

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Publisitas

1. Pengertian Publisitas

Menurut Kasmir publisitas adalah suatu kegiatan perusahaan yang dirancang untuk memunculkan perhatian atau minat masyarakat melalui artikel, editorial dan berita sehingga dapat mengadopsi kesadaran, sudut pandang, dan citra positif masyarakat terhadap perusahaan. Publisitas merupakan aktivitas untuk menarik nasabah melalui kegiatan tertentu seperti pameran, bakti sosial, kegiatan sponsor, dan program CSR.¹ Selain itu, publisitas juga sering disebut sebagai hubungan masyarakat. Dimana kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor perusahaan dimata masyarakat sehingga publisitas perlu dimaksimalkan agar masyarakat dapat mengenal lebih dekat dan tertarik pada perusahaan tersebut.² sehingga dapat disimpulkan bahwa publisitas adalah suatu kegiatan untuk menarik masyarakat melalui artikel, berita dan editorial mengenai kegiatan-kegiatan perusahaan seperti kegiatan sponsor, program CSR ataupun pameran sehingga dapat menimbulkan citra yang positif masyarakat terhadap perusahaan.

¹Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 160

²M. Suyanto, *Marketing Strategi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), hlm. 207

2. Tujuan Publisitas

Tujuan dari publisitas adalah untuk memberikan pengenalan lebih mendalam pada masyarakat sehingga dapat selalu diingat oleh masyarakat yang kemudian dapat menarik minat mereka. Semakin baik publisitas yang dilakukan perusahaan maka citra baik perusahaan juga semakin positif.³

3. Sarana Publisitas

Untuk menarik minat dan memunculkan citra positif masyarakat. Perusahaan dapat melakukan publisitas melalui berbagai sarana berikut:⁴

- a. Hubungan Pers yaitu memaparkan informasi yang tepat untuk diterbitkan dalam surat kabar ataupun sarana lainnya.
- b. Publisitas Produk yaitu memaparkan produk secara khusus seperti melalui website resmi perusahaan ataupun pergelaran acara *launching* produk tersebut.
- c. Komunikasi Perusahaan yaitu berupa komunikasi internal ataupun eksternal sehingga tercipta pengertian yang saling timbal balik antara perusahaan dengan masyarakat.
- d. *Lobbying* yaitu suatu kegiatan kerjasama antara ahli hukum dengan pemerintah untuk mendukung ataupun menghapus undang-undang yang bisa mengganggu publisitas suatu perusahaan.
- e. Bimbingan yaitu melakukan suatu nasihat pada manajemen yang berkaitan dengan hal-hal kemasyarakatan dalam perusahaan dan citra baiknya.

³*Ibid.*, hlm. 207

⁴Nugroho J. Setiaji, *Perilaku Konsumen*, (Bogor: Kencana, 2003), hlm. 262

B. Corporate Social Responsibility

1. Pengertian Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility pertama kali dicetuskan oleh Howard Brown dalam tulisannya yang berjudul *Social Responsibility of the Businessman* pada tahun 1953 untuk mengeliminasi keresahan dunia bisnis.⁵ Menurut Bowen, CSR merupakan suatu keputusan bisnis guna memberikan nilai-nilai kebaikan terhadap masyarakat.⁶ Menurut Lingkar Studi Indonesia (LSI) menjelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* atau CSR merupakan suatu upaya sungguh-sungguh dari entitas bisnis untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasionalnya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial, dan lingkungan. Sehingga bisa mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Secara implisit pengertian tersebut berarti mengajak perusahaan untuk bersungguh-sungguh dalam upaya memberikan manfaat atas kehadirannya untuk masyarakat saat ini. Meminimalkan dampak negatif adalah salah satu bagian dari usaha memberikan manfaat dimasa yang akan datang.

Menurut Philip Kotler, *Corporate Social Responsibility* dikatakan sebagai *discretionary* yang dalam arti luas berarti sesuatu yang perlu dilakukan. Seandainya tidak dilakukan, dampaknya adalah merugikan diri sendiri. Namun, hal ini bukanlah suatu peraturan yang diharuskan (saat ini Indonesia telah mengharuskan melalui UU Perseroan). Sedangkan menurut *World Business Council for Sustainable*

⁵Wargianti dan Budhisulistiyawati, *Studi tentang CSR (Corporate Social Responsibility) di PT Madubaru Yogyakarta berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas*, JURNAL: Jurnal Universitas Sebelas Maret Surakarta Privat Law, Vol. 6, No. 1, 2018, hlm. 14

⁶Noor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hlm. 46

Development, CSR bukan sekedar *discretionary*, tetapi suatu komitmen yang merupakan kebutuhan bagi perusahaan yang baik sebagai perbaikan kualitas hidup. Secara filosofis, jika perusahaan berusaha untuk berguna bagi umat manusia maka dalam jangka panjang tentunya akan tetap eksis.⁷ *Corporate Social Responsibility* atau kinerja sosial mempunyai pengertian bahwa bagaimana suatu perusahaan dapat memenuhi kepentingan *stakeholder* secara efisien sebagai bentuk pertanggungjawaban perusahaan.

Yang termasuk dalam tanggung jawab sosial adalah semua aspek operasionalisasi perusahaan, misalnya jaminan atas keamanan karyawan, keamanan produk, keamanan pembuangan limbah dan keamanan yang terdapat pada area sekitar perusahaan beroperasi. Implementasi CSR tidak sebatas pada kontribusi bantuan kepada lingkungan sosial tetapi juga pada *positive behavior* dan menjaga kegiatan operasional agar tidak mengganggu pihak lain. Suatu tanggung jawab sosial dimulai ketika perusahaan berniat untuk *sustainable* beroperasi lebih lama, menyesuaikan kemajuan yang terjadi dan bisa terus bertahan dalam bisnis.⁸ Perusahaan harus mempunyai strategi dan prioritas agar bisa memberikan manfaat. Eksistensi dari suatu perusahaan merupakan salah satu bentuk prioritas penting yang harus dimiliki dalam mewujudkan bisnis yang berkelanjutan.

⁷Nurdizal M. Rachman, dkk., *Panduan Lengkap Perencanaan CSR*, (Jakarta: Penebar Swadaya, 2011), hlm. 15

⁸Nur Oktamayuni Waaqi'ah, *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2019-2019*, SKRIPSI: Jurusan Manajemen Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sulthan Thaha Saifudin, hlm. 12

Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengertian *Corporate Social Responsibility* adalah suatu komitmen perusahaan yang penting untuk dilaksanakan sebagai bentuk pemberian nilai-nilai positif atas operasional perusahaan terhadap kepentingan ekonomi, sosial, lingkungan dan karyawan sesuai dengan aturan ditetapkan perusahaan.

2. Teori Dasar Penerapan *Corporate Social Responsibility*

Terdapat beberapa teori yang melandasi penerapan *Corporate Social Responsibility* antara lain:⁹

a. Teori *Stakeholder*

Teori ini mengemukakan bahwa perusahaan bukan suatu objek yang hanya beroperasi guna kepentingan sendiri tetapi juga wajib memberikan dampak untuk *stakeholder*. *Stakeholder* adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan.¹⁰ Memiliki dua jenis diantaranya adalah primer dan sekunder. *Stakeholder* primer adalah semua pihak yang mempunyai interaksi langsung dengan perusahaan dan selalui dilibatkan yang bersifat berkelanjutan, hal ini dikarenakan memiliki posisi yang cukup fundamental bagi keberadaan perusahaan dalam jangka panjang. Sedangkan *stakeholder* sekunder adalah semua pihak yang tidak mempunyai kepentingan secara langsung dengan operasionalisasi perusahaan

⁹*Ibid.*, hlm. 13

¹⁰*Ibid.*, Noor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, hlm. 93

namun memiliki posisi yang harus dipertimbangkan karena bisa berkontribusi dalam munculnya efek negative maupun positif perusahaan.¹¹

b. Teori Legitimasi

Mengemukakan bahwa lingkungan eksternal dalam operasionalisasi perusahaan dapat berubah secara konstan dan perusahaan berusaha meyakinkan bahwa perilaku tersebut sudah sesuai dengan batas-batas dan norma yang berlaku dalam masyarakat. Teori ini merupakan teori yang memiliki hubungan cukup erat dengan teori *stakeholder*, sehingga akan selalu mengalami perputaran sesuai dengan perubahan masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan berdiri.¹²

c. Teori *Consumer Inference Making* (CIM)

Merupakan suatu penilaian bersifat positif dari konsumen yang diberikan saat mereka mengetahui bahwa perusahaan dapat menghasilkan produk sehingga dianggap bahwa suatu perusahaan tersebut bertanggung jawab.

d. *Signaling theory*

Menguraikan bahwa dalam suatu keadaan dimana terdapat keseimbangan informasi antara penjual dan pembeli, maka konsumen menggali informasi yang dapat dijadikan pertimbangan dalam membedakan operasionalisasi perusahaan yang bersifat baik dan buruk.

¹¹Muhammad Yasir Yusuf, *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS) Teori dan Praktik*, (Depok: Kencana, 2017), hlm. 38

¹²Lin Lindawati dan Marsella Eka Puspita, *Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder Legitimacy Gap dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan*, JURNAL: Jurnal Akuntansi Multiparadigma (JAMAL), Vol. 6, No. 1, April 2015, hlm. 163

e. *Social identity theory*

Menjelaskan bahwa seseorang dapat dipengaruhi oleh keanggotaan dengan organisasi sosial yang berbeda, salah satunya adalah perusahaan tempat seseorang bekerja.

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* berdasarkan pada kepentingan perusahaan dan *stakeholders*, lingkungan eksternal dalam operasionalisasi perusahaan, untuk memperoleh nilai positif dalam masyarakat, untuk mempengaruhi anggota organisasi sosial yang berbeda, serta untuk menciptakan keseimbangan informasi antara perusahaan dengan konsumen.

3. Penerapan *Corporate Social Responsibility*

Penerapan CSR adalah salah satu bukti adanya tanggung jawab sosial perusahaan agar komunitas lokal maupun masyarakat dapat menerima manfaat atas program yang dijalankan.¹³ Berikut penelitian yang sudah dilakukan berkaitan dengan kinerja sosial sehingga dapat dijadikan dasar dalam penerapannya.

a. *Agency Theory* (Abner dan Ferrer, 2019; Bermundo et al, 2019)

Berdasarkan teori ini konflik yang ada antara kepala perusahaan dengan perantara bisa diminimalisir.

b. *Signaling Theory* (Abner dan Ferrer, 2019; Bermundo et al, 2019)

Berdasarkan teori ini kewajiban sosial harus dipenuhi perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan kelestarian lingkungan. Upaya ini

¹³ Eko Budi Santoso, dkk., "*Tinjauan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Studi Kasus di Malaysia*", (Sleman: PENERBIT DEEPUBLISH, 2021), hlm. 1

harus masuk prioritas perusahaan selain orientasi profit dan pengelolaan internal, serta diterapkan dengan strategi *Corporate Social Responsibility*. Melalui strategi tersebut, kesadaran perusahaan menjadi meningkat khususnya dalam konteks tanggung jawab secara sosial dan keterbukaan dalam mengoperasikan bisnis. Strategi ini juga berguna bagi perusahaan dalam mengelola citra positif di kalangan masyarakat.

Program CSR dalam pengembangan perusahaan yang berkelanjutan mencakup peningkatan kesejahteraan salah satu upaya yang perlu dilakukan adalah mengurangi tingkat kemiskinan masyarakat, pelestarian lingkungan, dan pembangunan ekonomi berkelanjutan. Selain untuk membantu pengembangan perusahaan juga bermanfaat membantu perusahaan dalam memperbaiki modal dan *financial performance*, meningkatkan citra perusahaan dan pelayanan jasa, mengelola kualitas kerja, mengonversikan keputusan secara kritis, serta membenahi risiko secara lebih efisien dan mengurangi biaya jangka panjang.¹⁴ Dalam realisasinya pada bidang swasta perusahaan berkelanjutan, merupakan suatu stimulus yang cukup kokoh.

Melalui realisasi CSR juga menjadikan kehidupan tenaga kerja perusahaan ataupun masyarakat sekitar perusahaan dapat ditingkatkan bukan pada area yang meluas dalam operasionalisasi perusahaan. Program pembangunan berkelanjutan dinilai gagal apabila tidak mampu mendistribusikan kemajuan ekonomi pada masyarakat yang memiliki perekonomian rendah.¹⁵ Oleh karena itu, strategi

¹⁴*Ibid.*, hlm. 16

¹⁵*Ibid.*, hlm. 2

Corporate Social Responsibility berdasarkan pada kesadaran masyarakat terhadap pentingnya peran perusahaan bagi mereka adalah salah satu awal mula munculnya topik mengenai tanggung jawab sosial.

Citra positif masyarakat dapat terbentuk ketika terdapat pemahaman masyarakat yang diletakkan pada perusahaan atas tanggung jawab sosial yang sudah diberikan. Dalam hal ini, perusahaan dinilai sudah berperilaku etis dalam menjalankan bisnis. Beberapa penelitian menjelaskan bahwa keterlibatan perusahaan secara aktif dalam realisasi tanggung jawab sosialnya berdampak pada peningkatan kinerja perusahaan. Namun, di belakang keaktifan perusahaan untuk terus memenuhi tanggung jawab sosial diindikasikan memicu adanya kontradiksi. Hal ini berhubungan dengan adanya tindakan perusahaan yang mengarah pada ketidakjujuran, terutama dalam hal keuangan. Keadaan ini mencetuskan bahwa perusahaan yang aktif dalam penyampaian tanggung jawab sosial tidak seterusnya bisa disebut sebagai perusahaan yang berperilaku profesional sesuai dengan kebijakan yang berlaku.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penerapan CSR perlu adanya analisis motivasi terhadap perusahaan, supaya bisa dipahami apa saja sesuatu yang menjadi dasar perusahaan dalam implementasi tanggung jawab sosial kepada masyarakat.

4. Faktor yang Mempengaruhi Implementasi *Corporate Social Responsibility*

Praktik CSR dalam aktivitas bisnis menjadi komitmen tersendiri bagi perusahaan dalam menanggung dan mengembangkan kualitas karyawan, organisasi, hingga masyarakat. Cara tersebut dilakukan sebagai perwujudan atas kontribusi

pembangunan ekonomi berkelanjutan. Terdapat beberapa faktor pemicu perusahaan dalam implementasi *Corporate Social Responsibility*, diantaranya:¹⁶

- a. *Causes promotion* merupakan pemberian bantuan pada masyarakat disertai dengan persuasi.
- b. *Causes related marketing* merupakan kegiatan perusahaan dalam pemberian bantuan sesuai dengan kebutuhan masyarakat pada saat itu.
- c. *Corporate social marketing* merupakan kegiatan perusahaan dalam memberikan dukungan guna menumbuhkan karakter masyarakat. Misalnya adalah mengadakan penyuluhan mengenai hidup sehat.
- d. *Corporate philanthropy* merupakan kegiatan perusahaan dalam bentuk pemberian sumbangan yang didalamnya tidak disertai dengan unsur persuasi maupun dukungan.
- e. *Community volunteering* merupakan kegiatan perusahaan dalam memberikan motivasi melalui program pendampingan masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup mereka. Misalnya adalah melakukan pendampingan berupa belajar keterampilan baru.

Dalam implementasi *Corporate Social Responsibility* terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perusahaan diantaranya seperti umur perusahaan, jenis industri dan kuantitas perusahaan. Pengertian masyarakat lokal mengenai pentingnya CSR dalam meningkatkan taraf hidup masih kurang. Keadaan inilah yang memicu realisasi CSR di golongan masyarakat masih kurang optimal.

¹⁶*Ibid.*, hlm. 6

Sehingga, masyarakat harus paham dan melibatkan diri secara langsung untuk melakukan kerja sama dalam mencapai program CSR.

Dalam pelaksanaannya perusahaan mempunyai beberapa kebijakan yang melingkupi standard, mekanisme laporan, jaminan, dan penegakan hukum. Jika seluruh aspek tersebut tidak dipenuhi, maka memungkinkan terjadinya penyalahgunaan tanggung jawab manajer oportunistik yang merupakan pihak bertanggung jawab atas implementasi CSR.¹⁷ Implementasi CSR dibutuhkan perusahaan untuk meningkatkan kesadaran dalam berperilaku secara etis serta terbuka dalam operasionalisasi bisnis yang mereka lakukan. Hal ini merupakan salah satu dasar dalam berkomitmen untuk membentuk keselarasan antara relevansi perusahaan dengan keperluan masyarakat. Loyalitas perusahaan dalam realisasi CSR merupakan salah satu bentuk upaya untuk menanggung kelanjutan bisnis dalam menjaga keseimbangan antara nilai, norma, lingkungan dan budaya masyarakat sehingga tidak hanya berpusat pada pencapaian moneter. Loyalitas perusahaan mempunyai peran sebagai suatu parameter kinerja perusahaan yang bisa di evaluasi oleh pengampu kepentingan, investor, ataupun masyarakat.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam implementasi *Corporate Social Responsibility* dipengaruhi oleh sikap persuasi, suka rela, program menumbuhkan karakter masyarakat, i'tikad baik untuk menyumbang, dan memiliki tujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Semakin tua umur suatu perusahaan dinilai

¹⁷*Ibid.*, hlm. 3

mempunyai implementasi CSR lebih tinggi. Sedangkan perusahaan dengan umur yang masih muda, cenderung lebih mengalami kendala.

5. *Corporate Social Responsibility* dalam Islam

Konsep *Corporate Social Responsibility* dari sudut pandang Islam memiliki arti yang penting. Dalam perpektif Islam didasarkan pada tanggung jawab kepada Allah, kepada manusia, dan tanggung jawab kepada alam semesta. Dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* mempunyai nilai falsafah berasal dari Al-Qur'an dan As-Sunnah, kemudian dijadikan dasar dalam berbagai kegiatan manusia, termasuk pelaksanaan CSR terutama pada perusahaan-perusahaan yang dibangun berdasarkan syariat Islam. Dalam salah satu firman Allah SWT pada Q.S. Al-Hadid, ayat 18 yang memiliki arti:

“Sesungguhnya orang-orang yang bersedekah baik laki-laki maupun perempuan dan meminjamkan kepada Allah pinjaman yang baik, niscaya akan dilipat-gandakan (ganjaannya) kepada mereka; dan bagi mereka pahala yang banyak”

Selain itu berdasarkan penelitian, nash-nash maupun hadis bahwa sesuai dengan kebijakan Islam mencangkup kemaslahatan manusia yang dalam hal ini kegiatan *Corporate Social Responsibility* dinilai sebagai kegiatan yang berkaitan dengan kemaslahatan manusia.¹⁸ Konsep *Corporate Social Responsibility* dari sudut

¹⁸*Ibid.*, Nur Oktamayuni Waaqi'ah, *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2019-2019*, hlm. 10

pandang Islam memiliki arti yang penting. Pelaksanaannya berdasarkan pada lima prinsip yang sudah ditetapkan dalam Al-Qur'an dan Sunah:¹⁹

- a. Tauhid yaitu suatu keyakinan yang menitikberatkan hanya Allah yang mengatur dan menciptakan alam semesta ini.
- b. *Khalifah* yaitu mengarah pada peran manusia dalam memanfaatkan, mengembangkan, menginfakkan, dan menggunakan harta milik Allah untuk kesejahteraan manusia.
- c. Keadilan yaitu suatu keseimbangan yang merupakan suatu konsep dalam membentuk keseimbangan dan keharmonisan apabila ditegakkan. Dalam konsep keadilan ekonomi Islam, pemerataan pendapatan dan kekayaan difokuskan bahwa setiap individu memiliki jaminan dan strata hidup yang terhormat.
- d. *Ukhuwah* yaitu persaudaraan yang mengikat adanya perhatian semua pihak yang merasa bersaudara. Prinsip ini menuntut bahwa pelaksanaan CSR bagi sesama pihak yang memiliki kepentingan untuk saling membantu dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan dan kelestarian tanpa merugikan salah satu atau lainnya.
- e. *Maslahah* dalam pelaksanaan CSR adalah memelihara hal-hal yang menanggung untuk terciptanya kemaslahatan dan menghindari segala kemungkinan yang bisa terjadi ataupun akan terjadi dalam lingkungan perusahaan.

¹⁹*Ibid.*, Muhammad Yasir Yusuf, *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS) Teori dan Praktik*, hlm. 10

Sehingga dapat disimpulkan sesuai dengan Q.S. Al-Hadid ayat 18 bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu bagian dari kebijakan yang berkaitan dengan kemaslahatan antar manusia, serta dalam pelaksanaannya berdasarkan pada beberapa prinsip yaitu keyakinan pada Allah SWT, kewajiban sebagai manusia, keadilan, persaudaraan dan kemaslahatan.

C. *Islamic Social Reporting*

Indeks *Islamic Social Reporting* pertama kali digagas oleh Haniffa (2002) yang terkandung dalam penelitiannya berjudul “*Social Reporting Disclosure: An Islamic Perspective*” yang didalamnya berisi kompilasi unsur-unsur standar CSR sesuai dengan kebijakan Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions (AAOIFI)²⁰. Menurut Hannifa memiliki berbagai keterbatasan dalam publisitas basis konvensional, sehingga penting untuk menemukan rangkaian konseptual mengenai ISR yang memiliki dasar prinsip syariah, tidak hanya membantu perusahaan dalam menyelesaikan kewajiban terhadap Allah, tetapi juga terhadap sesama manusia.²¹ Memperoleh keuntungan secara maksimal sudah menjadi tujuan dari semua perusahaan. Perusahaan dapat dikatakan mempunyai kinerja perusahaan yang baik ketika mampu mencapai keuntungan yang maksimal. Sedangkan bagi perusahaan yang tidak mampu

²⁰*Accounting and Auditing Organization of Islamic Financial Institutions (AAOIFI)* adalah Lembaga Internasional Independen yang didukung oleh lebih dari 200 lembaga anggota dari 45 negara, termasuk di dalamnya Bank Setral, Lembaga Keuangan Syariah, dan partisipan lain dari kalangan industri perbankan dan keuangan internasional. AAOFI didirikan pada 1 Safar 1410 H/26 Februari 1990 di Aljazair, kemudian didaftarkan pada 11 ramadhan 1411/27 Maret 1991 di Bahrain. Informasi lebih lengkap di <http://www.aaofi.com>. Diakses 16 Januari 2022, pukul 19.54).

²¹Mutia Rahmawati Isya, *Analisis Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Berbasis Islamic Social Reporting (ISR) pada Bank Syariah Mandiri Periode 2014-2016*”, JURNAL: Iqtishodia, Jurnal Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Malang, Vol. 4, No. 1, Maret 2019, hlm. 12

mencapai tujuan tersebut, maka perlu dilakukan analisis mengenai bagaimana kinerja perusahaan sehingga dapat diketahui apa usaha yang bisa dilakukan untuk memperbaiki kinerja perusahaan. Berkaitan dengan pentingnya pelaporan tanggung jawab sosial sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, perusahaan syariah perlu memanfaatkan *Islamic Social Reporting* (ISR).

Setelah itu mulai dikembangkan oleh Rohana Otman, Azhan Md Thani dan Erlane K. Ghani dari Malaysia pada tahun 2009.²² Menurut Maliah dkk., dalam Abi Rifdi menjelaskan bahwa *Islamic Social Reporting* merupakan bentuk perluasan dari *Social Reporting* yang melingkup argumen masyarakat mengenai peran perusahaan dalam perekonomian, tetapi juga peran spiritual. Dalam ISR, afirmasi ini difokuskan pada keadilan sosial yang berkaitan dengan publisitas lingkungan, hak minoritas dan karyawan. Indeks ISR memiliki unsur-unsur publisitas sebagai parameter dalam publisitas kinerja sosial lembaga bisnis syariah. Indeks ini memiliki enam indikator penilaian, diantaranya:²³

1. *Finance and Investment Theme* (Keuangan dan Investasi)
2. *Products and Service Theme* (Produk dan Jasa)
3. *Employee Theme* (Karyawan atau Tenaga Kerja)
4. *Society Theme* (Sosial atau Masyarakat)
5. *Corporate Governance Theme* (Tata Kelola Organisasi)

²²Fauzani, *Screening Saham Syariah dan Implementasinya terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada Daftar Efek Syariah*, (Serang: Penerbit A-Empat, 2021), hlm. 87

²³Siti Ari Isyaroh, dkk., *Islamic Social Reporting sebagai Model Pengukuran Kinerja Sosial pada Perbankan Berbasis Syariah di Indonesia*, Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Jember dalam <http://respository.unmuhjember.ac.id>, hlm. 3

Sehingga dapat disimpulkan bahwa indeks *Islamic Social Reporting* adalah suatu indeks yang berisi unsur-unsur standar CSR sesuai syariah atau berdasarkan pada kebijakan Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions (AAOIFI). Prespektif spiritual harus menjadi tujuan dasar dalam publikasi tanggung jawab sosial perusahaan karena para tokoh pencetus kebijakan Muslim berekspektasi bahwa perusahaan harus mengungkapkan informasi-informasi aktual secara independen agar membantu memenuhi kebutuhan spiritual. Sehingga penting untuk dilakukan perancangan kerangka khusus dalam pelaporan tanggung jawab sosial sesuai ketentuan Islam.

D. Kinerja Keuangan

1. Pengertian Kinerja Keuangan

Menurut Jumingan kinerja keuangan adalah suatu gambaran atas keadaan keuangan suatu perusahaan pada periode tertentu yang berkaitan dengan aspek penghimpunan dan penyaluran dana serta diukur melalui indikator-indikator kecukupan modal, likuiditas dan profitabilitas.²⁴ Menurut Callahan kinerja keuangan adalah suatu prestasi yang mampu diraih oleh perusahaan dan dinyatakan dengan nilai uang atau biasanya dalam laporan keuangan. Penilaian suatu kinerja perusahaan merupakan suatu kegiatan penting karena dapat ditunjukkan bagaimana keberhasilan perusahaan selama periode tertentu. Kinerja keuangan merupakan suatu penjabaran guna melihat sejauh mana mengetahui perusahaan sudah

²⁴Jumingan, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta: PT Bumi Aksaea, 2006), hlm. 14

melaksanakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar.²⁵ Analisis kinerja keuangan dapat dilaksanakan melalui pengkajian terhadap kinerja masa lalu perusahaan, kemudian melakukan taksiran terkait bagaimana prospek perusahaan dimasa depan. Setelah itu perlu melakukan evaluasi terhadap hal-hal yang sudah terjadi di masa lalu agar mampu meningkatkan kinerja keuangan perusahaan di masa yang akan datang. Kinerja adalah suatu hasil dari evaluasi pada aktivitas yang sudah selesai, kemudian hasilnya dibandingkan dengan standar yang sudah disepakati.

Sehingga berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kinerja keuangan adalah suatu unsur penting dalam operasionalisasi bisnis, sebab menjadi salah satu unsur yang digunakan untuk menunjukkan dan memprediksi apakah pada masa yang akan datang perusahaan dapat terus beroperasi dengan baik atau tidak. Dan juga merupakan suatu komponen penting yang dapat membuktikan bagaimana efektivitas dan daya guna suatu perusahaan dalam mencapai suatu tujuan. Sedangkan kinerja keuangan adalah suatu manifestasi yang dapat dijangkau perusahaan dan dibuktikan dengan nilai uang, biasanya dinyatakan dalam laporan keuangan perusahaan.

²⁵Rahayu, *Kinerja Keuangan Perusahaan*, (Jakarta: Penerbit Program Pascasarjana Universitas Prof. Moestopo, 2020), hlm. 6

2. Tujuan Kinerja Keuangan

Menurut Beaver tujuan kinerja keuangan perusahaan adalah sebagai berikut:²⁶

- a. Untuk melaksanakan perbaikan atas kegiatan operasionalisasi sehingga mampu bersaing dengan perusahaan lain.
- b. Untuk menunjukkan pada masyarakat ataupun penanam modal bahwa suatu perusahaan mempunyai kredibilitas yang baik.

Sedangkan menurut Munawir tujuan dari kinerja keuangan adalah sebagai berikut:²⁷

- a. Untuk mengetahui kemampuan likuiditas perusahaan yaitu berkaitan dengan pemenuhan kewajiban perusahaan.
- b. Untuk mengetahui kemampuan solvabilitas perusahaan yaitu berkaitan dengan kewajiban keuangan ketika perusahaan dilikuidasi, baik jangka panjang maupun jangka pendek.
- c. Untuk mengetahui kemampuan rentabilitas perusahaan yaitu berkaitan dengan kemampuan menghasilkan laba selama periode tertentu.
- d. Untuk mengetahui kemampuan stabilitas perusahaan untuk menjalankan usahanya secara stabil.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa kinerja keuangan bertujuan untuk mengetahui sejauh mana perkembangan perusahaan dalam suatu periode tertentu yang selanjutnya digunakan sebagai pedoman dalam perencanaan dan prediksi bagaimana perusahaan dimasa yang akan datang.

²⁶*Ibid.*, hlm. 7

²⁷Munawir, *Analisis Informal keuangan*, (Yogyakarta: Penerbit Liberty, 2012), hlm. 23

3. Pengukuran Kinerja Keuangan

Menurut Westond dan Copeland kinerja keuangan dapat diukur melalui analisis-analisis sebagai berikut:²⁸

- a. Rasio profitabilitas adalah suatu ukuran efektivitas manajemen berdasarkan pada bagaimana hasil pengembalian dari penjualan dan investasi.
- b. Rasio pertumbuhan adalah suatu ukuran atas kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonomi dalam pertumbuhan perkonomian operasionalisasi perusahaan.
- c. Efisiensi operasi adalah suatu rasio manajemen aktiva dan investasi untuk mengetahui efektivitas keputusan investasi perusahaan dan pemanfaatan sumber daya perusahaan.

Selain itu kinerja keuangan juga dapat diukur melalui cara-cara sebagai berikut:

- a. Rasio Keuangan sebagai Indikator Penilaian Kinerja Perbankan

Pengukuran kinerja keuangn perbankan dilakukan melalui pengamatan atas hasil yang mampu dicapai bank, dimana perhitungannya dilakukan berdasarkan atas ketentuan Bank Indonesia. Rasio keuangan perbankan berfungsi untuk mengukur kinerja keuangan bank yang meliputi unsur likuiditas, struktur keuangan, profitabilitas, aktiva produktif, *spread*, resiko usaha dan efisiensi. Rasio keuangan (*financial rations*) merupakan suatu tolak ukur untuk menilai baik atau buruknya kinerja keungan perbankan dan berhasil

²⁸*Ibid.*, Rahayu, *Kinerja Keuangan Perusahaan*, hlm. 8

tidaknya mencapai kinerja bisnis yang memuaskan.²⁹ Berdasarkan jenis-jenis rasio keuangan yang ada, profitabilitas merupakan salah satu indikator paling tepat.

Rasio Profitabilitas atau *Return on Asset* (ROA) fokus pada kemampuan perusahaan dalam mendapatkan earning dengan mengoprasikan seluruh aset yang dikelola. ROA menjadi suatu alat ukur yang dapat menunjukkan kemampuan bank dalam mengelola asetnya secara efektif. Oleh karena itu, bisa dikatakan bahwa semakin tinggi ROA maka semakin baik atau sehat kinerja bank tersebut. Peningkatan ROA bermakna bahwa sudah terjadi peningkatan profitabilitas perusahaan, sekaligus memberikan dampak positif terhadap *stakeholder* seperti pemegang saham.³⁰

b. Rasio Kecukupan Modal

Menurut ketentuan Bank Indonesia, *Capital Adequacy Ratio* merupakan suatu rasio yang menunjukkan seberapa besar jumlah seluruh aktiva bank yang memiliki risiko (kredit, penyertaan, surat berharga, dan tagihan pada bank lain) dan dibiayai dari modal sendiri disamping memperoleh dana-dana dari sumber-sumber diluar bank.³¹ *Capital Adequacy Ratio* diukur berdasarkan rasio antara modal sendiri terhadap Aktiva Tertimbang Menurut Risiko (ATMR). Menurut Surat Edaran Bank Indonesia No. 13/24/DPNP Tanggal 25 Oktober 2011,

²⁹Siswanto Sutojo, *Mengenal Arti dan Penggunaan Neraca Perusahaan*, (Jakarta: Damar Mulia Pustaka, 2004), hlm. 55

³⁰*Ibid.*, hlm. 233

³¹A. Manullang Laurence, *Analaisis Pengaruh Rentabilitas terhadap Rasio Kecukupan Modal pada Bank Tabungan Pensiunan Nasional*, JURNAL: Media Riset Bisnis dan Manajemen, Vol. 2, No. 1, 2002, hlm. 26

standarisasi rasio CAR adalah tergolong sehat ketika berada pada tingkat lebih dari 8%, tergolong kurang sehat ketika berada pada tingkat diantara 6,4% sampai dengan 7,9% dan memiliki golongan yang tidak sehat ketika memiliki tingkat CAR kurang dari 6,4%. Rasio *Capital Adequacy Ratio* memiliki rumus perhitungan sebagai berikut:

$$\text{CAR} = \frac{\text{Modal}}{\text{ATMR}} \times 100$$

c. Rasio Kualitas Aktiva Produktif

Peraturan Bank Indonesia Nomor 5 Tahun 2003, menjelaskan bahwa salah satu risiko perbankan yang lain adalah *Non Performing Loan* (NPL) atau *Non Performing Financing* (NPF) atau risiko kredit yang merupakan suatu pinjaman yang mengalami kesulitan dalam pelunasan (kredit macet) pada bank. Bagi perbankan basis konvensional rasio *Non Performing Loan* sedangkan dalam perbankan berbasis syariah rasio *Non Performing Financing* yang menunjukkan kemampuan bank dalam mengelola kredit bermasalah. Pemicu terjadinya adalah pemberian pinjaman yang dilakukan perbankan memiliki potensi terjadinya kegagalan pengembalian. Sehingga perusahaan harus menggerakkan manajemen piutang secara lebih optimal dalam mempertimbangkan hal-hal yang berkaitan dengan keputusan pemberian kredit, sebab semakin besar piutang akan semakin besar risikonya. Dengan demikian, perlu dilakukan antisipasi risiko yang bisa saja terjadi dalam rangka menjalankan usaha.

Semakin tinggi rasio NPL/NPF maka semakin buruk kualitas kredit bank, dampaknya adalah semakin meningkatnya jumlah kredit bermasalah. Kredit dalam hal ini adalah kredit yang diberikan kepada pihak ketiga, bukan termasuk kredit kepada bank lain. Kredit bermasalah merupakan kredit yang mempunyai kualitas kurang lancar, diragukan dan macet. Besaran standar NPF/NPL yang ditentukan oleh Bank Indonesia adalah sebesar 5%. Perhitungan NPF/NPL memiliki rumus perhitungan sebagai berikut:

$$\text{NPF/NPL} = \frac{\text{Total Pembiayaan Bermasalah}}{\text{Total Pembiayaan yang Diberikan}}$$

Sehingga semakin tinggi tingkat pembiayaan bermasalah maka semakin rendah produktifitasnya.³² Sehingga bank bisa melakukan pengukuran tingkat produktifitas aset yang dimiliki. Melalui presentase dana yang bisa disalurkan dan presentase pembiayaan bermasalah, baik dalam kategori kurang lancar, diragukan maupun macet.

d. Rasio Likuiditas

Likuiditas adalah suatu kesanggupan bank dalam mempersiapkan dana untuk memenuhi kepentingannya, baik di masa mendatang maupun dimasa sekarang. Terutama pada kewajiban jangka pendek yang bersifat lancar atau yang sudah jatuh tempo. Peraturan Bank Indonesia menjelaskan bahwa kesanggupan suatu likuiditas bank bisa diproksikan melalui *Loan to Deposit Ratio* (LDR) atau dalam bank syariah disebut dengan *Financing to Deposit*

³²Teguh Pudjo Muljono, *Analisis Laporan Keuangan untuk Perbankan*, (Jakarta: Djambatan, 1999), hlm. 26

Ratio (FDR) yang membandingkan komposisi dana, baik dana yang disalurkan pada kredit maupun dana pihak ketiga (DPK) yang sudah dihimpun.

Semakin tinggi tingkat dana kredit yang didistribusikan, maka akan menurunkan tingkat likuiditas bank. Rendahnya tingkat likuiditas bisa berdampak kurang baik bagi bank, bahkan memungkinkan untuk menjadi sumber masalah apabila bank tersebut tidak bisa menyelesaikan kewajiban jangka pendek atau kewajiban lancarnya. Dan sebaliknya, apabila rasio likuiditas terlalu rendah, maka dapat dinilai bahwa bank memiliki kemampuan yang kurang baik dalam meyalurkan kredit atau pembiayaan. Bank Indonesia menentukan standard untuk rasio LDR/FDR adalah minimal sebesar 80% dan maksima 110%. Rasio LDR/FDR memiliki rumus perhitungan sebagai berikut:³³

$$\text{FDR/LDR} = \frac{\text{Total Pembiayaan}}{\text{Total Dana Pihak Ketiga}}$$

e. Rasio Efisiensi

Biaya Operasional Pendapatan Operasional (BOPO) atau efisiensi operasional adalah suatu usaha dalam mencari tahu apakah operasionalisasi bank sudah berjalan dengan benar sesuai dengan tujuan pendirian dan para pemegang saham. Efisiensi dapat membuktikan apakah bank mampu menggunakan semua faktor produksi secara efisien sehingga dapat mempengaruhi kinerja keuangan bank. Rasio ini adalah suatu parameter dalam

³³*Ibid.*, hlm. 30

menganalisis kesanggupan bank yang berkaitan dengan operasional usaha. Bank Indonesia menyatakan bahwa standarisasi dari rasio ini minimal sebesar 90%. Apabila bank mempunyai rasio lebih dari 90%, maka bank tersebut dapat dinilai tidak efisien dalam produktivitasnya. Sesuai dengan Surat Edaran Bank Indonesia No. 6/23/DPNP Tanggal 31 Mei 2004, perhitungan rasio BOPO adalah sebagai berikut:³⁴

$$\text{BOPO} = \frac{\text{Total Beban Operasional}}{\text{Total Pendapatan Operasional}}$$

f. Rasio Ekuitas

Return on Equity (ROE) adalah suatu rasio yang menjelaskan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan profit, efisiensi perusahaan dalam mengelola asset serta bagaimana perusahaan dapat memanfaatkan utang yang untuk usaha (*Financing Lverage*). Apabila hasil ROE semakin besar, maka perusahaan tersebut memiliki reputasi yang meningkat bagi pasar modal karena mamapu memanfaatkan modal dengan efektif. Rumus perhitungannya adalah sebagai berikut:³⁵

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Usaha Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas}}$$

³⁴Sinta Sudarini, *Penggunaan Rasio Keuangan dalam Memprediksi Laba pada Masa yang akan Datang*, JURNAL: Jurnal Akuntansi dan Manajemen, Vol. XVI, No. 3, Desember 2005, hlm. 195

³⁵*Ibid.*, hlm. 197

g. Rasio Rentabilitas

Return on Asset (ROA) adalah suatu rasio yang berhubungan dengan laba sebelum pajak terhadap total asset. Rentabilitas merupakan perbandingan antara laba perusahaan dengan aktiva atau modal. Semakin besar ROA maka menunjukkan bahwa bank memiliki kinerja keuangan yang tergolong baik, hal ini dikarenakan tingkat return semakin tinggi. Apabila ROA meningkat, maka profitabilitas perusahaan juga meningkat. Sehingga dampaknya bisa dirasakan oleh pemegang saham. Penyaluran pembiayaan produktif dipengaruhi oleh bagaimana kemampuan bank dalam menghimpun dana pihak ketiga (DPK).³⁶

Rumus untuk menghitung ROA adalah sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Sebelum Pajak}}{\text{Total Asset}}$$

E. Kajian Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Retno Wulandari (2016) berjudul “Pengukuran Kinerja Sosial Perbankan Syariah di Indonesia melalui *Islamic Social Reporting Index* (ISR)” melalui metode penelitian deskriptif kualitatif menyatakan bahwa kinerja sosial perbankan syariah terbaik pada Bank Syariah Mandiri. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu tersebut adalah pada metode yang digunakan, sedangkan perbedaannya terletak pada tidak dianalisis pengaruhnya terhadap kinerja keuangan.³⁷

³⁶*Ibid.*, hlm 200

³⁷Retno Wulandari, *Pengukuran Kinerja Sosial Perbankan Syariah di Indonesia Melalui Islamic Social Reporting Indeks*, SKRIPSI: Prodi Akuntansi, Universitas Bengkulu, 2016

2. Penelitian yang dilakukan oleh Apip Zanariyatim, dkk. (2016) berjudul “*Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Bank Umum Syariah berdasarkan Islamic Social Reporting Index (Indeks ISR)*” melalui metode penelitian kualitatif menyatakan bahwa Bank Muamalat dan Bank Syariah Mandiri mendapatkan predikat sangat informatif pada tahun 2012 hingga 2014. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu tersebut adalah pada metode yang digunakan, sedangkan perbedaannya terletak pada tidak dilakukan analisis terhadap kinerja keuangan.³⁸
3. Penelitian yang dilakukan oleh Aprilia Dwi Widayati dan Raditya Sukmana (2017) berjudul “*Analisis Perbedaan Kinerja Sosial dengan Indeks Islamic Social Reporting (ISR) pada Perbankan Syariah yang ada di Indonesia dan Malaysia*” melalui metode penelitian kuantitatif dan uji *Independent sample-T test* menyatakan bahwa perbankan syariah di Malaysia mempunyai skor tingkat pengukuran ISR yang lebih rendah daripada perbankan syariah di Indonesia dalam setiap tahunnya.³⁹ Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu tersebut adalah pada dasar indeks ISR yang digunakan, sedangkan perbedaannya terletak pada tidak dilakukan analisis pengaruhnya terhadap kinerja keuangan dan metode penelitian.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Agung Prasetyo dan Wahyu Meiranto (2017) berjudul “*Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan*

³⁸Apip Zanariyatim, dkk., *Pengungkapan Corporate Social Responsibility Bank Umum Syariah Berdasarkan Islamic Social Reporting Indeks*, JURNAL: Prodi Akuntansi Syariah, STEI SEBI, Vol. 4, no. 1, 2016

³⁹*Ibid.*, Aprilia Dwi Widayati dan Raditya Sukmana, *Analisis Perbedaan Kinerja Sosial dengan Indeks Islamic Social Reporting pada Perbankan Syariah yang ada di Indonesia dan Malaysia*.

Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2013-2015” melalui metode penelitian *purposive sampling* menyatakan bahwa publisitas perusahaan terkait CSR berpengaruh baik pada ROA dan ROE.⁴⁰ Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu tersebut adalah pada metode penelitian dan analisis ROA yang digunakan, sedangkan perbedaannya terletak pada studi kasus jenis perusahaan yang digunakan.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Deni Purnaningsih (2018) berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia” melalui metode penelitian kuantitatif menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap ROE, ROA dan ROS.⁴¹ Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu tersebut adalah pada variabel yang diteliti pengaruhnya terhadap kinerja keuangan dan objek penelitian sedangkan perbedaannya terletak pada metode yang digunakan.
6. Penelitian yang dilakukan oleh Nofiyatul Khoiriyah (2019) berjudul “Analisis Perbandingan Tingkat Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Berdasarkan *Islamic Social Reporting* (ISR) Index pada Bank Umum Syariah di Indonesia Tahun 2016-2018” melalui metode penelitian kualitatif komparatif, menyatakan bahwa tingkat pengungkapan CSR melalui ISR pada 12 Bank Umum Syariah di Indonesia tergolong informati dari tahun ke tahun.⁴² Persamaan

⁴⁰Agung Prasetyo dan Wahyu Meiranto, *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2013-2015*, JURNAL: Jurnal of Accounting, Universitas Diponegoro Semarang, Vol. 6, No. 3, 2017

⁴¹Deni Purnaningsih, *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia*, SKRIPSI: Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Yogyakarta, 2018

⁴²Noviyatul Khoiriyah, *Analisis Perbandingan Tingkat Pengungkapan Corporate Social Responsibility berdasarkan Islamic Social Reporting Indeks pada Bank Umum Syariah di Indonesia*, SKRIPSI: Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Walisongo Semarang, 2019.

penelitian ini dengan penelitian terdahulu tersebut adalah pada metode yang digunakan, sedangkan perbedaannya terletak pada tidak dilakukan analisis pengaruhnya terhadap kinerja keuangan.

7. Penelitian yang dilakukan oleh Mutia Rahmawati Isya (2019) berjudul “Analisis Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berdasarkan *Islamic Social Reporting* (ISR) pada Bank Syariah Mandiri Periode 2014-2016” melalui metode penelitian kualitatif menyatakan bahwa Bank Syariah Mandiri memiliki intensitas publitas CSR melalui ISR yang informatif.⁴³ Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu tersebut adalah pada metode yang digunakan, sedangkan perbedaannya terletak pada tidak dilakukan analisis pengaruhnya terhadap kinerja keuangan.
8. Penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Ahsanul Qulub, dkk. (2019) berjudul “Analisis Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Perbankan Syariah di Indonesia berdasarkan *Islamic Social Reporting Index* (Indeks ISR)” melalui metode penelitian kualitatif berupa *content analysis* menyatakan bahwa perbankan syariah yang memiliki rata-rata indeks ISR terbaik adalah Bank Syariah Mandiri dan BNI Syariah.⁴⁴ Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu tersebut adalah pada metode yang digunakan, sedangkan perbedaannya terletak pada tidak dilakukan analisis pengaruhnya terhadap kinerja keuangan.

⁴³Mutiya Rahmawati Isya, JURNAL: *Analisis Pengungkapan Corporate Social Responsibility Berbasis Islamic Social Reporting pada Bank Syariah Mandiri Periode 2014-2016*, Iqtishodia, Jurnal Ekonomi Syariah, Universitas Muhammadiyah Malang, Vol. 4, No. 1, Maret 2019

⁴⁴M. Aqsanul Qulub, dkk., *Analisis Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perbankan Syariah Indonesia Berdasarkan Islamic Social Reporting Indeks*, JURNAL: E-JRA, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang, Vol. 8, No. 3, Agustus 2019

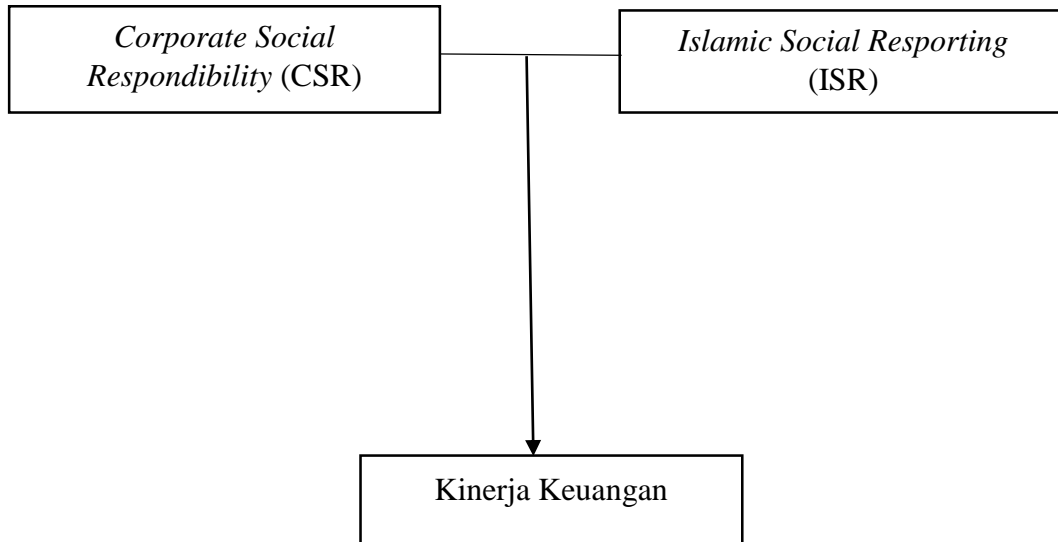
9. Penelitian yang dilakukan oleh Galih Fajar Pamungkas dan Winarsih (2020) berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia” melalui metode penelitian kuantitatif yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap ROA, ROE dan EPS.⁴⁵ Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu tersebut adalah pada variabel yang diteliti pengaruhnya terhadap kinerja keuangan dan objek penelitian sedangkan perbedaannya terletak pada metode yang digunakan.
10. Penelitian yang dilakukan oleh Rukhmi Ridhawati (2020) berjudul “Pengukuran Kinerja Sosial Bank Umum Syariah (BUS) *Islamic Social Reporting Index* (Indeks ISR)” melalui metode penelitian deskriptif yang menyatakan bahwa dari 12 BUS terdapat 4 BUS yang memiliki predikat baik, 6 BUS berpredikat kurang baik dan 2 BUS berpredikat tidak baik dalam kinerja sosial.⁴⁶ Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu tersebut adalah pada metode yang digunakan, sedangkan perbedaannya terletak pada tidak dianalisis pengaruhnya terhadap kinerja keuangan.

⁴⁵Galih Fajar Pamungkas dan Winarsih, JURNAL: “*Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*”, Prosiding Konferensi Ilmiah Mahasiswa UNISSULA, Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 2020

⁴⁶ Rukhmi Ridhawati dan Arif Septia Rahman, JURNAL: “*Pengukuran Kinerja Sosial Bank Umum Syariah Berdasarkan Islamic Social Reporting Indeks*”, DINAMIKA EKONOMI, STIE Nasional Banjarmasin, Vol. 13, No. 1, Maret 2020

F. Kerangka Konseptual

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh realisasi *Corporate Social Responsibility* pada Bank Muamalat Indonesia melalui indikator *Islamic Social Reporting* terhadap kinerja keuangan.



G. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan teori-teori diatas, maka penelitian ini memiliki hipotesisi sebagai berikut:

- H0 : Terdapat pengaruh antara publisitas realisasi CSR berdasarkan indikator ISR pada Bank Muamalat Indonesia terhadap kinerja keuangan.
- H1 : Tidak terdapat pengaruh antara publisitas realisasi CSR berdasarkan indikator ISR pada Bank Muamalat Indonesia terhadap kinerja keuangan.