

Pengaruh Pengungkapan Nilai-Nilai Etis Islami Terhadap Profitabilitas pada Perbankan Syariah di Indonesia

¹Firlana Ayu Saputri, ²Hendri Setyawan

^{1,2}Akuntansi, Universitas Islam Sultan Agung, Semarang, Indonesia

Corresponding Author:

-@unissula.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bukti secara empiris tentang pengaruh nilai-nilai etis terhadap profitabilitas pada perbankan syariah di Indonesia. Variabel yang diuji dalam penelitian ini terdiri dari zakat, pengungkapan amal, Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR), dan kinerja keuangan. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 14 perbankan islam di Indonesia yang terdaftar pada tahun 2013-2019. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh bank umum syariah (BUS) yang terdaftar pada Bank Indonesia (BI) pada periode 2013-2019. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa zakat berpengaruh positif terhadap profitabilitas sedangkan pengungkapan amal dan ICSR tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

Kata kunci: pengungkapan zakat, pengungkapan amal, islamic corporate social responsibility, profitabilitas

Abstract

The purpose of this study was to find out empirical evidence about the effect of ethical values on profitability in Islamic banking in Indonesia. The variables tested in this study consisted of zakat, charity disclosure, Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR), and financial performance. The sampling method used purposive sampling technique, with a total sample of 14 Islamic banks in Indonesia registered in 2013-2019. The population used in this study were all Islamic commercial banks (BUS) registered with Bank Indonesia (BI) in the 2013-2019 period. The analytical method used is multiple linear regression. The results showed that zakat had a positive effect on profitability, while the disclosure of charity and ICSR had no effect on profitability.

Keywords: zakat disclosure, charity disclosure, Islamic corporate social responsibility, profitability

PENDAHULUAN

Indonesia berhasil menduduki peringkat pertama *Islamic Finance Country Index* (IFCI) dalam *Global Islamic Finance Report 2021*. IFCI sendiri merupakan perbandingan kondisi perbankan dan keuangan Syariah secara global. Perkembangan ini selain di

negara dengan warga mayoritas muslim juga terjadi di negara dimana muslim menjadi minoritas.

Sejalan dengan fenomena di atas, dalam dunia perbankan muncul harapan masyarakat terhadap praktik dalam dunia usaha yang kompatibel dengan nilai religi, misalnya perbankan yang bebas dari *riba*. Sebagai entitas usaha yang berdasarkan prinsip agama, bank syariah diyakini mampu memenuhi ekspektasi masyarakat itu. Hal ini dijalankan dengan selalu mengoperasikan bisnis sesuai nilai religi dan pada gilirannya dapat memunculkan minat khalayak untuk bertransaksi dengan bank syariah.

Terdapat beberapa manfaat bagi perusahaan dengan kepemilikan identitas perusahaan yang kuat. Salah satu contohnya adalah dapat mengoptimalkan upaya penyesuaian diri perusahaan dengan pasar, menarik investor, dapat meningkatkan motivasi karyawan serta menjadi pembeda bagi perusahaan dari produk dan layanan sejenis di pasar. Terdapat banyak organisasi yang berusaha maksimal dalam pengembangan identitas yang berbeda dan mudah untuk dikenali. (Ariyanto, 2014).

Pengertian etika yakni seperangkat prinsip moral yang membedakan mana yang baik dan mana yang tidak baik / buruk. Sementara itu nilai-nilai etis dapat dipahami sebagai tindakan atau perilaku individu dalam membuat keputusan yang salah atau benar. Pengertian lain etika adalah penilaian dan aturan berdasarkan moralitas. Dalam agama Islam sendiri telah ditekankan mengenai pentingnya etika menghargai apabila manusia ingin hidup secara bersama-sama dalam kedamaian dan keharmonisan. Etika dalam Islam berlandaskan Al-Qur'an dan As-Sunnah, dengan hukum-hukum Islam dan juga prinsip-prinsip syariah diterapkan melakukan moralitas serta praktik-praktik baik dalam kehidupan. (Azma Fatima et al., 2020).

Ethical Identity diperlukan organisasi dalam menjawab ancaman persaingan organisasi dan ketidaksesuaian budaya, semakin tingginya kesamaan produk/jasa, kekuatan terhadap teknologi, regulasi dan globalisasi untuk merombak format bisnis. Bank Syariah sebagai lembaga finansial Islami yang tidak sama dengan bank konvensional memiliki cara pandang yang secara konsep fundamental berlaku hak kepemilikan dan kontrak yang mengatur perilaku, etika, moral ekonomi dan sosial, baik individu, masyarakat hingga negara. (Khairany, 2018).

Pengungkapan identitas etis akan memberikan sinyal mengenai bagaimana perusahaan bersikap dan berprinsip, menurunnya ketidakpastian mengenai masa depan dan dalam jangka panjang. Keberadaan etika yang baik akan memberikan motivasi bagi *stakeholder* untuk bekerja sama dengan bank Syariah. Para *stakeholder* pada akhirnya menjamin kinerja perusahaan (Khairany, 2018). Di luar hal tersebut, pengungkapan identitas etis juga akan memberikan dampak baik bagi kalangan internal perusahaan. Dengan adanya pengungkapan *ethical identity* oleh perusahaan, karyawan akan termotivasi untuk mengoperasikan perusahaan sesuai dengan ekspektasi para pemangku kepentingan, berupa *return* atas investasi dan kesesuaian operasi usahanya dengan prinsip agama.

Zakat diharapkan dapat mensejahterakan pihak lain ataupun pihak perusahaan sendiri. Aspek tanggung jawab sosial perusahaan berupa zakat diharapkan dapat meningkatkan *image* perusahaan. Pada gilirannya, transaksi bisnis yang ada dalam perusahaan tersebut akan dapat ditingkatkan juga. Selain itu, pembayaran zakat juga bisa dijadikan motivasi pemerolehan laba perusahaan. Profitabilitas yang tinggi akan menarik investor demikian pula sebaliknya (Kurniawan & Suliyanto, 2007). Zakat yang terbayarkan juga merupakan suatu indikator peningkatan kemampuan ekonomi yang harus dibarengi dengan kesadaran sosial perusahaan. (Sumiyati, 2017).

Dengan kesadaran sosial berupa zakat diharapkan tujuan kemaslahatan dan keberkahan dapat tercapai. Perusahaan yang memiliki orientasi zakat tidak berarti melupakan tujuan pencarian laba ekonomi, namun maksimisasi laba dijadikan sebagai sasaran antara dengan pencapaian zakat sebagai tujuan akhirnya.

Amal merupakan suatu tindakan yang baik bagi umat manusia, pengungkapan amal terhadap kinerja keuangan perusahaan merupakan tindakan filantropis yaitu mencerminkan strategi perusahaan untuk menghadapi tekanan dari tuntutan pemangku kepentingan, arahan pemerintah atau harapan publik. Sebelumnya studi difokuskan pada tindakan filantropis dalam bentuk CSR. Berdasarkan (Azma Fatima et al., 2020) CSR dapat diartikan sebagai tindakan amal, serta bagaimana perusahaan mengelola dana mereka menuju perilaku yang etis.

Dalam konteks ini amal itu sendiri meliputi sumbangan uang tunai, produk atau layanan karyawan, tindakan amal dengan mendukung dan berkontribusi terhadap pemerintah. Dukungan dan kontribusi bank kepada LSM dan nirlaba organisasi dan sponsor bank baik dalam Pendidikan, olahraga atau budaya terhadap masyarakat.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu cara agar perusahaan dalam pengelolaan usahanya tidak hanya bertumpu pada kepentingan *shareholder* namun juga *stakeholder*. (Maryanti & Tjahjadi, 2013) mengungkapkan bahwa tata kelola perusahaan yang baik adalah mewujudkan tanggung jawab social (CSR). Dalam hal ini pelaksanaan CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan, hal tersebut sesuai dengan pernyataan Gantino (2016) bahwa pelaksanaan tanggungjawab social menciptakan penghematan sehingga dapat meningkatkan laba.

Islamic Corporate Social Responsibility sebagai suatu konsep *Corporate Social Responsibility* Islami merupakan pengembangan dari *Corporate Social Responsibility* konvensional. Dalam penelitian (Kurniawan & Suliyanto, 2007) perbankan Syariah dalam menjalankan aktivitas bisnisnya berlandaskan dengan prinsip-prinsip Syariah sehingga untuk mengukur pengungkapan CSR Indeks *Islamic Corporate social Responsibility* lebih tepat digunakan karena dalam Indeks *Islamic Corporate Social Responsibility* lebih menggambarkan aktivitas sosial menurut pandangan Islam.

Profitabilitas menjadi tolak ukur untuk mengukur efektifitas manajemen berdasarkan pengembalian yang diperoleh dari pinjaman serta investasi selain itu, profitabilitas dapat menjadi salah satu indikator dalam menilai sehat atau tidaknya suatu bank. Rasio profitabilitas adalah rasio yang sangat familiar dikalangan investor.

Profitabilitas perbankan dalam penelitian ini menggunakan ROA (*Return On Asset*). Dalam menentukan kinerja atau Kesehatan perbankan, bank Indonesia lebih mengacu ROA (*Return On Asset*) dari pada ROE (*Return On Equity*) maupun ROI (*Return On Investment*). Bank Indonesia lebih mengutamakan profitabilitas suatu bank yang diukur dengan asset dan Sebagian dananya berasal dari dana simpanan masyarakat sehingga ROA dinilai lebih mewakili pengukuran profitabilitas.

Tujuan penelitian ini adalah untuk memperjelas dampak pengungkapan nilai-nilai etis Islam dengan proksi *zakat disclosure*, *charity disclosure*, *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan yang diukur melalui profitabilitas.

Hasil penelitian terdahulu dengan topik yang sama menunjukkan hasil yang berbeda. Penelitian yang dilakukan Ariyanto (2014) mengungkapkan identitas etis Islam berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Penelitian Azma Fatima et al. (2020) pada lembaga keuangan di Malaysia menyatakan bahwa pengungkapan zakat berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan sementara variable pengungkapan *charity* tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

Pada penelitian ini, terdapat perbedaan dari penelitian sebelumnya, yaitu:

1. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah Perusahaan Bank Umum Syariah di Indonesia periode 2013-2019.
2. Ada penambahan variabel *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan pada penelitian (Eka Cahyaningtyas, 2020) perbankan syariah di Indonesia. Karena *Corporate Social Responsibility* merupakan konsep dari CSR konvensional, serta merupakan kewajiban perusahaan untuk mempertimbangkan pekerja, pengguna saham, masyarakat dan aspek lainnya.

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Syariah Enterprise Theory (SET)

Syariah Enterprise Theory merupakan enterprise theory yang telah dihayati secara mendalam dengan nilai-nilai Islam guna menghasilkan teori yang transdental dan lebih humanis. Perusahaan sebagai sebuah entitas bisnis tentu di dalamnya melibatkan banyak pihak dalam pencapaian tujuan perusahaan. *Syariah Enterprise Theory* memandang Allah SWT sebagai sumber amanah yang utama. Dengan Allah SWT sebagai pemilik tunggal dan mutlak, maka segala sumber daya yang berada dalam penguasaan *stakeholder* pada dasarnya merupakan amanah dari Allah yang di dalamnya melekat sebuah tanggung jawab untuk memanfaatkannya dengan cara dan tujuan sebagaimana dikehendaki Allah SWT. Menurut Ananda & Erinosa (2020) *Syariah Enterprise Theory* terformulasikan dari berbagai konsep dalam Islam seperti zakat, keadilan, kemaslahatan, tanggung jawab dan falah. Konsep-konsep tersebut telah dijelaskan pada Al-Qur'an salah satunya adalah surah Al-Baqarah: 251. Ayat tersebut membawa implikasi penting dalam penetapan konsep dalam Syariah Enterprise Theory.

"Maka mereka mengalahkannya dengan izin Allah, dan Dawud membunuh Jalut. Kemudian Allah memberinya (Dawud) kerajaan, dan hikmah, dan mengajarnya apa yang Dia

kehendaki. Dan kalau Allah tidak melindungi sebagian manusia dengan sebagian yang lain, niscaya rusaklah bumi ini. Tetapi Allah mempunyai karunia (yang dilimpahkan-Nya) atas seluruh alam." (QS. Al-Baqarah: 251)

Dalam konteks syariah, idealnya suatu organisasi didirikan dan dibesarkan menggunakan metafora amanah, dimana zakat menjadi orientasi utama, bukan laba. Pertanggungjawaban perusahaanpun lebih luas yakni pada Tuhan, *stakeholder*, serta alam. (Sumiyati, 2017).

Setiabudhi et al. (2020) menjelaskan bahwa manusia dikelompokkan menjadi *direct-stakeholders* (pemangku kepentingan langsung) dan *indirect-stakeholders* (pemangku kepentingan tidak langsung). *Direct stakeholders* yakni berbagai pihak yang berkontribusi kepada perusahaan secara langsung, baik berkontribusi dalam hal keuangan maupun non keuangan. Dengan kontribusi *direct stakeholders* pada perusahaan, maka pihak-pihak tersebut memiliki hak untuk diberikan suatu bentuk kesejahteraan dari perusahaan. Sementara untuk *indirect-stakeholders* meskipun pihak-pihak tersebut sama sekali tidak berkontribusi kepada perusahaan baik secara keuangan maupun non-keuangan, namun secara syariah memiliki hak untuk diberikan berbagai bentuk kesejahteraan dari perusahaan.

Pemangku kepentingan yang terakhir yakni alam. Secara fisik perusahaan bisa eksis karena keberadaannya di atas bumi, memanfaatkan energi yang disediakan alam, berproduksi dengan faktor produksi dari alam, dan sebagainya. Meski begitu, alam tentu tidak menginginkan pendistribusian kesejahteraan dari perusahaan dalam bentuk sebagaimana yang dikehendaki manusia. Perwujudan distribusi kesejahteraan dari perusahaan adalah berupa kepedulian perusahaan terhadap kelestarian lingkungan alam, pencegahan pencemaran lingkungan, dan lain lain.

Dalam *Syariah Enterprise Theory* manusia atau *direct stakeholder* diharapkan agar bisa lebih mempertanggungjawabkan apa yang telah dilakukannya kepada Allah SWT, agar kelak manusia dapat kembali kepada Tuhannya dalam keadaan yang fitrah.

Teori Stakeholder (Stakeholder Theory)

Konsep *stakeholder theory* telah mulai dikenal sejak tahun 1970an. Pada tahun 1963 istilah tersebut diperkenalkan *Standford Research Institute* (SRI) untuk pertama kalinya. Definisi *stakeholder* menurut Freeman yakni sebuah organisasi, kelompok atau individu yang dapat dipengaruhi dan mempengaruhi tujuan organisasi tersebut.

Konsep yang mendasari teori *stakeholder* yakni bahwa dengan semakin baiknya hubungan korporasi, maka akan semakin baik pula bisnis korporasi. Sebaliknya jika hubungan korporasi semakin jelek maka bisnis korporasi akan semakin jelek pula. Teori *stakeholder* merupakan suatu konsep manajemen strategik yang bertujuan membantu korporasi dalam memperkuat relasi dengan grup-grup eksternal korporasi dan juga *competitive advantage* perusahaan.

Penjelasan dalam teori *stakeholder* mengungkapkan bahwa korporasi bukan merupakan entitas yang beroperasi untuk kepentingan sendiri semata, namun juga

dapat memberikan kemanfaatan kepada semua pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal. Jika pemangku kepentingan puas dengan hasil kerja manajemen maka keberlanjutan relasi yang baik bisa diharapkan. Pengambilan keputusan pihak investor dan kreditur diharapkan tidak hanya mendasarkan pada informasi keuangan bank Syariah saja, namun juga mempertimbangkan informasi mengenai identitas etika Islam perusahaan. Pengungkapan identitas etika menyatakan mengenai sikap dan keyakinan bank Syariah, mengurangi ketidakpastian mengenai masa depan dan risiko jangka panjang (Marka & Serly, 2020).

Pengaruh Pengungkapan Zakat Terhadap Profitabilitas

Zakat merupakan instrumen harta dalam Islam yang mempunyai peranan dalam pembangunan peradaban Islam, dengan adanya pendistribusian harta yang halal kepada mustahiq. Harta ini umumnya didapatkan dari seorang muslim yang memiliki harta lebih atau kaya dan sudah mencapai *haul* dan *hisabnya*. Zakat diyakini dapat menumbuhkembangkan harta itu sendiri, sehingga jumlah harta tidak berkurang namun justru bertambah dan dapat meningkatkan kemanfaatannya sehingga disebut harta yang berkah. Selain dari itu zakat juga termasuk salah satu ciri keIslaman individu sebagaimana terangkum dalam rukun Islam (Sidik & Reskino, 2016).

Bank yang diharuskan membayar zakat memberikan lebih banyak sosial pengungkapan dari bank yang tidak diharuskan membayar zakat. Walaupun begitu, penelitian sebelumnya menemukan hasil yang beragam dalam hubungan antara pengungkapan zakat dan kinerja keuangan yang diukur menggunakan profitabilitas korporasi.

Berdasarkan Studi empiris yang telah menguji hubungan antara zakat dengan kinerja keuangan (Azma Fatima et al., 2020), (Masulah et al., 2015) dan (Sidik & Reskino, 2016) serta menurut teori *stakeholder* zakat yang dibayarkan, dikelola, didistribusikan, serta diungkapkan perusahaan dalam CSR, akan mempunyai dampak positif di mata masyarakat sehingga membantu perusahaan dalam mendapatkan citra yang baik serta dukungan dari para pemangku kepentingan. Keinformatifan pengungkapan pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan. Berbagai perusahaan memanfaatkan laporan pertanggungjawaban sosialnya sebagai salah satu alat untuk mempertinggi nilai perusahaan. Berdasarkan pernyataan tersebut maka hipotesis dapat dirumuskan sbb:

H1: Pengungkapan zakat berpengaruh positif terhadap profitabilitas

Pengaruh Pengungkapan Amal Terhadap Profitabilitas

Amal adalah perbuatan yang dilakukan sesuai dengan petunjuk Allah SWT dan contoh Rasul-Nya. Nilai akidah (iman) yang progresif ini kemudian menjadi pendorong untuk lahir dan terbentuknya amal saleh. Kaitan amal dengan iman terjadi berdasarkan panggilan batin dan tingkah laku dalam diri manusia. Getaran batin menerima bentuk

Tuhan pada dirinya melalui ayat-ayat Al-Qur'an, lalu amal (tingkah laku) mewujudkan kehendak-kehendak Tuhan tersebut dalam kehidupannya. Seorang muslim menjadi tangguh dalam beramal karena iman tersebut membuatnya merasakan keberadaan Allah SWT yang meliputi (menguasai) segalanya yang tercantum dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah: 255 yang artinya "Allah, tidak ada tuhan selain Dia. Yang Mahahidup, Yang terus menerus mengurus (makhluk-Nya), tidak mengantuk dan tidak tidur. Milik-Nya apa yang ada di langit dan apa yang ada di bumi. Tidak ada yang dapat memberi syafaat di sisi-Nya tanpa izin-Nya. Dia mengetahui apa yang di hadapan mereka dan apa yang di belakang mereka, dan mereka tidak mengetahui sesuatu apa pun tentang ilmu-Nya melainkan apa yang Dia kehendaki. Kursi-Nya meliputi langit dan bumi. Dan Dia tidak merasa berat memelihara keduanya, dan Dia Mahatinggi, Mahabesar."

Tindakan filantropis juga mencerminkan strategi perusahaan untuk menghadapi tekanan dari tuntutan pemangku kepentingan, instruksi pemerintah atau harapan publik. *Corporate Social Responsibility* dapat didefinisikan sebagai tindakan amal dan bagaimana perusahaan mengelola dana mereka menuju perilaku etis. Perusahaan dengan kontribusi tinggi terhadap tanggung jawab sosial cenderung menerima perspektif etis yang lebih baik dari pemangku kepentingan, meningkatkan motivasi karyawan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Pada gilirannya ini semua akan menghasilkan kinerja perusahaan yang lebih tinggi.

H2: Pengungkapan amal berpengaruh positif terhadap profitabilitas

Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas

Ajaran dalam Islam selama ini telah memiliki ajaran mengenai amal yang cukup serupa dengan konsep filantropi dalam pandangan konvensional. Misalnya anjuran dan kewajiban zakat, infak, sedekah, wakaf serta menyantuni kaum miskin serta memberikan keringanan kepada yang berhutang kepada kita.

Hasil yang dikemukakan oleh (Eka Cahyaningtyas, 2020) bahwa *Islamic Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan. Praktik operasional dalam perbankan Syariah terdapat penekanan aspek "less profit, more sense" yang mana mereka akan meningkatkan citra perusahaan dan memberi manfaat pada lingkungan sosial dengan tujuan mendapatkan kepercayaan masyarakat pada berbagai produk perbankan syariah. Dalam memberikan dukungan pada program sosial bank umum syariah seharusnya menyusun laporan pertanggungjawaban sosial perusahaan menggunakan laporan yang berbasis syariah. *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) sebagai laporan yang memiliki tujuan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial secara Islami merupakan wujud patuh akan amanah Allah SWT. Pada penelitian lainnya dibuktikan bahwa *Islamic Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan (Sidik & Reskino, 2016) Berdasarkan hal di atas maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H3: Islamic Corporate Social Responsibility berpengaruh negatif terhadap profitabilitas

METODE

Jenis Penelitian, Populasi dan Sampel

Jenis penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan tahunan khususnya Bank Umum Syariah (BUS) yang terdapat pada Bank Indonesia periode 2013 sampai dengan tahun 2019. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh BUS yang ada di Indonesia. Pada saat penelitian dilakukan terdapat 14 lembaga BUS di Indonesia yang terdaftar di Bank Indonesia.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini untuk pemilihan sampel adalah *Teknik Purposive Sampling*. Berikut adalah kriteria sampel dalam penelitian ini antara lain:

1. Bank Umum Syariah yang terdaftar dalam statistik Bank Indonesia selama periode 2013-2019.
2. Telah mempublikasikan laporan tahunan pada tahun 2013-2019 secara lengkap termasuk di dalamnya Laporan Sumber dan Penggunaan Dana Zakat dan laporan program *Corporate Social Responsibility* dalam *website* Bank Umum Syariah tersebut.
3. Mengungkapkan informasi mengenai data terkait variabel yang digunakan dalam penelitian secara lengkap

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Pengukuran
Y = Profitabilitas	ROA (<i>Return On Asset</i>) = $\frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$
X1 = Zakat	2,5% × Laba Sebelum Pajak
X2 = Pengungkapan Amal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sumbangan dalam bentuk uang tunai, produk, dan layanan karyawan, 2. Dukungan dan kontribusi untuk LSM (Lembaha Swadaya Masyarakat dan Organisasi Nirlaba). 3. Sponsor (Pendidikan, budaya, olahraga). Skor pengungkapan amal: 0-3
X3 = <i>Islamic Corporate social Responsibility</i>	Menggunakan indeks ICSR= <i>Item</i> yang diungkapkan / jumlah total <i>item</i> pengungkapan

Analisis Regresi Berganda

Penelitian ini menggunakan model regresi berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Sumber (Ghozali, 2019)

Keterangan:

- Y = Kinerja Keuangan (variabel terkait)
X = Variabel bebas
X1 = Zakat
X2 = Amal (*Charity Disclosure*)
X3 = *Islamic Corporate Social Responsibility*
 α = Konstanta
 β = Koefisien Estimate

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini hasil dari analisis regresi linear berganda :

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.701	.492	.474
a. Predictors: (Constant), Ln_ICSR, Ln_Zakat, Ln_Amal			

Tabel Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien	t	Sig.
Zakat	.596	8.586	.000
Amal	-.699	-1.102	.273
ICSR	-.633	-.653	.515
Dependent Variabel : ROA			

Pengungkapan Zakat terhadap Profitabilitas

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa variabel Zakat pada Tabel 4.12 menunjukkan bahwa variabel Zakat memiliki nilai koefisien regresi bertanda positif sebesar 0,596 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa variabel Zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas, **diterima**.

Dalam penelitian ini Zakat berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Berdasarkan teori *stakeholder* dalam penelitian (Azma Fatima et al., 2020) zakat yang dibayarkan, dikelola, didistribusikan, serta diungkapkan perusahaan dalam CSR, akan mempunyai dampak positif dalam penilaian masyarakat sehingga membantu perusahaan dalam meraih dukungan dan juga simpati dari para *stakeholder*. Zakat merupakan wujud kepedulian perusahaan sehingga merupakan aktivitas positif. Pada gilirannya hal itu akan dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Hal yang mendukung zakat berdampak positif pada kinerja keuangan perusahaan karena lebih sesuai dengan peningkatan nilai, dan teori lainnya seperti *stakeholder*. Dalam hal ini karena teori peningkatan nilai, teori *stakeholder*, memberikan makna bahwa pembayaran zakat akan menciptakan apresiasi positif dan kepedulian dari para stakeholder.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Munandar et al., 2019) dan (Azma Fatima et al., 2020) menyatakan bahwa zakat berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Meski begitu pada penelitian ini tidak sejalan dengan (Khasanah, 2016) yang menyatakan bahwa zakat tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

Pengungkapan Amal terhadap Profitabilitas

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa variabel Amal pada Tabel 4.12 menunjukkan bahwa variabel amal memiliki nilai koefisien regresi bertanda negatif sebesar -0,699 dengan signifikansi sebesar $0,273 > 0,05$ hal ini berarti bahwa variabel amal berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas, **ditolak**.

Dalam nilai-nilai etika Islam tergantung pada kemanusiaan, kesejahteraan sosial dan persamaan hal yang dasar persaudaraan dan segala macam kebutuhan manusia. Nilai-nilai etika Islam juga memberikan kepentingan yang sama untuk pelanggan dan pemangku kepentingan dengan memberikan pelayanan yang terbaik. Dalam nilai-nilai etis Islam zakat dan amal merupakan nilai sosial ini mengurangi perbedaan antara kaya dan miskin. Karena ini, kegiatan yang menunjang kekayaan meningkat sehingga hal ini mengurangi kesenjangan. Amal merupakan dukungan terhadap pendidikan kesehatan dan kesejahteraan sosial. Tetapi semua nilai ini tidak ditemukan di perbankan konvensional. Jadi, sistem perbankan syariah dan CSR memiliki lebih banyak kemiripan dibandingkan dengan perbankan konvensional. Perbedaan utama zakat dan amal adalah bahwa zakat adalah wajib serta amal biasanya mengacu pada sedekah *tatawwu'iyya* (amal sukarela) serta memiliki tujuan untuk mencapai solidaritas sosial, kohesi sosial untuk mempererat rasa persatuan dan persaudaraan antar umat islam (Aribi & Gao, 2010).

Dalam penelitian ini pengungkapan amal dapat disebut juga sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR), dikatakan tidak berpengaruh karena pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak memiliki pengaruh besar sebagai pertimbangan para investor untuk berinvestasi. Oleh sebab itu, dengan munculnya pertimbangan investor tersebut akan memicu keuangan perusahaan menjadi menurun selanjutnya laba perusahaan akan menurun.

Hasil penelitian ini sejalan dengan (Yaparto et al., 2013) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja keuangan.

Pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa variabel *Islamic Corporate Social Responsibility* pada Tabel 4.12 menunjukkan nilai koefisien regresi bertanda negatif sebesar -0,633 dengan signifikansi sebesar $0,515 > 0,05$. Hal ini berarti bahwa variabel *Islamic Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif dan tidak signifikan, **ditolak**.

Pengungkapan CSR tidak memiliki pengaruh dalam pertimbangan para investor untuk berinvestasi. Hal ini kemungkinan karena pada bank syariah informasi yang

dijabarkan dalam ICSR dalam banyak hal tidak dikaitkan dengan aktivitas pemerolehan laba atas aktiva yang dimanfaatkan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Arifin & Wardani, 2016) yang menyatakan bahwa ICSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja keuangan. Namun, pada penelitian ini tidak sejalan dengan (Ananda & Erinos, 2020) yang menyatakan bahwa ICSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menyatakan bahwa:

1. Variabel zakat terbukti berpengaruh positif terhadap Profitabilitas. Perusahaan lebih sering dengan peningkatan nilai dan teori serta memberikan makna bahwa pembayaran zakat akan menciptakan apresiasi positif dan kepedulian dari para stakeholder.
2. Variabel pengungkapan amal tidak terbukti berpengaruh terhadap profitabilitas. Amal tidak memiliki pengaruh besar sebagai pertimbangan investor, karena adanya pertimbangan investor akan memicu keuangan perusahaan menjadi menurun.
3. Variabel *Islamic Corporate Social Responsibility* tidak terbukti berpengaruh terhadap Profitabilitas. Pada perbankan syariah informasi yang diungkapkan dalam ICSR tidak banyak dikaitkan dengan aktivitas perolehan laba atas aktiva yang didapat.

REFERENSI

- Ananda, C. Z., & Erinos, N. (2020). Pengaruh islamic corporate governance dan islamic corporate social responsibility terhadap kinerja perbankan syariah. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 2(1), 2065–2082.
- Aribi, Z. A., & Gao, S. (2010). Corporate social responsibility disclosure: A comparison between Islamic and conventional financial institutions. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 8(2), 72–91. <https://doi.org/10.1108/19852511011088352>
- Arifin, J., & Wardani, E. A. (2016). Islamic corporat social responsibility disclosure, reputasi, dan kinerja keuangan: Studi pada bank syariah di Indonesia. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 20(1), 38–46. <https://doi.org/10.20885/jaai.vol20.iss1.art4>
- Ariyanto, T. (2014). ANALISIS PENGARUH PENGUNGKAPAN IDENTITAS ETIS ISLAM TERHADAP KINERJA KEUANGAN BANK SYARIAH DI ASIA Taufik Ariyanto 1) Alumni Pasca Sarjana Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 98–110.
- Azma Fatima, T., Ibrahim, T., Aishah Hashim, H., & Mohamad Arif, A. (2020). *Ethical values and bank performance : evidence from financial institutions in Malaysia*. 11(1), 233–256. <https://doi.org/10.1108/JIABR-11-2016-0139>

- Eka Cahyaningtyas, C. C. (2020). Islamic Corporate Responsibility Dan Kinerja Keuangan Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia. *Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(2), 72-81.
- Gantino, R. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 3(2), 19-32.
- Ghozali, I. (2019). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Khairany, S. J. (2018). PENGARUH PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN IDENTITAS ETIKA TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERBANKAN SYARIAH. *JEMAS*, 14(1), 40-54.
- Khasanah, A. N. (2016). Pengaruh Intellectual Capital Dan Islamicity Performance Index Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 5(1), 119-127. <https://doi.org/10.21831/nominal.v5i1.11473>
- Kurniawan, A., & Suliyanto. (2007). ZAKAT SEBAGAI ASPEK TABARU DAN PENGUNGKAPAN ISLAMIC SOCIAL REPORTING TERHADAP KINERJA KEUANGAN: SEBUAH AGENDA PENELITIAN. *Performance Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bumiayu*, 51-68.
- Marka, N., & Serly, V. (2020). Pengaruh Pengungkapan Identitas Etika Islam Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 2(2), 2861-2872.
- Maryanti, E., & Tjahjadi, B. (2013). ANALISIS CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP KINERJA KEUANGAN YANG MEMPENGARUHI NILAI PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1, 47-62.
- Masulah, S., Mardani, R. M., & Wahono, B. (2015). Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Kemampuan Zakat Pada Bank Syaiah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Tahun 2012-2015). *E-Journal FE UNISMA*.
- Munandar, A., Nurdiniah, D., & Alananto, D. (2019). Analisis Pengaruh Zakat terhadap Kinerja Keuangan: Studi Literatur. *Ournal Homepage: Htts://Ejournal.Imperiuminstitute.Org/Index.Php/SERAMBI Analisis*, 1(1), 23-32.
- Murtiyani, S. (2020). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR), Identitas Etis Islam terhadap Kinerja Keuangan Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Islam | Islamic Economics Journal*, 20(1).
- Setiabudhi, H., Pramuka, B. A., & Ramadhanti, W. (2020). Analisis Perbandingan Pengungkapan Islamic Ethical Identity Perbankan Syariah di Indonesia dan Malaysia. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi (JEBA)*, 22(1), 69-77.
- Sidik, I., & Reskino. (2016). Pengaruh Zakat dan ICSR terhadap Reputasi dan Kinerja. *Simposium Nasional Akuntansi XIX*, 23, 1-21.

- Sumiyati, A. (2017). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengeluaran Zakat dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Bank Umum Syariah di Indonesia. *JURNAL PENDIDIKAN AKUNTANSI DAN KEUANGAN*, 5(1), 1-9.
- Yaparto, M., Frisko, D., & Eriandani, R. (2013). Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol.2 No.1 (2013)*, 1(1), 29-47. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8608.1992.tb00173.x>