Journal of Innovation and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: galungwaknook@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (1) 2025, Page: 6775-6783

Pengaruh Zakat, Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR), Ukuran Perusahaan, dan Reputasi Bank terhadap Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah di Indonesia

Nufidatul Mahmudah*
Akuntansi Syariah, Universitas Al-Qolam Malang, Indonesia

Corresponding Author: nufidatulm@alqolam.ac.id

Published: Januari 2026

ABSTRACT

This study aims to analyse the effect of zakat, Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR), company size, and bank reputation on the financial performance of Islamic Commercial Banks in Indonesia. This study is based on Shariah Enterprise Theory, Stakeholder Theory, and Legitimacy Theory, which emphasise the importance of fulfilling shariah and social responsibilities in improving sustainable financial performance. The research sample consists of Islamic Commercial Banks in Indonesia for the period 2019–2024. Data were obtained from the banks' annual reports and sustainability reports, then analysed using multiple linear regression. The results show that, partially, zakat and ICSR have a positive and significant effect on the financial performance of Islamic Commercial Banks, while company size and bank reputation do not have a significant partial effect. However, zakat, ICSR, company size, and bank reputation simultaneously have a significant effect on financial performance. Based on these findings, this study recommends that Islamic Commercial Banks improve the management of zakat and the implementation of ICSR in a consistent and transparent manner as a strategy to strengthen financial performance and business sustainability.

Keywords: zakat, Islamic Corporate Social Responsibility, company size, bank reputation, financial performance, Islamic Commercial Banks

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International Licence, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia tidak hanya berorientasi pada pencapaian kinerja keuangan, tetapi juga memikul tanggung jawab sosial dan spiritual sesuai prinsip syariah. Nilai keadilan dan kemaslahatan diwujudkan melalui pengelolaan zakat perusahaan dan penerapan *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR),* yang menjadi pembeda utama antara bank syariah dan bank konvensional karena menciptakan nilai ekonomi sekaligus nilai sosial dan religius (Haniffa & Hudaib, 2007). Namun, kinerja keuangan BUS di Indonesia masih berfluktuasi dan pada beberapa periode relatif tertinggal dibandingkan bank konvensional, sehingga menimbulkan pertanyaan mengenai efektivitas implementasi nilai-nilai syariah dalam meningkatkan kinerja keuangan secara berkelanjutan.

Permasalahan tersebut berkaitan erat dengan pengelolaan faktor non-keuangan yang melekat pada karakteristik BUS. Pengelolaan dan pengungkapan zakat perusahaan masih belum konsisten, karena sebagian bank masih memandang zakat sebagai kewajiban individual, bukan korporasi, sehingga menimbulkan *problem* empiris dalam pengukuran dan kontribusinya terhadap kinerja keuangan serta kepercayaan publik (Ilmi et al., 2020). Selain itu, penerapan ICSR pada BUS cenderung masih bersifat *compliance-based* dan belum sepenuhnya terintegrasi sebagai strategi penciptaan nilai jangka panjang, sehingga dampaknya terhadap reputasi dan kinerja keuangan belum optimal (Haniffa & Hudaib, 2007).

Di sisi lain, ukuran perusahaan secara teoretis mencerminkan kapasitas sumber daya dan kemampuan pengelolaan yang lebih baik. Namun, dalam konteks BUS di Indonesia, peningkatan ukuran perusahaan tidak selalu diikuti oleh peningkatan efisiensi dan kinerja keuangan, sehingga

ukuran perusahaan belum tentu menjadi determinan kinerja yang kuat (Ascarya & Yumanita, 2018). Reputasi bank sebagai aset tidak berwujud juga belum sepenuhnya menjadi keunggulan kompetitif BUS, meskipun seharusnya terbentuk dari konsistensi kepatuhan syariah, transparansi pengelolaan zakat, dan komitmen sosial melalui penerapan ICSR (Suchman, 1995).

Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam. Anggraeni dan Gultom (2024) serta Syurmita dan Fircarina (2024) menemukan bahwa zakat dan ICSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan BUS, namun kontribusi reputasi dan ukuran perusahaan masih belum konsisten. Ilmi et al. (2020) juga menunjukkan bahwa zakat berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan, sementara pengaruh ICSR dan ukuran perusahaan masih bervariasi. Perbedaan temuan ini menunjukkan adanya *research inconsistency* serta keterbatasan penelitian yang umumnya menguji variabel-variabel tersebut secara parsial atau terpisah.

Berdasarkan kondisi tersebut, *research gap* penelitian ini terletak pada masih terbatasnya studi yang menguji secara simultan pengaruh zakat, *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)*, ukuran perusahaan, dan reputasi terhadap kinerja keuangan Bank Umum Syariah di Indonesia. Oleh karena itu, *novelty* penelitian ini adalah pengembangan model empiris yang lebih komprehensif dengan menempatkan keempat variabel tersebut sebagai determinan langsung kinerja keuangan, sekaligus menguji pengaruhnya secara parsial dan simultan.

Penelitian ini didasarkan pada beberapa teori yang saling melengkapi diantaranya yaitu *Shariah Enterprise Theory (SET)* menegaskan bahwa tujuan entitas syariah tidak hanya berorientasi pada pencapaian laba, tetapi juga pada pemenuhan tanggung jawab vertikal kepada Allah SWT *(habluminallah)* serta tanggung jawab horizontal kepada manusia dan alam *(habluminannas dan hablumminal 'alam)* (Triyuwono, 2012; 2012). Dalam kerangka ini, penyaluran zakat dan penerapan *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* dipandang sebagai bentuk amanah dan keadilan sosial yang wajib dilaksanakan oleh bank syariah sebagai entitas yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

Selanjutnya, Teori Legitimasi menyatakan bahwa perusahaan berupaya memperoleh dan mempertahankan legitimasi sosial melalui aktivitas yang sesuai dengan nilai dan norma masyarakat. Oleh karena itu, penyaluran zakat dan penerapan ICSR dapat meningkatkan kepercayaan stakeholder serta memperkuat legitimasi sosial bank, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap kinerja keuangan (Suchman, 1995; Ilmi et al., 2020). Teori Stakeholder menegaskan bahwa perusahaan memiliki kewajiban untuk memenuhi kepentingan seluruh pemangku kepentingan, sehingga pelaksanaan ICSR, zakat, serta pembentukan reputasi bank yang baik dapat memperkuat loyalitas nasabah dan mendukung peningkatan kinerja keuangan (Freeman, 1984). Selain itu, Teori Sinyal menjelaskan bahwa pengungkapan informasi non-keuangan seperti zakat, ICSR, reputasi bank, serta ukuran perusahaan yang besar merupakan sinyal positif bagi investor dan pemangku kepentingan lainnya mengenai kualitas tata kelola dan prospek keberlanjutan bank (Spence, 1973).

Berdasarkan penjelasan tersebut tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis pengaruh zakat, *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR), ukuran perusahaan, dan reputasi bank terhadap kinerja keuangan Bank Umum Syariah di Indonesia baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan literatur akuntansi dan keuangan syariah serta kontribusi praktis bagi manajemen Bank Umum Syariah dan regulator dalam merumuskan strategi penguatan zakat, ICSR, ukuran perusahaan, dan reputasi guna meningkatkan kinerja keuangan secara berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori dengan tujuan menguji pengaruh zakat, Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR), ukuran perusahaan, dan reputasi terhadap kinerja keuangan Bank Umum Syariah di Indonesia. Data yang digunakan merupakan data sekunder berupa laporan keuangan, laporan tahunan, dan laporan keberlanjutan Bank Muamalat Indonesia, Bank Mega Syariah, Bank Syariah Indonesia (menggunakan laporan keuangan BRI Syariah/BRIS untuk tahun 2019 karena BSI belum terbentuk akibat merger yang baru efektif pada tahun 2021), Bank Panin Dubai Syariah, dan Bank Aceh Syariah selama periode 2019–2020.

Penggunaan laporan BRIS tahun 2019 dilakukan untuk menjaga kesinambungan dan konsistensi data, serta menghindari bias struktural akibat perubahan entitas pelaporan pasca merger (OJK, 2021).

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan, yang diukur menggunakan Return on Assets (ROA) dengan rumus:

$$ROA = \frac{LabaBersih}{TotalAset}$$

Hal tersebut karena ROA mencerminkan kemampuan bank dalam mengelola aset untuk menghasilkan laba (Kasmir, 2019). Variabel independen pertama adalah zakat, yang diukur berdasarkan jumlah zakat yang disalurkan oleh bank sebagaimana diungkapkan dalam laporan keuangan atau laporan tahunan, karena nilai tersebut mencerminkan realisasi kewajiban sosial dan spiritual bank syariah secara aktual (Ilmi et al., 2020). Variabel kedua adalah *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* yang diukur menggunakan indeks pengungkapan ICSR dengan metode dummy, yaitu:

$$ICSR = \frac{\sum Skor\ Pengungkapanh}{Jumlah\ Item\ CSR}$$

di mana setiap item diberi skor 1 jika diungkapkan dan 0 jika tidak (Haniffa & Hudaib, 2007). Variabel ketiga adalah ukuran perusahaan, yang diukur menggunakan logaritma natural total aset dengan rumus:

$$Size = Total\ Aset$$

Hal tersebut karena ukuran perusahaan mencerminkan skala dan kapasitas ekonomi bank (Dang et al., 2018). Variabel keempat adalah reputasi, yang diukur menggunakan nilai komposit *Good Corporate Governance (GCG)* sebagai proksi reputasi institusional bank; untuk menyamakan arah interpretasi, nilai reputasi ditransformasikan sehingga nilai yang lebih besar mencerminkan reputasi yang lebih baik (Fombrun, 1996).

Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap kinerja keuangan, baik secara parsial (uji t) maupun simultan (uji f). Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, model regresi diuji menggunakan uji asumsi klasik yang meliputi uji multikolinearitas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Multikolinearitas

Tabel 1. Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-8.367	2.332		-3.589	.001		
	ZAKAT	2.006E-11	.000	.709	2.265	.032	.152	6.573
	ICSR	7.080	1.167	.758	6.067	<.001	.954	1.048
	REPUTASI BANK	.735	.506	.190	1.454	.158	.871	1.148
	UKURAN BANK	-8.952E-15	.000	-.608	-1.889	.071	.144	6.962

a. Dependent Variable: KINERJA KEUANGAN

Uji multikolinearitas dilakukan untuk memastikan tidak adanya korelasi tinggi antarvariabel independen dalam model regresi, dengan kriteria nilai tolerance > 0,10 dan VIF < 10 (Ghozali, 2018). Berdasarkan hasil pengujian, variabel Zakat, ICSR, Reputasi Bank dan Ukuran Bank memiliki nilai *tolerance* masing-masing sebesar 0,152, 0,954, 0,871 dan 0,144 serta nilai VIF sebesar 6,573, 1,048, 1,148 dan 6,962, yang menunjukkan tidak adanya multikolinearitas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen dalam penelitian ini tidak mengalami multikolinearitas dan model regresi layak digunakan untuk analisis lebih lanjut (Ghozali, 2018).

Uji Normalitas

Tabel 2. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			30
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.02451123
Most Extreme Differences	Absolute		.102
	Positive		.102
	Negative		-.067
Test Statistic			.102
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			.200[d]
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[e]	Sig.		.580
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.567
		Upper Bound	.593

Hasil uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov–Smirnov menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200, lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal dan asumsi normalitas dalam model regresi telah terpenuhi (Ghozali, 2021; Field, 2018).

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]

Model		**Unstandardized Coefficients**		**Standardized Coefficients**	**t**	**Sig.**
		B	**Std. Error**	**Beta**		
1	(Constant)	-3.398	3.643		-.933	.360
	ZAKAT	-1.107E-11	.000	-.364	-.800	.431
	ICSR	1.171	1.823	.117	.642	.527
	REPUTASI BANK	.410	.790	.099	.519	.608
	UKURAN BANK	-1.702E-15	.000	-.108	-.230	.820

a. Dependent Variable: LN_RES

Hasil uji heteroskedastisitas (uji Glejser) menunjukkan bahwa seluruh variabel independen, yaitu zakat, ICSR, reputasi bank, dan ukuran bank, memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Nilai signifikansi zakat sebesar 0,431, ICSR 0,527, reputasi bank 0,608, dan ukuran bank 0,820, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Dengan demikian, model regresi memenuhi asumsi klasik heteroskedastisitas, sehingga layak digunakan untuk analisis lanjutan (Ghozali, 2021).

Uji Autokorelasi

Tabel 4. Uji Autokorelasi

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.970	2.441		.398	.695
	ZAKAT	-5.472E-12	.000	-.317	-.602	.553
	ICSR	-.648	1.177	-.114	-.551	.587
	REPUTASI	-.103	.537	-.041	-.192	.849
	UKURAN	2.833E-15	.000	.316	.583	.565
	LAG	.395	.209	.396	1.892	.071

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual

Hasil uji autokorelasi menggunakan metode Breusch–Godfrey (LM test) menunjukkan bahwa seluruh variabel independen, termasuk variabel lag residual, memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Secara khusus, nilai signifikansi variabel LAG sebesar 0,071, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala autokorelasi dalam model regresi. Dengan demikian, residual antar periode bersifat independen dan asumsi klasik autokorelasi telah terpenuhi, sehingga model regresi layak digunakan untuk pengujian hipotesis selanjutnya (Ghozali, 2021).

Uji F

Tabel 5. Uji F

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.792[a]	.628	.568	1.1034323629

a. Predictors: (Constant), UKURAN BANK, ICSR, REPUTASI BANK, ZAKAT

Tabel Model Summary menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,792, yang mengindikasikan adanya hubungan yang kuat antara variabel zakat, ICSR, reputasi bank, dan ukuran bank terhadap kinerja keuangan. Nilai R Square sebesar 0,628 berarti bahwa 62,8% variasi kinerja keuangan Bank Umum Syariah dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen tersebut, sedangkan sisanya 37,2% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

Tabel 6. Uji Anova

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	51.312	4	12.828	10.536	<.001[b]
	Residual	30.439	25	1.218		
	Total	81.751	29			

a. Dependent Variable: KINERJA KEUANGAN

b. Predictors: (Constant), UKURAN BANK, ICSR, REPUTASI BANK, ZAKAT

Hasil uji ANOVA (uji F) menunjukkan nilai F sebesar 10,536 dengan tingkat signifikansi < 0,001, yang lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi signifikan secara simultan. Artinya, variabel zakat, ICSR, reputasi bank, dan ukuran bank secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja keuangan Bank Umum Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa variabel zakat, Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR), reputasi bank, dan ukuran bank secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja keuangan Bank Umum Syariah.

Temuan ini sejalan dengan teori signaling, yang menyatakan bahwa pengungkapan aktivitas sosial dan kinerja perusahaan, seperti zakat, ICSR, reputasi, dan ukuran bank, dapat menjadi sinyal positif bagi investor dan masyarakat mengenai kualitas dan prospek perusahaan (Spence, 1973). Selain itu, dari perspektif teori maqashid syariah, penerapan zakat, ICSR, dan pengelolaan reputasi

merupakan upaya perusahaan untuk mencapai kemaslahatan, keadilan, dan keberlanjutan, sehingga secara tidak langsung mendukung peningkatan kinerja keuangan sesuai prinsip syariah (Chapra, 2008; Dusuki, 2008).

Penelitian terdahulu yang mendukung temuan ini, antara lain Fitriani, Prasetyo, & Hidayat (2022) menemukan bahwa kombinasi zakat, CSR, dan ukuran bank berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan bank syariah. Putri & Sari (2021) menunjukkan bahwa penerapan ICSR, pengelolaan zakat, dan reputasi secara simultan meningkatkan profitabilitas bank syariah di Indonesia. Selanjutnya, Rahmawati & Lestari (2023) melaporkan bahwa pengelolaan zakat, ICSR, dan ukuran bank secara bersama-sama memengaruhi kinerja keuangan Bank Umum Syariah, sehingga mendukung pentingnya integrasi faktor finansial dan non-finansial dalam strategi peningkatan kinerja bank syariah.

Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-8.367	2.332		-3.589	.001
	ZAKAT	2.006E-11	.000	.709	2.265	.032
	ICSR	7.080	1.167	.758	6.067	<.001
	REPUTASI BANK	.735	.506	.190	1.454	.158
	UKURAN BANK	-8.952E-15	.000	-.608	-1.889	.071

a. Dependent Variable: KINERJA KEUANGAN

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa secara parsial zakat dan Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan Bank Umum Syariah (BUS). Variabel zakat memiliki nilai signifikansi 0,032 (< 0,05) sehingga H1 diterima, yang mengindikasikan bahwa peningkatan penyaluran zakat cenderung meningkatkan kinerja keuangan bank. Temuan ini sejalan dengan Stakeholder Theory dan Legitimacy Theory yang menegaskan bahwa pemenuhan kewajiban sosial dan syariah melalui zakat dan ICSR mampu meningkatkan dukungan stakeholder dan legitimasi sosial, sehingga berdampak positif pada kinerja keuangan (Freeman, 1984; Suchman, 1995). Dalam perspektif Islam, zakat juga dipandang sebagai instrumen *tazkiyah* yang membawa keberkahan dan keberlanjutan usaha (Antonio, 2001).

Hasil penelitian ini mendukung temuan sebelumnya yang menyatakan bahwa zakat dan ICSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan bank syariah (Haniffa & Hudaib, 2007; Farook et al., 2011; Maulida et al., 2021). Namun, beberapa penelitian lain menemukan hasil yang berbeda, yang umumnya disebabkan oleh perbedaan pengukuran, rendahnya penyaluran zakat, dan orientasi jangka pendek bank, sehingga menunjukkan bahwa pengaruh zakat dan ICSR sangat bergantung pada konsistensi pelaksanaan dan kualitas pengungkapan (Rosiana et al., 2015; Wibowo & Rahmawati, 2020).

Variabel Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan Bank Umum Syariah dengan nilai signifikansi 0,001 (< 0,05), sehingga H2 diterima. Temuan ini sejalan dengan Stakeholder Theory dan Legitimacy Theory yang menyatakan bahwa pelaksanaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial yang baik mampu meningkatkan kepercayaan stakeholder dan legitimasi sosial, sehingga berdampak positif pada kinerja keuangan (Freeman, 1984; Suchman, 1995). Selain itu, Shariah Enterprise Theory menegaskan bahwa ICSR merupakan bentuk pertanggungjawaban bank syariah kepada Allah, manusia, dan alam yang mendorong terciptanya kinerja yang berkelanjutan (Triyuwono, 2012).

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang menemukan bahwa ICSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan bank syariah (Haniffa & Hudaib, 2007; Farook et al., 2011). Namun, temuan ini berbeda dengan beberapa penelitian yang menyatakan bahwa ICSR tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan, yang umumnya disebabkan oleh perbedaan

pengukuran ICSR dan belum optimalnya implementasi program sosial di perbankan syariah (Rosiana et al., 2015).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa reputasi bank memiliki koefisien positif namun tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan Bank Umum Syariah secara parsial, dengan nilai signifikansi 0,158 (> 0,05). Temuan ini dapat dijelaskan melalui Stakeholder Theory dan Signaling Theory, yang menyatakan bahwa reputasi seharusnya menjadi sinyal positif dan membangun kepercayaan stakeholder sehingga berdampak pada kinerja keuangan (Freeman, 1984; Spence, 1973). Namun, tidak signifikannya pengaruh reputasi mengindikasikan bahwa kepercayaan dan persepsi publik terhadap bank syariah belum sepenuhnya terkonversi menjadi peningkatan kinerja keuangan dalam jangka pendek.

Hasil ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu yang menemukan bahwa reputasi bank tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan, karena reputasi lebih bersifat *intangible asset* yang dampaknya cenderung jangka panjang dan tidak langsung (Fombrun & Shanley, 1990; Wibowo & Rahmawati, 2020). Namun demikian, temuan ini berbeda dengan penelitian lain yang menyatakan bahwa reputasi berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan melalui peningkatan loyalitas nasabah dan kepercayaan investor (Roberts & Dowling, 2002; Ilmi et al., 2020). Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh reputasi bank terhadap kinerja keuangan sangat bergantung pada indikator reputasi yang digunakan serta kemampuan bank dalam mengelola dan mengomunikasikan reputasi tersebut secara konsisten.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa reputasi bank memiliki koefisien positif namun tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan Bank Umum Syariah, dengan nilai signifikansi 0,158 (> 0,05)**.** Demikian pula**,** ukuran bank menunjukkan koefisien negatif dengan nilai signifikansi 0,071 (> 0,05)**,** sehingga belum mampu memengaruhi kinerja keuangan secara signifikan pada tingkat kepercayaan 95%. Nilai konstanta sebesar –8,367 mengindikasikan bahwa apabila seluruh variabel independen bernilai nol, maka kinerja keuangan cenderung menurun. Dengan demikian, secara parsial hanya zakat dan ICSR yang terbukti berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan Bank Umum Syariah, sedangkan reputasi bank dan ukuran bank tidak berpengaruh signifikan (Ghozali, 2021).

Temuan ini dapat dijelaskan melalui Stakeholder Theory dan Signaling Theory, yang menyatakan bahwa reputasi dan ukuran perusahaan seharusnya menjadi sinyal positif bagi stakeholder dan investor (Freeman, 1984; Spence, 1973). Namun, tidak signifikannya pengaruh reputasi dan ukuran bank menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut belum mampu secara langsung meningkatkan kinerja keuangan dalam jangka pendek. Hasil ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu yang menemukan bahwa reputasi dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan, karena reputasi bersifat *intangible* dan ukuran yang besar tidak selalu diikuti oleh efisiensi operasional (Fombrun & Shanley, 1990; Rosiana et al., 2015). Sebaliknya, hasil ini berbeda dengan penelitian lain yang menyatakan bahwa reputasi dan ukuran bank berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan melalui peningkatan kepercayaan pasar dan skala ekonomi (Roberts & Dowling, 2002; Sufian & Noor, 2012). Perbedaan temuan tersebut menunjukkan bahwa pengaruh reputasi dan ukuran bank sangat dipengaruhi oleh kondisi internal bank, efisiensi pengelolaan aset, serta periode pengamatan penelitian.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa secara parsial zakat dan Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan Bank Umum Syariah (BUS)**,** yang menunjukkan bahwa kepatuhan syariah dan pelaksanaan tanggung jawab sosial Islam memiliki peran penting dalam meningkatkan kinerja keuangan bank. Sebaliknya, reputasi bank dan ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Namun demikian, secara simultan zakat, ICSR, reputasi bank, dan ukuran perusahaan terbukti berpengaruh terhadap kinerja keuangan BUS, yang menegaskan bahwa kinerja keuangan bank syariah dipengaruhi oleh kombinasi faktor kepatuhan syariah, tanggung jawab sosial, kepercayaan stakeholder, dan kapasitas sumber daya.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena objek penelitian terbatas pada Bank Umum Syariah di Indonesia serta pengukuran zakat dan ICSR yang bergantung pada kualitas pengungkapan laporan

tahunan dan laporan keberlanjutan. Oleh karena itu, BUS disarankan untuk meningkatkan pengelolaan zakat dan penerapan ICSR secara lebih konsisten dan transparan guna mendorong kinerja keuangan yang berkelanjutan. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek penelitian, menambahkan variabel lain seperti Good Corporate Governance, kepatuhan syariah, efisiensi operasional, atau risiko pembiayaan**,** serta menguji peran variabel mediasi atau moderasi agar memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai kinerja perbankan syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraeni, A. O., & Gultom, M. S. (2024). Pengaruh zakat dan corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan dan reputasi Bank Umum Syariah. *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 10(1), 1–15.

Antonio, M. S. (2001). *Bank syariah: Dari teori ke praktik*. Jakarta: Gema Insani.

Ascarya, & Yumanita, D. (2018). Analisis efisiensi perbankan syariah di Indonesia. *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, 20(3), 299–322.

Chapra, M. U. (2008). *The Islamic Vision of Development in the Light of Maqasid Al-Shariah*. Jeddah: Islamic Development Bank.

Dusuki, A. W. (2008). Banking for the poor: The role of Islamic banking in microfinance initiatives. *Humanomics*, 24(1), 49–66.

Farook, S., Hassan, M. K., & Lanis, R. (2011). Determinants of corporate social responsibility disclosure: The case of Islamic banks. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 2(2), 114–141.

Field, A. (2018). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics* (5th ed.). London: Sage Publications.

Fitriani, R., Prasetyo, H., & Hidayat, R. (2022). Pengaruh zakat, CSR, dan ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan bank syariah. *Jurnal Keuangan Syariah*, 10(2), 101–115.

Fombrun, C. J. (1996). *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*. Harvard Business School Press.

Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). *Basic Econometrics* (5th ed.). McGraw-Hill.

Haniffa, R., & Hudaib, M. (2007). Exploring the ethical identity of Islamic banks via communication in annual reports. *Journal of Business Ethics*, 76(1), 97–116.

Ilmi, S, N., Fatimah, S., & Sumarlin, S. (2020). Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) dan zakat perusahaan terhadap kinerja perbankan syariah dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating. *Islamic Banking, Economic and Financial Journal*, 4(2), 85–101.

Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan*. RajaGrafindo Persada.

Maulida, R., Nugraheni, P., & Haryanto, T. (2021). Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility terhadap kinerja keuangan bank syariah. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, 5(2), 101–113.

Otoritas Jasa Keuangan. (2021). *Roadmap Perbankan Syariah Indonesia*. OJK.

Putri, D., & Sari, L. (2021). Analisis pengaruh CSR, zakat, dan reputasi terhadap kinerja keuangan bank syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(2), 75–88.

Rahmawati, F., & Lestari, M. (2023). Pengaruh zakat, ICSR, dan ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan Bank Umum Syariah. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Syariah*, 11(1), 55–70.

Roberts, P. W., & Dowling, G. R. (2002). Corporate reputation and sustained superior financial performance. *Strategic Management Journal*, 23(12), 1077–1093.

Rosiana, R., Arifin, B., & Hamdani, M. (2015). Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 6(2), 246–258.

Sari, D., Putra, A., & Hidayat, L. (2021). Pengaruh ICSR, reputasi, dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas bank syariah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah*, 8(1), 33–48.

Spence, M. (1973). Job market signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355– 374.

Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), 571–610.

Syurmita, & Fircarina, R. (2024). Pengaruh zakat, ICSR, dan good governance terhadap reputasi dan kinerja Bank Umum Syariah di Indonesia. *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 5(1), 45–60.

Triyuwono, I. (2012). *Akuntansi syariah: Perspektif, metodologi, dan teori*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Triyuwono, I. (2012). *Akuntansi syariah dalam bingkai nilai keadilan dan kesejahteraan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Wibowo, S., & Rahmawati, E. (2020). Islamic Corporate Social Responsibility dan kinerja keuangan perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, 8(1), 45–58