



PENGARUH ISLAMIC SOCIAL REPORTING TERHADAP KINERJA KEUANGAN, ZAKAT SEBAGAI INTERVENING PADA BANK UMUM SYARIAH DI INDONESIA

Trian Fisman Adisaputra*
STIE Ihsan Sidenreng Rappang

Abstract

This study aims to see the effect of disclosure of corporate social responsibility based on Islamic law on financial performance. This study uses a quantitative approach with a sample size of 8 out of 11 Islamic Commercial Banks in Indonesia taken using a purposive sample. The data collection process is carried out by downloading the annual financial statements of Islamic commercial banks from the annual financial statements, information on corporate social responsibility disclosures based on the Islamic Social Reporting (ISR) consists of 38 items, the zakat variable is measured by 2.5% of the profit before taxes, while the financial performance is seen from the value of Return on Assets (ROA) and Return On Equity (ROE) of each company. Path analysis is used to see the direct and indirect relationship of the disclosure of corporate social responsibility based on Islamic Social Reporting to financial performance, where zakat is

Paper type: Research paper

*Corresponding author: trian260691@gmail.com

Received: April 21, 2021; Accepted: November 13, 2021; Available online: December, 06, 2021

Cite this document:

Adisaputra, T. F. (2021). Pengaruh Islamic Social Reporting Terhadap Kinerja Keuangan, Zakat Sebagai Intervening pada Bank Umum Syariah di Indonesia. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 6(3), 733-753. doi:<http://dx.doi.org/10.30651/jms.v6i3.7997>

Copyright © 2021, Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah

<http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/index>

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

a mediation. Path analysis shows that the disclosure of corporate social responsibility using ISR has a direct effect on financial performance ($P < 0.001$; $R^2 = 0.33$), zakat on financial performance also affects financial performance ($P < 0.001$; $R^2 = 0.24$). So it can be concluded that the disclosure of social responsibility using Islamic Social Reporting and the implementation of zakat in Islamic commercial banks in Indonesia can be used as steps to improve the company's financial performance.

Keywords: ISR, Zakat, ROA, ROE

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang berdasarkan syariat Islam terhadap kinerja keuangan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel 8 dari 11 Bank Umum Syariah di Indonesia yang diambil dengan menggunakan *purposive sample*. Proses pengumpulan data dilakukan dengan cara mendownload laporan keuangan tahunan bank umum syariah dari laporan keuangan tahunan tersebut dapat diperoleh informasi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan *Islamic Social Reporting (ISR)* yang terdiri dari 38 item, variabel zakat diukur dengan 2,5% dari laba sebelum pajak, adapun kinerja keuangan dilihat dari nilai *Return on Asset (ROA)* dan *Return On Equity (ROE)* masing-masing perusahaan. Analisis jalur digunakan untuk melihat hubungan langsung dan tidak langsung pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan *Islamic Social Reporting* terhadap kinerja keuangan, dimana zakat sebagai mediasi. Analisis jalur menunjukkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menggunakan ISR berpengaruh langsung terhadap kinerja keuangan ($P < 0,001$; $R^2 = 0,33$), zakat terhadap kinerja keuangan juga berpengaruh terhadap kinerja keuangan ($P < 0,001$; $R^2 = 0,24$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial menggunakan *Islamic Social Reporting* dan pelaksanaan zakat pada bank umum syariah di Indonesia dapat dijadikan langkah untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Kata kunci: ISR, Zakat, ROA, ROE

PENDAHULUAN

Palaporan tanggung jawab sosial perusahaan yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, merupakan inti dari etika bisnis bagi tiap perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan telah banyak dilakukan oleh perusahaan di berbagai negara, baik negara maju maupun berkembang. Di Indonesia sendiri perkembangan CSR semakin meningkat yang dibuktikan dengan jumlah perusahaan yang mulai melaporkan tanggung jawab sosialnya dalam laporan keuangan tahunan. Praktik CSR di Indonesia sangat erat hubungannya dengan isu kerusakan lingkungan seperti penggundulan hutan, polusi udara, pencemaran air bersih, dan perubahan iklim. Selain itu maraknya perusahaan asing yang beroperasi di Indonesia menjadi sebab lain perkembangan praktik CSR (Utama, dalam Zaitun 2001).

Peraturan mengenai CSR dituangkan dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74, yang mengatur kewajiban perusahaan yang menjalankan usaha dibidang atau berkaitan dengan sumber daya alam untuk melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Gagasan utama dalam isu CSR adalah menjadikan perusahaan dihadapkan bukan hanya pada konsep *single-bottom-line* yang berorientasi pada pencapaian profit yang maksimal namun perusahaan semestinya memperhatikan *triple-bottom-line* yang meliputi aspek keuangan perusahaan, kehidupan sosial, dan lingkungan. Pengungkapan CSR dapat membantu perusahaan dalam memperbaiki performa keuangan, menaikkan citra, serta menambah daya tarik terhadap perusahaan sebagai tempat kerja yang baik (Purwitasari, dalam Haris 2014). Seiring perkembangan global, pengungkapan tanggung jawab sosial tidak hanya dilakukan oleh perusahaan yang bergerak dibidang industry namun perusahaan perbankan juga mulai melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunannya (Fitria & Hartanti, 2010).

Sejauh ini perbankan dalam melakukan praktek pengungkapan tanggung jawab sosialnya masih merujuk pada *Global Initiative Index (GRI)* dimana pada prinsipnya GRI bersifat konvensional sehingga kurang tepat

jika digunakan sebagai tolak ukur pengungkapan tanggung jawab sosial pada perbankan syariah (Hannifa, 2002). Hal ini disebabkan konsep CSR yang berkembang di barat sangat dipengaruhi oleh budaya dan nilai etika barat seperti Eropa dan Amerika sehingga diperlukan sebuah konsep khusus dalam pengungkapan CSR pada institusi syariah (Yusuf, 2007). Perbankan syariah yang secara oprasionalnya berlandaskan pada Quran dan hadits seharusnya memiliki kerangka khusus dalam pelaporan tanggung jawab sosial. Nilai-nilai Islam yang dibawa oleh Nabi Muhammad saw. Dapat digunakan sebagai landasan tanggung jawab sosial perusahaan yang menekankan bentuk ketakwaan umat manusia kepada Allah swt. Dalam dimensi perusahaan (Hossain *et al.*, 2009).

Beberapa peneliti mencoba mengembangkan kerangka pedoman pengungkapan tanggung jawab sosial yang dinamakan *Islamic Social Reporting* (ISR) sebagai pedoman bagi institusi syariah dalam melakukan praktek pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Indeks ISR adalah alat ukur yang tepat untuk digunakan dalam mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan-perusahaan yang secara operasional berdasar pada prinsip syariah. Dalam indeks ISR ada lima tema pengungkapan yaitu tema pendanaan dan investasi, tema produksi dan jasa, tema karyawan, tema masyarakat, dan tema lingkungan hidup (Haniffa, 2002). Othman *et al* (2009), kemudian mengembangkan model pengungkapan ISR dengan menambahkan item pengungkapan tata kelola perusahaan, sehingga dalam indeks ISR terdapat enam tema pengungkapan tanggung sosial perusahaan.

Penelitian Harahap & Yuswar (2004), mengenai *socio-economic disclosure in annual report of Indonesian bank* menunjukkan bahwa bank syariah mempunyai pengungkapan sosial yang lebih besar dibanding bank konvensional. Penelitian Othman *et al* (2009), menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, dan komposisi dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap ISR pada perusahaan di Malaysia. Othman *et al* (2010), juga pernah meneliti tentang *Islamic Social Reporting of Listed Companies* di Malaysia yang menunjukkan bahwa pengungkapan ISR pada

perusahaan yang ada di bursa efek Malaysia dianggap masih minim sehingga menunjukkan kurangnya transparansi pengungkapan yang berhubungan dengan pelaksanaan nilai-nilai Islam dalam perusahaan. Studi perbandingan tingkat kinerja sosial perusahaan perbankan syariah di dua negara yakni Indonesia dan Malaysia dengan menggunakan indeks ISR dalam mengukur kinerja sosial menunjukkan bahwa tingkat kinerja sosial perbankan syariah yang ada di Indonesia lebih kecil dibandingkan tingkat kinerja sosial perbankan syariah di Malaysia, walaupun pada tahun 2010 kinerja sosial perbankan syariah di Indonesia meningkat 10% dari tahun sebelumnya namun kinerja sosial perbankan syariah Malaysia tetap lebih diatas (Sofyani *et al.*, 2011).

Penelitian mengenai *Islamic Social Reporting* (ISR) sebagai sebuah konsep pelaporan tanggung jawab sosial pada perusahaan syariah dimana dalam item-item pengungkapannya berlandaskan pada nilai-nilai ajaran Islam masih jarang dilakukan di Indonesia. Melihat perkembangan institusi syariah yang pesat maka penelitian ini bertujuan untuk melihat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan Islam yang diprosikan oleh indeks ISR terhadap kinerja keuangan perusahaan.

KAJIAN PUSTAKA

Zakat

Aturan Islam yang melarang menimbun harta bukan sekedar fenomena hukum Islam yang bersifat aksidental, melainkan salah satu sumber perdebatan penting antara doktrin ekonomi Islam dengan doktrin ekonomi kapitalis. Aturan ini mencerminkan metode Islam dalam membebaskan diri dari berbagai masalah yang ditimbulkan oleh anomali peran kapitalis uang yang mengarah kepada krisis.

Untuk menghindari penimbunan harta, dalam Islam diatur pajak atas uang, emas, dan perak yang ditimbun sesuai aturan dalam Islam. Pajak inilah yang kemudian dikenal dengan nama zakat. Zakat merupakan salah satu nilai instrumental yang sangat strategis dalam sistem ekonomi Islam yang mempengaruhi tingkah laku ekonomi seorang Muslim, masyarakat dan pembangunan ekonomi pada umumnya. Yusuf Qardhawi (1999 : 34)

mengartikan zakat dalam bukunya yang dibagi menjadi dua yaitu menurut bahasa (*lughah*) dan menurut syara' (hukum fikih). Menurut bahasa (*lughah*) adalah suci, bersih, tumbuh, bertambah, berkah, dan terpuji. Sedangkan menurut syara' (hukum fikih) bermakna pemberian yang wajib diberikan dari harta tertentu, menurut sifat –sifat dan ukuran tertentu kepada golongan tertentu. Kalau dipertautkan antara pengertian bahasa yang sangat mendasar dengan rumusan fikih, maka bermakna jiwa orang yang berzakat itu menjadi bersih dan kekayaannya bersih pula.

Sifat Umum Zakat

Zakat memiliki sifat –sifat yang tidak sama dengan pajak, sifat –sifat tersebut dinyatakan secara terperinci oleh Hedeko Sato dalam buku Harahap (2001: 299) sebagai berikut:

- a. Zakat merupakan salah satu dari hukum Islam yang mencakup syahadat, shalat, zakat, *shaum*, dan haji. Zakat berhubungan erat dengan rukun Islam lainnya. Misalnya shalat adalah kewajiban badan, zakat kewajiban mengenai harta.
- b. Hasil zakat harus digunakan dan dibayarkan kepada orang-orang tertentu yang disebut dalam Al Quran dalam surah At Taubah ayat 60 yaitu: fakir, miskin, *amil*, *muallaf*, orang yang berhutang orang yang dibebaskan dari perbudakan, *fisabilillah*, dan musafir.
- c. Tarif zakat sudah ditetapkan di dalam hadits, sesuai dengan jenis kegiatan ekonomi.
- d. Zakat dikenakan hanya kepada pribadi Muslim, walaupun demikian bagi perusahaan yang memiliki badan hukum yang independen dari pemegang saham, perusahaan ini dianggap merupakan subjek wajib zakat.
- e. Utang tidak termasuk dalam perhitungan harta yang wajib zakat, zakat hanya dikenakan pada aktiva bersih oleh karena dikurangkan.
- f. Kekayaan yang wajib zakat harus melebihi batas jumlah yang diperlukan dan pendapatan yang memberikan kebutuhan dasar dari pemilik dan keluarganya.

- g. Harta yang merupakan subjek zakat adalah harta yang telah melebihi satu tahun. Walaupun demikian, mengansur zakat tidak dilarang.
- h. Harta yang merupakan subjek zakat adalah harta yang dimiliki dengan sempurna, tidak ada kontrol dari pihak lain.
- i. Harta yang wajib zakat bersifat tumbuh dan berkembang dan bukan untuk kepentingan pribadi, akan tetapi sebagai harta yang dapat memberikan keuntungan, misalnya persediaan.

Dari penjelasan diatas perbedaan antara pajak dengan zakat dari sisi karakteristiknya menjadi jelas.

Konsep Zakat Badan

Secara fikih perusahaan tidak merupakan objek yang wajib membayar zakat tetapi wajib bagi pemilik perusahaan. Menurut Hasbi Ash-Shiddiqi dalam buku Sofyan Syafri Harahap (2001: 301) bahwa “Pada tahun kedua hijriyah syara’ menentukan jenis harta yang wajib dizakati, diantaranya yaitu emas dan perak, perniagaan, peternakan, tanaman, dan barang-barang temuan (*rikaz*) atau harta karun”.

Dalam konteks zakat badan usaha, maka secara syariah zakat ini merupakan peng-qiyas-an dari zakat perniagaan. Zakat perusahaan kadarnya dihitung berdasarkan neraca perusahaan yang besarnya 2,5 %, namun dalam kaitannya dengan pajak, zakat yang digunakan sebagai pengurangan penghasilan kena pajak berdasarkan laporan laba rugi. Melalui kegiatan usaha perusahaan seperti itu dan penghasilan para pedagang yang diharuskan mengeluarkan zakat perdagangannya ketika mereka menjual hasil perdagangannya.

Teori Stakeholders

Dalam melakukan investasi, para investor mulai mempertimbangkan pengungkapan sosial suatu perusahaan. Investor perlu mengetahui tanggung jawab sosial perusahaan guna menghindari dampak yang timbul dikemudian hari sebagai akibat kurangnya tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan di sekitarnya. Teori Stakeholder menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang beroperasi untuk

kepentingan sendiri, namun juga harus memberi manfaat bagi para Stakeholdernya (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analisis, dan pihak lain). Gray, Kouhy dan Adams (1994) dalam Chariri (2008: 159) mengatakan:

Kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada Stakeholder, dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Semakin powerful Stakeholder, semakin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebagai media komunikasi antara perusahaan dengan Stakeholdernya.

Stakeholders sebagai pemangku kepentingan yaitu pihak atau kelompok yang berkepentingan, baik langsung maupun tidak langsung terhadap eksistensi atau aktivitas perusahaan, karena kelompok tersebut mempengaruhi dan atau dipengaruhi oleh perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut *social disclosure*, *coporate sicoal reporting*, *social accounting / corporate social responsibility* merupakan proses komunikasi dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Hackston dan Milne, 1999 dalam Sembiring 2005). Pengertian *corporate social reporting* (CSR) menurut *The World Bussiness Council on Sustaineble Development* (WBCSD) yang merupakan lembaga internasional yang berdiri tahun 1995 dan beranggotakan lebih dari 120 perusahaan multinasional yang berasal dari 30 negara, menjelaskan CSR sebagai suatu komitmen dari perusahaan untuk dalam melaksanakan etika berperilaku dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Komitmen lainnya adalah meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, serta masyarakat luas (Effendi, 2009). CSR dapat pula didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para strategi *Stakeholdernya*, terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja dan operasinya.

Konsep CSR dapat dilihat dari dua sudut pandang yang berbeda. Konsep pertama menyatakan bahwa tujuan perusahaan adalah mencari laba, sehingga CSR merupakan strategi dalam operasi bisnis. Sedangkan konsep yang kedua menyatakan bahwa tujuan perusahaan adalah mencari laba, mensejahterahkan orang dan menjamin keberlanjutan hidup tempat yang ditinggali. *Global Compact Initiative* (GCI) menyebut konsep ini dengan 3P yaitu : *Profit (effectivity, efficiency, flexibility, and creativity)*, *people (health, safety and welfare)*, dan *Planet (environmenta quality and disturbance)* dimana gagasan tersebut menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada pada *bottom line* dimana nilai perusahaan direfleksikan melalui kondisi keuangannya saja. Perusahaan yang ingin terus melanjutkan oprasionalnya harus memperhatikan 3P (*profit, people, planet*). Selain mengejar profit atau keuntungan perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) serta turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Islamic Social Reporting (ISR)

Dalam ekonomi konvensional, pelaporan tanggung jawab sosial dikenal sebagai perpanjangan dari sistem pelaporan keuangan yang merefleksikan ekspektasi sosial yang lebih luas sehubungan dengan peran masyarakat dalam ekonomi atau kegiatan bisnis perusahaan. Terkait dengan hal tersebut, pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan pada sistem konvensional hanya berfokus pada aspek material dan moral. Ia menambahkan bahwa seharusnya aspek spiritual juga dijadikan sebagai fokus utama dalam pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan karena pembuat keputusan Muslim memiliki ekspektasi agar perusahaan mengungkapkan informasi-informasi terbaru secara sukarela guna membantu dalam memenuhi kebutuhan spiritual mereka (Hannifa, 2002). Oleh karena itu, ia memandang perlu adanya kerangka khusus untuk pelaporan pertanggung jawaban sosial sesuai dengan prinsip Islam.

Penelitian ini menggunakan kerangka *Islamic Social Reporting* dengan rujukan utama Haniffa (2002) yang dimodifikasi dengan item -item

yang terdapat pada penelitian Othman *et al.*, (2009). Berikut kelima tema pengungkapan dalam ISR yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Pendanaan dan investasi
 - a. *Riba*,
 - b. *Gharar*
 - c. *Zakat*,
 - d. Kebijakan atas keterlambatan pembayaran piutang dan penghapusan piutang tak tertagih,
 - e. *Current value Balance sheet*.
 - f. *Value Added Statement*
2. Produk dan jasa
3. Karyawan
4. Masyarakat
5. Lingkungan

Kinerja Keuangan

Bagi perusahaan *go public* penilaian kinerja sangat penting jika perusahaan akan menjual sahamnya di bursa efek dimana perusahaan harus menentukan nilai wajar saham yang akan ditawarkan kepada masyarakat. Tujuan dari pengukuran kinerja keuangan perusahaan yakni untuk mengetahui tingkat liquiditas, solvabilitas, rentabilitas, dan tingkat stabilitas suatu perusahaan (Munawir, 1999). Dalam pengukuran kinerja perusahaan selama ini sangat beragam antara industri satu dengan industri yang lainnya namun ukuran yang sangat lazim digunakan dalam menilai kinerja perusahaan adalah sebagai berikut:

Rasio Keuntungan

Rasio ini ditunjukkan untuk menilai seberapa bagus tingkat laba suatu perusahaan. Adapun bagiannya diantaranya

1. *Net Profit Margin* (NPM), rasio antara laba bersih setelah pajak terhadap penjualan bersih.
2. *Return on Asset* (ROA), rasio antara keuntungan bersih setelah pajak terhadap jumlah asset secara keseluruhan yang juga

berarti merupakan suatu ukuran untuk menilai seberapa besar tingkat pengembalian dalam bentuk persentasi dari aset yang dimiliki.

3. *Return on Equity* (ROE), rasio antara laba bersih setelah pajak terhadap penyertaan modal saham sendiri yang berarti juga merupakan ukuran untuk menilai seberapa besar tingkat pengembalian dalam persentase dari saham sendiri yang ditanamkan dalam bisnis yang bersangkutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada Bank Umum Syariah di Indonesia, Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, selain itu penelitian ini merupakan penelitian komparatif dengan karakteristik masalah hubungan sebab akibat antar variabel. Penelitian ini ingin melihat pengaruh *Islamic Social Reporting* terhadap kinerja keuangan dimana data diolah menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan aplikasi olah data yaitu WarpPLS 4.0. Metode yang digunakan dalam mengumpulkan data pada penelitian ini adalah dengan cara mendownload laporan keuangan tahunan maupun ringkasan keuangan perusahaan di internet melalui website masing-masing bank umum syariah. Variabel *Islamic Social Reporting* pada penelitian ini diukur dengan membandingkan jumlah pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan dengan jumlah item ISR dalam penelitian ini yang berjumlah 38 item. Adapun kinerja keuangan diukur dengan menggunakan dua rasio rentabilitas yaitu *Return on Asset* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE), sedangkan variabel zakat yang merupakan variabel intervening pada penelitian ini mengikuti pengukuran dalam penelitian Zaitun (2001) yang mengukur zakat perusahaan 2,5% dari laba sebelum pajak.

Data dari setiap indikator yang diukur akan dianalisis statistik deskriptif untuk menjelaskan data seluruh variabel yang akan dimasukkan dalam model penelitian yang dilihat dari nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata, median, dan standar deviasi. Kemudian data selanjutnya diolah dengan analisis jalur yang dikenal dengan *Path Analysis*. Analisis jalur digunakan

untuk melihat nilai koefisien masing-masing variabel dalam penelitian yang menunjukkan besarnya pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel *Islamic Social Reporting* terhadap kinerja keuangan dimana zakat menjadi mediasi dari kedua variabel tersebut. Selanjutnya, pembuktian zakat memiliki pengaruh mediasi diuji dengan menggunakan uji Sobel (Ghozali, 2009). Program olah data yang digunakan dalam melihat hubungan antara *Islamic Social Reporting* terhadap kinerja keuangan dan zakat sebagai mediasi adalah WarpPLS 4.0.

HASIL

Tabel 1. Statistik Deskriptif

Keterangan	N	Minimum	Maksimum	Median	Mean	Standar Deviasi
ISR	40	18	84	55	57.275	16.559
Zakat	40	0	28.1316	2.0052	4.992	6.892
ROA	40	-2.53	3.81	1.17	1.1475	1.013
ROE	40	-4.71	57.98	7.645	11.4855	12.109

Tabel 1 merupakan deskripsi statistik yang memberikan gambaran umum tentang variabel penelitian. Deskripsi statistik difokuskan pada nilai maksimum, nilai minimum, nilai rata-rata, nilai median, dan standar deviasi. Dimana sampel berjumlah 40 yang terdiri dari 8 Bank Umum Syariah di Indonesia dimana masing-masing sampel diambil 5 tahun pengamatan dari tahun 2015 hingga 2019.

Uji Multikolinierity

Multikolinieritas memiliki makna bahwa variabel eksogen yang satu dengan yang lain dalam model regresi terjadi hubungan yang mendekati sempurna. Untuk melihat apakah terdapat multikolinieritas dalam suatu blok formatif dengan menggunakan WarpPLS 4.0 dapat dilihat atau diamati melalui nilai VIF. Jika nilai VIF > 10 terjadi kolinieritas dalam blok formatif tersebut. Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan nilai VIF < 10

yaitu 2,048. Dengan hasil ini, syarat dalam penelitian ini terpenuhi dengan tidak adanya multikolinieritas pada variabel penelitian.

Analisis Jalur

Analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas variabel (*causal variable*) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Metode analisis jalur digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel. Tujuan analisis jalur adalah untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung melalui seperangkat variabel eksogen terhadap variabel endogen. Besarnya pengaruh langsung maupun tidak langsung suatu variabel endogen tertentu dinyatakan oleh besarnya nilai koefisien jalur dari eksogen ke endogen baik dari satu variabel eksogen maupun melalui endogen yang lainnya.

Berikut hasil analisis jalur pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial bank umum Syariah yang diproksikan dengan indeks *Islamic Social Reporting* (ISR), zakat terhadap kinerja keuangan yang diproksikan dengan rasio rentabilitas yaitu *Return on Asset* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE). Data diolah menggunakan program *WarpPLS* 4.0 dengan nilai sebagaimana tertera di gambar 1 berikut.

Uji Model Struktural

Tabel 2. Nilai R-Square

Variabel	R-square
Zakat	0,745
Kinerja Keuangan	0,327

Menilai model struktural atau *inner model* dengan PLS dimulai dengan melihat *R-square* untuk setiap variabel laten dependen. Dimana hasil estimasi *R-square* dengan menggunakan PLS sebagaimana tercantum pada tabel 2.

Penelitian ini menggunakan 2 variabel yang dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu zakat yang dipengaruhi oleh *Islamic Social Reporting* (ISR) dan kinerja keuangan yang juga dipengaruhi oleh *Islamic Social Reporting*.

Berdasarkan tabel nilai R-square untuk variabel zakat yang dipengaruhi oleh *Islamic Social Reporting* adalah sebesar 0,745, sedangkan nilai R-square variabel kinerja keuangan yang dipengaruhi oleh *Islamic Social Reporting* adalah sebesar 0,327.

Koefisien Jalur

Hasil perhitungan jalur yang digunakan yaitu koefisien regresi yang distandarisasi untuk pengaruh langsungnya. Untuk pengaruh tidak langsungnya, perkalian antara koefisien jalur dari jalur yang dilalui setiap persamaan dan pengaruh total adalah penjumlahan dari pengaruh langsung dengan pengaruh tidak langsung, sebagaimana tercantum pada tabel 3.

Tabel 3. Koefisien Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, Pengaruh Total, dan P-Value

No	Hipotesis	Pengaruh Langsung	Pengaruh tidak Langsung	Pengaruh Total	P – Value	Ket
1	$X \rightarrow Y_2$	0,177			<0,001	Diterima
2	$X \rightarrow Y_1$	0,863			<0,001	Diterima
3	$Y_1 \rightarrow Y_2$	0,450			0,037	Diterima
4	$X \rightarrow Y_1 \rightarrow Y_2$		0,388	0,565	<0,001	Diterima

Dari diatas dapat diketahui pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung antar variabel dalam penelitian ini. Pengaruh langsung *Islamic*

Social Reporting (X) terhadap kinerja perusahaan (Y_2) sebesar 0,177. Pengaruh *Islamic Social Reporting* (X) terhadap zakat (Y_1) sebesar 0,863. Pengaruh langsung zakat (Y_1) terhadap kinerja keuangan (Y_2) sebesar 0,450. Untuk mendapatkan pengaruh total, pengaruh langsung *Islamic Social Reporting* (X) terhadap kinerja keuangan (Y_2) dijumlahkan dengan pengaruh tidak langsung *Islamic Social Reporting* (X) terhadap kinerja keuangan (Y_2) sehingga hasil pengaruh total antara variabel adalah 0,565.

Uji Sobel

Pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan prosedur uji sobel. Uji sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel independen (X) ke variabel dependen (Y) melalui variabel intervening (M). Pengaruh tidak langsung X ke Y melalui M dihitung dengan cara mengalikan jalur $X \rightarrow M$ (**a**) dengan jalur $M \rightarrow Y$ (**b**) atau **ab**. Jadi koefisien **ab** = (**c** - **c'**), dimana **c** adalah pengaruh X terhadap Y tanpa mengontrol M, sedangkan **c'** adalah koefisien pengaruh X terhadap Y setelah mengontrol M. *Standard error* koefisien **a** dan **b** ditulis dengan **Sa** dan **Sb**, besarnya *standard error* pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) **Sab**.

Hasil uji sobel pada penelitian ini menunjukkan nilai t_{hitung} yang lebih besar dibanding t_{tabel} , dimana nilai t_{hitung} sebesar 3,008 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,96.

PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini terlihat bahwa tanggung jawab sosial perusahaan yang diprosikan oleh *Islamic Social Reporting* (ISR) berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan pada Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia.

Peningkatan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan berdampak pada meningkatnya kinerja keuangan. Dengan kata lain faktor pengungkapan tanggung jawab sosial yang merupakan tugas dari perusahaan untuk menciptakan keberlanjutan ekonomi menjadi pertimbangan masyarakat dalam memilih dan melakukan lalu lintas

keuangan di bank tertentu, mengingat fungsi dari bank adalah sebagai lembaga intermediasi yang menuntut bank mendapatkan legitimasi dari masyarakat. Hal ini berarti kemampuan suatu bank dalam menghasilkan laba turut dipengaruhi oleh aktifitas sosial yang dilakukan oleh bank syariah, pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan akan membentuk citra perusahaan.

Sehingga perusahaan yang ingin terus melanjutkan oprasionalnya harus memperhatikan tiga hal tersebut selain mengejar profit, sebab kontribusi aktif perusahaan dalam pemenuhan kesejahteraan masyarakat dan pelestarian lingkungan akan memberikan *image* yang baik bagi perusahaan khususnya bagi bank syariah yang bergerak di lalu lintas keuangan dimana oprasionalnya membutuhkan kepercayaan masyarakat.

Peningkatan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan menggunakan indeks *Islamic Social Reporting* (ISR) akan berdampak pula pada peningkatan jumlah zakat perusahaan. Dalam item pengungkapan *Islamic Social Reporting* terdapat penyaluran zakat yang menyajikan informasi pelaksanaan penyaluran zakat yang dilakukan perusahaan khususnya Bank Umum Syariah. Kedua hal tersebut ISR dan zakat sama-sama memiliki aspek sosial. Bank Umum Syariah memiliki peran yang lebih jika dibandingkan dengan bank konvensional, hal itu dikarenakan pada Bank Umum Syariah terdapat kewajiban untuk melaksanakan zakat dan menyalurkan kepada masyarakat yang berhak menerima zakat sesuai dengan syariat Islam. Zakat merupakan ibadah untuk membersihkan harta yang didapatkan oleh seorang muslim.

Aturan Islam yang melarang penimpunan terhadap harta ditegaskan dengan kewajiban untuk membayar zakat, yang merupakan pajak atas uang, emas, perak yang ditimbun. Zakat mencakup tiga dimensi yaitu moral, ekonomi dan sosial. Berkenana dengan dimensi sosial, hal ini memiliki peran yang sama dengan tanggung jawab sosial perusahaan yang juga mencakup dimensi sosial. Hal ini bermakna bahwa semakin tinggi tingkat tanggung jawab sosial perusahaan maka semakin besar pula zakat pada perusahaan.

Peningkatan zakat perusahaan akan cenderung meningkatkan kinerja keuangan perusahaan dalam hal ini laba atau keuntungan perusahaan. Dengan kata lain, faktor zakat yang dikeluarkan oleh perusahaan merupakan salah satu bentuk kegiatan sosial yang bisa meningkatkan laba perusahaan. Perusahaan yang menyalurkan zakat yang tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut tanggung jawab sosial yang tinggi dan turut aktif dalam membangun ekonomi yang berkelanjutan. Zakat yang diberikan perusahaan kepada masyarakat akan menumbuhkan rasa empati masyarakat kepada perusahaan yang memberinya zakat, sehingga masyarakat akan memiliki kepercayaan kepada perusahaan tersebut. Hal ini tentu sangat membantu bagi Bank Syariah yang dalam operasionalnya melaksanakan tugas intermediasi dimana bank sangat membutuhkan kepercayaan dari masyarakat dalam melakukan lalulintas keuangan.

Hal ini sejalan dengan pendapat As-Sahih dalam Wijayanto (2007), yang mengatakan bahwa zakat dapat menumbuhkan perasaan cinta masyarakat kepada yang memberikan zakat. Hal ini bermakna bahwa perusahaan yang memberikan zakat akan dicintai oleh masyarakat, sehingga pada akhirnya perusahaan akan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat yang tentunya berdampak pada kinerja keuangan perusahaan. Hal ini juga sejalan dengan teori legitimasi, dimana teori ini mengatakan bahwa perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri. Teori ini menganjurkan perusahaan untuk meyakini bahwa aktiitas dan kinerjanya dapat diterima masyarakat. Dengan adanya penerimaan dari masyarakat, hal ini dapat meningkatkan nilai perusahaan sehingga turut meningkatkan laba perusahaan. Hal ini juga membantu para investor dalam melakukan pengambilan keputusan investasi, para investor akan menghindari perusahaan yang tidak mendapatkan legitimasi dari masyarakat untuk menghindari kerugian di masa mendatang.

Semakin tinggi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang diprosikan menggunakan indeks *Islamic Social Reporting* (ISR) maka

kinerja perusahaan akan meningkat signifikan, begitu pula sebaliknya apabila pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menurun maka kinerja perusahaan juga akan menurun. Hal ini bermakna bahwa perusahaan yang memiliki kinerja keuangan yang tinggi adalah perusahaan memiliki tanggung jawab sosial yang tinggi, hal ini dapat dilihat melalui laporan tahunan perusahaan dan jumlah dana zakat yang disalurkan perusahaan. Kegiatan sosial kemasyarakatan dibidang kesehatan dan lingkungan serta dalam peningkatan kualitas hidup masyarakat miskin melalui program wirausaha yang dilakukan bank akan memberikan citra positif bagi perusahaan. Selain itu penyaluran dana zakat untuk golongan yang telah ditetapkan oleh syarat juga turut membangun kepercayaan masyarakat yang pada akhirnya perusahaan dalam hal ini Bank Umum Syariah mendapatkan legitimasi dari masyarakat.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa pengaruh antara *Islamic Social Reporting* (ISR) terhadap kinerja keuangan melalui zakat mampu memberikan pengaruh tidak langsung yang positif dan signifikan. Hal ini bermakna bahwa zakat mampu menjadi mediasi dalam hubungan tidak langsung dari *Islamic Social Reporting* terhadap kinerja perusahaan. Masyarakat akan merespon dengan baik perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan yang tinggi dan perusahaan yang menyalurkan zakat sesuai dengan ketentuan syariat. Respon masyarakat berupa pelekatan *image* dan legitimasi kepada perusahaan akan sangat mendukung keberlanjutan perusahaan, pada akhirnya berpengaruh kepada kinerja keuangan perusahaan.

Hasil temuan ini mendukung teori legitimasi yang mengatakan bahwa aktifitas berupa tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu usaha yang berkenan dengan tekanan dari lingkungan sekitar seperti tekanan politik, sosial, maupun ekonomi. Perusahaan akan berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat. Melalui laporan tahunan perusahaan menggambarkan kesan atas tanggung jawab lingkungan agar masyarakat menerima keberadaan perusahaan. Dengan

adanya penerimaan masyarakat tersebut diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan.

Hasil temuan ini juga sejalan dengan teori *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang merupakan komitmen perusahaan untuk berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Komitmen lainnya adalah peningkatan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, serta masyarakat luas. Selain itu CSR dapat dilihat sebagai tanggung jawab moral perusahaan terhadap para *stakeholdernya* terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja dan oprasinya. Konsep CSR menuntut perusahaan untuk tidak hanya mencari laba namun juga mensejahterahkan masyarakat dan menjamin keberlanjutan hidup tempat tinggal. Konsep ini oleh *Global Compact Initiative* (GCI) disebut sebagai 3P yaitu *Profit, People, Planet*. Hal ini bermakna bahwa perusahaan yang ingin melanjutkan usahanya harus memperhatikan tiga hal tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian Fauzi *et al* (2007), tentang hubungan antara pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan dengan kinerja keuangan, hasilnya menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan membentuk reputasi baik bagi perusahaan di mata *stakeholder* yang akan berimplikasi pada menguatnya posisi keuangan perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang diukur melalui indeks *Islamic Social Reporting* menunjukkan mampu memberikan pengaruh langsung yang signifikan terhadap kinerja keuangan di Bank Umum Syariah di Indonesia dalam masa pengamatan tahun 2015 hingga 2019. Begitu pula dengan pengaruh tidak langsung dari *Islamic Social Reporting* terhadap kinerja keuangan yang dimediasi oleh zakat menunjukkan pengaruh yang signifikan. Sehingga peningkatan pengungkapan tanggung jawab sosial dengan indeks ISR mampu meningkatkan kinerja keuangan Bank Umum Syariah. Penelitian mengenai *Islamic Social Reporting* terhadap kinerja keuangan masih jarang dilakukan di Indonesia. Dalam penelitian ini kinerja keuangan hanya diprosikan

dengan dua rasio keuangan, untuk penelitian selanjutnya proksi dari kinerja keuangan dapat menambahkan rasio keuangan lainnya agar dapat mewakili kondisi objektif keuangan perusahaan yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Chariri, A. (2008). Kritik Sosial Atas Pemakaian Teori Dalam Penelitian Sosial dan Lingkungan, *Jurnal Maksi*.8(2): 158–159.
- Fauzi. *et al.* (2007). The Link between Coorporate Social Performance and Financial Performance: Evidence from Indonesian Companies. *Issues in Social and Environmental Accounting*. Vol. 1, No. 1, June 2007.
- Fitria. & Hartanti D. (2010). Islam dan Tanggung Jawab Sosial : Studi Perbandingan Pengungkapan Berdasarkan Global Reporting Initiative Indeks dan Islamic Social Reporting Indeks. *Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto 2010*.
- Ghozali. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Keempat, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hannifa. (2002). Social Reporting Disclosure-An Islamic Perspective. *Indonesian Management & Accounting Research*. Vol.1, No.2, 128-146.
- Harahap S.S. & Yuswar Z. (2004). Socio-Economic Disclosures in Annual Reports o f Indonesian Banks : A Comparsion o f A Conventional Bank. *Simposium Nasional Sistem Ekonomi Islam II*, Malang, 28-29 Mei.
- Haris. (2014). Analisis Pelaksanaan Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perbankan Syariah Di Indonesia Berdasarkan Ideks Islamic Social Reporting (ISR). *Malang: Universitas Brawijaya*, 1, 1–12. <http://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Hossain. *et al.* (2009). Corporate Governance and Voluntary Disclosure in Corporate Annual Reports of Malaysian Listed Firms. *Journal of Accounting and Management Reviev* 7 (1): 1-20.
- Othman. *et al.* (2009). Determinants of Islamic Social Reporting Among Top Shariah – Approved Companies in Bursa Malaysia. *Research Journal of International Studies*. Vol. 12.
- Othman., Rohana., & Thani. (2010). Islamic Social Reporting Of Listed Companies In Malaysia. *International Business & Economics Research Journal*. Vol. 9, No. 4, pp 135-144.
- Sofyani. *et al.* (2011). Islamic Social Reporting Index Sebagai Model Pengukuran Kinerja Sosial Perbankan Syariah. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, vol.4, No.1. ISSN 2085-4277.
- Wijayanto. (2007). Zakat Perusahaan dan Pajak Sebagai Coorporate Social Responsibility. *Syirkah Jurnal Ekonomi Islam*. Vol.2,No 1 : 69-76. Surakarta: Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri.

- Yusuf. (2007). *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Jakarta : Fascho Publishing.
- Zaitun. (2001). *Analisis Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Zakat Pada PT. Bank Muamalat Indonesia* (Tesis). Semarang: Universitas Diponegor.