

**PENGARUH IDENTITAS ETIS ISLAM, MARKET SHARE
DAN PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL
TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERBANKAN SYARIAH
(Study Kasus Bank Umum Syariah Yang Terdaftar di OJK Tahun 2016 –
2020)**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan Mencapai Derajat Sarjana S1



Disusun Oleh:

Muhammad Fajrul Falah

NIM: 31401700116

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG
2022**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi

**PENGARUH IDENTITAS ETIS ISLAM, MARKET SHARE DAN
PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL TERHADAP KINERJA
KEUANGAN PERBANKAN SYARIAH**

**(Study Pada Bank Umum Syariah Yang Terdaftar Di OJK Tahun 2016 –
2020)**

Disusun oleh:

Muhammad Fajrul Falah

NIM: 31401700116

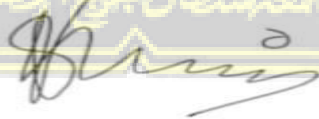
Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya dapat diajukan ke hadapan sidang
panitia ujian skripsi Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam
Sultan Agung

Semarang, 05 Agustus 2022

Dosen Pembimbing

UNISSULA

جامعة سلطان ابي بكر الصديق الإسلامية



Rustam Hanafi, S.E, M.Sc., Akt, CA.

NIK 211403011

HALAMAN VALIDASI

**PENGARUH IDENTITAS ETIS ISLAM, MARKET SHARE DAN
PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL TERHADAP KINERJA
KEUANGAN PERBANKAN SYARIAH**

**(Study Pada Bank Umum Syariah Yang Terdaftar Di OJK Tahun 2016 –
2020)**

Disusun oleh:

Muhammad Fajrul Falah

NIM: 31401700116

Telah dipertahankan di depan penguji

Pada tanggal 12 Agustus 2022

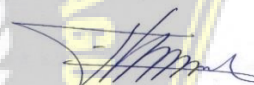
Susunan Dewan Penguji

Pembimbing



Rustam Hanafi, SE., M.Sc., Akt., CA.
NIK 211403011

Penguji 1



Dr. Chrisna Suhendi, S.E., M.B.A., Akt., CA
NIK 210493034

Penguji II

Sutapa, S.E., M.Si., Akt., CA
NIK 211415029

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana
Akuntansi pada tanggal 16 Agustus 2022

Ketua Progam Studi Akuntansi



Dr. Dra., Winarsih, S.E., M.Si., CSRS., CSRA
NIK 211415029

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Fajrul Falah

NIM : 31401700116

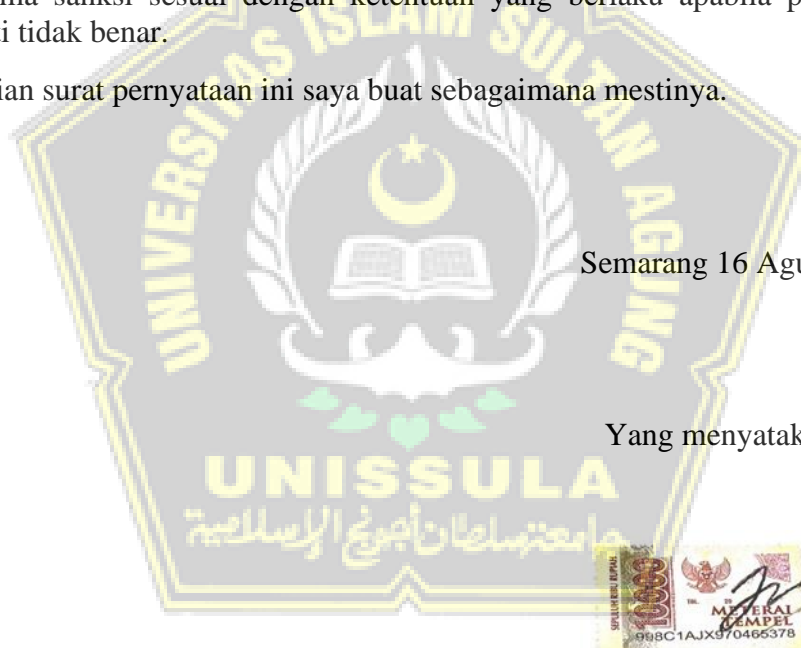
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/S1 Akuntansi

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH IDENTITAS ETIS ISLAM, MARKET SHARE DAN PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERBANKAN SYARIAH (Study Kasus Bank Umum Syariah Yang Terdaftar Di OJK Tahun 2016 – 2020)”** merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan plagiat dari prnlitian orang lain, serta tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebut sumber aslinya. Skripsi ini dikutip berdasarkan kode etik ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku apabila pernyataan ini terbukti tidak benar.

Demikian surat pernyataan ini saya buat sebagaimana mestinya.

Semarang 16 Agustus 2022

Yang menyatakan,



Muhammad Fajrul Falah
NIM. 31401700116

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Fajrul Falah

Nim : 31401700116

Program Studi : S1 Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

Dengan ini menyatakan karya ilmiah berupa ~~Tugas Akhir~~/Skripsi/Tesis/Disertasi* dengan judul :

“PENGARUH IDENTITAS ETIS ISLAM, MARKET SHARE DAN PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERBANKAN SYARIAH (Study Kasus Bank Umum Syariah Yang Terdaftar Di OJK Tahun 2016 – 2020)”

Saya menyetujui menjadi hak milik Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung serta memberi Hak Bebas Royalti Non-eksekutif untuk disimpan, dialih mediakan, dikelola dalam pangkalan data dan dipublikasikannya di internet atau media lainnya dalam kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh – sungguh. Apabila kemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta Plagiarisme pada skripsi ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Semarang, 16 Agustus 2022

Yang menyatakan,



Muhammad Fajrul Falah
NIM. 31401700116

**Coret yang tidak perlu*

PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Fajrul Falah

NIM : 31401700116

Program Studi : S1 Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

No.Hp / Email : 081383691354 / fajrulfalah7892@gmail.com

Dengan ini menyatakan karya ilmiah berupa Skripsi dengan judul :

“PENGARUH IDENTAS ETIS ISLAM, MARKET SHARE DAN PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERBANKAN SYARIAH (Study Kasus Bank Umum Syariah Yang Terdaftar Di OJK Tahun 2016 – 2020)” dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya 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, 16 Agustus 2022

Yang menyatakan,



Muhammad Fajrul Falah

NIM. 31401700116

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“ Barang siapa yang melepaskan satu kesusahan seorang mukmin, pasti Allah akan melepaskan darinya satu kesusahan pada hari kiamat. Barang siapa yang menjadikan mudah urusan orang lain, pasti Allah akan memudahkannya di dunia dan di akhirat “

(HR. Abu Hurairah)

“ Belajarlah mengalah sampai tak seorangpun mengalahkanmu. Belajarlah merendah sampai tak seorangpun merendahkanmu. Belajarlah sabar sampai Allah Ta'ala mengangkat derajatmu “

(Habib Syekh Bin Abdul Qodir Assegaf)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Ibu, Bapak yang telah mendoakan siang malam dan memperjuangkan saya hingga detik ini tanpa kenal lelah, berjuang memaksakan keadaan demi bisa menyelesaikan pendidikan anaknya.

Adik – adik saya yang telah memberi dukungan, memotivasi, menyemangati saya untuk dapat menyelesaikan tugas akhir yang paling berat ini.

Ucapan beribu-ribu terimakasih saya kepada Bapak Rustam Hanafi, S.E., M.Sc., Akt., CA selaku Dosen Pembimbing atas seluruh waktunya, rasa sabar arahan dan dukungan beliau dalam penyusunan Skripsi ini hingga akhir.

ABSTRAK

Tujuan Penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui dan menganalisa apakah Identitas Etis Islam, Market Share dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder. Jumlah populasi penelitian ini sebanyak 14 Bank Umum Syariah yang terdaftar di OJK dan dengan Teknik Nonprobability Sampling diperoleh 14 Bank Umum Syariah sebagai sampel dari tahun 2016 – 2020. Variabel Independen dalam penelitian ini adalah Identitas Etis Islam, Market Share dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial sedangkan variabel dependennya Kinerja Keuangan. Hasil penelitian ini menunjukkan Identitas Etis Islam, Market Share dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah.

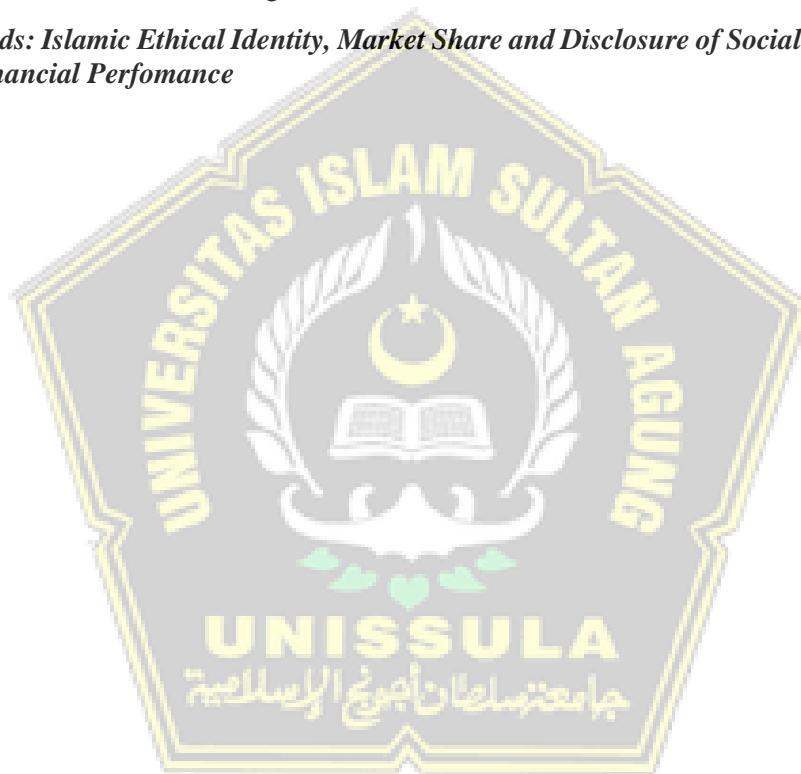
Kata Kunci: Identitas Etis Islam, Market Share dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Kinerja Keuangan



ABSTRACT

The purpose of this study is to determine and analyze whether Islamic Ethical Identity, Market Share and Disclosure of Social of Social Responsibility affect the Financial Performance of Islamic Banking. The type of research used is quantitative research. The type of data used is secondary data. The population of this study are fourteen Islamic Commercial Banks registered with the OJK. Nonprobability Sampling Technique is used to obtain the samples. The samples of this study are fourteen Islamic Commercial Banks from 2016 – 2020. The independent variables in this study are Islamic Ethical Identity, Market Share and Disclosure of Social Reponsibility. While the dependent variable is Financial Performance. The results of this study shows that Islamic Ethical Identity, Market Share and Disclosure of Social Responsibility have a positive and significant impact on the Financial Performance of Islamic Banking.

Keywords: Islamic Ethical Identity, Market Share and Disclosure of Social Responsibility and Financial Performance

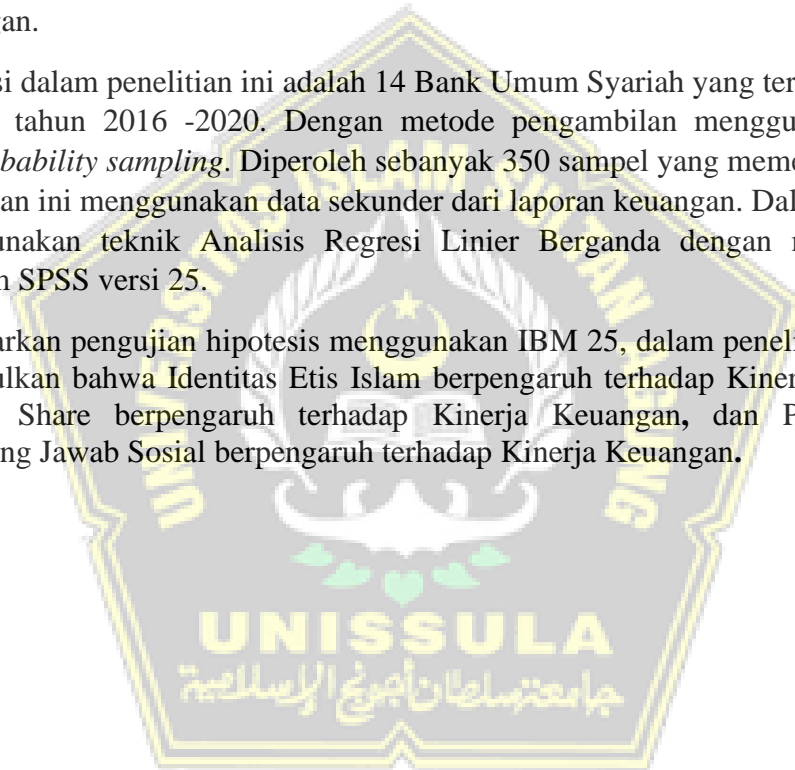


INTISARI

Penelitian ini menguji tentang faktor-faktor yang berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan Pada penelitian ini digunakan 3 variabel yang diindikasikan mampu mempengaruhi kinerja keuangan yaitu. Identitas Etis Islam, Market Share dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. Kinerja keuangan (ROA) digunakan untuk mengukur efektifitas dan efisiensi perusahaan didalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimiliki perusahaan. Terdapat 3 hipotesis dalam penelitian ini, yaitu : 1). Identitas Etis Islam berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan. 2). Market Share berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan. 3). Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan.

Populasi dalam penelitian ini adalah 14 Bank Umum Syariah yang terdaftar di OJK periode tahun 2016 -2020. Dengan metode pengambilan menggunakan teknik *Nonprobability sampling*. Diperoleh sebanyak 350 sampel yang memenuhi kriteria. Penelitian ini menggunakan data sekunder dari laporan keuangan. Dalam pengujian menggunakan teknik Analisis Regresi Linier Berganda dengan menggunakan program SPSS versi 25.

Berdasarkan pengujian hipotesis menggunakan IBM 25, dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Identitas Etis Islam berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan, Market Share berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan.



KATA PENGANTAR

Ucapan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya kepada kita semua, sehingga kita semua diberikan kesehatan hingga saat ini. Ucapan terima kasih selalu terucap atas izin Allah SWT sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik dan diberikan kelancaran. Shalawat serta salam tak lupa penulis junjungkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, semoga baginda Rasulullah bersedia mengakui kita semua sebagai umatnya dan bersedia memberikan syafaat kepada kita semua.

Dalam penyusunan Skripsi ini, penulis mengambil judul “Pengaruh Identitas Etis Islam, Market Share dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah”.

Guna memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana (S-1) Akuntansi di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan dan kesuksesan dalam proses penyusunan ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-nya karena telah melancarkan segala urusan penulis sehingga proses penyusunan Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik
2. Kedua orang tua saya yang telah berjuang demi bisa membiayai pendidikan anak – anaknya hingga detik ini beliau terus berjuang demi kebahagiaan anaknya, semoga Allah SWT selalu memberikan keberkahan hidup, kesehatan, keselamatan, dan dipanjangkan umurnya serta memberikan surga di akhirat kelak
3. Ibu Prof. Hj. Olivia Fachrunnisa, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang
4. Ibu Dr. Winarsih, S.E., M.Si., CSRS, CSRA. selaku Ketua Program Studi S-1 Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang

yang telah memberikan dukungan bimbingan, arahan, dan kelancaran pelayanan dalam urusan akademik

5. Bapak Rustam Hanafi, S.E., M.Sc., Akt., CA. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya dengan sangat sabar untuk memberikan semangat dan kepeduliannya atas segala permasalahan pribadi penulis, serta bimbingan, motivasi, kritik, pengarahan, dan saran yang sangat membantu bagi penulis. Semoga Allah SWT memberikan kemudahan dalam segala urusan bagi beliau, dan semoga beliau sekeluarga diberikan keberkahan hidup dan kesehatan
6. Bapak Dr. Chrisna Suhendi, S.E., M.B.A., Akt., CA dan Bapak Sutapa, S.E., M.Si., Akt., CA selaku dosen penguji saya yang telah dengan baik hati memberikan kemudahan dan kelancaran revisi serta persetujuan penelitian saya, semoga beliau diberikan kesehatan dan pajang umur sekeluarga
7. Seluruh dosen dan staf karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sebagai dasar penulisan Skripsi ini
8. Adik – adik saya yang selalu memberikan doa tiada hentinya, semangat dan memotivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan ini. Semoga Allah SWT selalu merahmati dan selalu melindungi kalian di dunia dan akhirat
9. Sahabat dan teman – teman saya, Irfan, Qiqi, Ulik, Luki, Rafi, Umam, Kresno dan yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu yang selama ini telah mendoakan, memberikan semangat dan memberikan motivasi untuk saya agar tetap fokus mengerjakan skripsi ini
10. Terima kasih kepada Idha Tiara Firlani yang telah menyemangati dan memberikan support kepada saya untuk bisa menyelesaikan skripsi ini
11. Keluarga DPM FE 2018 – 2019 dan 2019 – 2020 terima kasih atas kebersamaannya selama ini yang selalu memberikan semangat agar dapat dengan tepat waktu menyelesaikan semua ini
12. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa penulis sebut satu per satu. Terima kasih atas bantuan yang

diberikan semoga Allah SWT memberikan balasan kebaikan kepada kalian semua

Semarang, 16 Agustus 2022

Yang menyatakan,



Muhammad Fajrul Falah

NIM. 31401700116



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN VALIDASI	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
INTISARI.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10

2.1.1	Sharia Enterprise Theory	10
2.2	Variabel – Variabel Penelitian	12
2.2.1	Kinerja Keuangan Perbankan Syariah	12
2.2.2	Identitas Etis Islam.....	14
2.2.3	Market Share	17
2.2.4	<i>Market Share</i> Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	19
2.3	Penelitian Terdahulu	22
2.3.1	Pengaruh Identitas Etis Islam Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah	22
2.3.2	Pengaruh <i>Market Share</i> Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah 23	
2.3.3	Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah	25
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis	27
2.5	Pengembangan Hipotesis	28
2.5.1	Pengaruh Identitas Etis Islam Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah	28
2.5.2	Pengaruh <i>Market Share</i> Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah 29	
2.5.3	Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah	30
BAB III METODE PENELITIAN.....		32
3.1	Jenis Penelitian.....	32
3.2	Populasi dan Sampel.....	32
3.2.1	Populasi	32
3.2.2	Sampel	32
3.3	Sumber dan Jenis Data	34
3.4	Metode Pengumpulan Data	34
3.5	Definisi Operasional Variabel dan Indikator.....	35
3.5.1	Variabel Dependen	35

3.5.2	Variabel Independen.....	35
3.6	Teknik Analisis.....	39
3.6.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	39
3.6.2	Pengujian Asumsi Klasik.....	40
3.6.3	Analisis Regresi Linier Berganda	42
3.7	Pengujian Hipotesis	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		45
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	45
4.2	Hasil Analisis Data.....	46
4.2.1	Hasil Analisis Statistik Deskriptif	46
4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik	48
4.3.1	Uji Normalitas.....	48
4.3.2	Uji Multikolinieritas.....	49
4.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	50
4.3.4	Uji Autokorelasi.....	51
4.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
4.5	Uji Hipotesis	54
4.5.1	Hasil Uji Hipotesis Pertama	54
4.5.2	Hasil Hipotesis Kedua	54
4.5.3	Hasil Hipotesis Ketiga	54
4.6	Uji Pengaruh Simultan (<i>F test</i>).....	54
4.7	Uji Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>).....	55
4.8	Pembahasan.....	56
4.8.1	Pengaruh Identitas Etis Islam (IEI) terhadap Kinerja Keuangan 56	
4.8.2	Pengaruh Market Share (MS) terhadap Kinerja keuangan	57
4.8.3	Pengaruh ISR terhadap Kinerja Keuangan	58
BAB V PENUTUP		60

5.1	Kesimpulan.....	60
5.2	Keterbatasan Penelitian	61
5.3	Saran	61
DAFTAR PUSTAKA		63
LAMPIRAN		66



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Berkembangnya masyarakat muslim di Indonesia menjadi latar belakang lahirnya sistem Syariah salah satunya yaitu perbankan Syariah. Bank Syariah didirikan pertama kali di Indonesia pada tahun 1992 berdasarkan UU No.7 Th. 1992 tentang Perbankan dan Peraturan Pemerintah No.72 Th. 1992, tentang bank beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil. Sesuai dengan perkembangan perbankan maka UU No.7 Th. 1992 disempurnakan dengan UU No. 10 Th. 1998 yang telah mencakup hal – hal yang berkaitan dengan perbankan Syariah Barkhowa dan Utomo (2019).

Segala sesuatu yang terhubung dengan Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah disebut sebagai Perbankan Syariah. Ini termasuk lembaga itu sendiri, operasi bisnis mereka, serta teknik dan prosedur yang mereka gunakan untuk menjalankan kegiatan bisnis mereka. Bank syariah adalah lembaga keuangan yang melakukan transaksi komersialnya sesuai dengan Syariah, juga dikenal sebagai prinsip hukum Islam yang dituangkan dalam fatwa yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia. Bank semacam ini disebut juga sebagai bank syariah. Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah dua jenis bank syariah yang menganut Undang-Undang Bank Pembiayaan Rakyat Syariah No. 12 Tahun (2008).

Sistem keuangan perbankan merupakan komponen ekonomi yang berfungsi sebagai lembaga intermediasi, mengumpulkan dan menyalurkan uang masyarakat

ke sektor ekonomi produktif. Dalam melaksanakan kegiatan ekonomi, peran bank sebagai lembaga intermediasi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat memiliki posisi strategis. Salah satu bagian dalam sistem perbankan yang turut memiliki peran dalam kegiatan intermediasi adalah perbankan syariah, dimana sistem perbankan syariah ini merupakan pilihan yang dapat ditawarkan kepada seluruh masyarakat tanpa membedakan masyarakat muslim maupun non muslim Saskia (2018).

Tabel 1. 1 Perkembangan Jumlah Bank dan Kantor Perbankan Syariah di Indonesia Tahun 2016 - 2020

Keterangan	2016	2017	2018	2019	2020
Bank Umum Syariah					
Jumlah Bank	13	13	14	14	14
Jumlah Kantor	1869	1825	1875	1919	2034
Unit Usaha Syariah					
Jumlah Bank	21	21	20	20	20
Jumlah Kantor	332	344	354	381	392
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah					
Jumlah Bank	166	167	167	164	163
Jumlah Kantor	453	441	495	617	627

Sumber: Statistik Perbankan Syariah Otoritas Jasa Keuangan

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan perkembangan perbankan Syariah selama lima tahun. Bank Umum Syariah mengalami peningkatan jumlah Bank berjumlah

13 meningkat menjadi 14 pada tahun 2020. Sedangkan pada Unit Usaha Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah juga mengalami peningkatan pada jumlah kantor.

Namun industri perbankan syariah mengalami penurunan performa dibanding perbankan konvensional misalnya, dilihat dari non performa financial yang relatif tinggi ataupun pengukuran efisiensi yang lebih rendah dibanding perbankan konvensional. Ada beberapa faktor yang menjadi penghambat berkembangnya perbankan Syariah di Indonesia, antara lain yaitu apresiasi dari masyarakat khususnya masyarakat muslim yang masih rendah karena sejak awal masyarakat Indonesia lebih familiar bertransaksi menggunakan bank konvensional. Disamping itu, pemahaman masyarakat tentang sistem bank Syariah masih rendah sangat sedikit masyarakat yang mengetahui produk – produk perbankan Syariah, hanya sekitar 30 persen dari sumber daya yang direkrut yang mengetahui istilah perbankan Syariah Rusydiana (2016) .

Perbankan Syariah saat ini mengalami peningkatan dari sisi jumlah bank maupun jumlah kantor, tentunya juga harus diimbangi dengan meningkatnya kinerja suatu bank Syariah. Berkembangnya bank Syariah maka tantangan yang harus dihadapi bank Syariah akan semakin besar salah satunya yaitu mempertahankan citra dan nama baik di mata nasabah agar tetap menjaga kepercayaan serta loyalitas nasabah kepada bank Syariah.

Tingkat kinerja keuangan suatu bank dapat mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap bank tersebut. Kinerja keuangan menjadi salah satu faktor yang menunjukkan efektifitas dan efisiensi suatu organisasi dalam rangka mencapai tujuannya, salah satu indikator untuk melihat kinerja suatu bank dapat dilihat dari

tingkat profitabilitasnya. Semakin tinggi profitabilitas suatu bank, maka semakin baik pula kinerja bank tersebut.

Tingkat profitabilitas ini diukur dengan menggunakan rasio keuangan *Return on Asset (ROA)*. *Return on Asset (ROA)* digunakan untuk mengukur efektifitas dan efisiensi perusahaan didalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimiliki perusahaan. *Return On Asset (ROA)* merupakan rasio antara laba sebelum pajak terhadap total asset, semakin besar *Return On Asset (ROA)* menunjukkan kinerja yang baik karena tingkat kembalian (*return*) semakin besar Barkhowa dan Utomo (2019).

Tabel 1. 2 Perkembangan ROA Bank Umum Syariah Tahun 2016 – 2020

	2016	2017	2018	2019	2020
Rata – Rata ROA (%)	0,63	0,63	1,28	1,73	1,40

Sumber: Statistik Perbankan Syariah Otoritas Jasa Keuangan

Berdasarkan tabel 1.2 ROA pada Bank Umum Syariah dari tahun 2016 - 2020 mengalami peningkatan. Pada tahun 2018 rata-rata ROA mengalami peningkatan yang cukup signifikan, sedangkan pada tahun 2020 rata-rata ROA tidak mengalami peningkatan. Pada tahun 2019 – 2020 ROA tidak mengalami peningkatan maka kinerja keuangan perbankan Syariah kurang optimal.

Identitas etis menjadi salah satu elemen yang sangat penting dalam strategi komunikasi, dimana hal ini dapat mencerminkan rencana perbankan yang matang. Jika identitas perbankan Syariah sejalan dengan startegi dan rencana yang dibuat, maka akan terciptanya reputasi perbankan Syariah yaitu persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya Romadhani & Wahyudi (2015). Namun,

berkembang pesatnya bank Syariah membuat masyarakat masih kurang jelas akan identitas bank Syariah. Pengungkapan identitas etika islam pada perbankan Syariah diharapkan ada perbaikan, baik perbaikan tata lembaga perbankan Syariah serta pengaturan, pengawasan dalam mengendalikan perusahaan pada aspek keuangan, tata Kelola kerja, peningkatan kinerja ekonomi dan keuangan juga perbaikan citra (Marka & Serly, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh (Purwanto, 2019) menyatakan bahwa identitas etis islam berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja keuangan perbankan Syariah. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh (Mursidah et al., 2021) menyatakan bahwa identitas etis islam tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perbankan Syariah.

Market Share (Pangsa Pasar) pada suatu perusahaan digunakan untuk mengukur posisi bank dalam persaingan industry perbankan. Menurut data Statistik perbankan Syariah (SPS) pada tahun 2017 yang dirilis oleh Otorisasi jasa Keuangan (OJK), total asset pada industry perbankan Syariah mengalami pertumbuhan. Meskipun pertumbuhan industry perbankan Syariah terus mengalami perkembangan, pada total *market share* (pangsa pasar) perbankan Syariah baru mencapai 5,03% dari total industry perbankan nasional pada akhir 2017 (Ubaidi, 2020). Pangsa pasar pada umumnya akan memberikan pengaruh jika mencapai nilai 15%, artinya kontribusi perbankan Syariah terhadap perekonomian tidak cukup berpengaruh karena pangsa pasarnya masih jauh dari angka 15% (Barkhowa & Utomo, 2019).

Berdasarkan data *Islamic Financial Services Industry Stability Report 2019*, *market share* (pangsa pasar) pada perbankan Syariah di Indonesia masih tertinggal cukup jauh dibanding negara tetangga seperti Brunei Darussalam dan Malaysia. Kedua negara tersebut berada di posisi ketiga dan keempat dengan presentase *market share* 63,6% dan 26,5%, sedangkan Indonesia di posisi 18 (www.ifsb.org). Meningkatkan kinerja keuangan pada perbankan Syariah akan memberikan peningkatan presentase *market share* perbankan Syariah.

Penelitian mengenai pengaruh *market share* terhadap kinerja keuangan perbankan Syariah tidak banyak diteliti sebelumnya. Penelitian yang dilakukan Barkhawa dan Utomo (2019) menyatakan bahwa *market share* berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja keuangan perbankan Syariah.

Pada sebuah bisnis yang baik harus memiliki etika dan tanggung jawab sosial, jika perusahaan sudah memiliki etika dan tanggung jawab sosial yang baik maka tidak hanya perusahaan sendiri yang menikmati keuntungan tetapi juga usaha makro dan mikro di lingkungannya. Kinerja keuangan pada suatu perusahaan atau organisasi dapat dipengaruhi oleh tanggung jawab social atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Corporate Social Responsibility* (CSR) memberikan kontribusi jangka panjang terhadap suatu masalah tertentu di masyarakat atau lingkungan untuk menciptakan lingkungan yang baik Rumengan et al (2017).

Menurut Winardi dan Venusita (2013) dalam Magdalena et al (2018) saat ini *stakeholders* lebih tertarik dengan pengungkapan informasi social pada laporan tahunan, dimana perusahaan tidak lagi memperhatikan catatan keuangan saja melainkan juga catatan mengenai aspek social dan lingkungan. Praktik CSR dalam

perusahaan sekarang digunakan sebagai kunci keberhasilan bisnis dan dapat memberikan keuntungan strategis karena bukan mereka terpaksa melainkan mereka peduli terhadap tanggung jawab sosial, dengan adanya perhatian terhadap masyarakat dan lingkungan telah terbukti sebagai salah satu cara meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Khairany (2018) menyatakan bahwa tanggung jawab social berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja keuangan perbankan Syariah. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Rumengan et al (2017) menyatakan bahwa tanggung jawab social tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.

Penelitian ini mengacu pada penelitian Barkhowa & Utomo (2019) yang menganalisis “Pengaruh Identitas Etis Islam Dan Market Share Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah Yang Terdaftar Di Otoritas Jasa Keuangan Indonesia Tahun 2014-2017”. Perbedaan dalam penelitian ini adalah penambahan variable yaitu Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. Dengan adanya penambahan variable tersebut akan menambah factor-faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan terutama pada perbankan Syariah di Indonesia. Perbedaan lain pada penelitian ini adalah menggunakan data perbankan Syariah yang terdaftar di OJK pada Tahun 2016 – 2020.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas ada ketidak konsistenan hasil penelitian, peneliti tertarik untuk meneliti kembali yang lebih rinci dan spesifik terkait masalah tersebut dengan judul **“Pengaruh Identitas Etis Islam, Market Share Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Kinerja**

Keuangan Perbankan Syariah (Study Kasus Bank Umum Syariah Yang Terdaftar Di OJK Tahun 2016 – 2020)” dengan obyek penelitian adalah perbankan syariah yang terdaftar di OJK Tahun 2016 – 2020.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Rumusan Masalah diatas, maka di dapatkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Identitas Etis Islam terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah?
2. Bagaimana pengaruh *Market Share* terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah?
3. Bagaimana pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Identitas Etis Islami terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Market Share* terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan penelitian ini dapat diharapkan mendatangkan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan dalam pertimbangan bagi penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini serta diharapkan bisa menambah dan memperluas wawasan ilmu pengetahuan di bidang Perbankan Syariah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan pengalaman peneliti dengan melakukan penelitian langsung mengenai bagaimana pengaruh identitas etis islam, market share dan tanggung jawab social terhadap kinerja keuangan perbankan Syariah.

b. Bagi Perbankan Syariah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan evaluasi bagi Perbankan Syariah dalam meningkatkan Kinerja Keuangan bagi Perbankan Syariah.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai refrensi atau rujukan kepada peneliti selanjutnya tentang perbankan syariah di Indonesia.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Sharia Enterprise Theory

Sharia Enterprise Theory merupakan teori yang mengakui adanya pertanggungjawaban terhadap pemilik perusahaan dan stakeholder dalam perspektif islam. Teori ini merupakan pengembangan dari *Enterprise Theory* yang telah dimasukan nilai-nilai islam agar menghasilkan teori yang bersifat humanis dan transendental. Sharia Enterprise Theory menyatakan bahwa stakeholders persahaan tidak hanya manusia dan alam sekitarnya, tetapi juga Allah sebagai Tuhan pencipta alam semesta. Dimana segala aktivitas di dunia kelak akan dipertanggungjawabkan kepada-Nya. Oleh karena itu, Sharia Enterprise Theory sangat cocok digunakan pada sistem ekonomi yang berdasarkan nilai-nilai Syariah Pramiana & Anisah (2018).

Allah SWT merupakan stakeholder paling tertinggi dan menjadi satu satunya tujuan hidup manusia, dengan begitu tali penghubung terhadap akuntansi Syariah tetap bertujuan pada “membangkitkan kesadaran ketuhanan” sehingga para penggunanya tetap terjamin. Stakeholder kedua yaitu manusia, yang terbagi menjadi dua pihak. Pihak pertama yaitu Direct-stakeholders yang merupakan pihak-pihak secara langsung memberikan kontibusi pada perusahaan, karena memberikan kontribusinya maka mereka mempunyai hak untuk mendapatkan keajahteraan dari perusahaan. Pihak kedua yaitu Indirect – stakeholders, meraka adalah pihak-pihak yang tidak meemberikan kontibusi secara langsung tapi memiliki hak untuk

mendapatkan kesejahteraan dari perusahaan. Stakeholders ketiga yaitu Alam. Namun demikian, alam tidak memberikan distribusi kesejahteraan perusahaan berupa uang yang diharapkan manusia, wujud distribusi kesejahteraannya adalah kepedulian perusahaan terhadap kelestarian alam, pencegahan pencemaran dan lain-lainnya Novarela & Mulia Sari (2016).

Dalam perbankan syariah, penerapan Sharia Enterprise Theory mengacu pada pelaksanaan tanggung jawabnya. Perbankan Syariah tidak hanya ditujukan untuk mengutamakan kepentingan stakeholders, tetapi juga Allah SWT. Semakin diterapkannya prinsip-prinsip perbankan syariah, maka bank akan semakin akurat dan transparan dalam menyampaikan informasi yang akurat dan transparan, sehingga memungkinkan pemilik modal dan masyarakat umum untuk meyakini kebenaran informasi laporan keuangan yang diberikan oleh bank. Selain itu, aktivitas sosial yang dilakukan perbankan syariah merupakan wujud kepatuhan pada prinsip Syariah dan dapat mencerminkan apakah kinerja keuangan bank sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah seperti menawarkan produk pembiayaan yang sesuai dengan prinsip islam, pembagian keuntungan secara adil dan melaporkan setiap pendapatan yang tidak sesuai atau melanggar hukum islam Zara Ananda & NR (2020).

Dengan diterapkannya prinsip Sharia Enterprise Theory pada perbankan Syariah akan membuat kinerja bank lebih sehat, karena telah mematuhi prinsip – prinsi yang telah diterapkan. Diterapkannya nilai-nilai islam maka kegiatan perbankan sehari-hari akan didasarkan pada aturan islam, seperti pegawai akan diperlakukan dengan baik, akad-akad yang ditawarkan kepada nasabah akan

mengutamakan akad-akad yang sesuai dengan syariah, kegiatan sosial kemasyarakatan akan ditingkatkan. Begitu juga sebaliknya, kegagalan perbankan Syariah untuk memenuhi kebutuhan dari stakeholder akan berdampak pada hilangnya dukungan perusahaan terhadap sumber daya yang dibutuhkan perusahaan yang pada akhirnya akan mengganggu kinerja perusahaan.

2.2 Variabel – Variabel Penelitian

2.2.1 Kinerja Keuangan Perbankan Syariah

Kinerja adalah suatu gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan dalam mewujudkan sasaran, visi, misi, dan tujuan perusahaan. Kinerja menunjukkan sesuatu yang berhubungan dengan kondisi suatu perusahaan. Marka & Serly (2020). Menurut Mursidah et al. (2021) kinerja keuangan merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menggunakan finansial untuk mendapatkan keuntungan yang telah direncanakan. Sedangkan kinerja keuangan pada perbankan adalah gambaran mengenai kondisi suatu perbankan pada periode tertentu. Kinerja keuangan bank yang sehat akan menumbuhkan kepercayaan masyarakat dan sebaliknya jika kondisi kinerja keuangan yang menurun maka kepercayaan masyarakat juga menurun.

Penilaian kinerja adalah suatu penentu efektivitas operasional, organisasi, dan karyawan berdasarkan Sasaram, standar, dan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya Marka & Serly (2020). Penilaian kinerja keuangan juga perlu melibatkan analisis rasio keuangan yang didasarkan pada data laporan keuangan yang dipublikasikan dan dibuat sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku di umum Heder & Priyadi (2016).

Kinerja keuangan perbankan dapat dilihat dengan pendekatan analisis rasio keuangan, dari analisis tersebut maka dapat diketahui dalam periode tertentu baik buruknya keadaan keuangan sehingga dapat mencerminkan prestasi kerja perusahaan. Analisis kinerja keuangan adalah proses penganalisisan secara kritis terhadap data, menghitung, mengukur, dan menginterpretasikan serta memberi solusi terhadap keuangan perbankan pada periode tertentu. Analisis rasio berhubungan dengan unsur-unsur rencana dan perhitungan laba rugi sehingga dapat menilai efektivitas dan efisiensi perusahaan Lubis & Ovami (2020).

Menurut Marka & Serly (2020) manfaat yang didapatkan perusahaan dari informasi kinerja keuangan adalah sebagai berikut:

1. Mengukur prestasi yang dicapai oleh suatu organisasi dalam suatu periode
2. Menilai kontribusi suatu bagian dalam pencapaian tujuan perusahaan secara keseluruhan
3. Dasar penentuan strategi perusahaan dimasa yang akan datang
4. Petunjuk dalam pembuatan keputusan dan kegiatan organisasi
5. Dasar penentuan kebijaksanaan penanaman modal.

Selain itu, investor dan calon investor dapat menggunakan hasil penilaian kinerja keuangan sebagai dasar pilihan investasi, karena mereka akan melihat seberapa besar pengembalian yang dihasilkan bank atas investasi yang akan dilakukan. Semakin besar keberhasilan finansial, semakin besar tingkat pengembalian bagi investor Heder & Priyadi (2016).

Analisis rasio keuangan dapat dilakukan dengan melihat laporan keuangan, salah satunya dengan rasio profitabilitas. Kinerja keuangan perbankan Syariah menggunakan ROA dalam pengukurannya. *Return on Assets* (ROA) merupakan salah satu rasio profitabilitas yang mengukur efektivitas manajemen dalam memanfaatkan asset yang ada untuk menghasilkan profit dan pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode operasi. Tujuan ROA adalah agar terlihat pengembangan posisi keuangan perusahaan dalam rentang waktu tertentu, baik penurunan atau kenaikan, sekaligus sebagai evaluasi terhadap kinerja manajemen sehingga dapat diketahui penyebab dari perubahan kondisi keuangan perusahaan.

2.2.2 Identitas Etis Islam

Identitas perusahaan (*Corporate Identity*) mengacu pada kecerdasan hukum yang digunakan untuk mempersonifikasikan perusahaan untuk memfasilitasi pembentukan ide dan konsepsi. Konsultan identitas perusahaan akan menggunakan gagasan ini sehubungan dengan logo dan citra bisnis saat mengerjakan proyek dengan pemangku kepentingan sebagai target audiens. Memahami gambaran yang lebih komprehensif tentang cara perusahaan menggambarkan diri mereka sendiri kepada banyak pemangku kepentingan di komunitas mereka melalui penggunaan simbol serta komunikasi verbal dan perilaku adalah arti luas dari istilah "identitas perusahaan." Konsep kepribadian, budaya, dan karakter perusahaan, kadang-kadang dikenal sebagai "semangat perusahaan", terkait erat dengan identitas lembaga keuangan Islam. Pengelolaan aset, termasuk pikiran dan suara, dilakukan pada tingkat yang sangat tinggi Putra & Farahmita (2013).

Pengungkapan identitas etis adalah salah satu jenis informasi yang diberikan oleh bisnis. Keterbukaan tersebut akan melengkapi informasi yang disampaikan terkait fungsinya, yang bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungan sekitar. Pengungkapan identitas etis merupakan syarat mutlak bagi bank syariah karena bank syariah berkewajiban untuk menunjukkan bahwa mereka telah menerapkan prinsip-prinsip etika syariah dalam kegiatan operasionalnya dan memberikan pedoman kepada pemangku kepentingan atau pemangku kepentingan dalam mengambil keputusan ekonomi untuk mencapai akuntabilitas public Putritama (2018).

Menurut Hannafi & Hudaib dalam Fauziah & Siswantoro (2016) Identitas Etis Islam memiliki lima fitur utama yaitu sebagai berikut:

1. Filosofi dan nilai-nilai yang mendasari

Filosofi Ide dan prinsip yang mendasari perbankan syariah adalah ketentuan syariah (hukum Syariah) dan operasi operasional yang berorientasi etis dengan peran sosial tambahan. Hal ini membuat bank syariah dan penyedia layanan keuangan syariah lainnya bertanggung jawab secara etis dalam perilaku bisnis mereka.

2. Penyediaan produk dan layanan bebas riba

Setiap bank syariah wajib memberi tahu para pemangku kepentingannya bahwa tidak ada barang atau jasa yang mengandung komponen riba dan memastikan bahwa mekanisme produk sesuai dengan hukum Syariah dan disahkan oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS).

3. Transaksi atau kesepakatan yang sesuai peinsip islam

Dalam etika identitas islam, informasi tentang mekanisme transaksi harus jelas dan menyertakan jenis akad yang digunakan. Transaksi atau akad yang sah merupakan hal sangat penting bagi perbankan Syariah karena kegiatannya berkaitan dengan transaksi dan jasa keuangan.

4. Fokus pada tujuan pembangunan dan sosial

Dengan Islam menekankan keadilan sosial maka perbankan Syariah diharapkan lebih bertanggung jawab secara sosial, bentuk kontribusi yang dapat dilakukan adalah mencakup pengelolaan zakat, sedekah, dana qardh hasan, kesejahteraan karyawan, kepedulian terhadap debitur dan kreditur.

5. Kepatuhan pada Dewan Pengawas Syariah (DPS)

Perbankan Syariah memiliki Dewan Pengawas Syariah yang berperan untuk memastikan bahwa setiap formulasi, produk dan jasa baru sesuai dengan prinsip Syariah dan berada dalam lingkup norma-norma islam.

Pada dasarnya, tujuan prinsip-prinsip etika dalam bisnis adalah untuk mengatasi masalah moral dalam proses komersial mereka. Untuk membangun sistem ekonomi Islam, khususnya dalam upaya untuk meremajakan keuangan Islam sebagai tanggapan atas runtuhnya sistem ekonomi sebagai akibat dari kapitalisme, seseorang harus menyelidiki keyakinan dasar Islam seputar norma-norma perdagangan Putra & Farahmita (2013).

Dengan menggunakan Identitas Etis Islam, pemangku kepentingan dapat memastikan bahwa operasi mematuhi identitas ideal yang harus dimiliki bank

syariah. Semakin transparan sebuah organisasi pada identitas etika Islamnya, semakin besar kemungkinan organisasi tersebut untuk mematuhi standar Islam. Hal ini akan meningkatkan komitmen dan loyalitas pemangku kepentingan terhadap organisasi, sehingga meningkatkan keberhasilan finansialnya. Dalam laporan keuangan tahunan untuk perbankan Syariah, Indeks Identitas Etis dapat digunakan untuk mengukur identitas etika Islam. Dengan menggunakan rumus Indeks Identitas Etis (EII), peneliti dapat menentukan bagaimana individu mendiskusikan prinsip-prinsip etika mereka. Muhibbai & Basri (2017).

2.2.3 Market Share

Market Share (Pangsa pasar) adalah bagian dari pasar yang dikuasai perusahaan dan kerna adanya pangsa pasar suatu perusahaan dapat melampaui kompetitornya dan begitu juga sebaliknya Yunita & Fitri (2020). Jika suatu perusahaan mempunyai pangsa pasar 35% dan jika penjualan total produk sejenis dalam periode tertentu adalah 1000 unit, maka perusahaan tersebut melalui produknya akan memperoleh penjualan sebesar 350 Unit. Besarnya pangsa pasar akan berubah sesuai selera konsumen atau berpindahannya minat konsumen dari suatu produk ke produk lain Siregar, (2019).

Market share pada industry perbankan digunakan sebagai kekuatan dari masing – masing bank, karena jika suatu bank memiliki nilai market share yang rendah maka dapat diartikan bahwa bank tersebut tidak mampu bersaing dengan bank lain dalam suatu industri. Dengan meningkatkan presentase market share yang dimiliki suatu perusahaan akan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut dapat berkembang secara efektif. Pangsa pasar pada perbankan dapat diartikan sebagai

presentase antara total asset dari perbankan Syariah dengan total asset perbankan nasional di Indonesia. Dengan meningkatkan kemampuan market share maka akan menunjukkan keberhasilan dari kinerja perbankan (Saputra, 2016).

Menurut Tash et al. (2014) kerangka konseptual pada market share sebagai berikut:

1. Motivasi yaitu gabungan iklan di media dan face to face, berperan aktif dalam pertemuan – pertemuan professional dan menyediakan imbalan.
2. Karyawan yaitu meningkatkan gaji dan tunjangan, memberi penghargaan berdasarkan produktifitas dan manajemen sumber daya manusia dalam merekrutan karyawan.
3. Proses yaitu seperti menyediakan teknologi baru untuk mempercepat, memfasilitasi layanan nasabah, dan memperpendek proses produksi.
4. Produk yaitu seperti layanan yang beragam, layanan yang berbeda, meningkatkan kualitas layanan, keuangan, dan nasehat professional.
5. Harga yaitu seperti meningkatkan minat simpanan, menurunkan sifat pinjaman, inovasi akad, mengurangi biaya-biaya, dan meningkatkan produktifitas.
6. Distribusi yaitu seperti memilih lokasi terbaik untuk kantor cabang, hadir di daerah terpencil, dan memberikan fasilitas special untuk nasabah khusus.

Faktor – faktor ini merupakan rasio kinerja utama dalam system perbankan. Jika manajemen bank tidak memperhatikan variabel-variabel ini dalam pemasaran, maka bank akan mengalami kejatuhan, sedangkan perolehan pangsa pasar tidak akan

berdampak pada peningkatan pendapatan pemegang saham, yang akan mengakibatkan masalah pada kedua belah pihak. bidang ekonomi dan sosial. Keberhasilan bank syariah, yang masih relatif muda di Indonesia, dapat dinilai berdasarkan pangsa pasarnya, yang memberikan metrik yang bermanfaat. Semakin besar persentase pasar yang dipegang oleh bank syariah di Indonesia, maka semakin besar pula pengaruh bank-bank tersebut dalam perekonomian Indonesia.

2.2.4 Market Share Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu komitmen bisnis untuk kontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan dan masyarakat setempat dalam rangka meningkatkan kualitas hidup dengan mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan kegiatannya Rumengan et al. (2017). Konsep CSR mengandung arti sebagai komitmen perusahaan atau organisasi untuk terus menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk meningkatkan ekonomi. Bersama dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas local dan masyarakat secara luas Rusdianto, (2013).

Menurut Nor Hadi (2011) tanggung jawab sosial ada tiga prinsip – prinsip yaitu sebagai berikut:

1. *Sustainability* yaitu bagaimana perusahaan dala melakukan aktivitas tetap menghitung keberlanjutan sumber daya dimasa depan. *Sustainability* berkaitan dengan upaya *society* memanfaatkan sumber daya agar tetap memperhatikan generasi masa detang.

2. *Accountability* merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dapat dijadikan media bagi perusahaan membangun *image* dan *network* terhadap pemangku kepentingan.
3. *Transparency* merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. transparansi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan dan dampaknya terhadap pihak eksternal, khususnya informasi dan pertanggung jawaban bergagai dampak dari lingkungan.

Perbankan syariah telah berkembang dalam beberapa tahun terakhir sebagai paradigma prospektif perbankan dan etika keuangan yang dipengaruhi oleh landasan ontologis dan epistemologis Islam. CSR adalah efek objektif dari etika Islam karena Islam menganjurkan paradigma pemangku kepentingan proaktif yang berkembang ketika sebuah perusahaan memenuhi tanggung jawab moralnya kepada masyarakat

Menurut Pramiana & Anisah (2018) kebijakan perusahaan dalam mengembangkan tanggung jawab sosial (CSR) dalam perspektif islam yaitu sebagai berikut:

1. Tanggung jawab sosial terhadap perusahaan dan stakeholder
Stakeholder terdiri dari investor atau pemilik, kreditor, pemasok, pelanggan, karyawan, pemerintah dan masyarakat. Islam mendorong terwujudnya hubungan kerjasama antara pelaku bisnis dengan stakeholder internal maupun eksternal perusahaan dalam hal saling menguntungkan.
2. Tanggung jawab sosial terhadap lingkungan alam

Lingkungan alam, baik dalam manifestasi biotik dan abiotiknya, serta keadaannya yang terbarukan dan tidak terbarukan, adalah satu-satunya aspek paling signifikan dari tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Karena kerusakan alam yang ditimbulkan oleh perilaku sembrono, salah satu bank syariah yang merupakan badan usaha wajib ikut serta dalam proses perbaikan lingkungan, ramah lingkungan, dan senantiasa mendukung pelestarian lingkungan.

3. Tanggung jawab sosial terhadap kesejahteraan sosial secara umum

Selain bertanggung jawab terhadap bisnis dan lingkungan alam, perbankan syariah juga harus mengedepankan kesejahteraan masyarakat. Islam mendorong kita untuk selalu berbuat baik kepada orang yang lemah, kurang mampu, dan kurang beruntung.

Program CSR yang dikelola dengan baik dan menyebarkan informasi secara efektif akan bermanfaat bagi masyarakat dan meningkatkan citra perusahaan. CSR sangat penting karena memperkuat ikatan emosional masyarakat dengan bisnis. Tidak hanya interaksi industri, tetapi juga hubungan pribadi, sehingga ketika banyak pihak memiliki kepentingan emosional yang baik dalam perusahaan, reputasinya lebih mudah dipertahankan. Dengan kata lain, kapabilitas perusahaan yang ditunjukkan dengan keberhasilan finansialnya akan berpengaruh signifikan terhadap operasional CSR-nya. Pengukuran tanggung jawab sosial (CSR) dengan menggunakan *Islamic Social Reporting Index (ISR)* yang merupakan tolak ukur pelaksanaan kinerja sosial perbankan Syariah yang berisi item-item standar CSR

yang ditetapkan oleh *Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions* (AAOIFI).

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai Pengaruh Identitas Etis Islam, Market Share Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah telah dilakukan oleh berbagai peneliti terdahulu. Berikut ini merupakan hasil penelitian yang dilakukan peneliti terdahulu sebagai berikut:

2.3.1 Pengaruh Identitas Etis Islam Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah

Identitas etis islam adalah informasi mengenai peran perusahaan sebagai entitas yang melakukan operasi operasional sesuai dengan prinsip dan aturan hukum Islam. Dengan membuat bank lebih sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, kewajiban keuangan akan dibuat yang akan mempengaruhi keberhasilan keuangan bank.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu Pengaruh Identitas Etis Islam Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah

No	Peneliti	Variabel	Hasil
1.	Mokhammad Khukaim Barkhowa dan Hardi Utomo (2019)	Identitas Etis Islam (X1) Market Share (X2) Kinerja Keuangan (Y)	<ul style="list-style-type: none"> • Identitas etis islam tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perbankan syariah • Market share berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perbankan syariah

2.	Nola Marka dan Vanica Serly (2020)	Identitas Etika Islam (X) Profitabilitas ROE (Y1) Profitabilitas ROI (Y2) Likuiditas FDR (Y3)	<ul style="list-style-type: none"> • Identitas etika islam berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja keuangan (ROE) perbankan syariah • Identitas etika islam berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja keuangan (ROI) perbankan syariah • Identitas etika islam berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan (FDR) perbankan syariah
3.	Mursidah, Yunina, dan Meutia Zahara (2021)	Identitas Etis Islam (X1) Agency Cost (X2) Intellectual Capital (X3) Kinerja Keuangan (Y)	<ul style="list-style-type: none"> • Identitas etis islam tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perbankan syariah • <i>Agency cost</i> berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perbankan syariah • <i>Intellectual capital</i> berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perbankan syariah

2.3.2 Pengaruh *Market Share* Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah

Market share merupakan penentu profitabilitas perusahaan sehingga dapat memberika kepuasan kepada konsumen dan juga akan bias menikmati keunggulan kompetitif. Analisis pangsa pasara mencerminkan kinerja pemaasan yang berkaitan

dengan posisi persaingan perusahaan dalam suatu industry. Oleh karena itu, market share telah membuat perusahaan mempunyai kinerja yang lebih baik.

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu Pengaruh Market Share Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah

No	Peneliti	Variabel	Hasil
1.	Mokhammad Khukaim Barkhowa dan Hardi Utomo (2019)	Identitas Etis Islam (X1) Market Share (X2) Kinerja Keuangan (Y)	<ul style="list-style-type: none"> • Market share berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perbankan syariah • Identitas etis islam tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perbankan syariah
2.	Ayu Yunita dan Meutia Fitri (2020)	Pembiayaan Masyarakat (X1) Market Share (X2) Modal Intelektual (X3)	<ul style="list-style-type: none"> • Market share berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perbankan syariah • Pembiayaan masyarakat berpengaruh terhadap kinerja keuangan perbankan syariah • Modal intelektual berpengaruh terhadap kinerja keuangan perbankan syariah
3.	Toto Sugihyanto (2021)	Inflasi (X1) Suku Bunga (X2) ROA (X3) Market Share (X4) Profitabilitas (Y)	<ul style="list-style-type: none"> • Inflasi tidak berpengaruh terhadap ROA perbankan syariah • Suku bunga tidak berpengaruh terhadap ROA perbankan syariah

			<ul style="list-style-type: none"> • ROA berpengaruh terhadap Profitabilitas perbankan syariah • Market share tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perbankan syariah
--	--	--	--

2.3.3 Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah

Tanggung jawab sosial merupakan salah satu strategi perusahaan untuk meningkatkan citra perusahaan yang kemudian meningkatkan kinerja keuangannya, sedangkan salah satu factor meningkatkan kinerja keuangan dengan memberi kebebasan kepada perusahaan untuk melakukan aktivitas CSR.

Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu Pengaruh Tanggung Jawab Sosial (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah

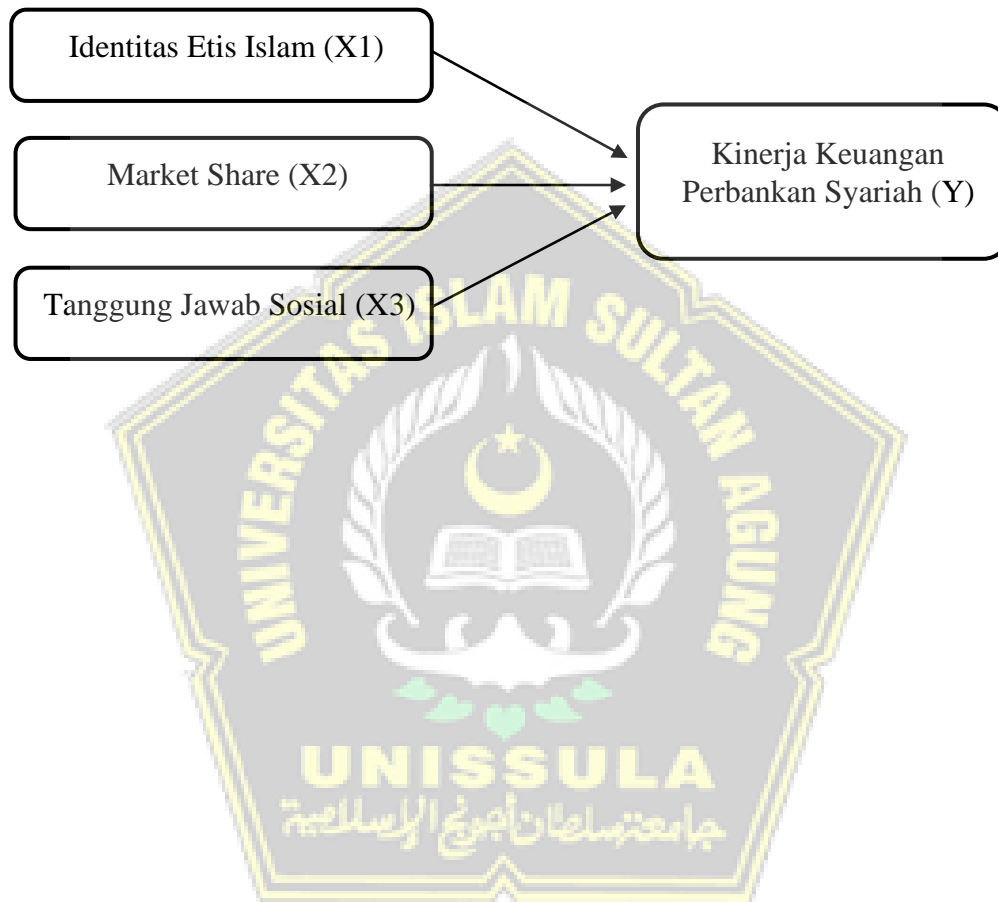
No	Peneliti	Tahun	Hasil
1.	Princhilia Rumengan, Grace B. Nangoi dan Sinjte Rondonuwu (2017)	Corporate Social Responsibility (X) Profitabilitas ROE (Y1) Profitabilitas ROI (Y2)	<ul style="list-style-type: none"> • Tanggung jawab sosial (CSR) berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja keuangan (ROE) perbankan syariah • Tanggung jawab sosial (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan (ROI) perbankan syariah

2.	Chintya Zara Ananda dan Erinoss NR (2020)	Corporate Responsibility (X1) Islamic Corporate Social Responsibility (X2) Kinerja Keuangan (Y)	<ul style="list-style-type: none"> • Tanggung jawab sosial (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perbankan syariah • <i>Islamic corporate social responsibility</i> (ICSR) berpengaruh negative signifikan terhadap kinerja keuangan perbankan syariah
3.	Septiana Magdalena, Isna Yuningsih dan Ibnu Abni Layana (2018)	Total Asset (X1) Jumlah Karyawan (X2) Proporsi Dewan Komisaris (X3) Dewan Pengawas Syariah (X4) Komite Audit (X5) Corporate Social Responsibility (X6) Profitabilitas ROA (Y)	<ul style="list-style-type: none"> • Total asset berpengaruh negative terhadap ROA • Jumlah karyawan berpengaruh positif terhadap ROA • Proporsi dewan komisaris berpengaruh negative terhadap ROA • Dewan pengawas syariah tidak berpengaruh terhadap ROA • Komite audit tidak berpengaruh terhadap ROA • CSR berpengaruh negative terhadap ROA

2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis

Dari landasan teori dan kajian teoritis yang sudah dilakukan pada penelitian ini akan memperlihatkan hubungan antar variabel dalam proses analisisnya.

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis



2.5 Pengembangan Hipotesis

2.5.1 Pengaruh Identitas Etis Islam Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah

Identitas etis islam merupakan sebuah perilaku, komunikasi, sikap yang mewakili organisasi dan keyakinan yang memberikan kontribusi untuk realitas organisasi dan keunikannya berdasarkan prinsip dan ketentuan hukum islam. Penerapan identitas etis islam pada perbankan Syariah yang sesuai dengan etika islam akan mendapatkan kepercayaan dan memiliki pertumbuhan yang tinggi. Semakin tinggi pengungkapan identitas etis islam maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhan terhadap prinsip – prinsip Islam, sehingga akan menghasilkan komitmen dan loyalitas dari para stakeholder kepada perusahaan dimana tujuan akhirnya berdampak pada peningkatan kinerja keuangan Muhibbai & Basri (2017).

Hal ini mengacu pada teori *Shariah Enterprise Theory* yang mengatakan bahwa perbankan syariah tidak hanya fokus kepada pemenuhan kepentingan *stakeholders* saja tetapi juga pertanggungjawaban kepada Allah SWT. Kepatuhan perbankan syariah dalam menerapkan operasional sesuai prinsip hukum islam seperti memberikan informasi yang akurat dan transparan akan menjadikan para pemilik modal dan masyarakat merasa yakin dengan kebenaran informasi keuangan yang diterbitkan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Purwanto (2019) menyatakan bahwa identitas etis islam berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja keuangan perbankan Syariah.

Dan penelitian yang dilakukan oleh (Barkhowa & Utomo (2019) serta penelitian yang dilakukan oleh Marka & Serly (2020) juga berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan bank syariah.

Maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1: Identitas etis islam berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perbankan Syariah

2.5.2 Pengaruh *Market Share* Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah

Market share (Pangsa Pasar) pada suatu perusahaan digunakan untuk mengukur posisi bank dalam persaingan industri perbankan, oleh karena itu pangsa pasar merupakan unsur penting dalam perusahaan. Dengan meningkatkan presentase *market share* yang dimiliki suatu perusahaan akan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut dapat berkembang secara efektif sehingga akan meningkatkan kinerja pada perusahaan. Analisa kinerja keuangan akan memberikan penilaian dan dapat berkontribusi terhadap peningkatan *market share* perbankan Syariah. Kemampuan untuk meningkatkan *market share* menunjukkan keberhasilan dari kinerja perbankan Syariah Ubaidi (2020).

Market share membuat perusahaan dapat meningkatkan kinerjanya terutama pada keuangan perusahaan sehingga membuat para *stakeholders* dapat menanamkan modalnya untuk perusahaan. Hal ini mengacu pada teori *Shariah Enterprise Theory*, dengan memenuhi keinginan dan kebutuhan *stakeholders* akan berdampak dengan menambahnya dukungan dan akses perusahaan terhadap sumber daya yang dibutuhkan, yang akhirnya akan meningkatkan kinerja perbankan Syariah.

Hasil penelitian mengenai pengaruh market share terhadap kinerja keuangan perbankan Syariah tidak banyak diteliti sebelumnya. Penelitian yang dilakukan Barkhowa & Utomo (2019) menyatakan bahwa market share berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja keuangan perbankan Syariah.

Di penelitian lain yang dilakukan oleh Nurlinda (2011) dan penelitian yang dilakukan oleh Yunita & Fitri (2020) menyatakan hasil yang positif.

Maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

H2: Market Share berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perbankan syariah

2.5.3 Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan komitmen perusahaan untuk berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi jangka panjang dengan mengutamakan keseimbangan ekonomi, sosial, dan lingkungan serta berkonsentrasi pada tanggung jawab sosial perusahaan. Etika Islam mendorong paradigma pemangku kepentingan yang proaktif dan meluas melalui penerapan komitmen moral bisnis kepada masyarakat, sehingga praktik tanggung jawab sosial dalam perbankan syariah merupakan hasil obyektif dari etika Islam. Dengan begitu kinerja perbankan Syariah akan meningkat karena sedangkan salah satu faktor meningkatkan kinerja keuangan dengan memberi kebebasan kepada perusahaan untuk melakukan aktivitas tanggung jawab sosial Rumengan et al. (2017).

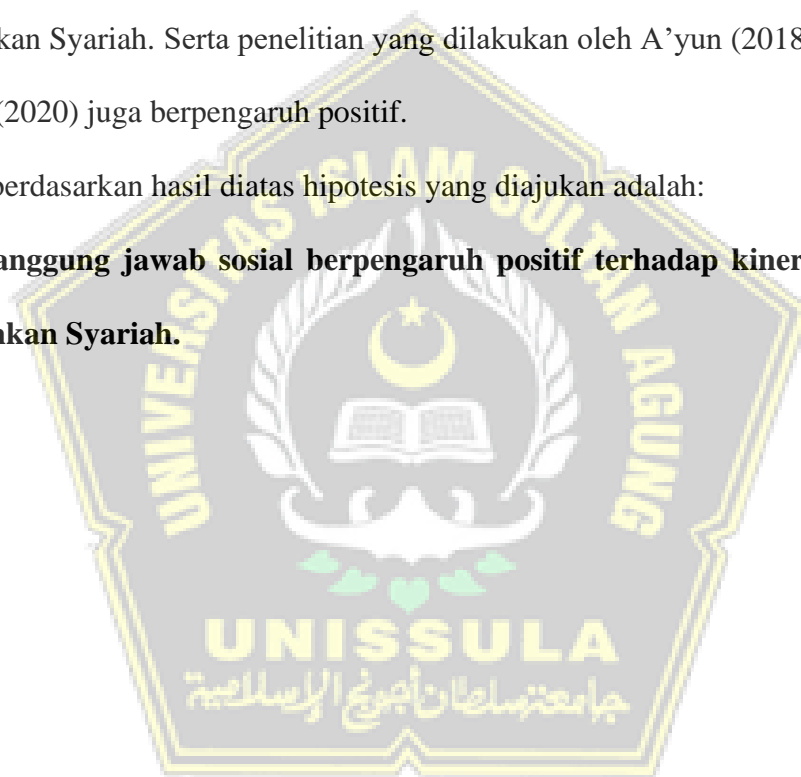
Hal ini mengacu pada teori Sharia Enterprise Theory yang menyatakan bahwa stakeholders pada perusahaan tidak hanya manusia saja melainkan meliputi

Allah, manusia dan alam. Adanya pengungkapan tentang kebijakan pembiayaan yang mempertimbangkan isu-isu lingkungan seperti memberikan sejumlah pembiayaan untuk memelihara lingkungan yang telah rusak sehingga akan meningkatkan kesadaran masyarakat.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Khairany (2018) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja keuangan perbankan Syariah. Serta penelitian yang dilakukan oleh A'yun (2018) dan Ananda & NR (2020) juga berpengaruh positif.

Maka berdasarkan hasil di atas hipotesis yang diajukan adalah:

H3: Tanggung jawab sosial berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perbankan Syariah.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiono (2019) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Alat analisis yang digunakan adalah SPSS (Statistical Package for The Sciences Social) versi 25.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi menurut Sugiono (2019) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi pada penelitian ini adalah Bank Umum Syariah di Indonesia yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2016 – 2020 dengan jumlah 14 Bank Umum Syariah berdasarkan startistika perbankan Syariah per-Desember 2020.

3.2.2 Sampel

Sampel menurut Sugiono (2019) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang diambil oleh populasi tersebut, sample diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili). Sedangkan sample penelitian ini adalah perbankan

Syariah yang tercantum di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebanyak 14 Bank Umum Syariah.

Tabel 3. 1 Daftar Bank Umum Syariah yang Terdaftar di OJK

No	Nama Bank Umum Syariah
1.	PT. Bank Aceh Syariah
2.	PT BPD Nusa Tenggara Barat Syariah
3.	PT. Bank Muamalat Indonesia
4.	PT. Bank Victoria Syariah
5.	PT. Bank BRISyariah
6.	PT. Bank Jabar Banten Syariah
7.	PT. Bank BNI Syariah
8.	PT. Bank Syariah Mandiri
9.	PT. Bank Mega Syariah
10.	PT. Bank Panin Dubai Syariah
11.	PT. Bank Syariah Bukopin
12.	PT. BCA Syariah
13.	PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah
14.	PT. Maybank Syariah Indonesia

Sumber: Statistik Perbankan Syariah (OJK, 2020)

Teknik pengumpulan sample adalah menggunakan metode *Nonprobability sampling*, yaitu teknik pengambilan sample yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sample Sugiono (2019). Teknik *Nonprobability sampling* yang digunakan yaitu dengan *purposive sampling* dengan kriteriakriteria sebagai berikut:

1. Bank Syariah yang merupakan Bank Umum Syariah (BUS) yang terdiri 14 bank di Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

2. Bank Yariah yang membuat laporan keuangan pada periode 2016-2020 yang telah dipublikasikan.
3. Data yang dibutuhkan penelitian tersedia selama periode 2016-2020.

3.3 Sumber dan Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data sekunder. Menurut Sugiono (2019) data sekunder merupakan data penelitain yang diperoleh tidak berhubungan langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Sumber data yang dimaksud berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilaksanakan. Sumber data yang dimaksud pada penelitian ini adalah laporan keuangan tahunan (*annual repost*) Bank Umum Syariah periode 2016 – 2020 yang telah dipublikasi di *website* resmi masing-masing bank.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Penelitian harus didukung oleh data dan informasi yang relevan dengan pertanyaan yang diteliti, serta informasi yang akurat dan dapat dipercaya. Pengumpulan data dilakukan dengan tujuan memperoleh informasi dan data melalui studi dokumentasi. Data sekunder dikumpulkan melalui penggunaan dokumentasi, yang menunjukkan bahwa penulis secara pribadi melihat catatan, makalah, laporan, dan bahan lain yang berkaitan dengan Bank Umum Syariah (BUS) selama periode 2016 hingga 2020. Dokumen-dokumen ini dapat ditemukan di situs utama berbagai lembaga keuangan Islam.

3.5 Definisi Operasional Variabel dan Indikator

3.5.1 Variabel Dependen

Variable dependen atau variable terikat merupakan variable yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variable bebas atau variable independent Sugiono (2019).

1. Kinerja keuangan perbankan syariah

Kinerja Keuangan Perbankan Syariah. Kinerja keuangan perbankan Syariah dapat didefinisikan bahwa gambaran mengenai kondisi suatu perbankan pada periode tertentu. Kinerja keuangan bank yang sehat akan menumbuhkan kepercayaan masyarakat dan sebaliknya jika kondisi kinerja keuangan yang menurun maka kepercayaan masyarakat juga menurun Mursidah et al (2021). Kinerja keuangan perbankan Syariah menggunakan ROA dalam pengukurannya. *Return on Assets* (ROA), secara formula ditunjukkan dengan rumus:

$$ROA = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

3.5.2 Variabel Independen

Variabel independen atau variable bebas adalah variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable terikat atau variable dependen Sugiono (2019). Variable independent penelitian ini adalah Identitas Etis Islam, *Market Share*, dan Tanggung Jawab Sosial.

1. Identitas Etis Islam

Identitas etis syariah merupakan kebutuhan mutlak bagi bank syariah, karena bank syariah berkewajiban untuk menunjukkan bahwa mereka telah menerapkan prinsip-prinsip etika syariah dalam kegiatan operasionalnya dan untuk memandu pemangku kepentingan atau pemangku kepentingan dalam mengambil keputusan ekonomi dalam upaya mencapai akuntabilitas publik. Putritama (2018). Pengukuran terhadap identitas etis islam dapat dilakukan melalui *Ethical Identity Index* dalam laporan keuangan tahunan perbankan Syariah, secara formula ditunjukkan dengan rumus:

$$EII_j = \frac{\sum_{t=1}^{n_j} X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

EII_j = Ethical Identity Index

N_j = Jumlah indicator ideal yang harus diungkapkan pada masing-masing dimensi

X_{ij} = bernilai 1 jika bank mengungkapkan hal tersebut, 0 jika tidak

Dimensi Pengungkapan:

1. Visi dan Misi
2. Dewan Direksi dan Manajemen Puncak
3. Produk

4. Zakat, Infak dan Pinjaman Kebajikan
5. Karyawan
6. Kebijakan Pinjaman
7. Masyarakat
8. Dewan Pengawas Syariah

2. Market Share

Market share pada industry perbankan digunakan sebagai kekuatan dari masing – masing bank, karena jika suatu bank memiliki nilai market share yang rendah maka dapat diartikan bahwa bank tersebut tidak mampu bersaing dengan bank lain dalam suatu industry Saputra (2016). Market share dapat diukur dengan presentase antara total aset dari perbankan Syariah dengan total aset perbankan, secara formula ditunjukkan dengan rumus:

Pangsa Pasar

$$\text{Market Share (pangsa pasar)} = \frac{\text{Total aset bank umum syariah}}{\text{Total Aset seluruh industri perbankan syariah}} \times 100\%$$

3. Tanggung Jawab Sosial

Tanggung jawab sosial merupakan suatu komitmen bisnis untuk kontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan dan masyarakat setempat dalam rangka meningkatkan kualitas hidup dengan mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan kegiatannya Rumengan et al (2017). Pengukuran tanggung jawab sosial (CSR) dengan menggunakan *Islamic Social Reporting Index* (ISR), secara formula ditunjukkan dengan rumus:

$$\text{Indeks ISR} = \frac{\text{Total score disclosure yang dipenuhi}}{\text{Jumlah score minimum}}$$

Tabel 3. 2 Variabel dan Pengukuran Indikator

No	Variabel	Indikator	Sumber
1.	Kinerja Keuangan Perbankan Syariah	$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$	(Mursidah et al., 2021)
2.	Identitas Etis Islam	$\text{EII}_j = \frac{\sum_{t=1}^{n_j} X_{ij}}{n_j}$	(Marka & Serly, 2020)
3.	Market Share	$\frac{\text{Total aset bank umum syariah}}{\text{Total Aset seluruh industri perbankan syariah}} \times 100\%$	(Saputra, 2016)

4.	Tanggung Jawab Sosial	$\text{Indeks ISR} = \frac{\text{Total score discloursure yang dipenuhi}}{\text{Jumlah score minimum}}$	(Khairany, 2018)
----	-----------------------	---	------------------

3.6 Teknik Analisis

Setelah mengumpulkan informasi dari seluruh responden dan sumber data lainnya, langkah selanjutnya adalah analisis data. Dalam analisis data, kegiatan meliputi pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, tabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, penyajian data untuk setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang diajukan. Sugiono (2019) Alat analisi yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS (*Statistical Program for Social science*) versi 25.

3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis Statistik Deskriptif adalah statistic yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi Sugiono (2019). Statistik deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini antara lain mean, median, minimum, maksimum, dan standard deviation.

3.6.2 Pengujian Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kelayakan penggunaan model regresi yang digunakan dalam penelitian ini sehingga tidak menimbulkan bias dalam analisis data. Pengujian ini terdiri atas uji normalitas, multikolonieritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk menguji apakah variable pengganggu atau residual terdistribusi normal dalam model regresi. Cara melihat suatu model regresi telah terdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik Ghozali (2018). Uji normalitas yang digunakan adalah uji Kolmogorov-Smirnov. Data dikatakan diterima, apabila nilai signifikan lebih besar 0,05 pada ($P > 0,05$). Sebaliknya, data dikatakan ditolak, apabila nilai signifikan lebih kecil 0,05 pada ($P < 0,05$).

2. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas digunakan untuk melihat apakah terdapat korelasi antara variabel independent pada suatu model regresi. Model regresi yang baik harusnya tidak terjadi korelasi di antara variable independent Ghozali (2018). Jika variabel independent saling berkorelasi, maka variabel – variabel ini tidak orthogonal. Multikolonieritas dilihat dari nilai *Tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$ menunjukkan adanya multikolonieritas. Apabila nilai *tolerance* $\geq 0,10$ atau sama dengan $VIF \leq 10$ menunjukkan tidak terjadi multikolonieritas.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi mencoba untuk mengetahui apakah ada hubungan antara confounding error pada periode t dan confounding error pada periode $t-1$ Ghozali dalam model regresi linier (2018). Hasil autokorelasi dari hubungan antara pengamatan berturut-turut sepanjang waktu. Ini adalah kejadian biasa dalam data deret waktu karena sampel atau pengamatan tertentu cenderung dipengaruhi oleh orang lain yang datang sebelumnya. Dasar pengambilan keputusan uji autokorelasi dengan Uji Durbin Watson:

1. Bila nilai DW terletak antara batas atas atau *upper bound* (du) dan $(4-du)$, maka koefisien sutokorelasi = 0, sehingga tidak ada autokorelasi, positif atau negative.
2. Bila nilai DW lebih rendah dari pada batas bawah atau *lower bound* (dl), maka koefisien autokorelasi > 0 , sehingga ada autokorelasi positif.
3. Bila nilai DW lebih besar dari pada $(4-dl)$, maka koefisien autokorelasi < 0 , sehingga ada autokorelasi negatif.
4. Bila nilai DW terletak di antara batas atas (du) dan batas bawah (dl) atau DW terletak diantara $(4-du)$ dan $(4-dl)$, maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual pengamatan satu ke pengamatan lainnya dalam suatu model regresi. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi Heteroskedastisitas atau yang Homoskedastisitas Ghozali (2018). Untuk menguji Heteroskedastisitas menggunakan uji glejser, jika nilai signifikansinya $> 0,05$ maka model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas, jika nilai signifikansinya $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas. Untuk menguji Heteroskedastisitas juga bisa dengan melihat grafik plot pada grafik *scatterplot*. Jika penyebaran tidak ada pola yang jelas, serta titik – titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh *variable independent* terhadap *variable dependent*. Penelitian ini untuk penelitian yang memiliki lebih dari satu *variable independent* Ghozali (2018). Hasil dari analisis regresi linier berganda akan menguji seberapa besar pengaruh identitas etis islam, *market share*, dan pengungkapan tanggung jawab social terhadap kinerja keuangan perbankan Syariah. Model persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Kinerja Keuangan Perbankan Syariah

α = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X_1 = *Ethical Identity Index*

X_2 = Pangsa Pasar

X_3 = *Islamic Social Reporting Index*

ϵ = Standar Error

3.7 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah metode pengambilan keputusan yang didasarkan dari analisis data, baik dari percobaan yang terkontrol maupun dari observasi Ghozali (2018).

1. Uji signifikansi Simultan (Uji F)

Uji Statistik F dilakukan dengan tujuan untuk menunjukkan semua variable bebas dimasukan dalam model yang memiliki pengaruh secara bersama terhadap variable terikat Ghozali (2018). Kriteria pengujian menggunakan tingkat signifikan 0,05. Jika P Value < 0,05 maka hipotesis diterima begitu juga sebaliknya, jika P Value > 0,05 maka hipotesis ditolak.

2. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

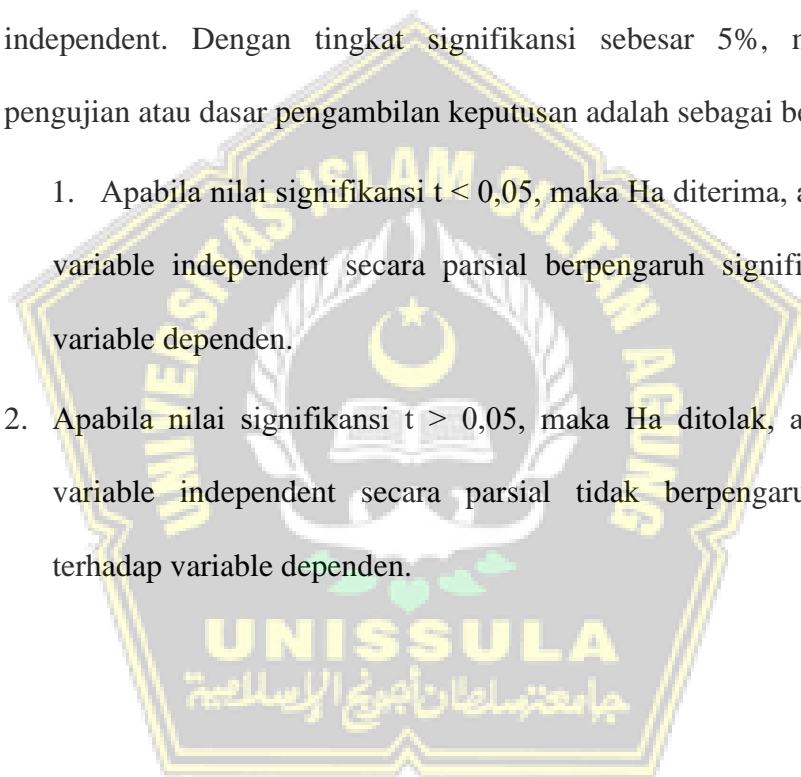
Koefisien determinasi (*adjusted R^2*) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variable dependen dengan nilai antara nol sampai 1 ($0 < R^2 < 1$). Nilai yang mendekati satu berarti variabel – variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk

mengukur variasi variabel dependen. Sebaliknya, nilai koefisien determinasi yang kecil menandakan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas Ghozali (2018).

3. Uji Statistik Parsial (Uji T)

Uji statistik T digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variable independent secara individu dalam menerangkan variable independent. Dengan tingkat signifikansi sebesar 5%, maka kriteria pengujian atau dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Apabila nilai signifikansi $t < 0,05$, maka H_a diterima, artinya bahwa variable independent secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variable dependen.
2. Apabila nilai signifikansi $t > 0,05$, maka H_a ditolak, artinya bahwa variable independent secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variable dependen.



BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah Bank Umum Syariah di Indonesia yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2016 – 2020. Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan tahunan bank tersebut selama periode 2016 - 2020 yang diperoleh dari *website* resmi masing – masing bank. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 14 bank umum syariah. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Adapun kriteria pengambilan sampel dalam penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Kriteria Pengambilan Sampel

No	Kriteria Sampel	Jumlah Perusahaan
1	Bank umum syariah yang konsisten terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) periode 2016-2020	14
2	Bank umum syariah yang konsisten mempublikasikan laporan keuangannya pada periode 2016-2020	14
3	Bank Umum Syariah yang dalam laporan keuangannya mempunyai data yang sesuai dengan variabel yang diteliti	14
	Sampel penelitian	14
	Periode penelitian (2016-2020)	5
	Total sampel	70

Tabel 4. 2 Daftar Sampel Penelitian

No	Nama Bank Umum Syariah
1	PT. Bank Aceh Syariah
2	PT BPD Nusa Tenggara Barat Syariah
3	PT. Bank Muamalat Indonesia
4	PT. Bank Victoria Syariah
5	PT. Bank BRI Syariah
6	PT. Bank Jabar Banten Syariah
7	PT. Bank BNI Syariah
8	PT. Bank Mandiri Syariah
9	PT. Bank Mega Syariah
10	PT. Bank Panin Dubai Syariah
11	PT. Bank Syariah Bukopin
12	PT. BCA Syariah
13	PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah
14	PT. Maybank Syariah Indonesia

Sumber: www.ojk.go.id

4.2 Hasil Analisis Data

4.2.1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, sum, varian, maksimum, minimum (Ghozali, 2018). Pada penelitian ini variabel yang digunakan peneliti adalah Identitas Etis Islam, Market share dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial terhadap kinerja Keuangan Perbankan syariah. Berikut ini adalah hasil analisis deskriptif untuk masing-masing variabel:

Tabel 4. 3 Tabel Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Dev
IEI	70	0.32	0.77	0.5899	0.10744
MS	70	4.00	6.03	5.0711	0.47846
ISR	70	0.30	0.63	0.4830	0.09078
ROA	70	0.02	5.69	1.2994	1.15543
Valid N (listwise)	70				

Sumber: Data Sekunder diolah, 2022

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif pada tabel 4.3 diatas, maka dapat ditunjukkan bahwa data yang dianalisis dengan total sampel 70 (N) yang diperoleh dari laporan keuangan 14 bank umum syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) periode 2016 – 2020. Berikut penjelasan terhadap variabel penelitian yang digunakan:

Variabel X1 yakni Identitas Etis Islam (IEI) menunjukkan nilai minimum sebesar 0.32 yang terdapat pada Bank Victoria Syariah tahun 2019 dan nilai maksimum sebesar 0.77 yang terdapat pada Bank Mandiri Syariah tahun 2016 dan 2019. Nilai rata-rata (*mean*) pada variabel IEI sebesar 0.5899 lebih besar dari standar deviasinya yaitu sebesar 0.10744, artinya tidak terdapat perbedaan yang tinggi antar data satu dengan data yang lainnya dan persebaran data yang baik.

Variabel X2 yakni Market Share (MS) menunjukkan nilai minimum sebesar 4,00 yang terdapat pada Bank BJB Syariah tahun 2019 dan 2020 nilai maksimum sebesar 6,03 yang terdapat pada Bank Muammalat tahun 2018. Nilai rata-rata (*mean*) pada variabel MS sebesar 5.0711 lebih besar dari standar deviasinya yaitu sebesar 0.47846, artinya tidak terdapat perbedaan yang tinggi antar data satu dengan data yang lainnya dan persebaran data yang baik.

Variabel X3 yakni ISR menunjukkan nilai minimum sebesar 0.30 yang terdapat pada Bank Muamalat tahun 2016 dan nilai maksimum sebesar 0.63 yang terdapat pada Bank Syariah Bukopin tahun 2017. Nilai rata-rata (*mean*) pada variabel ISR sebesar 0.483 lebih besar dari standar deviasinya yaitu sebesar 0.090, artinya tidak terdapat perbedaan yang tinggi antar data satu dengan data yang lainnya dan persebaran data yang baik.

Variabel Y yaitu ROA menunjukkan nilai minimum sebesar 0.02 terdapat pada PT. Bank Bukopin Syariah tahun 2017 dan nilai maksimum sebesar 5.69 terdapat pada PT. Bank Mandiri Syariah tahun 2016. Nilai rata-rata (*mean*) sebesar 1.299 lebih besar dari standar deviasinya yaitu sebesar 1.155, hal tersebut menunjukkan persebaran data yang terjadi baik.

4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi variabel residual mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018). Uji statistik dalam uji normalitas data yang digunakan yakni menggunakan hasil one simple Kolmogorov-Smirnov. Penelitian ini menggunakan taraf signifikansi 5%, maka distribusi data penelitian dinyatakan normal apabila memiliki nilai sig > 0,05. Uji normalitas menggunakan one simple Kolmogorov-Smirnov test sebagai berikut:

Tabel 4. 4 Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	0.91455107
Most Extreme Differences	Absolute	0.148
	Positive	0.148
	Negative	-0.076
Test Statistic		0.148
Asymp. Sig. (2-tailed)		.087

Sumber: Data Sekunder diolah, 2022

Dari hasil pengujian One Sample Kolmogorov-Smirnov menyatakan data terdistribusi secara normal. Hal ini dapat dilihat dari Asymp. Sig (2-tailed) yang dihasilkan yaitu sebesar 0.087 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal. Dengan demikian, maka disimpulkan bahwa persebaran data normal dan hasilnya konsisten dengan uji sebelumnya sehingga model regresi asumsi normalitas terpenuhi. pengujian dapat dilanjutkan.

4.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi mengidentifikasi adanya keterkaitan antar variabel bebas (Ghozali, 2018). Meneliti Variance Inflation Factor (VIF) dan nilai toleransi adalah salah satu cara. Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 10% (0,10), maka tidak ada gejala multikolinearitas. Nilai VIF yang dimasukkan dalam setiap variabel, seperti yang diberikan pada Tabel 4.5, dapat digunakan untuk menentukan apakah ada multikolinearitas.

Tabel 4. 5 Uji Multikoleniaritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.325	1.310			
	IEI	0.080	1.110	0.072	0.890	1.123
	MS	0.017	0.251	0.288	0.876	1.142
	ISR	7.786	1.256	0.007	0.974	1.026

Sumber: Data Sekunder diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas di atas, masing-masing variabel independen memiliki nilai tolerance lebih dari 0,1 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10. Nilai VIF di bawah 10 dengan selisih yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel dalam penelitian ini tidak menunjukkan multikolinearitas. Dengan demikian, asumsi multikolinearitas bebas dipenuhi oleh model regresi yang digunakan dalam penelitian ini.

4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian. Model regresi yang baik adalah tidak terjadinya heteroskedastisitas. Untuk menguji adanya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan Uji Park. Hasil pengujian heteroskedastisitas diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4. 6 Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5.415	2.181		-2.483	0.017
	IEI	-0.583	1.824	-0.048	-0.320	0.751
	MS	-0.394	0.530	-0.119	-0.743	0.461
	ISR	-0.216	0.470	-0.072	-0.459	0.648

Sumber: Data Sekunder diolah, 2022

Berdasarkan pengujian diatas menggunakan Uji Park dapat dilihat bahwa nilai signifikansi semua variabel bebas (independen) sudah lebih dari 0.05. Sehingga, dalam model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas, dalam arti lain adalah nilai residual dalam model ini bersifat homoskedastisitas, dengan demikian model regresi ini telah memenuhi uji heteroskedastisitas.

4.3.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi dengan cara melakukan uji Durbin-Watson (DW test).

Untuk mengetahui ada tidaknya masalah autokorelasi dapat dilihat dari nilai Durbin-Watson Test dengan ketentuan sebagai berikut:

Tabel 4. 7 Nilai Durbin-Watson Test

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokolerasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokolerasi positif	No. Decision	$dl < d < du$
Tidak ada kolerasi negatif	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada kolerasi negatif	No. Decision	$4 - du < d < 4 - dl$
Tidak ada autokolerasi positif atau negatif	Tidak ditolak	$du < d < 4 - du$

Tabel 4. 8 Tabel Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.611a	0.373	0.345	0.93511	1.815
a. Predictors: (Constant), ISR, IEI, MS					

Berdasarkan hasil pengujian di atas diperoleh nilai DW sebesar 1.815. Batas bawah (dl) serta batas atas (du) dari variabel terlihat dengan jumlah variabel bebas (K) = 4 dan jumlah sampel (n) = 70. Maka diperoleh nilai batas bawah (dl) sebesar 1.4943 dan nilai batas atas (du) sebesar 1.7351. Kriteria yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi dengan menggunakan $du < dw < 4 - du$. Dimana hasilnya menunjukkan bahwa nilai DW (1.815) lebih besar dari batas atas (du=1.7351) dan kurang dari $4 - du$ (2.2649) maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokolerasi.

4.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil perhitungan koefisien model regresi linear berganda sebagai berikut:

Tabel 4. 9 Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.325	1.310		1.776	0.080
	IEI	0.080	1.110	0.072	0.072	0.043
	MS	0.017	0.251	0.288	0.069	0.045
	ISR	7.786	1.256	0.007	6.198	0.000

a. Dependent Variable: ROA

Dari hasil uji analisis linier berganda diatas dapat dilihat bahwa IEI, MS dan ISR dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 2.325 + 0.080 X1 + 0.017 X2 + 7.786 X3 + e$$

Dari persamaan model regresi diatas dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 2.325 dengan nilai sig 0.080 < 0,05. Nilai tersebut dapat diartikan apabila nilai variabel independen IEI, MS, dan ISR bernilai tetap, maka nilai variabel dependen belanja daerah bernilai 2.235
2. Nilai koefisien IEI sebesar 0.080 dengan nilai sig 0.043 atau sig < 0,05 yang dapat diartikan bahwa IEI bernilai positif dan signifikan terhadap ROA.
3. Nilai koefisien Market Share sebesar 0.017 dengan nilai sig 0.045 atau sig < 0,05 yang artinya Market Share bernilai positif dan signifikan terhadap ROA
4. Nilai koefisien ISR sebesar 7.786 dengan nilai sig 0.000 atau sig < 0,05 yang artinya ISR bernilai positif terhadap ROA.

4.5 Uji Hipotesis

4.5.1 Hasil Uji Hipotesis Pertama

Pengaruh Identitas Etis Islam (IEI) terhadap Kinerja Keuangan

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien IEI adalah 0.080, dimana nilai signifikansi $0.043 < 0,05$ sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis (H1) **diterima**. Jadi dari uraian diatas disimpulkan bahwa variabel IEI berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kinerja Keuangan.

4.5.2 Hasil Hipotesis Kedua

Pengaruh Market Share (MS) terhadap Kinerja Keuangan

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien MS adalah 0.017, dimana nilai signifikansi $0.045 < 0,05$ sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis (H2) **diterima**. Jadi dari uraian diatas disimpulkan bahwa variabel MS berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan.

4.5.3 Hasil Hipotesis Ketiga

Pengaruh ISR terhadap Kinerja Keuangan.

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien ISR adalah 7.786, dimana nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis (H4) **diterima**. Jadi dari uraian diatas disimpulkan bahwa variabel ISR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan.

4.6 Uji Pengaruh Simultan (*F test*)

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah dalam penelitian ini model yang digunakan layak digunakan atau tidak sebagai alat analisis untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil

pengolahan data penelitian mengenai model regresi dengan uji F diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 4. 10 Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	34.404	3	11.468	13.115	.003 ^b
	Residual	57.712	66	0.874		
	Total	92.116	69			
a. Dependent Variable: ROA						
b. Predictors: (Constant), IEI, MS, ISR						

Pada uji F di atas menunjukkan bahwa F hitung sebesar 13.115 dengan signifikansi sebesar 0.003. Nilai signifikan yang lebih kecil dari 0.05 menunjukkan bahwa IEI, MS dan ISR secara simultan berpengaruh terhadap variabel Kinerja Keuangan.

4.7 Uji Koefisien Determinasi (*R Square*)

Uji koefisien determinasi (*R Square*) dilakukan guna mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dari variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah mulai dari 0 sampai 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel – variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dari variabel dependen. Hasil pengolahan data penelitian mengenai uji koefisien determinasi model regresi sebagai berikut:

Tabel 4. 11 Uji R

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.611 ^a	0.373	0.345	0.93511	1.165
a. Predictors: (Constant), IEI, MS, ISR					
b. Dependent Variable: ROA					

Berdasarkan tabel di atas koefisien determinasi (R^2) yang ditunjukkan dari nilai *adjusted R²* sebesar 0.345. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel independen dalam penelitian ini yaitu IEI, MS dan ISR mempengaruhi variabel dependennya yaitu Kinerja Keuangan sebesar 34.5%, sedangkan sisanya sebesar 65.5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

4.8 Pembahasan

4.8.1 Pengaruh Identitas Etis Islam (IEI) terhadap Kinerja Keuangan

Hipotesis pertama yang ditetapkan menyatakan bahwa Identitas Etis Islam (IEI) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap ROA. Dari hasil penelitian diperoleh koefisien regresi untuk variabel Kinerja Keuangan sebesar 0.080 dengan nilai signifikansi sebesar 0.043, dimana nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan Identitas Etis Islam (IEI) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan diterima.

Identitas etika Islam adalah informasi penting yang harus diberikan bank yang melakukan bisnis sesuai dengan syariah kepada kliennya. Pengungkapan identitas yang baik diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan, sehingga mendorong kolaborasi. Kerjasama akan meningkatkan kemungkinan bahwa pemangku kepentingan akan percaya dan peduli terhadap organisasi, yang akan berkontribusi pada keberhasilannya. Pengungkapan identitas

etika Islam perusahaan juga akan mendorong personel untuk melakukan operasi perusahaan seperti yang dipersyaratkan oleh pemangku kepentingan dan sejalan dengan prinsip-prinsip Islam. Meningkatnya kepercayaan pemangku kepentingan terhadap perbankan syariah untuk mencapai pencapaian kinerja yang diprediksikan.

Hal ini didukung oleh Murtiyani (2020). Hasil penelitian menyatakan bahwa hasil penelitian ini menunjukkan bahwa identitas etis islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA.

4.8.2 Pengaruh Market Share (MS) terhadap Kinerja keuangan

Hipotesis kedua yang ditetapkan menyatakan bahwa Market Share (MS) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan. Dari hasil penelitian diperoleh koefisien regresi untuk variabel Market Share (MS) sebesar 0.017 dengan nilai signifikansi sebesar 0.045, dimana nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan Market Share (MS) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan diterima.

Market share pada industry perbankan digunakan sebagai kekuatan dari masing – masing bank, karena jika suatu bank memiliki nilai market share yang rendah maka dapat diartikan bahwa bank tersebut tidak mampu bersaing dengan bank lain dalam suatu industry. Dengan meningkatkan presentase market share yang dimiliki suatu perusahaan akan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut dapat berkembang secara efektif. Dengan meningkatkan kemampuan market share maka akan menunjukkan keberhasilan dari kinerja perbankan (Saputra, 2016).

Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat market share maka perusahaan mampu bersaing dan sebagai tanda perusahaan tersebut berhasil secara

finansial. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Barkhowa & Utomo, (2019) dan Yunita & Fitri (2020) yang mengungkapkan bahwa market share memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan kinerja keuangan.

4.8.3 Pengaruh ISR terhadap Kinerja Keuangan

Hipotesis keempat yang ditetapkan menyatakan bahwa ISR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan. Dari hasil penelitian diperoleh koefisien regresi untuk variabel ISR sebesar 7.786 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000, dimana nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian hipotesis keempat yang menyatakan ISR berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan diterima.

Kegiatan sosial yang dilakukan oleh bank umum syariah juga dapat mempengaruhi potensi bank untuk menghasilkan pendapatan, karena cara bank berperilaku di masyarakat mempengaruhi bagaimana orang memandang bank. ISR mengkaji peran sosial bank syariah baik dari sisi hukum positif maupun perspektif Islam. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa bank syariah yang dapat menjalankan peran sosialnya secara efektif dan disertai dengan pengungkapan dalam laporan tahunan mungkin memiliki efek yang menguntungkan pada kinerja keuangannya. Semakin baik bank syariah dalam mengkomunikasikan inisiatif sosial mereka, semakin banyak aspek keuangan mereka akan meningkat. Kedermawanan Islam dalam bentuk Zakat, Infaq, Sedekah, dan Wakaf merupakan landasan inisiatif CSR bank syariah. Untuk skema tersebut, bank syariah dapat berfungsi sebagai entitas perantara sosial. Jaringan infrastruktur yang kuat yang dioperasikan oleh bank syariah akan meningkatkan kualitas kegiatan sosial. Fungsi sosial dan aktivitas

bisnis yang melekat pada bank syariah dapat digabungkan dengan cara yang saling menguntungkan. Kinerja sosial dapat meningkatkan kinerja keuangan atau sebaliknya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Santika (2019) Sutapa & Hanafi (2019) yang menyatakan bahwa ISR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan (ROA). Jadi peningkatan pengungkapan *Islamic Social Reporting* juga akan meningkatkan kinerja keuangan pada Bank Umum Syariah di Indonesia. Terlihat juga dari faktor kepercayaan yang dimiliki oleh masyarakat terhadap sebuah Bank Umum Syariah melalui pengungkapan kegiatan sosial masyarakat dan lingkungan.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Identitas Etis Islam, *Market Share* dan ISR terhadap Kinerja Keuangan bank umum syariah tahun 2016 – 2020. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Identitas Etis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa identitas etis dalam konteks Islam dianggap sebagai informasi vital yang harus diungkapkan oleh bank yang menggunakan sistem berbasis syariah dalam menjalankan operasi komersialnya. Diharapkan bahwa pengungkapan identitas yang lebih baik akan meningkatkan kepercayaan para pemangku kepentingan, yang pada gilirannya akan mendorong mereka untuk berkolaborasi satu sama lain. Dengan adanya kerjasama yang terjalin, maka kepercayaan dan dedikasi dari banyak pemangku kepentingan akan meningkat, yang akan menjamin kinerja organisasi. meningkatkan kepercayaan pemegang saham terhadap perbankan syariah guna mendongkrak kinerja sesuai dengan harapan organisasi.
2. *Market Share* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan. Hal ini dikarenakan *market share* merupakan tingkat kemampuan bank dalam persaingan perbankan. Semakin tinggi *market share* maka akan meningkatkan profitabilitas bank.

3. ISR berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan Kinerja Keuangan. Pengungkapan tanggungjawab social yang luas dapat menjadi indikator bahwa bank memiliki kondisi finansial yang baik. Semakin baik pengungkapan ISR maka semakin baik pula citra perusahaan maka dapat mempengaruhi investor dalam melakukan investasi. Semakin banyak investor, maka bank Syariah akan mendapatkan tambahan pendanaan dan mampu melakukan ekspansi usahanya sehingga profit yang diterima akan mengalami peningkatan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan masih terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian diantaranya sebagai berikut. Dari hasil pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan 4 (empat) variabel yaitu 3 variabel independen yakni Identitas Etis Islam, *Market Share* dan ISR, didapatkan hasil statistik yang menunjukkan besarnya pengaruh dari variabel dependen yaitu perilaku kinerja keuangan sebesar 34%. Sehingga sekitar 66% adalah faktor lain yang mempengaruhi tingkat profitabilitas.

5.3 Saran

Berdasarkan keterbatasan penelitian yang telah diungkapkan maka saran untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan pokok – pokok pengungkapan indeks ISR secara lebih mendalam dengan melakukan penyesuaian terhadap karakter dan kondisi perusahaan di Indonesia. Hal ini dilakukan supaya indeks ISR yang digunakan dapat lebih

mencerminkan tanggungjawab sosial yang sesuai dengan prinsip syariah yang diterapkan di Indonesia.

2. Hasil koefisiensi determinasi dari penelitian ini masih rendah yaitu sebesar 34%, sehingga disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan pengembangan dengan menambah variabel penelitian baik variabel independen, moderasi, maupun intervening.



DAFTAR PUSTAKA

- Barkhowa, M. K., & Utomo, H. (2019). Pengaruh Identitas Etis Islam Dan Market Share Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah Yang Terdaftar Di Otoritas Jasa Keuangan Indonesia Tahun 2014-2017. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 12–18. <https://doi.org/10.35829/magisma.v7i1.36>
- Fauziyah, Y., & Siswantoro, D. (2016). Analisis Pengungkapan Identitas Etika Islam dan Kinerja Keuangan Perbankan Syariah di Indonesia. *Simposium Nasional Akuntansi XIX*, 1–19.
- Heder, & Priyadi, M. P. (2016). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(2), 1–21.
- Khairany, S. J. (2018). PENGARUH PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN IDENTITAS ETIKA TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA. *JEMASI Vol.14 No.1, Jan-Jun 2018*, 14(1), 40–54.
- Lubis, R. H., & Ovami, D. C. (2020). Penilaian Kinerja Keuangan (Studi Kasus Pada PT Perkebunan Nusantara IV Medan) Gresik. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 8(September), 22–47.
- Magdalena, S., Yuningsih, I., & Lahaya, I. A. (2018). Pengaruh Firm Size Dan Good Corporate Governance Serta Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), 221. <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v5i2.2772>
- Marka, N., & Serly, V. (2020). Pengaruh Pengungkapan Identitas Etika Islam Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 2(2), 2861–2872. <https://doi.org/10.24036/jea.v2i2.254>
- Muhibbai, A., & Basri, H. (2017). Pengaruh Pengungkapan Identitas Etis Islam, Agency Cost dan Modal Intelektual Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Pada Bank Umum Syariah Periode 2010-2014). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 2(1), 30–37.
- Mursidah, M., Yunina, Y., & Zahara, M. (2021). Pengaruh Pengungkapan Identitas Etis Islam, Agency Cost Dan Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Pada Bank Umum Syariah Yang Terdaftar Di Otoritas Jasa Keuangan Periode 2016-2018). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 9(1), 57. <https://doi.org/10.29103/jak.v9i1.3726>
- Nor Hadi. (2011). *Corporate Social Responsibility*.
- Novarela, D., & Mulia Sari, I. (2016). PELAPORAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERBANKAN SYARIAH DALAM PERSPEKTIF SYARIAH ENTERPRISE THEORY (Studi Kasus pada Laporan Tahunan PT Bank Syariah Mandiri). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 2(2), 145–160.

- Pramiana, O., & Anisah, N. (2018). Implementasi Corporate Social Responsibility (Csr) Dalam Prespektif Syariah Enterprise Theory. *Eksis*, 13(2), 1–14.
- Purwanto, P. (2019). Meningkatkan Profitabilitas Dengan Menerapkan Islamic Corporate Identity (Studi Pada Bank Umum Syariah di Indonesia Tahun 2014-2017). *IQTISHADIA: Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 6(2), 131. <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v6i2.2350>
- Putra, R. A. &, & Farahmita, A. (2013). *Analisis Ethical Identity Index Sebagai Pengukuran Tingkat Pengungkapan Etika Pada Perbankan Syariah Di Indonesia Pada Periode 2010-2011*.
- Putritama, A. (2018). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Industri. *Jurnal Nominal*, VII(1), 1–20.
- Romadhani, E. L., & Wahyudi, R. (2015). Pengaruh Islamic Corporate Identity (ICI) terhadap Kinerja Bank Syariah di Indonesia. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(2), 125. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v6i2.125-140>
- Rumengan, P., Nangoi, G. B., & Rondonuwu, S. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan Pada Pt Bank Central Asia Periode Tahun 2010-2015. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(1), 164–172. <https://doi.org/10.35794/emba.v5i1.15538>
- Rusydiana, A. S. (2016). Analisis Problem Pengembangan Perbankan Syariah Di Indonesia: Aplikasi Metode Analytic Network Process. *Esensi*, 6(2), 237–246. <https://doi.org/10.15408/ess.v6i2.3573>
- Saputra, B. (2016). Faktor-Faktor Keuangan Yang Mempengaruhi Market Share Perbankan Syariah Di Indonesia. *Akuntabilitas*, 7(2), 728–743. <https://doi.org/10.15408/akt.v7i2.2675>
- Saskia Jamilah Khairany. (2018). *Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Dan Identitas Etika Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah Di Indonesia*. 14(1), 40–54.
- Siregar, E. S. (2019). Analisis Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Perbankan Syariah terhadap Market Share Aset Perbankan Syariah di Indonesia. *Zhafir / Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, 1(1), 39–50. <https://doi.org/10.51275/zhafir.v1i1.128>
- Sutapa, S., & Hanafi, R. (2019). Dampak Islamic Corporate Governance, Islamic Social Reporting Pada Kinerja Keuangan Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 8(2), 155. <https://doi.org/10.30659/jai.8.2.155-165>
- Ubaidi, A. (2020). Peningkatan Market Share Bank Syariah Melalui Kinerja Keuangan; Antara Moderasi Efisiensi Dan Risk-Taking Behavior. *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance*, 4(2), 118.

<https://doi.org/10.21043/malia.v4i2.9256>

- Yunita, A., & Fitri, M. (2020). Pengaruh Pembiayaan Musyarakah, Market Share Dan Modal Intelektual Terhadap Kinerja Keuangan Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 5(3), 344–361. <https://doi.org/10.24815/jimeka.v5i3.15618>
- Zara Ananda, C., & NR, E. (2020). Pengaruh Islamic Corporate Governance Dan Islamic Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perbankan Syariah. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 2(1), 2065–2082. <https://doi.org/10.24036/jea.v2i1.198>

