. Hasilnya jika bank diatas rata-rata pasar, maka dikategorikan bahwa bank memiliki reputasi yang baik (kode 1). Sebaliknya jika DPK bank dibawah rata-rata pasar maka dikategorikan memiliki reputasi yang buruk (kode 0).

2.1.6 Perbankan Syariah

Pengembangan sistem perbankan syariah di Indonesia dilakukan dalam kerangka dual-banking system atau sistem perbankan ganda dalam kerangka Arsitektur Perbankan Indonesia (API), untuk menghadirkan alternatif jasa perbankan yang semakin lengkap kepada masyarakat Indonesia. Secara bersama-sama, sistem perbankan syariah dan perbankan konvensional secara sinergis mendukung mobilisasi dana masyarakat secara lebih luas untuk meningkatkan kemampuan pembiayaan bagi sektor-sektor perekonomian nasional.

Karakteristik sistem perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi, dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan. Dengan menyediakan beragam produk serta layanan jasa perbankan yang beragam dengan skema keuangan yang lebih bervariasi, perbankan syariah menjadi alternatif sistem perbankan yang kredibel dan dapat dinikmati oleh seluruh golongan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali. Dalam konteks pengelolaan perekonomian makro, meluasnya penggunaan berbagai produk dan instrumen keuangan syariah akan dapat merekatkan hubungan antara sektor keuangan dengan sektor riil serta menciptakan harmonisasi di antara kedua sektor tersebut. Semakin meluasnya penggunaan produk dan instrumen syariah disamping akan mendukung kegiatan keuangan dan bisnis masyarakat juga akan mengurangi transaksi-transaksi yang bersifat spekulatif,

sehingga mendukung stabilitas sistem keuangan secara keseluruhan, yang pada gilirannya akan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pencapaian kestabilan harga jangka menengah-panjang.

Dengan diberlakukannya Undang-Undang No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang terbit tanggal 16 Juli 2008, maka pengembangan industri perbankan syariah nasional semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat lagi. Dengan progres perkembangannya yang impresif, yang mencapai rata-rata pertumbuhan aset lebih dari 65% pertahun dalam lima tahun terakhir, maka diharapkan peran industri perbankan syariah dalam mendukung perekonomian nasional akan semakin signifikan. Kebijakan Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia Untuk memberikan pedoman bagi stakeholders perbankan syariah dan meletakkan posisi serta cara pandang Bank Indonesia dalam mengembangkan perbankan syariah di Indonesia, selanjutnya Bank Indonesia pada tahun 2002 telah menerbitkan “Cetak Biru Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia”. Dalam penyusunannya, berbagai aspek telah dipertimbangkan secara komprehensif, antara lain kondisi aktual industri perbankan syariah nasional beserta perangkat-perangkat terkait, trend perkembangan industri perbankan syariah di dunia internasional dan perkembangan sistem keuangan syariah nasional yang mulai mewujud, serta tak terlepas dari kerangka sistem keuangan yang bersifat lebih makro seperti Arsitektur Perbankan Indonesia (API) dan Arsitektur Sistem Keuangan Indonesia (ASKI) maupun international *best practices* yang dirumuskan lembaga-lembaga keuangan syariah

internasional, seperti IFSB (*Islamic Financial Services Board*), AAOIFI dan IIFM. Pengembangan perbankan syariah diarahkan untuk memberikan kemaslahatan terbesar bagi masyarakat dan berkontribusi secara optimal bagi perekonomian nasional. Oleh karena itu arah pengembangan perbankan syariah nasional selalu mengacu kepada rencana-rencana strategis lainnya, seperti Arsitektur Perbankan Indonesia (API), Arsitektur Sistem Keuangan Indonesia (ASKI), serta Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) dan Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN). Dengan demikian upaya pengembangan perbankan syariah merupakan bagian dan kegiatan yang mendukung pencapaian rencana strategis dalam skala yang lebih besar pada tingkat nasional. “Cetak Biru Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia” memuat visi, misi dan sasaran pengembangan perbankan syariah serta sekumpulan inisiatif strategis dengan prioritas yang jelas untuk menjawab tantangan utama dan mencapai sasaran dalam kurun waktu 10 tahun ke depan, yaitu pencapaian pangsa pasar perbankan syariah yang signifikan melalui pendalaman peran perbankan syariah dalam aktivitas keuangan nasional, regional dan internasional, dalam kondisi mulai terbentuknya integrasi dgn sektor keuangan syariah lainnya. Dalam jangka pendek, perbankan syariah nasional lebih diarahkan pada pelayanan pasar domestik yang potensinya masih sangat besar. Dengan kata lain, perbankan Syariah nasional harus sanggup untuk menjadi pemain domestik akan tetapi memiliki kualitas layanan dan kinerja yang bertaraf internasional.

Pada akhirnya, sistem perbankan syariah yang ingin diwujudkan oleh Bank Indonesia adalah perbankan syariah yang modern, yang bersifat universal, terbuka bagi seluruh masyarakat Indonesia tanpa terkecuali. Sebuah sistem perbankan yang menghadirkan bentuk-bentuk aplikatif dari konsep ekonomi syariah yang dirumuskan secara bijaksana, dalam konteks kekinian permasalahan yang sedang dihadapi oleh bangsa Indonesia, dan dengan tetap memperhatikan kondisi sosio kultural di dalam mana bangsa ini menuliskan perjalanannya. Hanya dengan cara demikian, maka upaya pengembangan sistem perbankan syariah akan senantiasa dilihat dan diterima oleh segenap masyarakat Indonesia sebagai bagian dari solusi atas berbagai permasalahan negeri.

Grand Strategy Pengembangan Pasar Perbankan Syariah Sebagai langkah konkrit upaya pengembangan perbankan syariah di Indonesia, maka Bank Indonesia telah merumuskan sebuah Grand Strategi Pengembangan Pasar Perbankan Syariah, sebagai strategi komprehensif pengembangan pasar yg meliputi aspek-aspek strategis, yaitu: Penetapan visi 2010 sebagai industri perbankan syariah terkemuka di ASEAN, pembentukan citra baru perbankan syariah nasional yang bersifat inklusif dan universal, pemetaan pasar secara lebih akurat, pengembangan produk yang lebih beragam, peningkatan layanan, serta strategi komunikasi baru yang memposisikan perbankan syariah lebih dari sekedar bank. Selanjutnya berbagai program konkrit telah dan akan dilakukan sebagai tahap implementasi dari grand strategy pengembangan pasar keuangan perbankan syariah, antara lain adalah sebagai berikut:

Pertama, menerapkan visi baru pengembangan perbankan syariah pada fase I tahun 2008 membangun pemahaman perbankan syariah sebagai Beyond Banking, dengan pencapaian target asset sebesar Rp.50 triliun dan pertumbuhan industri sebesar 40%, fase II tahun 2009 menjadikan perbankan syariah Indonesia sebagai perbankan syariah paling atraktif di ASEAN, dengan pencapaian target asset sebesar Rp.87 triliun dan pertumbuhan industri sebesar 75%. Fase III tahun 2010 menjadikan perbankan syariah Indonesia sebagai perbankan syariah terkemuka di ASEAN, dengan pencapaian target asset sebesar Rp.124 triliun dan pertumbuhan industri sebesar 81%.

Kedua, program pencitraan baru perbankan syariah yang meliputi aspek positioning, differentiation, dan branding. Positioning baru bank syariah sebagai perbankan yang saling menguntungkan kedua belah pihak, aspek diferensiasi dengan keunggulan kompetitif dengan produk dan skema yang beragam, transparans, kompeten dalam keuangan dan beretika, teknologi informasi yang selalu up-date dan user friendly, serta adanya ahli investasi keuangan syariah yang memadai. Sedangkan pada aspek branding adalah “bank syariah lebih dari sekedar bank atau *beyond banking*”.

Ketiga, program pemetaan baru secara lebih akurat terhadap potensi pasar perbankan syariah yang secara umum mengarahkan pelayanan jasa bank syariah sebagai layanan universal atau bank bagi semua lapisan masyarakat dan semua segmen sesuai dengan strategi masing-masing bank syariah.

Keempat, program pengembangan produk yang diarahkan kepada variasi produk yang beragam yang didukung oleh keunikan value yang ditawarkan (saling

menguntungkan) dan dukungan jaringan kantor yang luas dan penggunaan standar nama produk yang mudah dipahami.

Kelima, program peningkatan kualitas layanan yang didukung oleh SDM yang kompeten dan penyediaan teknologi informasi yang mampu memenuhi kebutuhan dan kepuasan nasabah serta mampu mengkomunikasikan produk dan jasa bank syariah kepada nasabah secara benar dan jelas, dengan tetap memenuhi prinsip syariah; dan

Keenam, program sosialisasi dan edukasi masyarakat secara lebih luas dan efisien melalui berbagai sarana komunikasi langsung, maupun tidak langsung (media cetak, elektronik, online/web-site), yang bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang kemanfaatan produk serta jasa perbankan syariah yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat.

Konsep operasional Perbankan Syariah yang diterapkan diantaranya:

1. Penghimpunan Dana

Penghimpunan dana di Bank Syariah dapat berbentuk giro, tabungan dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip Wadi'ah dan Mudharabah.

a. Prinsip wadi'ah

Prinsip wadi'ah yang diterapkan adalah wadi'ah yad dhamanah yang diterapkan pada produk rekening giro. Wadi'ah dhamanah berbeda dengan wadi'ah amanah. Dalam wadi'ah amanah, pada prinsipnya harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipi. Sementara itu, dalam hal wadi'ah yad

dhamanah, pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut.

Ketentuan umum dari produk ini adalah :

Keuntungan atau kerugian dari penyaluran dana menjadi hak milik atau ditanggung bank, sedang pemilik dana tidak dijanjikan imbalan dan tidak menanggung kerugian. Bank dimungkinkan memberikan bonus kepada pemilik dana sebagai suatu insentif untuk menarik dana masyarakat tapi tiak boleh diperjanjikan di muka.

Bank harus membuat akad pembukaan rekening yang isinya mencakup izin penyaluran dana yang disimpan dan persyaratan lain yang disepakati selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Khusus bagi pemilik rekening giro, bank dapat memberikan buku cek, bilyet giro, dan debit card. Terhadap pembukaan rekening ini bank dapat menggunakan penggantibiaya administrasi untuk sekedar menutupi biaya yang benar-benar terjadi. Ketentuan-ketentuan lain yang berkaitan dengan rekening giro dan tabungan tetap berlaku selama tidak bertenangan dengan prinsip syariah.

b. Prinsip Mudharabah

Dalam mengaplikasikan prinsip mudharabah, penyimpanan atau deposan bertindak sebagai shahibul maal (pemilik modal) dan bank sebagai mudharib (pengelola). Dana tersebut digunakan bank untuk melakukan murabahah atau ijarah seperti yang telah dijelaskan terdahulu. Dapat pula dana tersebut digunakan bank untuk melakukan mudharabah kedua. Hasil usaha ini akan

dibagi hasilkan berdasarkan nisbah yang disepakati. Dalam hal bank menggunakannya untuk melakukan mudharabah kedua, maka bank bertanggung jawab penuh atas kerugian yang terjadi. Rukun mudharabah terpenuhi semua (ada mudharib-ada pemilik dana, ada usaha yang dibagi hasilkan, ada nisbah, dan ada ijab Kabul). Prinsip mudharabah ini diaplikasikan pada produk tabungan berjangka dari deposito berjangka. Berdasarkan kewenangan yang diberikan oleh pihak penyimpan dana, prinsip mudharabah terbagi dua yaitu:

- a) Mudharabah mutlaqah
- b) Mudharabah Muqayyadah
- c) Mudharabah Mutlaqah

Dalam mudharabah mutlaqah, tidak ada pembatasan bagi bank dalam menggunakan dana yang dihimpun. Nasabah tidak memberikan persyaratan apapun kepada bank, ke bisnis apadana yang disimpannya itu hendak disalurkan, atau menetapkan penggunaan akad-akad tertentu, ataupun mensyaratkan dananya diperuntukkan bagi nasabah tertentu. Jadi bank memiliki kebebasan penuh untuk menyalurkan dana URIA ini ke bisnis manapun yang diperkirakan menguntungkan. Dari penerapan mudharabah mutlaqah ini dikembangkan produk tabungan dan deposito, sehingga terdapat dua jenis penghimpunan dana, yaitu tabungan mudharabah dana deposito mudharabah.

Ketentuan umum dalam produk ini adalah:

Bank wajib memberitahukan kepada pemilik mengenai nisbah dan tata cara pemberitahuan keuntungan dan/atau pembagian keuntungan secara risiko yang dapat ditimbulkan dari penyimpanan dana. Apabila telah tercapai kesepakatan, maka hal tersebut harus dicantumkan dalam akad.

Untuk tabungan mudharabah, bank dapat memberikan buku tabungan sebagai bukti penyimpanan, serta kartu ATM dan atau penarikan lainnya kepada penabung. Untuk deposito mudharabah, bank wajib memberikan sertifikat atau tanda penyimpanan (bilyet) deposito kepada deponan.

Tabungan mudharabah dapat diambil setiap saat oleh penabung sesuai dengan perjanjian yang disepakati, namun tidak diperkenankan mengalami saldo negative.

Deposito mudharabah hanya dapat dicairkan sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati. Deposito yang diperpanjang, setelah jatuh tempo akan diperlakukan sama seperti deposito baru, tetapi bila pada akad sudah dicantumkan perpanjangan otomatis maka tidak perlu dibuat akad baru.

Ketentuan-ketentuan lain yang berkaitan dengan tabungan dan deposito tetap berlaku sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

Mudharabah Muqayyadah *on Balance Sheet* Jenis mudharabah ini merupakan simpanan khusus (*Restricted Investment*) dimana pemilik dana dapat menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh pihak bank. Misalnya disyaratkan digunakan untuk bisnis tertentu, atau disyaratkan digunakan dengan akad tertentu, atau disyaratkan digunakan untuk nasabah tertentu. Karakteristik jenis simpanan ini adalah sebagai berikut:

Pemilik dana wajib menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus diikuti oleh bank dan wajib membuat akad yang mengatur persyaratan penyaluran dana simpanan khusus.

Bank wajib memberitahukan kepada pemilik dana mengenai nisbah dan tata cara pemberitahuan keuntungan dan/atau pembagian keuntungan secara risiko yang dapat ditimbulkan dari penyimpanan dana. Apabila telah tercapai kesepakatan, maka hal tersebut harus dicantumkan dalam akad.

Sebagai tanda bukti simpanan bank menerbitkan bukti simpanan khusus. Bank wajib memisahkan dana ini dari rekening lainnya.

Untuk deposito mudharabah, bank wajib memberikan sertifikat atau tanda penyimpanan (bilyet) deposito kepada deponan.

Mudharabah Muqayyadah of *Balance sheet* jenis mudharabah ini merupakan penyaluran dana mudharabah langsung kepada pelaksana usahanya, di mana bank bertindak sebagai perantara (arranger) yang mempertemukan antara pemilik dana dengan pelaksana usaha. Pemilik dana dapat menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh bank dalam mencari bisnis (pelaksana usaha).

Karakteristik jenis simpanan ini adalah sebagai berikut:

Sebagai tanda bukti simpanan bank menerbitkan bukti simpanan khusus. Bank wajib memisahkan dana dari rekening lainnya. Simpanan khusus dicatat pada pos tersendiri dalam rekening administrative.

Dana simpanan khusus harus disalurkan secara langsung kepada pihak yang diamanatkan oleh pemilik dana.

Bank menerima komisi atas jasa mempertemukan kedua pihak. Sedangkan antara pemilik dana dan pelaksana usaha berlaku nisbah bagi hasil.

2. Penyaluran dana

Dalam menyalurkan dananya pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi kedalam empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu:

- a. Pembiayaan dengan prinsip jual-beli,
- b. Pembiayaan dengan prinsip sewa,
- c. Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil,
- d. Pembiayaan dengan akad pelengkap
- e. Prinsip jual Beli (Ba'i)

Prinsip jual beli dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda (*transfer of property*). Tingkat keuntungan bank ditentukan di depan menjadi bagian harga atas barang yang dijual. Transaksi jual-beli dapat dibedakan berdasarkan bentuk pembayarannya dan waktu penyerahan barangnya, yakni sebagai berikut:

a) Pembiayaan murabahah

Murabahah (*al-bai bi tsaman ajil*) lebih dikenal sebagai murabahah saja. Murabahah berasal dari kata ribhu (keuntungan), adalah transaksi jual beli di mana bank menyebut jumlah keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan (marjin) Kedua belah pihak harus menyepakati harga jual dan jangka

waktu pembayaran. Harga jual dicantumkan dalam akad jual beli dan jika telah disepakati tidak dapat berubah selama berlakunya akad. Dalam perbankan murabahah selalu dilakukan dengan cara pembayaran cicilan (*bi tsaman ajil, atau muajjal*). Dalam transaksi ini barang diserahkan segera setelah akad, sementara pembayaran dilakukan secara tangguh/cicilan.

b) Pembiayaan Salam

Salam adalah transaksi jual beli di mana barang yang diperjualbelikan belum ada. Oleh karena itu, barang diserahkan secara tangguh sementara pembayaran dilakukan secara tunai. Bank bertindak sebagai pembeli, sementara nasabah sebagai penjual. Sekilas transaksi ini mirip jual beli ijon, namun dalam transaksi ini kuantitas, kualitas, harga, dan waktu penyerahan barang harus ditentukan secara pasti. Dalam praktik perbankan, ketika barang telah diserahkan kepada bank, maka bank akan menjualnya kepada rekanan nasabah atau nasabah itu sendiri secara tunai atau secara cicilan. Harga jual yang ditetapkan oleh bank adalah harga beli bank dari nasabah ditambah keuntungan. Dalam hal ini bank menjualnya secara tunai biasanya disebut dengan pembiayaan talangan (*bridging financing*). Sedangkan dalam hal bank menjualnya secara cicilan. Ketentuan umum Pembiayaan Salam adalah sebagai berikut:

Pembelian hasil produksi harus diketahui spesifikasinya secara jelas seperti jenis, macam, ukuran, mutu dan jumlahnya. Misalnya jual beli 100kg mangga harum manis kualitas "A" dengan harga Rp. 5000/kg, akan diserahkan pada panen dua bulan mendatang.

Apabila hasil produksi yang diterima cacat atau tidak sesuai akad maka nasabah (produsen) harus bertanggung jawab dengan cara antara lain mengambil dana yang telah diterimanya atau mengganti barang yang sesuai dengan pesanan. Mengingat bank tidak menjadikan barang yang dibeli atau dipesannya sebagai persediaan (inventory), maka dimungkinkan bagi bank untuk melakukan akad salam kepada pihak ketiga (pembeli kedua), seperti BULOG, pedagang pasar induk atau rekanan. Mekanisme seperti ini disebut sebagai paralel salam.

c) Pembiayaan Istishna'

Produk istishna' menyerupai produk salam, tapi dalam istishna' pembayarannya dapat dilakukan oleh bank dalam beberapa kali (termin) pembayaran. Skim istishna' dalam Bank Syariah umumnya diaplikasikan pada pembiayaan manufaktur dan konstruksi.

Ketentuan umum Pembiayaan Istishna' adalah spesifikasi barang pesanan harus jelas seperti jenis, macam ukuran, mutu dan jumlahnya. Harga jual yang telah disepakati dicantumkan dalam akad Istishna' dan tidak boleh berubah selama berlakunya akad. Jika terjadi perubahan dari kriteria pesanan dan terjadi perubahan harga setelah akad ditandatangani, seluruh biaya tambahan tetap ditanggung nasabah.

Prinsip Sewa (jarah) merupakan transaksi ijarah dilandasi adanya perpindahan manfaat. Jadi pada dasarnya prinsip ijarah sama saja dengan prinsip jual beli, tapi perbedaannya terletak pada objek transaksinya. Bila pada jual-beli objek transaksinya adalah barang pada ijarah objek transaksinya adalah jasa. Pada akhir masa sewa, bank dapat saja menjual barang yang disewakannya kepada nasabah. Karena itu dalam

perbankan syariah dikenal ijarah *muntahhiyah bittamlik* (sewa yang diikuti dengan berpindahnya kepemilikan). Harga sewa dan harga jual disepakati pada awal perjanjian.

Prinsip Bagi Hasil (Syirkah) merupakan Produk pembiayaan syariah yang didasarkan atas prinsip bagi hasil adalah sebagai berikut:

a) Pembiayaan musyarakah

Bentuk umum dari usaha bagi hasil adalah musyarakah (syirkah atau syarikah). Transaksi musyarakah dilandasi adanya keinginan para pihak yang bekerja sama untuk meningkatkan nilai aset yang mereka miliki secara bersama-sama. Semua bentuk usaha yang melibatkan dua pihak atau lebih di mana mereka secara bersamasama memadukan seluruh bentuk sumber daya baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud. Secara spesifik bentuk kontribusi dari pihak yang bekerja sama dapat berupa dana, barang perdagangan (*trading asset*), kewirausahaan (*entrepreneurship*), kepandaian (*skill*), kepemilikan (*property*), peralatan (*equipment*), atau *intangibile asset* (seperti hak paten atau *goodwill*), kepercayaan atau reputasi (*credit worthiness*) dan barang-barang lainnya yang dapat dinilai dengan uang. Dengan meragkum seluruh kombinasi dari bentuk kontribusi masing-masing pihak dengan atau tanpa batasan waktu menjadikan produk ini sangat fleksibel.

Ketentuan umum Pembiayaan Musyarakah adalah sebagai berikut:

Semua modal disatukan untuk dijadikan modal proyek musyawarah dan dikelola bersama-sama. Setiap pemilik modal berhak turut serta dalam menentukan kebijakan

usaha yang dijalankan oleh pelaksana proyek. Pemilik modal dipercaya untuk menjalankan proyek musyarakah dan tidak boleh melakukan tindakan seperti:

- 1) Menggabungkan dana proyek dengan harta pribadi.
- 2) Menjalankan proyek musyarakah dengan pihak lain tanpa izin pemilik modal lainnya.
- 3) Memberi pinjaman kepada pihak lain
- 4) Setiap pemilik modal dianggap mengakhiri kerja sama apabila:
- 5) Menarik diri dari perserikatan
- 6) Meninggal dunia,
- 7) Menjadi tidak cakap hukum
- 8) Biaya yang timbul dalam pelaksanaan proyek dan jangka waktu proyek harus diketahui bersama. Keuntungan dibagi sesuai porsi kesepakatan sedangkan kerugian dibagi sesuai dengan porsi kontribusi modal.
- 9) Proyek yang akan dijalankan harus disebutkan dalam akad. Setelah proyek selesai nasabah mengembalikan dana tersebut bersama bagi hasil yang telah disepakati untuk bank.

b) Pembiayaan Mudharabah

Secara spesifik terdapat bentuk musyarakah yang populer dalam produk perbankan syariah yaitu mudharabah. Mudharabah adalah bentuk kerja sama antara dua atau lebih pihak di mana pemilik modal kepada pengelola (mudharib) dengan suatu perjanjian pembagian keuntungan. Bentuk ini menegaskan kerja sama dalam paduan kontribusi 100% modal kas dari shahib al-maal dan keahlian dari mudharib. Transaksi

jenis ini tidak mensyaratkan adanya wakil *shahib al-maal* dalam manajemen proyek. Sebagai orang kepercayaan, mudharib harus bertindak hati-hati dan bertanggung jawab untuk setiap kerugian yang terjadi akibat kelalaian. Sedangkan sebagai wakil shahib al-maal dia diharapkan untuk mengelola modal dengan cara tertentu untuk menciptakan laba optimal.

Perbedaan yang esensial dari musyarakah dan mudharabah terletak pada besarnya kontribusi atas manajemen dan keuangan atau salah satu di antara itu. Dalam mudharabah, modal hanya berasal dari satu pihak, sedangkan dalam musyarakah modal berasal dari dua pihak atau lebih. Musyarakah dan mudharabah dalam literatur fiqh berbentuk perjanjian kepercayaan (*uqud al-amanah*) yang menuntut tingkat kejujuran yang tinggi dan menjunjung keadilan. Karenanya masing-masing pihak harus menjaga kejujuran untuk kepentingan bersama dan setiap usaha dari masing-masing pihak untuk melakukan kecurangan dan ketidakadilan pembagian pendapatan betul-betul akan merusak ajaran Islam.

Ketentuan umum skema pembiayaan mudharabah adalah sebagai berikut:

Jumlah modal yang diserahkan kepada nasabah selaku pengelola modal harus diserahkan tunai, dan dapat berupa uang atau barang yang dinyatakan nilainya dalam satuan uang. Apabila modal diserahkan secara bertahap harus jelas, tahapannya dan disepakati bersama.

Hasil dari pengelolaan modal pembiayaan mudharabah dapat diperhitungkan dengan cara, yakni:

- a) Perhitungan dari pendapatan proyek (*revenue sharing*)

b) Perhitungan dari keuntungan proyek (*profit sharing*)

Hasil usaha dibagi sesuai dengan persetujuan dalam akad, pada setiap bulan atau waktu yang disepakati. Bank selaku pemilik modal menanggung seluruh kerugian kecuali akibat kelalaian dan penyimpangan pihak nasabah, seperti penyelewengan, kecurangan dan penyalahgunaan dana. Bank berhak melakukan pengawasan terhadap pekerjaan namun tidak berhak mencampuri urusan pekerjaan/usaha nasabah. Jika nasabah cidera janji dengan sengaja, misalnya tidak mau membayar kewajiban atau menunda pembayaran kewajiban, maka ia dapat dikenakan sanksi administrasi.

3. Produk Jasa Perbankan Lainnya

Produk jasa perbankan lainnya yaitu layanan perbankan dimana bank syariah menerima imbalan atas jasa perbankan diluar fungsi utamanya sebagai lembaga intermediasi keuangan.

a) Wakalah

Wakalah atau perwakilan, berarti penyerahan, pendelegasian atau pemberian mandat. Yakni bank diberikan mandat oleh nasabah untuk melaksanakan suatu perkara sesuai dengan amanah/permintaan nasabah. Secara teknis perbankan, wakalah adalah akad pemberi wewenang/kuasa dari lembaga/seseorang (sebagai pemberi mandat) kepada pihak lain (sebagai wakil, dalam hal ini bank) untuk mewakili dirinya melaksanakan urusan dengan batas kewenangan dan dalam waktu tertentu. Segala hak dan kewajiban yang diemban wakil harus

mengatasnamakan yang memberi kuasa. Bank dan nasabah yang dicantumkan dalam akad pemberian kuasa harus cakap hukum.

b) Kafalah

Kafalah merupakan jaminan yang diberikan oleh penanggung kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung. Dalam pengertian lain kafalah berarti mengalihkan tanggungjawab seseorang yang dijamin dengan berpegang pada tanggungjawab orang lain sebagai penjamin

Secara teknis perbankan, kafalah merupakan jasa penjaminan nasabah dimana bank bertindak sebagai penjamin (kafil) sedangkan nasabah sebagai pihak yang dijamin (makfullah). Prinsip syariah ini sebagai dasar layanan bank garansi, yaitu penjaminan pembayaran atas suatu kewajiban pembayaran. Bank dapat mempersyaratkan nasabah untuk menempatkan sejumlah dana untuk fasilitas ini sebagai jaminan. Atas dana tersebut bank dapat memperlakukannya dengan prinsip wadiah. Dalam hal ini bank mendapatkan imbalan atas jasa yang diberikan. c) Sharf

Layanan jasa perbankan jual beli valuta asing sejalan dengan prinsip sharf. Jual beli mata uang yang tidak sejenis ini penyerahannya harus dilakukan pada waktu yang sama berdasarkan kurs jual atau kurs beli yang berlaku pada saat itu juga (transaksi spot). Jenis layanan berdasarkan transaksi spot adalah : today, tomorrow, dan spot.

Bank syariah tidak melayani transaksi forward, swap, dan option yang dalam transaksinya diterapkan hedging sebagaimana telah dijelaskan di atas. Karena transaksi ini penyerahannya dilakukan pada masa yang akan datang dan mengandung unsur spekulasi.

d) Qardh

Qardh adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali. Menurut teknis perbankan, qardh adalah pemberian pinjaman dari bank kepada nasabah yang dipergunakan untuk kebutuhan mendesak, seperti dana talangan dengan kriteria tertentu dan bukan untuk pinjaman yang bersifat konsumtif. Pengembalian pinjaman ditentukan dalam jangka waktu tertentu (sesuai kesepakatan bersama) sebesar pinjaman tanpa ada tambahan keuntungan dan pembayarannya dilakukan secara angsuran atau sekaligus. Bank dapat meminta jaminan atas pinjaman ini kepada peminjam.

e) Rahn

Rahn adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Tujuan akad rahn adalah untuk memberikan jaminan pembayaran kembali kepada bank dalam memberikan pembiayaan. Secara sederhana rahn adalah jaminan hutang atau gadai. Biasanya akad yang digunakan adalah akad qardh wal ijarah, yaitu akad pemberian pinjaman dari bank untuk nasabah yang disertai dengan penyerahan tugas agar bank menjaga barang jaminan yang diserahkan. Barang yang digadaikan wajib memenuhi kriteria, yaitu milik nasabah sendiri; memiliki nilai ekonomis sehingga bank memperoleh jaminan untuk dapat mengambil seluruh atau sebagian piutangnya; harus jelas ukuran, sifat, dan nilainya ditentukan berdasarkan nilai riil pasar; dapat dikuasai namun tidak boleh dimanfaatkan bank.

f) Hiwalah

Hiwalah adalah transaksi mengalihkan utang piutang. Dalam praktik perbankan syariah fasilitas hiwalah lazimnya untuk membantu supplier mendapatkan modal tunai agar dapat melanjutkan produksinya. Bank mendapat ganti biaya atas jasa pemindahan utang. Untuk mengantisipasi risiko kerugian yang akan timbul, bank perlu melakukan penelitian atas kemampuan pihak yang berhutang dan kebenaran transaksi antara yang memindahkan piutang dengan yang berhutang. Seperti seorang supplier bahan bangunan menjual barangnya kepada pemilik proyek yang akan dibayar dua bulan kemudian. Karena kebutuhan supplier akan likuiditas, maka ia meminta bank untuk mengambil alih piutangnya. Bank akan menerima pembayaran dari pemilik proyek.

g) Ijarah

Akad ijarah selain menjadi landasan syariah untuk produk pembiayaan, yaitu sewa cicil, juga menjadi prinsip dasar pada jasa perbankan lainnya, antara lain layanan penyewaan kotak simpanan atau SDB (*safe deposit box*). Bank mendapat imbalan sewa atas jasa tersebut.

h) Al-Wadiah

Akad al-wadiah selain menjadi landasan syariah produk tabungan, termasuk giro, juga menjadi prinsip dasar layanan jasa tata laksana administrasi dokumen (custodian). Bank mendapatkan imbalan atas jasa tersebut.

<https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/Konsep-OperasionalPBS.aspx>).

2.2 Penelitian Terdahulu

Mengadakan penelitian, tidak terlepas dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu dengan tujuan disamping untuk memperkuat hasil dari penelitian yang sedang dilakukan, juga untuk membandingkan dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya.

Table 2 Ringkasan Hasil Riset Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan tahun	Variabel dan Sampel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Kasan Mulyono (2015)	Variabel bebas CSR Variabel terikat reputasi perusahaan dan kinerja keuangan Variabel moderating activist targeting	Moderating regression analisis	Hasil penelitian menunjukkan CSR berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan, sedangkan CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan Activist targeting tidak mampu memoderasi CSR dengan reputasi perusahaan
2	Johan Arifin dan Eko Ayu Wardani (2016)	Variabel bebas : ICSR Variabel terikat reputasi perusahaan dan kinerja keuangan	Regresi sederhana	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ICSR berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan dan kinerja keuangan yang diproksi dengan ROA ICSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang diproksi dengan ROE
				terhadap kinerja keuangan yang diproksi dengan ROE

3	Putri dan Hatane (2016)	Variabel bebas : corporate reputation Variabel terikat : financial performance Variabel intervening innovation capability	Partial Least Square	Hasil penelitian menunjukkan Corporate reputation berpengaruh positif terhadap innovation capability Corporate reputation dan innovation capability berpengaruh positif terhadap financial performance
4	Nisa dan Kurniasari (2017)	Variabel bebas: ICSR Variabel terikat reputasi perusahaan dan kinerja keuangan (ROA, ROE)	Metode : regresi sederhana	Hasil penelitian menunjukkan ICSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan (ROA), sedangkan terhadap ROE tidak berpengaruh ICSR tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan
5	Simaremare & Gaol (2018)	Variabel bebas CSR Variabel terikat : kinerja keuangan (ROA, NPM)	Metode: regresi sederhana	Hasil penelitian menunjukkan CSR tidak berpengaruh terhadap ROA, sedangkan CSR berpengaruh positif terhadap NPM
6	Mardiani dan Yadiati (2019)	Variabel : Islamic corporate governance dan intellectual capital Variabel terikat kinerja keuangan	Metode : Regresi linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Islamic corporate governance tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan, sedangkan intellectual capital berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan.

7	Sutapa dan Rustam Hanafi (2019)	Variabel bebas : ukuran DPS, keahlian DPS Variabel terikat Islamic sosial reporting dan kinerja keuangan	Metode: Regresi linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan Ukuran DPS berpengaruh positif terhadap ISR, sedangkan keahlian DPS tidak berpengaruh terhadap ISR ISR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan
---	---------------------------------	--	------------------------------------	--

Sumber : Disarikan dari berbagai jurnal, 2020

2.3 Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Pemikiran Teoritis Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh *Islamic Corporate Governance* terhadap Reputasi Perusahaan

Keberhasilan lembaga keuangan syariah dalam melakukan tata kelola dengan baik yang didasari hukum-hukum Islam tidak lepas karena tugas dan tanggung jawab Dewan Pengawas Syariah (DPS). DPS merupakan badan khusus yang hanya dimiliki lembaga keuangan syariah yang anggotanya terdiri dari para ahli bidan fiqh muamalah dan memiliki pengetahuan umum dalam bidang perbankan syariah. Menurut Dewayanto (2010) bahwa penerapan good corporate governance dinilai dapat memperbaiki citra atau reputasi perusahaan perbankan yang sempat buruk, melindungi kepentingan stakeholders serta meningkatkan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku dan etika-etika umum pada industry perbankan dalam rangka meningkatkan reputasi perbankan yang sehat.

Penerapan *Islamic Corporate Governance* melalui Dewan Pengawas Syariah akan membantu perbankan syariah mematuhi prinsip-prinsip syariah dalam

menjalankan bisnisnya, sehingga terhindar dari unsur riba, maysir dan gharar. Produk dan layanan lembaga keuangan syariah dapat memiliki nilai yang tinggi, hal tersebut karena ada *brand building activity* yang bukan sekedar emosional nasabah, tetapi merupakan segala macam usaha dan kemudahan yang melekat pada produk dan layanan bank syariah untuk memperkuat reputasi bank tersebut (Wardayati, 2011).

Hasil penelitian yang dilakukan Junusi (2012) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif *Islamic corporate governance* terhadap reputasi perbankan. Hasil penelitian juga menunjukkan serupa bahwa *Islamic corporate governance* terbukti berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Berdasarkan teori dan didukung penelitian terdahulu dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁ *Islamic corporate governance* berpengaruh positif terhadap Reputasi Perusahaan

2.3.2 Pengaruh *Islamic corporate social responsibility* terhadap Reputasi Perusahaan

Kegiatan *Islamic corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan dapat memberikan nilai positif dan meningkatkan reputasi perusahaan. Pengungkapan *Islamic corporate social responsibility* menjadi hasil yang penting bagi reputasi dan kinerja lembaga keuangan syariah. Hal tersebut karena lembaga keuangan syariah mengungkapkan ICSR dengan baik, tentu akan dipandang sebagai entitas yang dapat dipercaya oleh masyarakat muslim dalam menyalurkan dana mereka. Dalam hal ini lembaga keuangan syariah mempunyai inisiatif untuk melakukan pengungkapan ICSR bisa dijadikan sebagai strategi bisnis perusahaan dalam menghadapi tuntutan persaingan bisnis yang ketat dalam meningkatkan reputasi perusahaan (Thahirah,

et.al, 2016).

Praktek *Islamic corporate social responsibility* dapat digunakan untuk membentuk image atau reputasi perusahaan, dimana perusahaan tersebut akan lebih terpercaya dan jujur, iklan atau advertising perusahaan yang menyediakan informasi mengenai kepedulian terhadap lingkungan tersebut dapat digunakan untuk membentuk dan meningkatkan kualitas perusahaan. Hal tersebut disampaikan oleh Brammer & Millington (2005) bahwa iklan yang berkaitan dengan kepedulian terhadap tanggung jawab lingkungan (CSR) akan membuat masyarakat luas lebih menyadari atau mengetahui (visible), sehingga akan mempengaruhi persepsi terhadap perusahaan yang tentunya akan memberikan kesan positif terhadap meningkatnya reputasi perusahaan. Perusahaan yang berorientasi pada pelanggan, akan lebih memperhatikan pertanggungjawaban sosialnya kepada masyarakat, sehingga hal itu mampu meningkatkan reputasi perusahaan dan mampu meningkatkan tingkat penjualan (Daud, 2016).

Hasil penelitian Park (2017) menemukan bahwa manajer-manajer di Asia lebih memperhatikan stakeholders utama yang meningkatkan manajemen reputasi perusahaannya dan salah satu cara manajemen reputasi perusahaan adalah dengan melaksanakan CSR. Penelitian Arifin dan Wardani (2016), Saeidi dan Sofian (2015), Esen (2013) dan Farook, et.al (2010), Mulyono (2015) menunjukkan bahwa *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan. sehingga dapat dirumuskan hipotesis berikut:

H₂ *Islamic corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap

Reputasi Perusahaan

2.3.3 Pengaruh *Islamic Corporate Governance* terhadap Kinerja Keuangan

Penerapan *Islamic Corporate Governance* pada bank syariah diharapkan berbeda dengan prinsip GCG pada bank konvensional. Bisnis yang berlandaskan ajaran Islam harus mampu menciptakan iklim usaha yang sehat dan berkesinambungan dengan terwujudnya disiplin pasar (*market discipline*) yang lahir dari budaya *governance* bisnis Islam yang baik yang mengacu pada prinsip syariah yang disebut *Islamic Corporate Governance* (Syafei, 2013). Penerapan *good corporate governance* merupakan syarat yang wajib dilakukan perusahaan guna menjaga eksistensi perusahaan untuk berkembang dengan baik dan sehat.

Penerapan *Islamic Corporate Governance* diharapkan dapat berpengaruh terhadap kinerja perbankan, karena dengan adanya tata kelola yang baik pada perusahaan tentu dapat meningkatkan kinerja keuangan dan mengurangi risiko akibat tindakan pengelolaan yang cenderung menguntungkan diri sendiri (Dewayanto, 2010). Lebih lanjut Sihamsad (2006) juga menjelaskan bahwa dengan adanya tata kelola yang baik melalui Dewan Pengawas Syariah (DPS) sebagai dewan penasehat dan pengawas syariah merupakan aspek kunci pelaksanaan perusahaan dapat meningkatkan kinerja perbankan syariah sebagai lembaga keuangan Islami.

Keberadaan DPS akan membuat bank syariah dalam aktivitas operasional maupun peluncuran produk-produk lebih mematuhi terhadap prinsip-prinsip yang diterapkan bank syariah, sehingga masyarakat Islam akan lebih percaya dananya akan

dikelola sesuai dengan syariat Islam. Dampak dengan kepercayaan masyarakat akan kemampuan dalam mengelola tentu akan mempengaruhi masyarakat untuk melakukan investasi sehingga kinerja keuangannya dapat meningkat.

Hasil penelitian yang dilakukan Yadiati, et.al (2017), Farag, et.al (2017) dan Meilani (2015) bahwa *Islamic corporate governance* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Pada penelitian yang dilakukan juga menunjukkan jika *Islamic corporate governance* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan, sehingga dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₃ *Islamic corporate governance* berpengaruh positif terhadap Kinerja

Keuangan

2.3.4 Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan

Aktivitas *Islamic corporate social responsibility* semakin menarik perhatian investor, konsumen, pemasok dan pemerintah dalam beberapa tahun belakangan ini. Perusahaan melakukan bisnisnya dengan tujuan memaksimalkan kinerja keuangan saja, akan tetapi mempertimbangkan tanggung jawab sosialnya, seperti kepedulian terhadap bencana alam, pembangunan tempat ibadah, tidak melakukan pengolahan limbah dari bahan baku produksi, pelanggaran terhadap hak-hak konsumen, atau masalah lain yang tentunya menimbulkan dampak serius terhadap lingkungan sekitar. Berdasarkan aktivitas *Islamic corporate social responsibility* tersebut tentu akan menjadi perhatian dalam meningkatkan image perusahaan sehingga mampu meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Penerapan *Islamic corporate social responsibility* dipercaya dapat meningkatkan kinerja keuangan lembaga keuangan syariah, dimana investor cenderung menanamkan modalnya pada perusahaan yang melakukan aktivitas ICSR. Hal tersebut tidak lepas karena investor melakukan aktivitas tanggung jawab terhadap kepedulian sosial berpotensi dalam menghasilkan laba yang lebih besar dibandingkan dengan yang tidak melakukan tanggung jawab sosial, sehingga kedepannya lembaga keuangan syariah tersebut akan mampu meningkatkan kinerja keuangannya.

Dalam teori *agency*, bahwa peningkatan masalah keagenan akan berdampak pada meningkatnya biaya keagenan yang harus ditanggung oleh perusahaan tersebut, sehingga diperlukan cara untuk menekan biaya keagenan dengan meminimalisir masalah keagenan salah satunya adalah dengan cara melakukan pengungkapan informasi terhadap tanggung jawab sosial. Menurut Deegan, et.al (2002) menyoroti bahwa CSR telah menjadi driver penting dalam meningkatkan kinerja keuangan perusahaan, dimana perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang bagus akan direspon positif oleh para investor melalui fluktuasi harga saham yang semakin naik.

Hasil penelitian yang dilakukan Almar, et.al (2012), Khan, et.al (2013), Adisaputra, dkk (2016), Harahap, dkk (2017) menunjukkan bahwa *Islamic Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Penelitian Rustam dan Hanafi (2019) menunjukkan hasil yang sama bahwa ICSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan, sehingga dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₄ *Islamic corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap

Kinerja Keuangan

2.3.5 Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan

Perusahaan yang memiliki reputasi yang baik memiliki kecenderungan untuk memiliki sumber daya langka dan berharga serta merupakan sumber keunggulan daya untuk mendapatkan *above average return*. Mempertahankan keunggulan, memerlukan komitmen dari manajemen perusahaan terhadap reputasi perusahaan (Barney, 1991). Reputasi yang baik sangat diidentifikasi sebagai sumber daya tidak berwujud yang dapat memberikan dasar bagi perusahaan untuk mempertahankan keunggulan kompetitif karena karakteristik berharga dan sulit untuk menirunya. Perusahaan dengan reputasi yang baik akan lebih mampu mempertahankan profit dari waktu ke waktu (Robert & Dowling, 2002). Lebih lanjut Berg, et.al, (2010) menjelaskan bahwa reputasi sangat penting bagi perusahaan karena dapat digunakan untuk keunggulan kompetitif dalam meningkatkan kinerja yang dihasilkan.

Reputasi tidak hanya mencakup persepsi tentang tindakan masa lalu, akan tetapi tentang prospek tindakan yang dilakukan pada masa mendatang. Menurut Wigelt an Camerer (1988) dalam Putri dan Hatane (2016) bahwa reputasi memberikan nilai positif terhadap kinerja perusahaan karena mampu menarik investor keuangan, biaya produksi yang lebih rendah, meningkatkan kemampuan kompetitif serta *corporate citizenship* yang baik diantara karyawan.

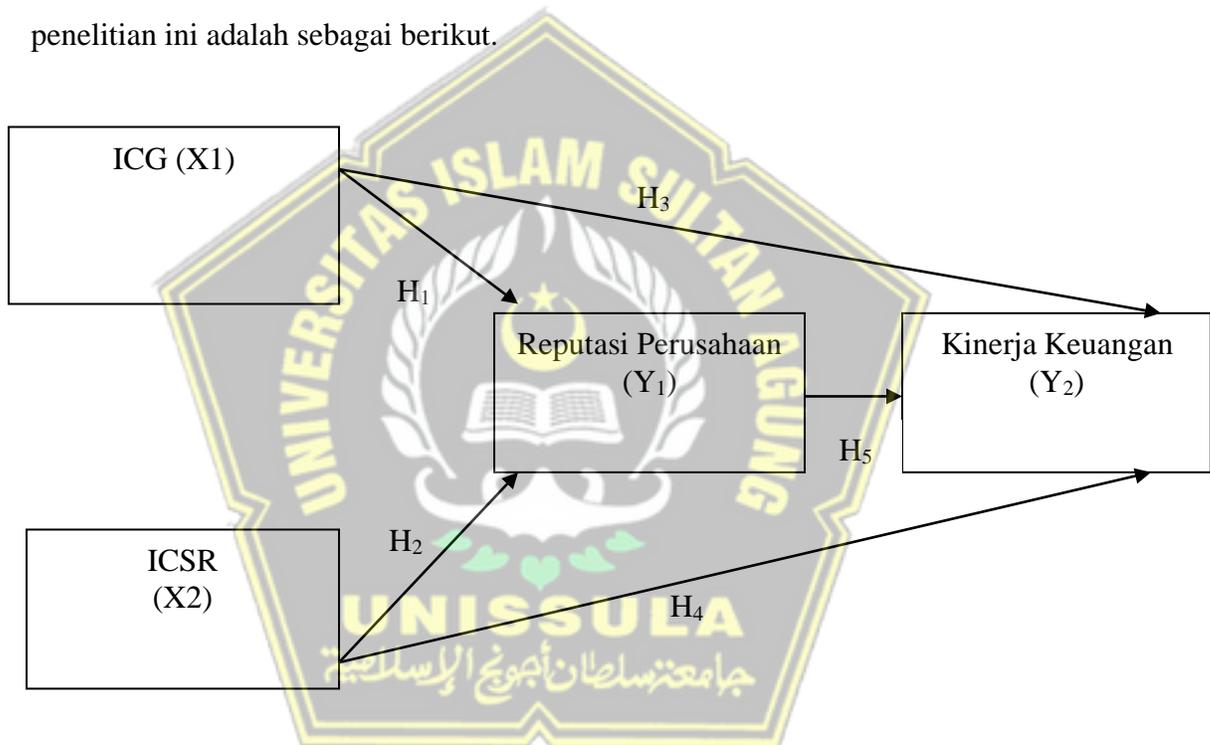
Penelitian yang dilakukan Putri dan Hatane (2016) menunjukkan bahwa reputasi perusahaan mampu berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil

penelitian Siswanti (2016) dan Syafei (2015) bahwa kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sehingga dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₅ Reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan

2.4 Kerangka Penelitian

Berdasarkan kajian pustaka maka kerangka pemikiran teoritik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory research* atau penelitian yang bersifat menjelaskan. Metode ini berusaha menjelaskan

serta menyoroti hubungan atau pengaruh variabel yang diajukan dalam penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan uraiannya mengandung deskriptif (Singarimbun dan Efendi, 2012). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *Islamic corporate social responsibility* dan *Islamic corporate governance* terhadap reputasi perusahaan serta kinerja keuangan.

3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2012) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan perbankan syariah yang tercatat dalam Otoritas Jasa Keuangan selama periode 2013 – 2015.

Menurut Sugiyono (2012) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki dari populasi, sampel harus diambil harus bersifat mewakili dari populasi atau *representatif*. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012). Pertimbangan pada kriteria tersebut di atas dipilih atas dasar kesesuaian karakteristik sampel dengan kriteria pemilihan sampel yang telah ditentukan. Adapun kriteria sebagai berikut :

Perusahaan yang merupakan kategori Bank Umum syariah yang mempublikasikan laporan keuangan selama 3 (tiga) tahun berturut-turut mulai dari periode tahun 2013 hingga tahun 2015 Perusahaan menggunakan satuan mata uang Rupiah. Perusahaan

memiliki data-data yang lengkap terkait dengan variabel penelitian, *Islamic corporate governance*, *Islamic corporate social responsibility*, reputasi perusahaan, dan kinerja keuangan.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Studi Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan seluruh data sekunder berupa laporan untuk memperoleh data yang akan diteliti. Dalam hal ini dokumen laporan keuangan pada perusahaan perbankan syariah yang tercatat dalam Otoritas Jasa Keuangan periode 2013 - 2015 terkait dengan variabel penelitian, *Islamic corporate governance*, *Islamic corporate social responsibility*, reputasi perusahaan dan kinerja keuangan.

2. Studi Pustaka

Data pustaka adalah pengumpulan data yang diperoleh dari literatur, jurnal, yang relevan dengan masalah penelitian dan digunakan sebagai landasan teori.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang diperoleh adalah data dokumenter, yaitu data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain), umumnya berupa bukti catatan atau laporan historis yang telah tersusun

dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan (Indriantoro dan Supomo, 2012). Dalam hal ini adalah data dokumenter dari laporan keuangan perusahaan perbankan syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan. Sumber data yang digunakan adalah sumber data sekunder. Data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat) oleh pihak lain (Indriantoro dan Supomo, 2012). Data diperoleh dari *website masing-masing perusahaan perbankan syariah* yang terdaftar di ojk selama 3 tahun yaitu berupa laporan keuangan tahun 2013 - 2015.

3.5 Definisi dan Pengukuran Variabel

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang indikator-indikator digunakan pada variabel penelitian maka berikut penjelasannya :

1. Reputasi Perusahaan

Reputasi perusahaan adalah penilaian yang menggambarkan citra perusahaan di mata masyarakat. Menurut instrument yang dikembangkan oleh Arifin dan Wardani (2016) bahwa reputasi perusahaan dalam penelitian ini diukur berdasarkan ICSR *Index Reputation* score dengan menggunakan *Global Reporting Initiative* dengan total 46 item untuk pengungkapan standar umum wajib.

Index Reputation Score =

$$\sum_{i=1}^{mj} \frac{dj}{N}$$

IRS dj : *Reputation Score Index*

N : Jumlah item untuk perusahaan j, N = 46 item dj : Jumlah item yang diungkapkan

2. Kinerja keuangan

Kinerja keuangan merupakan gambaran dari pencapaian keberhasilan atau hasil yang telah dicapai atas berbagai aktivitas yang telah dilakukan perusahaan. Dalam penelitian ini kinerja keuangan diukur dengan ROA guna menggambarkan efektivitas perusahaan dalam memanfaatkan total aset yang digunakan untuk operasional perusahaan mampu menghasilkan laba bagi perusahaan. ROA ini diukur dengan menggunakan rumus (Chen, et.al, 2005).

$$\text{ROA} = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Total Assets}}$$

3. *Islamic corporate governance*

Islamic corporate governance merupakan sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan dalam menjalankan bisnisnya dalam rangka meningkatkan keberhasilan dan akuntabilitas yang didasari hukum-hukum Islam. Adapun *Islamic corporate governance* diukur berdasarkan self assesment

pelaksanaan bank syariah dengan predikat dan skala interval sebagai berikut (Asrori, 2014) :

Peringkat satu, predikat sangat baik Skala lima

Peringkat dua, predikat baik	Skala empat
Peringkat tiga, predikat cukup baik	Skala tiga
Peringkat empat, predikat kurang baik	Skala dua
Peringkat lima, predikat tidak baik	Skala satu

3. *Islamic corporate social responsibility*

Islamic Corporate Social Responsibility merupakan pengungkapan informasi yang berkaitan dengan tanggung jawab perusahaan di dalam laporan keuangan. ICSR penilaiannya berdasarkan modal *Islamic Social Reporting Index* (ISR Index) yang terdiri dari 48 item yang merupakan tolok ukur pelaksanaan kinerja sosial perbankan syariah yang berisi kompilasi item-item standar yang ditetapkan *Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution* (AAOIFI, 2002). Dalam penelitian ini *Islamic Corporate Social Responsibility* diukur dengan dengan rumus (Arifin dan Wardani, 2016).

$$ICSRD_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

ICSRD Ij : *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure Index*

Nij : Jumlah item untuk perusahaan j, nj = 48 item

Xij : Jumlah item yang diungkapkan

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Statistik Dekriptif Variabel

Statistik diskriptif perlu dilakukan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata, standar deviasi, varian, maksimum,

minimum (Gozhali, 2013). Dalam analisis deskriptif variabel akan dijelaskan data terkait dengan variabel penelitian yang dipakai seperti data minimum, maximum, mean dan standar deviasi pada masing-masing variabel *Islamic corporate governance*, *Islamic corporate social responsibility*, reputasi perusahaan dan kinerja keuangan.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan uji persyaratan sebelum dilakukan uji regresi yang berfungsi untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan data sebelum dilakukan uji regresi. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, multikolinieritas, autokorelasi dan heteroskedastisitas. Berikut penjelasannya :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini uji normalitas ditunjukkan dengan normalitas statistik. Analisis statistik digunakan mendeteksi normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan uji statistik. Test statistik sederhana ditunjukkan berdasarkan nilai Kolmogorof Smirnof. Untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal, maka dapat dilihat dengan *Kolmogorov Smirnov Test*. Adapun kriterianya adalah:

Angka signifikansi (SIG) > 0,05, maka data berdistribusi normal

Angka signifikansi (SIG) $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal

2. Uji Multikolonieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditentukan adanya kolerasi antar variabel bebas. Multikolinieritas mempunyai pengaruh yang penting pada perkiraan koefisien regresi dan pada penggunaan umum perkiraan model. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai kolerasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol (0). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah sebagai berikut (Ghozali, 2013):

Mempunyai angka Tolerance diatas ($>$) 0,1

Mempunyai nilai VIF di bawah ($<$) 10

3. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t - 1$ (sebelumnya). (Ghozali, 2013). Kriteria apabila tidak terjadi autokorelasi ditentukan dengan nilai Durbin Watson, yaitu dengan cara membandingkan antara nilai DW test dengan nilai pada tabel pada tingkat k (jumlah variabel bebas), n (jumlah sampel), dan α (tingkat signifikansi) yang ada. Adapun criteria tidak terjadi problem autokorelasi ditentukan apabila nilai DW test $> d_u$ dan $DW\ test < 4 - d_u$ maka disimpulkan bahwa model yang diajukan tidak terjadi autokorelasi pada tingkat signifikansi tertentu.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual data yang ada. Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas, diantaranya dengan menggunakan uji gleser. Uji glejser mengusulkan untuk meregres nilai absolute residual terhadap variabel independen. Jika variabel independen signifikan secara statistic mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Kriteria tidak terjadi problem heteroskedastisitas apabila probabilitas signifikansinya di atas tingkat kesalahan 5%, sehingga disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

3.6.3 Path Analysis

Model path analisis (analisis jalur) digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen) (Ghozali, 2013). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada persamaan regresi:

$$Y_1 : a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon_1 \quad \text{persamaan(1)}$$

$$Y_2 : a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 Y_1 + \epsilon_2 \quad \text{persamaan(2)}$$

Keterangan :

a = Konstanta

- X_2 = *Islamic corporate social responsibility*
- Y_1 = Reputasi perusahaan
- Y_2 = Kinerja keuangan
- X_1 = *Islamic corporate governance*
- β = koefisien regresi *standarized*
- ε = *Error of term* atau variabel pengganggu

3.6.4 Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui signifikansi dari hasil penelitian maka perlu dilakukan dengan uji t (parsial) dan uji model sebagai berikut :

1. Uji t

Dalam pengujian path analysis digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung. Adapun pengujian dikatakan signifikan dapat dilihat pada kriteria berikut :

Jika nilai t hitung $\geq t$ tabel atau signifikansinya $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan demikian hipotesis diterima / terbukti.

Jika t hitung $< t$ tabel atau nilai signifikansinya $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh antara bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Dengan demikian hipotesis H_0 diterima / tidak terbukti.

2. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Penjelasan tersebut atau dapat diartikan bahwa koefisien determinasi menggambarkan besarnya kontribusi variabel-variabel independen X terhadap variasi variabel dependen Y dalam kaitannya dengan persamaan regresi yang dihasilkan. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai *Adjusted R²* yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2013).

3.6.5 Uji Sobel Test

Uji sobel test digunakan untuk mengetahui variabel *Islamic corporate social responsibility* dan kinerja keuangan dalam memediasi variabel *Islamic corporate governance* terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah variabel intervening yaitu *Islamic corporate social responsibility* dan reputasi perusahaan mampu memediasi hubungan *Islamic corporate governance* terhadap kinerja keuangan, maka dalam penelitian ini menggunakan aplikasi sobel test melalui media internet. Adapun pengambilan keputusan mampu atau tidak mampu menjadi variabel intervening dapat dilihat pada kriteria sebagai berikut:

Nilai test statisticnya $> 1,66$ dan pada *two tail probability* nilai signifikansi lebih kecil ($<$) dari tingkat probabilitasnya sebesar 0,05 yang berarti pengujian mampu menjadi variabel intervening

Nilai test statisticnya $< 1,66$ dan pada *two tail probability* nilai signifikansi lebih besar ($>$) dari tingkat probabilitasnya sebesar 0,05 yang berarti pengujian mampu menjadi variabel intervening.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Obyek Penelitian

4.1.1 ICSR Dan Reputasi Perusahaan

Indeks Corporate Social Responsibility Tahun 2013											Reputasi perusahaan
No	Kode	EC	EN	LA	HR	SO	PR	Total	Max Item	ICSR 13	
1	BACA	7	10	10	4	6	7	44	91	0,48352	0,00531341
2	BBCA	9	21	14	8	8	9	69	91	0,75824	0,00833231
3	BBKP	8	11	14	5	8	8	54	91	0,59341	0,00652099
4	BBNI	8	11	13	4	7	9	52	91	0,57143	0,00627945
5	BBNP	4	0	5	1	2	2	14	91	0,15385	0,00169066

6	BBRI	8	15	13	7	7	9	59	91	0,64835	0,00712473
7	BBTN	7	11	14	6	6	8	52	91	0,57143	0,00627945
8	BDMN	8	15	14	6	6	7	56	91	0,61538	0,00676242
9	BKSW	3	0	4	0	5	0	12	91	0,13187	0,00144912
10	BJTM	9	34	16	8	11	9	87	91	0,95604	0,01050593
11	BMRI	8	10	15	6	8	7	54	91	0,59341	0,00652099
12	BNBA	4	0	3	0	5	3	15	91	0,16484	0,00181143
13	BNGA	8	13	14	6	8	6	55	91	0,60440	0,00664176
14	BNII	7	20	11	5	9	7	59	91	0,64835	0,00712473
15	BNLI	8	13	11	6	7	7	52	91	0,57143	0,00627945
16	BSIM	7	12	10	4	7	7	47	91	0,51648	0,0056756
17	BTPN	6	6	10	1	4	6	33	91	0,36264	0,00398505
18	BVIC	5	8	9	4	5	5	36	91	0,39560	0,00434725
19	INPC	4	4	3	0	5	3	19	91	0,20879	0,0022944
20	MAYA	5	10	10	5	7	4	41	91	0,45055	0,0049511
21	MCOR	7	9	13	3	5	7	44	91	0,48352	0,00531341
22	MEGA	5	7	7	0	6	4	29	91	0,31868	0,00350198
23	NISP	8	20	14	7	9	9	67	91	0,73626	0,00809077
24	SDRA	5	10	8	4	5	3	35	91	0,38462	0,00422659
25	BBMD	6	10	7	2	6	4	35	91	0,38462	0,00422659
26	BJBR	7	11	11	3	8	5	45	91	0,49451	0,00543418
27	BMAS	5	3	4	0	6	3	21	91	0,23077	0,00253593
28	NAGA	5	6	4	0	5	4	24	91	0,26374	0,00289824
29	NOBU	3	5	3	0	4	5	20	91	0,21978	0,00241516
30	PNBN	2	4	3	0	4	4	17	91	0,18681	0,00205286

Indeks Corporate Social Responsibility Tahun 2014											
No	Kode	EC	EN	LA	HR	SO	PR	Total	Max Item	ICSR 14	Reputasi Perusahaan
1	BACA	7	11	12	4	7	7	48	91	0,52747	1,043478

2	BBCA	9	22	14	8	8	9	70	91	0,76923	1,521739
3	BBKP	8	11	14	6	7	8	54	91	0,59341	1,173913
4	BBNI	8	12	13	5	7	9	54	91	0,59341	1,173913
5	BBNP	7	13	12	4	6	7	49	91	0,53846	1,065217
6	BBRI	8	17	13	7	8	9	62	91	0,68132	1,347826
7	BBTN	7	14	14	6	8	8	57	91	0,62637	1,23913
8	BDMN	8	15	14	6	8	7	58	91	0,63736	1,26087
9	BKSW	4	0	10	0	0	0	14	91	0,15385	0,304348
10	BJTM	9	34	16	8	11	9	87	91	0,95604	1,891304
11	BMRI	8	13	15	7	8	8	59	91	0,64835	1,282609
12	BNBA	4	5	5	0	5	3	22	91	0,24176	0,478261
13	BNGA	8	16	14	5	5	6	54	91	0,59341	1,173913
14	BNII	7	23	11	5	9	8	63	91	0,69231	1,369565
15	BNLI	8	13	13	6	8	5	53	91	0,58242	1,152174
16	BSIM	7	14	10	4	7	7	49	91	0,53846	1,065217
17	BTPN	4	18	5	0	5	7	39	91	0,42857	0,847826
18	BVIC	7	12	8	4	6	5	42	91	0,46154	0,913043
19	INPC	4	7	5	0	8	3	27	91	0,29670	0,586957
20	MAYA	3	9	7	3	5	3	30	91	0,32967	0,652174
21	MCOR	7	9	13	3	7	7	46	91	0,50549	1
22	MEGA	6	7	9	0	6	4	32	91	0,35165	0,695652
23	NISP	8	25	13	7	9	9	71	91	0,78022	1,543478
24	SDRA	8	17	13	4	9	7	58	91	0,63736	1,26087
25	BBMD	6	13	7	2	6	4	38	91	0,41758	0,826087
26	BJBR	7	11	11	3	8	5	45	91	0,49451	0,978261
27	BMAS	5	3	3	0	6	3	20	91	0,21978	0,434783
28	NAGA	5	6	5	2	5	6	29	91	0,31868	0,630435
29	NOBU	4	5	5	3	6	6	20	91	0,21978	0,434783

30	PNBN	2	4	5	2	6	4	17	91	0,18681	0,369565
----	------	---	---	---	---	---	---	----	----	---------	----------

Indeks Corporate Social Responsibility Tahun 2015

No	Kode	EC	EN	LA	HR	SO	PR	Total	Max Item	ICSR	ISR
1	BACA	8	12	11	3	8	7	49	91	0,53846	1,065217
2	BBCA	9	21	14	8	9	9	70	91	0,76923	1,521739
3	BBKP	8	12	14	6	9	8	57	91	0,62637	1,23913
4	BBNI	8	11	14	4	7	9	53	91	0,58242	1,152174
5	BBNP	8	13	12	5	6	7	51	91	0,56044	1,108696
6	BBRI	8	18	13	7	7	9	62	91	0,68132	1,347826
7	BBTN	8	14	14	6	8	9	59	91	0,64835	1,282609
8	BDMN	8	17	14	6	8	7	60	91	0,65934	1,304348
9	BKSW	7	13	13	5	8	7	53	91	0,58242	1,152174
10	BJTM	9	34	16	11	11	9	90	91	0,98901	1,956522
11	BMRI	8	10	15	8	9	8	58	91	0,63736	1,26087
12	BNBA	6	5	5	0	7	3	26	91	0,28571	0,565217
13	BNGA	8	16	16	5	8	7	60	91	0,65934	
14	BNII	8	23	11	7	9	8	66	91	0,72527	
15	BNLI	8	18	15	7	9	8	65	91	0,71429	
16	BSIM	8	14	15	4	9	7	57	91	0,62637	
17	BTPN	6	13	9	3	7	8	46	91	0,50549	
18	BVIC	7	12	10	4	8	5	46	91	0,50549	
19	INPC	6	9	6	0	7	5	33	91	0,36264	
20	MAYA	6	14	13	5	7	3	48	91	0,52747	
21	MCOR	7	9	15	3	9	7	50	91	0,54945	
22	MEGA	6	11	9	0	7	4	37	91	0,40659	
23	NISP	9	25	16	7	10	9	76	91	0,83516	
24	SDRA	8	20	15	4	9	7	63	91	0,69231	
25	BBMD	7	13	7	2	8	4	41	91	0,45055	
26	BJBR	8	15	11	3	8	7	52	91	0,57143	
27	BMAS	6	5	3	0	6	3	23	91	0,25275	

28	NAGA	5	6	3	5	6	6	31	91	0,34066	1,304348
29	NOBU	4	5	5	3	8	6	31	91	0,34066	1,434783
30	PNBN	4	4	5	3	6	6	28	91	0,30769	1,413043
											1,23913
											1
											1
											0,717391
											1,043478
											1,086957
											0,804348
											1,652174
											1,369565
											0,891304
											1,130435
											0,5
											0,673913
											0,673913
											0,608696



4.1.2 ICG dan Kinerja Keuangan

No	Nama Perusahaan Perbankan	Tahun	ICG	Kinerja keuangan (ROA)
1	BANK CAPITAL INDONESIA TBK	2013	5	0,0132
		2014	5	0,0159
		2015	5	0,0133
2	BANK CENTRAL ASIA TBK	2013	5	0,036
		2014	5	0,038
		2015	5	0,039
3	BANK BUKOPIN TBK	2013	5	0,0183

		2014	5	0,0175
		2015	5	0,0133
4	BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO)TBK	2013	5	0,0505
		2014	5	0,0524

		2015	5	0,0386
5	BANK NUSANTARA PARAHYANGAN TBK	2013	5	0,0157
		2014	5	0,0158
		2015	5	0,0132
6	BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) TBK	2013	5	0,0515
		2014	4	0,0503
		2015	4	0,0474
7	BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO) TBK	2013	4	0,0194
		2014	4	0,0179
		2015	4	0,0112
8	BANK DANAMON INDONESIA TBK	2013	5	0,027
		2014	5	0,025
		2015	5	0,014
9	BANK PEMBANGUNAN DAERAH JAWA TIMUR TBK	2013	5	0,0334
		2014	5	0,0382
		2015	5	0,0352
10	BANK QNB INDONESIA	2013	5	0,0046
		2014	5	0,0009
		2015	5	0,0105
11	BANK MANDIRI (PERSERO) TBK	2013	5	0,0355
		2014	5	0,0366
		2015	5	0,0357
12	BANK BUMI ARTA TBK	2013	5	0,0247
		2014	5	0,0205

		2015	5	0,0152
13	BANK CIMB NIAGA TBK	2013	5	0,0318
		2014	4	0,0276
		2015	4	0,0144
14	BANK MAYBANK INDONESIA	2013	4	0,0162
		2014	4	0,0171
		2015	4	0,0067
15	BANK PERMATA TBK	2013	4	0,017

		2014	4	0,0155
		2015	4	0,0116
16	BANK SINAR MAS TBK	2013	4	0,0174
		2014	4	0,0171
		2015	5	0,0102
17	BANK TABUNGAN PENSUNAN NASIONAL TBK	2013	5	0,047
		2014	5	0,045
		2015	5	0,036
18	BANK VICTORIA INTERNASIONAL TBK	2013	3	0,0217
		2014	3	0,0197
		2015	3	0,008
19	BANK ARTHA GRAHA INTERNASIONAL TBK	2013	3	0,0066
		2014	3	0,0139
		2015	3	0,0078
20	BANK MAYAPADA INTERNATIONAL TBK	2013	3	0,0241
		2014	3	0,0253
		2015	3	0,0198
21	BANK WINDU KENTJANA INTERNATIONAL TBK	2013	2	0,0204
		2014	2	0,0174
		2015	2	0,0079
22	BANK MEGA TBK	2013	4	0,0274

		2014	4	0,0144
		2015	4	0,0116
23	BANK OCBC NISP	2013	4	0,0179
		2014	4	0,0205
		2015	4	0,0179
24	BANK WOON SAUDARA INDONESIA 1906 TBK	2013	3	0,0357
		2014	3	0,0514
		2015	3	0,0281
25	BANK MESRIKA DHARMA TBK	2013	2	0,0292
		2014	2	0,0336
		2015	2	0,0349
26	BANK JABAR BANTEN TBK	2013	2	0,0246
		2014	4	0,0261
		2015	4	0,0194
27	BANK MASPION INDONESIA TBK	2013	2	0,0112
		2014	2	0,0082
		2015	2	0,011
28	BANK MITRANIAGA TBK	2013	2	0,0036
		2014	2	0,0024
		2015	2	0,0029
29	BANK NATIONALNOBU	2013	2	0,0025
		2014	2	0,0027
		2015	2	0,0043
30	BANK PAN INDONESIA TBK	2013	2	0,015
		2014	2	0,015
		2015	2	0,0157

4.2 Hasil Analisis Data

4.2.1 Deskripsi Variabel

Deskripsi variabel dalam penelitian ini dilihat dari analisis deskriptif variabel akan dijelaskan data terkait dengan variabel penelitian data minimum, maximum, mean dan standar deviasi, yang disajikan pada tabel dibawah ini:

Table 3
Deskriptif Variabel

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ICG	90	2	5	3.83	1.173
ICSR	90	.1319	.9890	.507326	.1944200
Reputasi Perusahaan	90	2609	1958521739	845098618.7	657782051.4
Kinerja keuangan	90	.0009	.0524	.021731	.0131543
Valid N (listwise)	90				

Sumber: Data Sekunder yang diolah 2022

Tabel tersebut menunjukkan bahwa variabel ICG nilai minimum adalah 2 artinya Perusahaan perbankan umum syariah tersebut dinilai kurang baik. Perusahaan yang dinilai kurang baik adalah Bank windu kentjana international tbk Syariah, kategori maximum pada perbankan umum syariah diantaranya Bank Capital Indonesia Tbk, Bank Central Asia Tbk, Bank Bukopin Tbk, Bank Negara Indonesia (persero)Tbk, Bank Nusantara Parahyangan Tbk, Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk, Bank Danamon Indonesia Tbk, Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk, Bank QNB Indonesia, Bank Mandiri (persero) Tbk, Bank Bumi Arta tbk, Bank CIMB Niaga Tbk dan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Tbk. Perbankan umum, ICG pada perbankan umum syariah rata-rata tergolong sudah baik, dan memiliki nilai standar deviasi 1.173.

Variabel ICSR menunjukkan bahwa nilai minimumnya 0.1319 pada perbankan syariah Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk, Nilai maximum 0.9890 pada

perbankan syariah Bank QNB Indonesia , Perusahaan perbankan syariah ICSR memiliki rata-rata 0.507326 dengan nilai standar deviasi 0.1944200.

Variabel Reputasi menunjukkan bahwa nilai minimumnya 0.2609 pada perusahaan perbankan syariah Bank Woon Saudara Indonesia 1906 Tbk, nilai maximum 195652173.1 pada perusahaan perbankan syariah Bank CIMB Niaga Tbk, nilai rata-rata 645096618.7 dengan nilai standar deviasi sebesar 657762051.4.

Variabel kinerja keuangan menunjukkan bahwa nilai minimumnya 0.0009 pada perusahaan perbankan syariah Bank QNB Indonesia, nilai maximumnya 0.0524 pada perusahaan perbankan syariah Bank Negara Indonesia (persero)Tbk, variabel kinerja memiliki nilai rata-rata 0.02731 dengan standar deviasi sebesar 0.0131543.

4.2.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Kriteria uji normalitas dalam penelitian ini apabila angka signifikansi (SIG) > 0,05, maka data berdistribusi normal tetapi apabila angka signifikansi (SIG) < 0,05, maka data tidak berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dalam penelitian ini disajikan pada tabel dibawah ini:

Table 4
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.01207904
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.077
	Negative	-.064
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2022

Tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai asymp.sig.(2-tailed)0.200, artinya hasil uji normalitas penelitian ini normal karena memiliki nilai $0.200 > 0.05$.

2. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditentukan adanya kolerasi antar variabel bebas. Multikolonieritas mempunyai pengaruh yang penting pada perkiraan koefisien regresi dan pada penggunaan umum perkiraan model. Kriteria yang digunakan uji multikolonieritas dalam penelitian ini antara lain mempunyai angka Tolerance diatas ($>$) 0,1 dan Mempunyai nilai VIF di bawah ($<$) 10. Hasil uji multikolonieritas dalam penelitian ini disajikan pada tabel dibawah ini:

Table 5
Uji Multikolonieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.001	.006		.165	.869		
ICG	.004	.001	.401	3.535	.001	.764	1.309
ICSR	.015	.011	.217	1.281	.204	.341	2.936
Reputasi Perusahaan	-6.031E-12	.000	-.302	-1.754	.083	.332	3.015

a. Dependent Variable: Kinerja keuangan

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2022

Tabel tersebut menunjukkan bahwa hasil uji multikolonieritas mempunyai nilai tolerance >0.1 dan nilai VIF <10 artinya bahwa penelitian ini tidak terjadi multikolonieritas.

3. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t - 1$ (sebelumnya). Kriteria uji autokorelasi yang digunakan dalam penelitian ini apabila tidak terjadi problem autokorelasi ditentukan dengan nilai DW test $> du$ dan DW test $< 4 - du$ maka disimpulkan bahwa model yang diajukan tidak terjadi autokorelasi pada tingkat signifikansi tertentu. Hasil uji autokorelasi disajikan pada tabel dibawah ini:

Table 6
Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.396 ^a	.157	.127	.0122879	.950

a. Predictors: (Constant), Reputasi Perusahaan, ICG, ICSR
b. Dependent Variable: Kinerja keuangan

Sumber: Data sekunder yang diolah 2022

Tabel tersebut menunjukkan bahwa hasil uji autokorelasi $0.950 > 1.7264$, maka penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

4. Uji Heterokedastitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual data yang ada. Kriteria nilai signifikansinya di atas tingkat kesalahan 5%, maka dinyatakan tidak terjadi heterokedastitas. Hasil penelitian Uji heterokedastitas penelitian ini disajikan pada tabel dibawah ini:

Table 7
Uji Heterokedastitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.008	.003		1.824	.108
	ICG	.001	.001	.099	.927	.411
	ICSR	.001	.007	.020	.110	.913
	Reputasi Perusahaan	1.917E-12	.000	.171	.941	.349

a. Dependent Variable: Abs

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2022

Tabel tersebut menunjukkan bahwa hasil uji heterokedasitas dalam penelitian memiliki nilai signifikansi >0.05 yang artinya penelitian ini tidak terjadi heterokedasitas.

4.2.3 Uji Hipotesis

1. Uji T

Uji T dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel x_1 dan x_2 ke y_1 dan y_2 . Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah apabila nilai t hitung $\geq t$ tabel atau signifikansinya $\leq 0,05$, artinya ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat dan Jika t hitung $< t$ tabel atau nilai signifikansinya $> 0,05$ artinya tidak ada pengaruh antara bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

Hasil uji T dalam penelitian ini disajikan pada tabel dibawah ini:

Table 8
Uji Regresi Linear Berganda 1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-930361905	148084246.3		-6.283	.000
	ICG	76503924.55	38754148.65	.136	1.974	.052
	ICSR	2527356690	233856917.8	.747	10.807	.000

a. Dependent Variable: Reputasi Perusahaan

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2022

Tabel tersebut menunjukkan bahwa hasil analisis variabel ICG terhadap reputasi keuangan memperoleh hasil nilai thitung $1.974 > 1.661$ dengan signifikansi sebesar 0.052 maka H_0 ditolak dan H_a diterima berarti ada pengaruh signifikan dengan hasil tersebut maka kesimpulannya bahwa variabel ICG secara parsial mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap reputasi Perusahaan.

Variabel ICSR terhadap reputasi perusahaan menunjukkan hasil analisis dengan pemerolehan hasil nilai thitung $10.807 > 1.661$ dengan signifikansi sebesar 0.000 maka H_0 ditolak dan H_a diterima berarti ada pengaruh signifikan dengan hasil tersebut, sehingga disimpulkan bahwa ICSR memiliki pengaruh positif terhadap reputasi perusahaan.

Table 9
Uji Regresi Linear Berganda 2

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.001	.006		.165	.869
	ICG	.004	.001	.401	3.535	.001
	ICSR	.015	.011	.217	1.281	.204
	Reputasi Perusahaan	-6.031E-12	.000	-.302	-1.754	.083

a. Dependent Variable: Kinerja keuangan

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2022

Tabel tersebut menunjukkan bahwa hasil analisis variabel ICG terhadap kinerja keuangan memperoleh hasil nilai thitung $3.535 > 1.661$ dengan signifikansi sebesar

0.001 maka H_0 ditolak dan H_a diterima berarti ada pengaruh signifikan dengan hasil tersebut maka kesimpulannya bahwa variabel ICG secara parsial mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan.

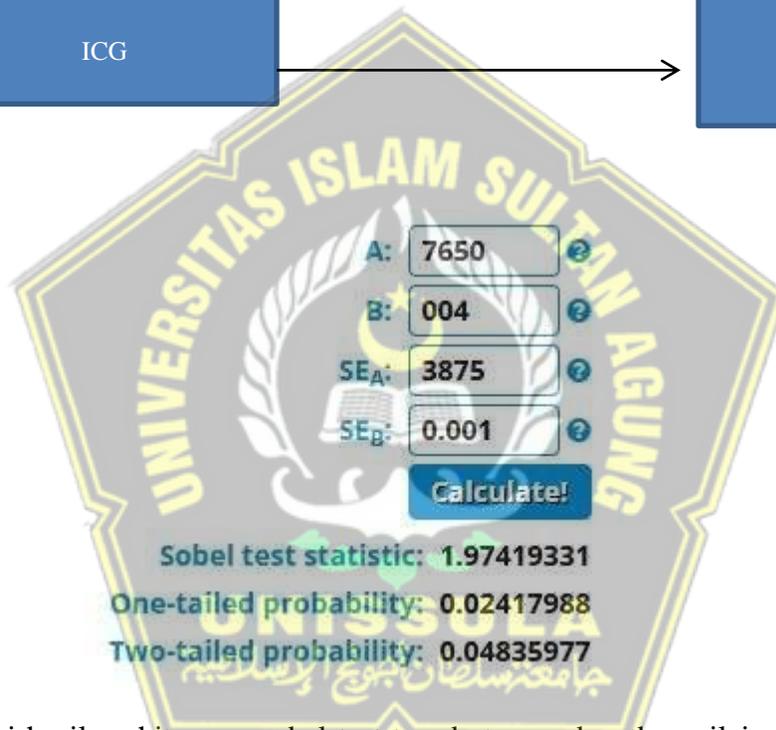
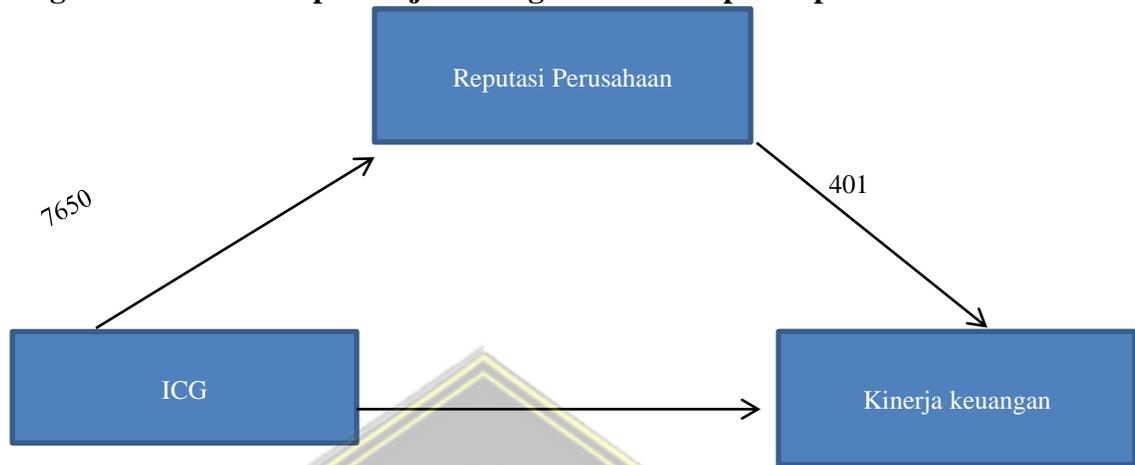
Variabel ICSR terhadap kinerja keuangan menunjukkan hasil analisis dengan perolehan hasil nilai thitung $1.281 < 1.661$ dengan signifikansi sebesar 0.204 maka H_0 diterima dan H_a ditolak berarti tidak ada pengaruh signifikan dengan hasil tersebut, sehingga disimpulkan bahwa ICSR tidak memiliki pengaruh positif terhadap kinerja keuangan.

Variabel reputasi perusahaan terhadap kinerja keuangan menunjukkan hasil analisis dengan perolehan hasil nilai thitung $-1.754 < 1.661$ dengan signifikansi sebesar 0.083 maka H_0 diterima dan H_a ditolak berarti tidak ada pengaruh signifikan dengan hasil tersebut, sehingga disimpulkan bahwa reputasi perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan.

4.2.4 Uji Sobel (tidak langsung)

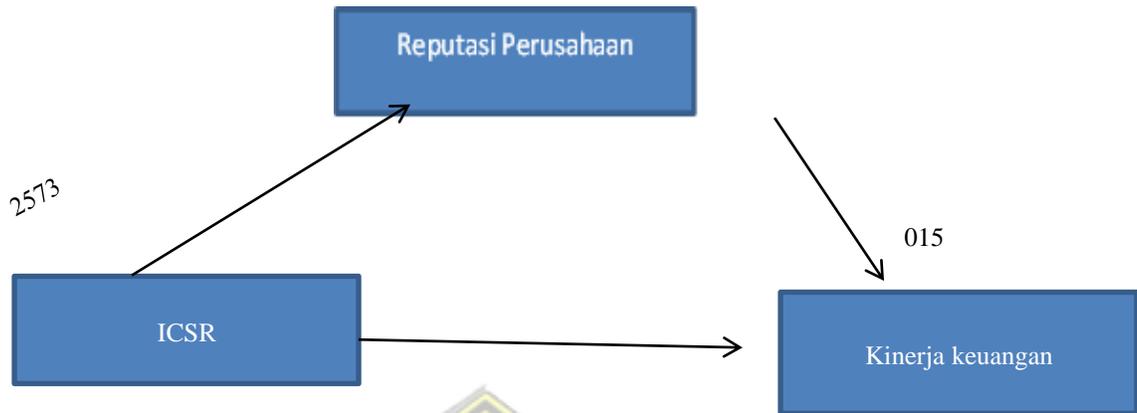
Suatu variabel dikatakan variabel tidak langsung apabila variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan antara variabel prediktor (independent) dan variabel *creterion* (depedent). Pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan melalui uji sobel (Sobel test). Uji sobel tersebut dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel independent (X) kepada variabel depedent (Y1) melalui variabel tidak langsung (Y2).

1. Pengaruh ICG terhadap kinerja keuangan melalui reputasi perusahaan



Dari hasil perhitungan sobel test tersebut mendapatkan nilai z sebesar 1.9741, karena nilai z yang diperoleh sebesar $1.9741 > 1.661$ dengan tingkat signifikansi 5% maka membuktikan bahwa ICG mampu memediasi hubungan pengaruh reputasi perusahaan terhadap Kinerja keuangan.

2. Pengaruh ICSR terhadap Kinerja Keuangan melalui reputasi perusahaan



A: 2573
 B: 015
 SE_A: 2338
 SE_B: 0.011
 Calculate!
 Sobel test statistic: 1.10051290
 One-tailed probability: 0.13555436
 Two-tailed probability: 0.27110871

Dari hasil perhitungan sobel test tersebut mendapatkan nilai z sebesar 1.100, karena nilai z yang diperoleh sebesar $1.100 < 1.661$ dengan tingkat signifikansi 5% maka membuktikan bahwa ICSR tidak mampu memediasi hubungan pengaruh reputasi perusahaan terhadap Kinerja keuangan.

3. Koefisiensi Determinasi

Koefisien determinasi bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi disajikan pada tabel dibawah ini:

Table 10
Uji Koefisiensi Determinasi Tahap 1

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.818 ^a	.668	.661	383140225.3

a. Predictors: (Constant), ICSR, ICG
b. Dependent Variable: Reputasi Perusahaan

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2022

Tabel tersebut menunjukkan bahwa hasil analisis regresi tahap 1 diperoleh nilai koefisiensi determinasi 0.668 (66.8%) artinya 66.8% dari semua variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat, sedangkan sisanya sebesar 33.2% dijelaskan oleh faktor lain.

Table 11 Uji Koefisiensi Determinasi Tahap 2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.396 ^a	.157	.127	.0122879

a. Predictors: (Constant), Reputasi Perusahaan, ICG, ICSR

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2022

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa hasil analisis regresi tahap 2 diperoleh nilai koefisiensi determinasi 0.157 (15.7%) artinya 15.7% dari semua variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat, sedangkan sisanya sebesar 84.3% dijelaskan oleh faktor lain.

4.2.5 Uji Simultan (F)

Uji simultan (F) bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung variabel independen terhadap variabel dependen secara bersamaan. Hasil Uji F dalam penelitian ini disajikan pada tabel dibawah ini

Table 12
Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.002	3	.001	5.331	.002 ^b
	Residual	.013	86	.000		
	Total	.015	89			

a. Dependent Variable: Kinerja keuangan
b. Predictors: (Constant), Reputasi Perusahaan, ICG, ICSR

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan pada tabel 4.11 bahwa hasil analisis menunjukkan variabel ICG, ICSR dan Reputasi perusahaan mempunyai nilai signifikansi 0.002 artinya memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan.

4.3 Hasil Pembahasan

Hasil pembahasan dalam penelitian ini, mengacu pada hasil analisis diuraikan dibawah ini:

1. Pengaruh variabel ICG terhadap Reputasi Keuangan

Keberhasilan lembaga keuangan syariah dalam melakukan tata kelola dengan baik yang didasari hukum-hukum Islam tidak lepas karena tugas dan tanggung jawab Dewan Pengawas Syariah (DPS). DPS merupakan badan khusus yang hanya dimiliki lembaga keuangan syariah yang anggotanya terdiri dari para ahli bidan fiqh muamalah dan memiliki pengetahuan umum dalam bidang perbankan syariah.

Menurut Dewayanto (2010) bahwa penerapan good corporate governance dinilai dapat memperbaiki citra atau reputasi perusahaan perbankan yang sempat buruk, melindungi kepentingan stakeholders serta meningkatkan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku dan etika-etika umum pada industry perbankan dalam rangka meningkatkan reputasi perbankan yang sehat. Penerapan *Islamic Corporate Governance* melalui Dewan Pengawas Syariah akan membantu perbankan syariah mematuhi prinsip-prinsip syariah dalam menjalankan bisnisnya, sehingga terhindar dari unsur riba, maysir dan gharar. Produk dan layanan lembaga keuangan syariah dapat memiliki nilai yang tinggi, hal tersebut karena ada brand building activity yang bukan sekedar emosional nasabah, tetapi merupakan segala macam usaha dan kemudahan yang melekat pada produk dan layanan bank syariah untuk memperkuat reputasi bank tersebut (Wardayati, 2011).

Hal tersebut dibuktikan dengan hasil penelitian ini bahwa variabel ICG terhadap reputasi keuangan memperoleh hasil nilai thitung $1.974 > 1.661$ dengan signifikansi sebesar 0.052 maka H_0 ditolak dan H_a diterima berarti ada pengaruh signifikan dengan hasil tersebut maka kesimpulannya bahwa variabel ICG secara

parsial mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap reputasi Perusahaan. Hasil penelitian ini didukung dengan Junusi (2012) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif Islamic corporate governance terhadap reputasi perbankan.

2. Pengaruh Variabel (ICSR) *Islamic corporate social responsibility* Terhadap Reputasi

Perusahaan

Kegiatan *Islamic corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan dapat memberikan nilai positif dan meningkatkan reputasi perusahaan. Pengungkapan *Islamic corporate social responsibility* menjadi hasil yang penting bagi reputasi dan kinerja lembaga keuangan syariah. Hal tersebut karena lembaga keuangan syariah mengungkapkan ICSR dengan baik, tentu akan dipandang sebagai entitas yang dapat dipercaya oleh masyarakat muslim dalam menyalurkan dana mereka. Dalam hal ini lembaga keuangan syariah mempunyai inisiatif untuk melakukan pengungkapan ICSR bisa dijadikan sebagai strategi bisnis perusahaan dalam menghadapi tuntutan persaingan bisnis yang ketat dalam meningkatkan reputasi perusahaan (Thahirah, et.al, 2016). Praktek *Islamic corporate social responsibility* dapat digunakan untuk membentuk image atau reputasi perusahaan, dimana perusahaan tersebut akan lebih terpercaya dan jujur, iklan atau advertising perusahaan yang menyediakan informasi mengenai kepedulian terhadap lingkungan tersebut dapat digunakan untuk membentuk dan meningkatkan kualitas perusahaan. Hal tersebut disampaikan oleh Brammer & Millington (2005) bahwa iklan yang berkaitan dengan kepedulian terhadap tanggung

jawab lingkungan (CSR) akan membuat masyarakat luas lebih menyadari atau mengetahui (visible), sehingga akan mempengaruhi persepsi terhadap perusahaan yang tentunya akan memberikan kesan positif terhadap meningkatnya reputasi perusahaan. Perusahaan yang berorientasi pada pelanggan, akan lebih memperhatikan pertanggungjawaban sosialnya kepada masyarakat, sehingga hal itu mampu meningkatkan reputasi perusahaan dan mampu meningkatkan tingkat penjualan (Daud, 2016).

Uraian tersebut dibuktikan hasil penelitian ini bahwa Variabel ICSR terhadap reputasi perusahaan menunjukkan hasil analisis dengan pemerolehan hasil nilai thitung $10.807 > 1.661$ dengan signifikansi sebesar 0.000 maka H_0 ditolak dan H_a diterima berarti ada pengaruh signifikan dengan hasil tersebut, sehingga disimpulkan bahwa ICSR memiliki pengaruh positif terhadap reputasi perusahaan.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian Park (2017), Arifin dan Wardani (2016), Saeidi dan Sofian (2015), Esen (2013) dan Farook, et.al (2010), Mulyono (2015) menunjukkan bahwa Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan.

3. Pengaruh Variabel ICG (*Islamic Corporate Governance*) Terhadap Kinerja

Keuangan

Penerapan *Islamic Corporate Governance* pada perbankan syariah diharapkan berbeda dengan prinsip GCG pada bank konvensional. Bisnis yang berlandaskan ajaran Islam harus mampu menciptakan iklim usaha yang sehat dan

berkesinambungan dengan terwujudnya disiplin pasar (*market discipline*) yang lahir dari budaya *governance* bisnis Islam yang baik yang mengacu pada prinsip syariah yang disebut Islamic Corporate Governance (Syafei, 2013). Penerapan *good corporate governance* merupakan syarat yang wajib dilakukan perusahaan guna menjaga eksistensi perusahaan untuk berkembang dengan baik dan sehat.

Penerapan *Islamic Corporate Governance* diharapkan dapat berpengaruh terhadap kinerja perbankan, karena dengan adanya tata kelola yang baik pada perusahaan tentu dapat meningkatkan kinerja keuangan dan mengurangi risiko akibat tindakan pengelolaan yang cenderung menguntungkan diri sendiri (Dewayanto, 2010). Lebih lanjut Sihamsad (2006) juga menjelaskan bahwa dengan adanya tata kelola yang baik melalui Dewan Pengawas Syariah (DPS) sebagai dewan penasehat dan pengawas syariah merupakan aspek kunci pelaksanaan perusahaan dapat meningkatkan kinerja perbankan syariah sebagai lembaga keuangan Islami. Keberadaan DPS akan membuat bank syariah dalam aktivitas operasional maupun peluncuran produk-produk lebih mematuhi terhadap prinsip-prinsip yang diterapkan bank syariah, sehingga masyarakat Islam akan lebih percaya dananya akan dikelola sesuai dengan syariat Islam. Dampak dengan kepercayaan masyarakat akan kemampuan dalam mengelola tentu akan mempengaruhi masyarakat untuk melakukan investasi sehingga kinerja keuangannya dapat meningkat.

Uraian tersebut dibuktikan dengan hasil penelitian ini dilihat hasil *sobel test* tersebut mendapatkan nilai *z* sebesar 1.9741, karena nilai *z* yang diperoleh sebesar $1.9741 > 1.661$ dengan tingkat signifikansi 5% maka membuktikan bahwa ICG

mampu memediasi hubungan pengaruh reputasi perusahaan terhadap Kinerja keuangan artinya ICG memiliki pengaruh positif terhadap kinerja keuangan.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian Yadiati, et.al (2017), Farag, et.al (2017) dan Meilani (2015) mengatakan *Islamic corporate governance* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan.

4. Pengaruh Variabel ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) terhadap Kinerja Keuangan

Aktivitas *Islamic corporate social responsibility* semakin menarik perhatian investor, konsumen, pemasok dan pemerintah dalam beberapa tahun belakangan ini. Perusahaan melakukan bisnisnya dengan tujuan memaksimalkan kinerja keuangan saja, akan tetapi mempertimbangkan tanggung jawab sosialnya, seperti kepedulian terhadap bencana alam, pembangunan tempat ibadah, tidak melakukan pengolahan limbah dari bahan baku produksi, pelanggaran terhadap hak-hak konsumen, atau masalah lain yang tentunya menimbulkan dampak serius terhadap lingkungan sekitar. Berdasarkan aktivitas *Islamic corporate social responsibility* tersebut tentu akan menjadi perhatian dalam meningkatkan image perusahaan sehingga mampu meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Penerapan *Islamic corporate social responsibility* dipercaya dapat meningkatkan kinerja keuangan lembaga keuangan syariah, dimana investor cenderung menanamkan modalnya pada perusahaan yang melakukan aktivitas ICSR. Hal tersebut tidak lepas karena investor melakukan aktivitas tanggung jawab terhadap kepedulian sosial berpotensi dalam menghasilkan laba yang lebih besar dibandingkan dengan yang tidak

melakukan tanggung jawab sosial, sehingga kedepannya lembaga keuangan syariah tersebut akan mampu meningkatkan kinerja keuangannya.

Dalam teori agency, bahwa peningkatan masalah keagenan akan berdampak pada meningkatnya biaya keagenan yang harus ditanggung oleh perusahaan tersebut, sehingga diperlukan cara untuk menekan biaya keagenan dengan meminimalisir masalah keagenan salah satunya adalah dengan cara melakukan pengungkapan informasi terhadap tanggung jawab sosial. Menurut Deegan, et.al (2002) menyoroti bahwa CSR telah menjadi driver penting dalam meningkatkan kinerja keuangan perusahaan, dimana perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang bagus akan direspon positif oleh para investor melalui fluktuasi harga saham yang semakin naik. Uraian tersebut bertentangan dengan hasil penelitian peneliti yang ditunjukkan pada hasil perhitungan sobel test nilai z sebesar 1.100, karena nilai z yang diperoleh sebesar $1.100 < 1.661$ dengan tingkat signifikansi 5% maka membuktikan bahwa ICSR tidak mampu memediasi hubungan pengaruh reputasi perusahaan terhadap Kinerja keuangan artinya ICSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. ICSR merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih spesifik dalam mengimplementasikan nilai-nilai Islami dalam menjalankan kegiatan usaha perusahaan. Filosofi ICSR lebih bersifat holistik dan merupakan pertanggungjawaban utama dan langsung secara vertikal terhadap Sang Pencipta Allah SWT.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu Yusniar (2020) mengatakan bahwa ICSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

5. Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan

Perusahaan yang memiliki reputasi yang baik memiliki kecenderungan untuk memiliki sumber daya langka dan berharga serta merupakan sumber keunggulan daya untuk mendapatkan above average return. Mempertahankan keunggulan, memerlukan komitmen dari manajemen perusahaan terhadap reputasi perusahaan (Barney, 1991). Reputasi yang baik sangat diidentifikasi sebagai sumber daya tidak berwujud yang dapat memberikan dasar bagi perusahaan untuk mempertahankan keunggulan kompetitif karena karakteristik berharga dan sulit untuk menirunya. Perusahaan dengan reputasi yang baik akan lebih mampu mempertahankan profit dari waktu ke waktu (Robert & Dowling, 2002). Lebih lanjut Berg, et.al, (2010) menjelaskan bahwa reputasi sangat penting bagi perusahaan karena dapat digunakan untuk keunggulan kompetitif dalam meningkatkan kinerja yang dihasilkan. Reputasi tidak hanya mencakup persepsi tentang tindakan masa lalu, akan tetapi tentang prospek tindakan yang dilakukan pada masa mendatang. Menurut Wigelt an Camerer (1988) dalam Putri dan Hatane (2016) bahwa reputasi memberikan nilai positif terhadap kinerja perusahaan karena mampu menarik investor keuangan, biaya produksi yang lebih rendah, meningkatkan kemampuan kompetitif serta corporate citizenship yang baik diantara karyawan.

Namun uraian tersebut bertentangan dengan penelitian peneliti bahwa Variabel reputasi perusahaan terhadap kinerja keuangan menunjukkan hasil analisis dengan perolehan hasil nilai thitung $-1.754 < 1.661$ dengan signifikansi sebesar 0.083 maka H_0 diterima dan H_a ditolak berarti tidak ada pengaruh signifikan dengan hasil tersebut,

sehingga disimpulkan bahwa reputasi perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian Kamaludin (2010) bahwa reputasi perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan.



BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

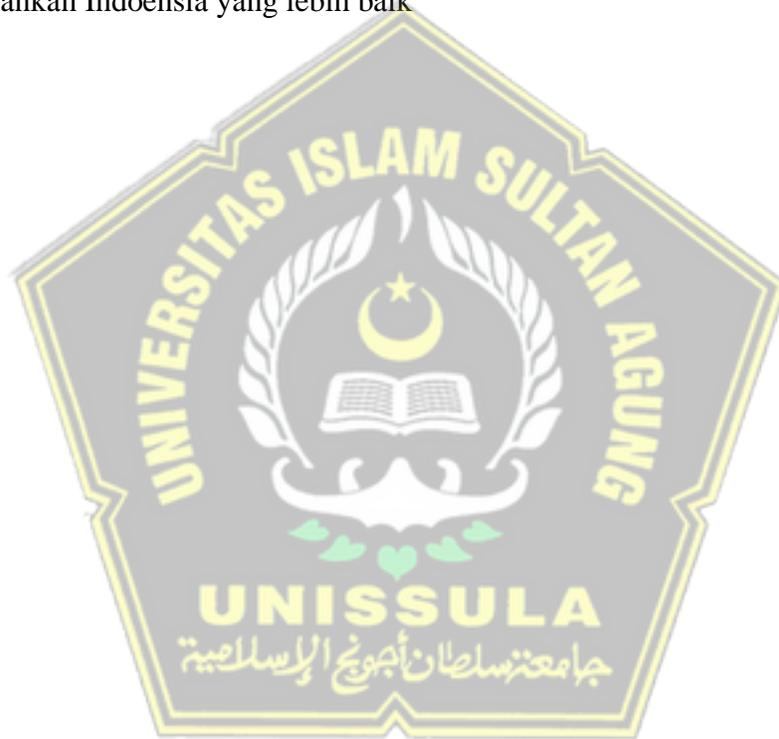
Berdasarkan pada hasil penelitian, maka kesimpulan yang didapatkan pada penelitian ini diantaranya:

- a) Variabel ICG (*Islamic Corporate Governance*) mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap reputasi perusahaan
- b) Variabel ICSR (*Islamic corporate social responsibility*) mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap reputasi perusahaan
- c) Variabel ICG (*Islamic Corporate Governance*) mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan.
- d) Variabel ICSR (*Islamic corporate social responsibility*) tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan
- e) Variabel reputasi perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan
- f) Variabel ICG (*Islamic Corporate Governance*), ICSR (*Islamic corporate social responsibility*), dan reputasi perusahaan secara bersamaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan.

5.2 Saran

Saran yang diberikan peneliti dilihat dari hasil penelitian:

- a) Bagi perbankan syariah lebih meningkatkan konsep operasional, karena penelitian ini menunjukkan bahwa ICG dan ICSR memiliki pengaruh terhadap reputasi perusahaan, dan kinerja Keuangan.
- b) Bagi peneliti selanjutnya bisa mengembangkan penelitian ini dengan mengambil sampel perbankan syariah dan perbankan Umum untuk mengetahui reputasi perbankan Indonesia yang lebih baik



DAFTAR PUSTAKA

- AAOIFI. (2002). *Accounting, Auditing, and Governance Standards for Islamic Financial Institutions*. Bahrain.
- Achda, (2007). Konteks Sosiologi Perkembangan Corporate Social Responsibility dan Implementasinya di Indonesia
<http://www.menhl.go.id/serbaserbi/csr/sosiologi.pdf>,
- A Chariri dan Imam Ghozali. (2007). *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Adisaputra,(2016).*Pengaruh Islamic Social Reporting Terhadap Kinerja Keuangan, Zakat Sebagai Intervening pada Bank Umum Syariah di Indonesia*, Jurnal
- Ajili, H., & Bouri, A. (2017). *Assessing the moderating effect of Shariah Board on the relationship between financial performance and accounting disclosure*. Managerial Finance, Vol. 44 No. 5
- Alfianita. (2017). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan*. Jurnal Ekonomi Paradigma, Vol.19, Vol. 02
- Anggarini, Wulan. 2015. *Faktor Financial-Non Financial Dan Tingkat Pengungkapan Islamic Social Reporting (Isr)*. Jurnal.
- Arifin dan Wardani. (2016). *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure, Reputasi, dan Kinerja Keuangan: Studi pada Bank Syariah di Indonesia*. Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia, Vol. 20, No. 1
- Asrori. (2014). *Implementasi Islamic Corporate Governance dan Implikasinya Terhadap Kinerja Bank Syariah*. Jurnal Dinamika Akuntansi. Vol.6, No.1
- Barney, J.B. (1991), *Firm resources and sustained competitive advantage*, Journal of Management, Vol. 17 No. 1
- Bhatti. (2010). *Causes of Stress in Organization, a Case Study of sukkur*. International Journal of Business and Management, Vol.5, No.11

- Branco dan Rodrigues. (2006). *Communication of corporate social responsibility by Portuguese banks; a legitimacy theory perspective*. Corporate Communications: An International Journal. .Vol. 11, No. 3.
- Chariri. (2012). *Analisis Pengaruh Islamic Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi kasus pada Bank Syariah di Asia)*. [online]. [http://ejournal-s1.undip.ac.id /index.php/accounting](http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting).
- Chen. (2005). *An Empirical Investigation of The Relationship Between Intellectual Capital and Firm`s Market Value and Financial Performance*. Journal of Intellectual Capital. Vol 6, No.2
- Deegan. (2004), *Financial Accounting Theory*, New South Wales: McGraw-Hill Australia.
- Dewayanto. (2010) *Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Perbankan Nasional Studi pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2006-2008*.Tesis
- Dowling. (1994). *Organizational Legitimacy: Social Values And Organizational Behavior*. Pacific Sociological Journal Review, Vol. 18
- Esen, E. 2013. *The influence of corporate social responsibility activities on building corporate reputation*. International Business, Sustainability and Corporate Social Responsibility Vol.11, No.1
- Fahmi. (2012). *Analisis Kinerja Keuangan* , Alfabeta: Bandung
- Farag, H., (2017). *Corporate governance in Islamic banks: New insights for dual board structure and agency relationships*. Journal of International Financial Markets, Institutions and Money
- Firman dan Widiastuti. (2016). *Faktor non financial dan Islamic social reporting disclosure perbankan syariah Indonesia*, Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam Vol. 4, No. 2

- Firli dan Akbar. (2016). *Does corporate social responsibility solve ROA problem in Indonesia telecommunication industry?* American Journal of Economics Vol.6 , No.2
- Fombrun dan Van Riel. (1997). *The Reputational Landscape*. Corporate Reputation Review, Vol. 1, No. 1-2
- Ghozali.(2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanafi.(2019). *Dampak Islamic corporate governancae, Islamic social reporting pada kinerja keuangan Bank Syariah di Indonesia*. Jurnal Akuntansi Indonesia. Vol. 8 No. 2
- Harahap. (1996), *Teori Akuntansi laporan keuangan*, Bumi Aksara, Jakarta
- Harahap. dkk (2017). *Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keunagan*. Jurnal Unisula
- Hendratni. (2017). *Analisis pengaruh corporate governance terhadap kinerja keuangan sector perbankan yang terdaftar di BEI tahun 2012-2016*. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Uniat. Vol. 3 No. 1.
- Husnan.(2012). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Edisi Keenam, Cetakan Pertama, UPP STIM YKPN, Yogyakarta.
- Ikatan Akuntan Indonesia (IAI). (2017). *Standar Akuntansi Keuangan Syariah*. Ikatan Akuntan Indonesia: Jakarta
- Indriantoro dan Supomo. (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. BPFE-Yogyakarta
- Jumansyah dan Syafei,(2013). *Analisis Penerapan Good Governance Syariah dan Pencapaian Muqashid Syariah Bank Syariah di Indonesia*. Jurnal Al- Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial, Vol.2, No.1, Maret 2013
- Kadek, dkk. (2015). *Pengaruh mekanisme good corporate governance terhadap kinerja keuangan Bank Perkreditan Rakyat di Bali*, Journal, Vol.3, No. 1

- Kurniawati dan Yaya. (2017). *Pengaruh Mekanisme Corporate Governance, Kinerja Keuangan dan Kinerja Lingkungan terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting*. Jurnal Akuntansi Dan Investasi, Vol.18.No.1
- Kusdiyanto dan Kusumaningrum. (2015). *Pengaruh Good Corporate Governance dan Leverage terhadap Kinerja Keuangan*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Volume 19, Nomor 2.
- Lanis dan Richardson. (2012). *Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis*. J. Account. Public Policy
- Mardiani dan Yadiati. (2019). *Islamic corporate governance dan kinerja keuangan unit usaha syariah (uus)*, Jurnal Kajian Ilmiah Akuntansi Vol. 6 No. 2
- Meilani,(2015).*Hubungan Penerapan Good Governance Business Syariah Terhadap Islamicity Financial Performance Index Bank Syariah Di Indonesia*. Seminar Nasional Dan The 2nd Call for Syariah Paper, 1(1),
- Misani. (2017). *The Organizational Outcomes of Corporate Social Responsibility: A Review of the Literatur*. Electronic copy available at: <https://ssrn.com/abstract=2968787>
- Mithas,(2012), *Information Technology and Firm Profitability: Mechanisms and Empirical Evidence*. MIS Quarterly 36
- Mulyadi. 2001. *Sistem Akuntansi Edisi Tiga*. Salemba Empat: Jakarta
- Mulyadi. (2009). *Akuntansi Biaya*. STIE YPKPN:Yogyakarta
- Mulyono.(2015). *Pengaruh csr terhadap reputasi dan kinerja dengan activist targeting sebagai variabel moderator pada perusahaan pertambangan di Indonesia*. Jurnal Eksekutif Vol. 12 No. 1
- Nisa dan Kurniasari.(2017). *Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure terhadap Reputasi dan Kinerja Keuangan Perusahaan*. Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan. Vol.8 No.2
- Putri dan Hatane. (2016). *Pengaruh corporatereputation terhadap financial performance Melalui innovation capability sebagai intervening variable pada*

- Industri perhotelan disurabaya. Jurnal*
- Randa dan Solon. (2012). *Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Sistem Informasi Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 10. No. 1
- Reskino. (2016). *Pengaruh Zakat dan ICSR Terhadap Reputasi dan Kinerja. Jurnal SNA vol. XIX. Lampung*
- Saeidi dan Sofian.(2015). *How does corporate social responsibility contribute to firm financial performance? The mediating role of competitive advantage, reputation, and customer satisfaction. Journal of Business Research* 68 (2)
- Sawir.(2012). *Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta*
- Setyorini dan Riyadi. (2016). *Analisis Perbandingan Komponen Islamic Social Reporting (ISR) Pada Bank Syariah Antara Negara Indonesia dan Malaysia. Simposium Nasional Akuntansi XIX*
- Siswanti. (2016). *Implementasi Good Corporate Governance pada Kinerja Bank Syariah. Jurnal Akuntansi Multiparadigma. 7 No.2*
- Simaremare dan Gaol. (2018). *Pengaruh corporate social responsibility (csr) terhadap kinerja keuangan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia, Jurnal JRAK – Vol. 4 No. 2*
- Singarimbun dan Effendi. (2011). *Metode Penelitian Survai. LP3S: Jakarta*
- Sirapanji dan Hatane. (2015). *Pengaruh Value Added Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai Pasar Perusahaan Khususnya di Industri Perdagangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008- 2013. Business Accounting Review, Vol.3, No.1*
- Sudibya dan Restuti. (2014). *Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening. Jurnal Vol 18, No. 1*
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung : ALFABETA: Bandung*