

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS
TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA BANK
UMUM SYARIAH DI INDONESIA PERIODE 2018-2023**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata I
dalam Ilmu Perbankan Syariah



Oleh: Zahrotun Nisa'

NIM: 2005036067

**PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
2024**

PERSETUJUAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. H. Hamka Kampus 3 Ngaliyan Semarang 50185, Telp./Fax. : (024) 7608454
Website : www.febi.walisongo.ac.id, Email : febi@walisongo.ac.id

Lamp. : 4 (empat) Eksemplar
Hal : Persetujuan Pembimbing
An. Sdr. Zahrotun Nisa'

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Zahrotun Nisa'
NIM : 2005036067
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **“Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility Pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2018-2023”**

Dengan ini kami mohon kiranya agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Semarang, 10 Juni 2024

Pembimbing I

Pembimbing II


Fajar Adhitya, S.Pd., M.M
NIP. 198910092015031003


Elysa Najachah, M.A
NIP. 199107192019032017

PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan
Telp. (024)7608454 Semarang 50185
Website : febi.walisongo.ac.id – Email : febi@walisongo.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Zahrotun Nisa'
NIM : 2005036067
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility* Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode 2018-2023

Telah diajukan dalam sidang munaqosah oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang pada tanggal 28 Juni 2024 dan dinyatakan **LULUS** dengan predikat cumlaude, serta dapat diterima untuk pelengkapan ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Strata I dalam Ilmu Perbankan Syariah.

Semarang, 3 Juli 2024

Ketua Sidang

Fajar Adhitva, S.Pd., MM.
NIP. 198910092015031003

Sekretaris Sidang

Elysa Najachah, M.A.
NIP. 199107192019032017

Penguji Utama I

Dr. Nurudin, S.E., M.M.
NIP. 199005232015031004



Penguji Utama II

Azizatul Rahma, M.A.
NIP. 199406152020122011

Pembimbing I

Fajar Adhitva, S.Pd., MM.
NIP. 198910092015031003

Pembimbing II

Elysa Najachah, M.A.
NIP. 199107192019032017

MOTTO

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya"

(QS. Al Baqarah ayat 286)

“Sebenarnya tantangannya bukan me-*manage* waktu, tapi me-*manage* diri kira sendiri”

(Mario Teguh)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan hidayah Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa shalawat serta salam, penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW. Dengan penuh rasa Syukur atas terselesaikannya skripsi ini, maka penulis mempersembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya, Bapak Mundakir dan Ibu Patonah yang telah membesarkan saya dengan penuh cinta dan kasih sayang yang tulus, memberi support dan segala ridhonya yang semoga senantiasa diberikan kesehatan, panjang umur, dan rezeki berkah berlimpah.
2. Kedua kakak saya Fatkhunniam dan Akhmad Ghuftron yang telah menjadi support sistem serta memberikan dukungan materi kepada penulis.
3. Kepada dosen pembimbing penulis, Bapak Fajar Adhitya, S.Pd., M.M dan Ibu Elysa Najachah, M.A terimakasih banyak atas bimbingannya serta terimakasih telah meluangkan waktunya dalam membantu proses pengerjaan skripsi ini.
4. Kepada teman-teman penulis yaitu Riska, Yunita, Khoiriyah, Vania, Puput, Nofita, Endang Farisa, dan Tafia terima kasih telah memberikan semangat, dukungan dan doanya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepada teman-teman PBAS C 2020 yang telah menjadi keluarga dan sahabat terimakasih atas kebersamaannya.
6. Kepada seluruh sahabat peneliti dan semua pihak yang selalu direpotkan dan tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu. Semoga kalian semua diberi kelancaran dalam segala urusannya dan dipermudah dalam menggapai cita-cita.
7. Kepada diri sendiri yang telah berjuang hingga sejauh ini. Terimakasih telah mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan dan tidak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

DEKLARASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zahrotun Nisa'

NIM : 2005036067

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility* Pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2018-2023

Secara keseluruhan merupakan hasil penelitian serta merupakan karya saya sendiri dan ditulis dengan penuh kejujuran dan rasa tanggung jawab. Skripsi ini asli dan belum pernah ditulis dan diterbitkan dimanapun dan oleh siapapun dengan bagian tertentu yang telah tertera rujukan sumber penulisannya.

Semarang, 8 Juni 2024

Deklarator



Zahrotun Nisa'

NIM.2005036067

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam skripsi karena pada umumnya banyak istilah Arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf Arab harus disalin ke dalam huruf Latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu pedoman transliterasi sebagai berikut :

A. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba	B	Be
ت	ta	T	Te
ث	ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	Kh	Ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	zal	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	ra	R	Er
ز	zai	Z	Zet
س	sin	S	Es
ش	syin	Sy	Es dan ye
ص	šad	š	Es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	...’...	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	wau	W	We
هـ	ha	H	Ha
ء	hamzah	...'	Apostrop
ي	ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Hurif Latin	Nama
◌َ	Fathah	A	a
◌ِ	Kasrah	I	i
◌ُ	Dammah	U	u

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf maka transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
أ.....ى	Fathah dan ya	Ai	a dan i
أ.....و	Fathah dan wau	Au	a dan u

C. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau Tasydid yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda yaitu tanda Syaddah atau Tasydid. Dalam transliterasi ini tanda Syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda Syaddah itu.

Contoh:

No.	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	رَبَّنَا	Rabbanā
2.	نَزَّل	Nazzala

D. Kata Sandang

Kata sandang dalam bahasa Arab dilambangkan dengan huruf ال. Namun dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf Syamsiyyah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf Qamariyyah.

E. Ta' Marbutah

Setiap ta' marbutah ditulis dengan 'h' misalnya الحديقة = al-hadiiqoh.

ABSTRAK

Tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat dipengaruhi oleh berbagai karakteristik perusahaan, termasuk ukuran dari suatu perusahaan dan profitabilitas. Peningkatan ukuran perusahaan dan profitabilitas tidak diikuti dengan peningkatan dana CSR. Seharusnya semakin besar ukuran perusahaan maka akan mengakibatkan peningkatan dana CSR dan semakin besar profitabilitas juga akan mengakibatkan peningkatan dana CSR dari suatu perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Bank Umum Syariah di Indonesia periode 2018-2023. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Data yang digunakan adalah data sekunder dalam bentuk *time series* yang diperoleh dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan bank umum syariah pada masing-masing websitenya dan laporan statistik perbankan syariah yang diterbitkan oleh Otoritas Jasa Keuangan. Populasi dalam penelitian ini adalah Bank Umum Syariah periode 2018-2023. Pengambilan sampel data menggunakan teknik *purposive sampling* dimana pengambilan sampel dengan menggunakan standar tertentu, sehingga diperoleh data sebanyak 42. Pengujian dilakukan dengan SEM-PLS, dengan pengolah data WarpPLS 7.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR.

Kata Kunci: CSR, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas

ABSTRACT

The level of corporate social responsibility disclosure can be influenced by various company characteristics, including the size of a company and profitability. An increase in company size and profitability is not followed by an increase in CSR funds. Supposedly the greater the size of the company will lead to an increase in CSR funds and the greater profitability will also lead to an increase in CSR funds from a company. This study aims to analyze the effect of company size and profitability on Corporate Social Responsibility at Islamic Commercial Banks in Indonesia for the period 2018-2023. The research approach used is quantitative. The data used is secondary data in the form of time series obtained from annual reports and sustainability reports of Islamic commercial banks on their respective websites and Islamic banking statistical reports published by the Financial Services Authority. The population in this study is Islamic Commercial Banks for the period 2018-2023. Data sampling using purposive sampling technique where sampling using certain standards, so that 42 data were obtained. Testing is done with SEM-PLS, with WarpPLS 7.0 data processor. The results showed that the variables of company size and profitability had a positive and significant effect on CSR.

Keywords: *CSR, Company Size and Profitability*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji Syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat, hidayah, dan taufiq Nya. Tak lupa sholawat serta salam kepada Nabi Agung Muhammad SAW yang telah menuntun umatnya ke jalan kebenaran dan keadilan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* Pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2018-2023” Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna menyelesaikan Pendidikan S1 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa proses penyusunan skripsi ini dapat selesai berkat bantuan dari pihak, bimbingan dan dorongan serta perhatiannya. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nizar, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Bapak Arif Efendi, S.E., M.Sc selaku Ketua Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Ibu Mardhiyaturrositaningsih, M.E., selaku Sekretaris Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
5. Ibu Kartika Marella Vanni, M.E selaku Wali Dosen saya selama kuliah di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
6. Bapak Fajar Adhitya, S.Pd., M.M selaku Dosen Pembimbing I yang senantiasa memberikan saran, arahan dan bimbingan selama proses penulisan skripsi.
7. Ibu Elysa Najachah, M.A selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa memberikan saran, arahan, dan bimbingan selama penyusunan skripsi.
8. Seluruh dosen dan staff akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
9. Seluruh teman yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, dengan kerendahan hati penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat

bagi pembaca dan dapat dijadikan sebagai bahan pembelajaran dalam penelitian selanjutnya.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Semarang, 8 Juni 2024

Penulis

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
PENGESAHAN	ii
MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
DEKLARASI.....	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR LAMPIRAN.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 CSR (<i>Corporate Social Responsibility</i>)	12
2.1.1 Teori CSR.....	12
2.1.2 Pengertian CSR.....	15
2.1.3 Sejarah Berkembangnya <i>Corporate Social Responsibility</i>	18
2.1.4 Manfaat CSR	22

2.1.5 Prinsip-Prinsip CSR.....	25
2.1.6 CSR dalam Perspektif Islam.....	27
2.2 Ukuran Perusahaan.....	28
2.3 Profitabilitas	29
2.4 Penelitian Terdahulu	31
2.5 Kerangka Berpikir	34
2.6 Hipotesis Penelitian.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Jenis Data Penelitian	37
3.3 Populasi dan Sampel	37
3.4 Metode Pengambilan Data	39
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	40
3.6 Metode Analisis Data	42
3.6.1 Statistik Deskriptif.....	42
3.6.2 Analisa Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	42
3.6.3 Analisa Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	43
3.6.4 Pengujian Hipotesis	44
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	45
4.2 Statistik Deskriptif.....	49
4.3 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	50
4.3.1 <i>Convergent Validity</i>	50
4.3.2 <i>Dicriminant Validity</i>	51
4.3.3 <i>Composite Reliability</i>	52
4.4 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	52
4.4.1 Uji Kecocokan Model (<i>Goodness of Fit</i>)	52

4.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	53
4.4.3 <i>Predictive Relevance</i>	54
4.5 Uji Hipotesis.....	54
4.6 Pembahasan.....	57
4.6.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> .	57
4.6.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	58
BAB V PENUTUP	60
5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Keterbatasan Penelitian	60
5.3 Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	62
DAFTAR LAMPIRAN.....	66
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Rata-Rata Dana CSR Bank Umum Syariah di Indonesia 2018-2023 ..4	
Tabel 1. 2 Data Rata-Rata Total Aset Bank Umum Syariah di Indonesia 2018-2023 ..6	
Tabel 1. 3 Perkembangan ROA Bank Umum Syariah di Indonesia 2018-20238	
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3. 1 Kriteria Pemilihan Sampel.....	38
Tabel 3. 2 Daftar Sampel Pemilihan	39
Tabel 3. 3 Operasional Variabel Penelitian	41
Tabel 4. 1 Statistik Deskriptif	49
Tabel 4. 2 Hasil Convergent Validity	50
Tabel 4. 3 Hasil Discriminant Validity	51
Tabel 4. 4 Hasil Composite Reliability.....	52
Tabel 4. 5 Hasil Uji Kecocokan Model	53
Tabel 4. 6 Koefisien Determinasi	53
Tabel 4. 7 Predictive Relevance.....	54
Tabel 4. 8 Hasil Uji Hipotesis.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	34
Gambar 4. 1 Model Penelitian	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Nama Bank Umum Syariah yang Menjadi Sampel	66
Lampiran 2. Tabulasi Data Penelitian.....	67
Lampiran 3. Statistik Deskriptif.....	70
Lampiran 4. Hasil <i>Output Combined Loadings and Cross Loading</i>	70
Lampiran 5. Korelasi Konstruksi dengan Nilai AVE.....	71
Lampiran 6. Hasil <i>Output View Latent Variable Coefficients</i>	71
Lampiran 7. Hasil <i>Output View General Result</i>	72
Lampiran 8. Gambar Penelitian	73
Lampiran 9. Hasil <i>Output View Coefficients dan P Values</i>	73

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap bisnis pasti mempunyai kewajiban sosial terhadap lingkungan dalam kaitannya dengan operasionalnya sehari-hari. *Triple Bottom Line* (3P) yaitu faktor ekonomi (*profit*), sosial (*people*), dan lingkungan (*planet*). *Triple bottom line*, yang menggabungkan ketiga komponen ini, sangat penting bagi gagasan pembangunan berkelanjutan.¹ Saat menggunakan konsep 3P, tujuan bisnis harus lebih dari sekadar memaksimalkan keuntungan, namun juga memastikan keberlanjutan kehidupan di bumi dan meningkatkan kesejahteraan manusia.

CSR merupakan suatu kewajiban atau komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi terhadap pembangunan lingkungan sekitar perusahaan dan masyarakat setempat.² CSR merupakan bentuk tanggung jawab dimana perusahaan dan pihak-pihaknya berpartisipasi aktif dalam membangun perekonomian yang berkelanjutan. Tujuannya adalah agar mutu lingkungan dan tingkat hidup warga setempat meningkat.

CSR suatu perusahaan bukan bermanfaat untuk menjaga pamor baik perusahaan saja, tetapi juga untuk membangun hubungan yang baik dengan penguasa dan orang-orang di sekitar wilayah bisnisnya. Tidak hanya itu, dengan adanya program tanggung jawab sosial perusahaan diinginkan bisa menjaga SDM bermutu tinggi yang mampu mengatasi permasalahan yang muncul selama operasional perusahaan, antara lain mengatasi permasalahan ekonomi, lingkungan dan sosial yang ada.

Banyak tujuan yang dapat dicapai dengan melaksanakan program CSR suatu perusahaan, sehingga tidak heran jika program CSR seringkali perlu dilaksanakan secara rutin dan berkesinambungan. Hal ini dilakukan agar citra perusahaan tetap bernilai baik bagi masyarakat dan sekitarnya. *Corporate Social Responsibility* menjadi subjek menarik sebab dipandang jadi esensi atas prinsip-prinsip etika dalam berbisnis. Praktek CSR dilaksanakan bukan hanya demi keuntungan sendiri bagi perusahaan, namun kebutuhan kelompok lain yang lebih luas juga.³

Di Indonesia, dalam rangka melaksanakan rencana untuk menjalankan tanggung

¹ Arry Eksandy and M Zulman Hakim, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) (Pada Perbankan Syariah Di Indonesia Tahun 2011-2015)," n.d.

² Prasetyo, L. (2014). Corporate Social Responsibility (CSR) Bank Syariah Di Indonesia. Kodifikasia, 8(1), 1-21.

³ Putri, Rafika Angraini; Christiawan, Y. J. (2014). Pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan. *Business Accounting Review*, 2(1), 61-70

jawab sosial perusahaan, beberapa peraturan telah dirumuskan sebagai berikut: Pasal 33 UUD 1945 tentang pengertian perekonomian, pemanfaatan sumber daya alam, dan prinsip perekonomian nasional, Pasal 23 Tahun 1997 UU tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup, UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, Peraturan Menteri BUMN No. 5 Tahun 2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil Badan Usaha dan Rencana Bina Lingkungan, Undang-undang Tahun 2008 tentang Hukum Syariah, Peraturan Perbankan No. 21, Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dan Peraturan PSAK Nomor 101 Tahun 2017 tentang Penyampaian Laporan Keuangan Syariah.

Di Indonesia, pelaporan CSR sebelumnya bersifat sukarela dan menjadi wajib ketika muncul Undang-undang no 40 tentang Perseroan Terbatas pada tahun 2007 yang tertera pada bab IV pasal 66 ayat 2c, disebutkan bahwa suatu perusahaan dalam laporan tahunannya harus memasukkan laporan mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan.⁴

Kehadiran regulasi mengenai CSR membuat program TJSI menjadi kewajiban buat semua jenis instansi, termasuk perusahaan dagang, manufaktur, dan jasa seperti bank syariah. Pada awalnya, emiten dan perusahaan yang bergerak di bidang penambangan ataupun pabrik, disusul dengan bidang perbankan, mendominasi standar penerapan pelaporan CSR di Indonesia. Ini diklasifikasikan menjadi dua kelompok di sisi perbankan: perbankan konvensional dan perbankan syariah. Sistem operasionalnya umumnya berbeda dengan kedua jenis perbankan ini.

Perbankan tradisional hanya mencari keuntungan materi dan tidak memperhatikan isu-isu seperti halal, riba, gharar, maysir, dll. Sementara, perbankan syariah sangat menekankan pertimbangan halal dan haram, distribusi kesejahteraan sosial dan profitabilitas bisnis dan memenuhi pertanggungjawaban sosialnya selain persyaratan hukum. Tetapi ada lebih penting, tasawwur (ilustrasi) suatu lembaga keuangan syariah yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, didasarkan pada landasan filosofis yang kuat, seperti halnya perbankan syariah.⁵

Bank syariah mempunyai fungsi dan peran diantaranya:

1. Manajer investasi guna mengawasi investasi yang dilakukan dengan dana nasabah melalui akad yang disebut mudharabah atau dalam peran sebagai agen investasi.
2. Investor yang menggunakan alat investasi yang sesuai prinsip syariah untuk menginvestasikan dananya sendiri atau dana yang dipercayakan kepadanya serta

⁴ Khusnul Fauziah, "Analisis Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perbankan Syariah Di Indonesia Berdasarkan Islamic Social Reporting Indeks" 5, no. 1 (2013).

⁵ Mansur, S. (2012). Pelaporan Corporate Social Responsibility Perbankan Syariah dalam Perspektif Syariah Enterprise Theory (Studi Kasus pada Laporan Tahunan PT Bank Syariah Mandiri). *Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*, 2(2), 107–133.

melakukan bagi hasil atas keuntungan yang didapat berdasarkan nisbah yang telah disepakati.

3. Penyedia layanan keuangan dan transaksi pembayaran, seperti bank konvensional, yang tetap beroperasi dengan mematuhi prinsip-prinsip syariah tanpa melanggarnya.
4. Melaksanakan tugas sosial seperti pengelolaan dana zakat, infaq, sadaqah, dan pinjaman amal (*qardhul hasan*) sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Dari penjelasan tersebut terlihat jelas bahwa ketiga fungsi pertama berkaitan dengan fungsi bisnis dan tujuan keempat berkaitan dengan tugas sosial bank syariah. Bank syariah melakukan kegiatan sosial selain berperan sebagai manajer investasi dan penyedia jasa keuangan yaitu mengharuskan bank syariah memberikan layanan sosial melalui zakat, dana pinjaman sejenis (*qardh*), atau dana sosial yang berpegang pada prinsip Islam. Selain itu, bank syariah harus berkontribusi terhadap pengembangan sumber daya manusia dan menyediakan dana untuk pemeliharaan dan pemajuan lingkungan hidup sesuai dengan prinsip perbankan syariah.⁶

Menurut Pasal 4 UU No. 21 Tahun 2008 mengenai bank syariah, bank syariah harus melaksanakan tugas mengumpulkan juga mendistribusikan dananya dari warga. Bank syariah juga diperbolehkan untuk menjalankan fungsi sosial melalui lembaga baitul mal, yang bertugas memperoleh uang dari berbagai sumber seperti zakat, infaq, sedekah, hibah, ataupun sumbangan lainnya juga melakukan penyaluran dananya ke lembaga zakat. Selanjutnya, diperbolehkan juga bagi bank syariah mengumpulkan sumbangan keuangan yang bersumber dari harta wakaf uang serta mendistribusikannya sesuai dengan arahan dan harapan dari pemberi wakaf terhadap pengelola wakaf.⁷

Teori tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), yang berupaya memastikan bahwa bisnis mempertimbangkan kepentingan pemangku kepentingan, termasuk pekerja, komunitas lokal, pemerintah, organisasi non-pemerintah, konsumen, dan lingkungan, selain kepentingan pemegang saham, konsisten dengan fungsi sosial bank syariah.⁸

Meskipun pada awalnya tidak mungkin memperoleh keuntungan langsung ketika menerapkan CSR, inisiatif tanggung jawab sosial ini dapat membantu meningkatkan reputasi bank. Apabila CSR dilakukan secara berkelanjutan, hal ini mungkin terjadi menghasilkan keuntungan penting bagi bisnis, termasuk keuntungan finansial. Di dalam penerapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) relevan dan menawarkan keuntungan besar bagi bank syariah di Indonesia. Lembaga keuangan yang beroperasi sesuai dengan

⁶ Prasetyo, L. (2014). Corporate Social Responsibility (CSR) Bank Syariah Di Indonesia. Kodifikasia, 8(1), 1-21.

⁷ Ibid hal 147.

⁸ Ibid hal 145.

prinsip-prinsip ajaran Islam itu bank syariah. Nilai-nilai ini memajukan keadilan sosial dalam semua transaksi dan prosesnya serta melarang praktik riba atau bunga. Akibatnya, bank syariah berkomitmen untuk kemaslahatan masyarakat dan lingkungan selain mengejar keuntungan finansial.⁹

Sesuai Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang No.21 Tahun 2008 mengenai perbankan syariah, bank syariah mencakup seluruh hal terkait BUS dan UUS, termuat susunan organisasi, aktivitas bisnis, beserta cara juga strategi ketika melakukan bisnis. Di Indonesia perkembangan tatanan perbankan syariah dilaksanakan dalam konteks pola perbankan ganda ataupun *dual banking system* dimana secara bersamaan dengan perbankan konvensional melakukan pelayanan mengenai apa yang dibutuhkan warga.¹⁰

Perbankan syariah mengalami perkembangan industri di Indonesia cepat sekali maka perlu dikaji bagaimana bank syariah melakukan pemenuhan tanggung jawab sosial dan lingkungannya. Di waktu yang sama, perkembangan dana tanggung jawab sosial perusahaan yang sudah keluar dari BUS di Indonesia juga tidak stabil. Berikut tabel data pertumbuhan uang CSR BUS di Indonesia tahun 2018-2023.

Tabel 1. 1

Data Rata-Rata Dana CSR Bank Umum Syariah di Indonesia 2018-2023

Tahun	Rata- Rata Uang CSR Bank Umum Syariah di Indonesia	Persentase Kenaikan dari Tahun Sebelumnya
2018	Rp 21.825.421.289	0
2019	Rp 20.803.354.387	(4,68%)
2020	RP 59.828.774.718	187%
2021	Rp 16.880.173.505	(71,78%)
2022	Rp 21.728.541.881	28,72%
2023	Rp 32.132.035.336	47,87%

Sumber: Annual Report dan Sustainability Report Bank Umum Syariah yang diolah

⁹ Fadillah, I. N., Ayu, A. C., Adawiyah, R., & Pramono, A. F. (2023). Literature Review: Peran Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Meningkatkan Citra Positif Bank Syariah di Masyarakat. *IJMA (Indonesian Journal of Management and Accounting)*, 4(1), 115-122.

¹⁰ Heny Yuningrum, Muyassarrah Muyassarrah, and Risma Dewi Astuti, "Effect of Service Quality, Product Quality, and Trust In Customer Satisfaction (Case Study at Bank BRI Syariah KCP Kendal)," *AL-ARBAH: Journal of Islamic Finance and Banking* 2, no. 2 (December 31, 2020): 139–56, <https://doi.org/10.21580/al-arbah.2020.2.2.7425>.

Tabel 1.1 menunjukkan dana dari BUS yang telah keluar untuk program CSR mengalami ketidakkonsistenan. Di 2019 mendapati penyusutan dengan persentase -4,68%, namun di 2020 mendapati peningkatan yang cukup drastis dengan persentase 187%. Tahun 2021 mengalami penurunan dengan persentase -71,78%. Namun pada tahun berikutnya mengalami kenaikan secara berturut-turut, di 2022 persentase naik sejumlah 28,72% serta 2023 persentase meningkat jadi 47,87%. Dari tabel diatas menunjukkan bahwa tahun 2020 merupakan tingkat pendanaan CSR tertinggi, dengan nilai rata-rata dana CSR hampir 60 miliar. Hal ini dapat menjadi pertanda bahwa sebuah bisnis, termasuk Bank Umum Syariah, sangat menjunjung tinggi dalam melaksanakan CSR.

Program dalam melaksanakan CSR antara lain bantuan pendidikan, bantuan kesehatan, pengelolaan lingkungan hidup dan kegiatan sosial lainnya. Empat model telah dikembangkan untuk melaksanakan CSR, yaitu sebagai berikut:

- a) Perlibatan secara langsung.
- b) Melalui kelompok sosial perusahaan.
- c) Berkolaborasi dengan entitas lain, seperti lembaga pengelola ZISWAF.
- d) Membantu dalam konsorsium atau bergabung dalam konsorsium.

Menurut beberapa penelitian menunjukkan bahwa kerjasama dengan pihak lain atau lembaga sosial merupakan model yang paling populer digunakan oleh perusahaan untuk melakukan CSR.

Syariah sebagai pedoman hidup memberikan pedoman bagaimana umatnya harus beradaptasi dan tumbuh di zaman modern ini melalui konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR). Islam membolehkan inovasi dalam muamalah, tetapi tidak dalam aqidah, akhlak, atau ibadah. Prinsip dasar Alquran dan Sunnah menjadi landasan bagi organisasi yang menjalankan bisnis sesuai syariah. Dengan demikian, hal ini menjadi titik awal interaksi pelaku baik dengan lingkungan sekitar maupun satu sama lain. Oleh karena itu, dalam konsep syariah, akan terdapat ikatan yang lebih dalam antara institusi dan lingkungannya dibandingkan dengan pendekatan konvensional. Alasannya adalah sistem syariah didasarkan pada ajaran agama, dimana memperoleh keridhaan Allah saja menjadi tolok ukur pertanggungjawaban dalam setiap perbuatan. Pada akhirnya, interaksi dan akuntabilitas antara manusia dan Tuhan akan menghasilkan terciptanya kontrak keagamaan yang lebih kuat dibandingkan sekadar kontrak sosial.

Syariah menyebutkan jika tujuan CSR yaitu agar menghasilkan kebajikan, dan hal ini dicapai dengan mengikuti perintah Allah tentang zakat, infaq, sedekah, dan wakaf daripada melakukan kegiatan yang mengandung unsur riba. Prinsip kedermawanan dan

keikhlasan juga harus diutamakan dalam CSR. Allah lebih menyukai amalan ini dibandingkan Dia menyukai beribadah Mahdhah. Sabda Rasulullah SAW, “Mencukupi kebutuhan kaum mukminat disukai Allah lebih-lebih ketimbang menunaikan dua puluh ibadah haji serta menghabiskan ratusan ribu dirham dan dinar untuk setiap haji” Lebih lanjut Rasulullah SAW menyatakan dalam hadis lainnya bahwa “Berjalannya orang mukmin untuk mencukupi kebutuhan terhadap sama-sama muslimnya sangat bagus bagi dirinya dibandingkan dengan melaksanakan tawaf di Baitullah sebanyak tujuh puluh kali.”¹¹

Tingkat dalam mengungkap tanggung jawab sosial perusahaan bisa dipengaruhi dari berbagai karakteristik perusahaan, termasuk ukuran dari suatu perusahaan dan profitabilitas. Ukuran perusahaan menjadi satu diantara aspek dari korporasi yang dapat mempengaruhi CSR. Sumber daya bertambah banyak yang dipunya perusahaan, termasuk sumber daya finansial, fisik, dan manusia maka semakin tinggi pula pengeluarannya untuk dana CSR.¹²

Untuk mengukur ukuran perusahaan dapat digunakan beberapa metrik, salah satunya adalah total aset. Pengukuran ini digunakan untuk menentukan besarnya dana CSR berdasarkan total aset yang dimiliki bank. Kuantitas uang BUS di Indonesia untuk CSR tidak meningkat seiring penambahan total aset, menurut data lapangan total aset BUS di Indonesia mengalami perubahan sebagai berikut:¹³

Tabel 1. 2
Data Rata-Rata Total Aset BUS di Indonesia 2018-2023

Tahun	Total Aset	Persentase Kenaikan dari Tahun Sebelumnya
2018	316.691	0
2019	350.364	10,63%
2020	397.073	13,33%
2021	441.789	11,26%
2022	531.860	20,38%
2023	594.709	11,81%

¹¹ Fatmawatie, N. (2015). Pengungkapan corporate social responsibility (CSR) dalam akuntansi sosial ekonomi di tinjau dari syariah. *Equilibrium, Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(2), 221-237.

¹² Rohana Othman, Azlan Thani, and Erlane K Ghani, “Determinants of Islamic Social Reporting Among Top Shariah-Approved Companies in Bursa Malaysia,” no. 12 (2009).

¹³ Yasmin Puspitasari, “Influence Of Company Profitability and Size On Corporate Social Responsibility In Sharia Commercial Banks In Indonesia 2013-2017 Period,” n.d.

Sumber: SPS, OJK 2024

Tabel 1.2 memperlihatkan bahwa total asset BUS mendapati kenaikan tiap tahun. Di 2019 mengalami kenaikan dengan persentase sebesar 10,63%, kemudian tahun 2020 naik dengan persentase 13,33%. Pada tahun 2021 mengalami kenaikan dengan persentase 11,26%. Pada tahun berikutnya yaitu tahun 2022 mengalami kenaikan sebesar 20,38% dan tahun 2023 mengalami kenaikan dengan persentase sebesar 11,81%. Dari tabel diatas menunjukkan bahwa tahun 2023 memiliki total aset terbesar. Hal ini menunjukkan bahwa dana CSR BUS terbesar harus disalurkan pada tahun 2023 juga. Namun berdasarkan data pertumbuhan uang yang diberikan BUS untuk *corporate social responsibility* (lihat Tabel 1.1), uang *corporate social responsibility* terbanyak yang dikeluarkan oleh BUS yaitu pada tahun 2020.

Dari pembahasan diatas diketahui bahwa peningkatan total asset tidak diikuti dengan peningkatan dana CSR. Seharusnya ukuran dari perusahaan makin naik itu mengakibatkan peningkatan dana CSR dari suatu korporasi. Bertambah kuatnya ukuran perusahaan itu menyebabkan naiknya pula pertanggungjawaban sosialnya. Korporasi yang besar dituntut untuk mengungkap tanggung jawab sosial yang bertambah luas agar investor memiliki akses terhadap lebih banyak informasi yang dapat membantu dalam pengambilan keputusan.¹⁴

Selain ukuran korporasi, profitabilitas merupakan aspek lain dari korporasi yang dapat mempengaruhi CSR. Rasio yang disebut profitabilitas digunakan untuk menilai kapasitas bisnis dalam menghasilkan uang.¹⁵ Di penelitian ini guna mengukur profitabilitas memakai rasio ROA. ROA yaitu ukuran seberapa mampu perusahaan untuk memperoleh uang atas kekayaan tertentu atau rasio untuk menunjukkan seberapa menguntungkan suatu perusahaan dalam menggunakan asetnya.¹⁶

Perusahaan akan menciptakan lebih banyak keuntungan jika nilai ROA-nya lebih tinggi. Menurut hubungan antara CSR dan profitabilitas perusahaan, bank yang memiliki profitabilitas tinggi mengadopsi CSR sebagai wujud pertanggungjawaban dan keterbukaan kepada para pemilik modal terhadap investasi mereka, sehingga semakin besar profitabilitas, semakin besar juga dana yang dialokasikan untuk CSR. Namun, ungkapan tersebut mengindikasikan sepenuhnya tidak sesuai jika dilihat dari observasi terhadap ROA di BUS kini. Data ROA di BUS Indonesia per 2018 - 2023 adalah sebagai berikut:

¹⁴ Agustya Kurratul Aini, "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) Pada Perusahaan yang Terdaftar Di Indeks LQ45 Bursa Efek Indonesia (BEI)" 12 (2015).

¹⁵ Heni Triastuti Kurnianingsih, "Pengaruh Profitabilitas dan Size Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility" 13, no. 1 (2013).

¹⁶ Agus Purwanto, "Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Terhadap Corporate Social Responsibility," *Jurnal Akuntansi* 8, no. 1 (n.d.).

Tabel 1. 3
Perkembangan ROA Bank Umum Syariah 2018-2023

Tahun	ROA	Persentase Kenaikan dari Tahun Sebelumnya
2018	1,28	0
2019	1,73	35,15%
2020	1,40	(19,07%)
2021	1,55	10,71%
2022	2,00	29%
2023	1,88	0,06%

Sumber: SPS, OJK 2024

Berdasarkan tabel 1.3 memperlihatkan bahwa tahun 2019 ROA Bank Umum Syariah mengalami kenaikan dengan persentase sebesar 35,15%, namun di 2020 turun dengan persentase -19,07%. Di 2021 mendapati peningkatan dengan persentase sebesar 10,71% meningkat lagi di 2022 persentasenya sebesar 29%, tetapi di 2023 turun dengan persentase 0,06%. Dari tabel diatas menunjukkan bahwa tahun 2022 memiliki nilai ROA terbesar, jika dibandingkan dengan kuantitas uang CSR terbesar yang BUS keluarkan yaitu pada tahun 2020 (lihat Tabel 1.1).

Dari pembahasan diatas diketahui bahwa peningkatan profitabilitas tidak diikuti dengan peningkatan dana CSR. Seharusnya semakin besar profitabilitas dari suatu perusahaan maka akan mengakibatkan peningkatan dana CSR dari suatu perusahaan. Bank yang berada dalam situasi yang baik biasanya akan memberikan rincian lebih lanjut dalam laporan tahunannya. Bank dengan profitabilitas yang signifikan memberikan kebebasan dan kemudahan terhadap manajemen guna mengatakan ke pemangku kepentingan terkait aktivitas tanggung jawab sosial mereka yang luas.¹⁷ Profitabilitas berguna terhadap penilaian seberapa mampu korporasi mendapatkan untung serta keberhasilan manajemen dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya. Potensi perusahaan dalam menghasilkan

¹⁷ Ramadhani, Febry. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Dewan Pengawas Syariah Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting JOM Fekon, Vol. 3, No. 1, 2016, Hal 2487-2500

keuntungan meningkat seiring dengan profitabilitas yang menyebabkan semakin besarnya dana dari perusahaan.¹⁸

Faktanya, telah ada studi yang dilakukan mengenai CSR dan menghasilkan beragam temuan. Penelitian menurut Ardela Intan Paramita & Barlia Annis Syahzuni¹⁹ dan penelitian Martha Yurdila, Mukhzarudfa & Wiralestari²⁰ mengemukakan secara parsial ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR dan secara simultan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan penelitian menurut Putra & Mia Angelina Setiawan mendapatkan hasil jika ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR.²¹ Penelitian yang dilakukan oleh Esti Rahmawati & Sarsiti²² dan penelitian oleh Rina Dewi Oviliana, Satria Yudhia Wijaya & Subur²³ menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap CSR. Sementara penelitian menurut K.A. Kurniawan & G.A. Yuniarta menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada CSR perusahaan.²⁴

Profitabilitas adalah faktor lain yang menunjukkan hasil penelitian yang kontradiktif. Penelitian oleh Rani Widiyarsari Eko Putri²⁵ dan penelitian oleh Dea Putri Ayu dan A.A Gede Suarjaya²⁶ menunjukkan hasil penelitian bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Penelitian menurut Ardela Intan Paramita & Barlia Annis Syahzuni²⁷ dan penelitian oleh Martha Yurdila, Mukhzarudfa & Wiralestari²⁸ menyatakan bahwa secara parsial profitabilitas tidak berpengaruh pada CSR, namun secara simultan profitabilitas berpengaruh terhadap CSR. Sedangkan Penelitian yang dilakukan oleh Esti Rahmawati & Sarsiti menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh

¹⁸ Agustya Kurratul Aini, "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) Pada Perusahaan yang Terdaftar Di Indeks LQ45 Bursa Efek Indonesia (BEI)" 12 (2015).

¹⁹ Ardela Intan Paramita and Barlia Annis Syahzuni, "Analisis Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility," 2022.

²⁰ Martha, Y., Mukhzarudfa, M., & Wiralestari, W. (2019). The Effect Of Profitability, Firm Size, Board Of Commissioners, Leverage and Media Explosure Toward Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR) On The Listing and Go Public Companiesin Indonesian Stock Exchange (IDX). *Jurnal Akuntansi & Keuangan Unja*, 4(04), 11-25.

²¹ Putra, P., & Setiawan, M. A. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 4(3), 611-625.

²² Rahmawati, E., & Sarsiti, S. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Dan Likuiditas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2015. *Smooting*, 17(2), 33-56.

²³ Rina Dewi Oviliana and Satria Yudhia Wijaya, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR" 2 (2021)..

²⁴ K A Kurniawan and G A Yuniarta, "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan Risk Minimization terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility" 11, no. 1 (2020).

²⁵ Putri, R. W. E. (2013). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Universitas Brawijaya*.

²⁶ Dea Putri Ayu and A A Gede Suarjaya, "Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Pertambangan" 6, no. 2 (n.d.).

²⁷ Paramita and Syahzuni, "Analisis Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility."

²⁸ Martha, Y., Mukhzarudfa, M., & Wiralestari, W. (2019). The Effect Of Profitability, Firm Size, Board Of Commissioners, Leverage and Media Explosure Toward Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR) On The Listing and Go Public Companiesin Indonesian Stock Exchange (IDX). *Jurnal Akuntansi & Keuangan Unja*, 4(04), 11-25.

terhadap pengungkapan CSR baik secara parsial maupun simultan.²⁹ Penelitian menurut Putra & Mia Angelina Setiawan mendapatkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR.³⁰ Sedangkan penelitian menurut K.A. Kurniawan & G.A. Yuniarta menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh pada CSR.³¹

Masih terdapatnya *research gap* mengenai berbagai faktor yang memengaruhi CSR menurut sejumlah penelitian terdahulu dan data yang ada termasuk periode penelitian dan teknik pengujian yang berbeda adalah salah satu faktor yang kemungkinan berkontribusi terhadap keragaman temuan penelitian. Jenis sektor bisnis yang diteliti dan strategi pengungkapan masing-masing perusahaan yang dipekerjakan juga dapat berdampak pada variasi tersebut. Penelitian ini ialah pengulangan dari riset-riset sebelumnya menggunakan subjek dan periode penelitian yang berbeda. Riset ini fokus pada subjek penelitian di Bank Umum Syariah yang tercatat di Otoritas Jasa Keuangan periode 2018-2023.

Dengan mengkaji laporan tahunan dan laporan keberlanjutan korporasi, penulis berharap dapat mengungkap dampak ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap CSR pada Bank Umum Syariah di Indonesia berdasarkan alasan tersebut di atas. Agar membuahkan hasil yang bermanfaat nantinya, peneliti dalam penelitian ini hanya berkonsentrasi pada Bank Umum Syariah yang tercatat di Otoritas Jasa Keuangan Syariah periode 2018-2023.

1.2 Rumusan Masalah

- a. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap CSR pada Bank Umum Syariah di Indonesia periode 2018–2023?
- b. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap CSR pada Bank Umum Syariah di Indonesia periode 2018–2023?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap CSR pada Bank Umum Syariah di Indonesia periode 2018-2023.
- b. Menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap CSR pada Bank Umum Syariah di Indonesia periode 2018-2023.

²⁹ Rahmawati, E., & Sarsiti, S. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Dan Likuiditas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2015. *SMOOTHING*, 17(2), 33-56.

³⁰ Putra, P., & Setiawan, M. A. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 4(3), 611-625.

³¹ Kurniawan and Yuniarta, "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan Risk Minimization terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility."

1.4 Manfaat Penelitian

a) Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini berharap akan memberi partisipasi besar dalam pengembangan bidang ilmu ekonomi. Selain itu, diharapkan riset ini bisa digunakan untuk literatur serta acuan data guna riset seterusnya mengenai CSR.

b) Manfaat Praktis

▪ Untuk Korporasi

Tujuannya adalah agar perusahaan pengelola dapat menggunakan hasil penelitian sebagai acuan untuk menciptakan korporasi yang lebih baik.

▪ Untuk Pemilik Modal Serta Calon Pemilik Modal

Berharap riset ini bisa dijadikan sumber yang berguna sebagai pedoman pengambilan keputusan pendanaan dan juga sebagai pemicu perbincangan baru mengenai elemen-elemen penting yang harus dipertimbangkan ketika melakukan investasi dan hal-hal yang lebih dari sekadar ukuran finansial.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN, mencakup latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, membahas tentang *Corporate Social Responsibility*, ukuran perusahaan, tentang profitabilitas, hasil penelitian sebelumnya, kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN, menjelaskan jenis penelitian, jenis data yang digunakan, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN, mencakup analisis data dan hasil pembahasan sesuai dengan alat analisis yang digunakan.

BAB V PENUTUP, berisi kesimpulan sebagai jawaban dari rumusan masalah, keterbatasan penelitian, dan saran-saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 CSR (*Corporate Social Responsibility*)

2.1.1 Teori CSR

2.1.1.1 Teori Legitimasi

Kemampuan perusahaan untuk tumbuh di masa depan bergantung pada keselarasan strategisnya dengan lingkungan sekitar. Strategi perusahaan dapat dibangun dengan menggunakan legitimasi, khususnya ketika mencoba menempatkan dirinya dalam masyarakat yang mengalami kemajuan yang semakin pesat secara teknologi. Legitimasi organisasi, menurut O'Donovan, dapat dianggap mengenai apa yang masyarakat beri kepada bisnis serta apa yang bisnis cari atau ingin atas masyarakat. Maka dari itu, legitimasi adalah sumber daya atau keuntungan yang mungkin diperoleh suatu bisnis dari masyarakat agar dapat terus beroperasi sebagai perusahaan yang berkelanjutan.³²

Teori legitimasi menyarankan dunia usaha untuk memastikan bahwa masyarakat menyetujui tindakan dan kompetensi mereka. Perusahaan memanfaatkan laporan tahunan mereka sebagai sarana untuk memvisualisasikan sikap tanggung jawab terhadap lingkungan agar berdampak pada nilai-nilai sosial di mana perusahaan beroperasi. Gagasan tentang legitimasi adalah konsep atau asumsi yang dianut secara luas yang menjelaskan mengapa kegiatan dari suatu entitas diantisipasi, pantas, dan konsisten dengan serangkaian definisi, norma, nilai, dan keyakinan publik. Oleh karena itu, suatu korporasi akan kehilangan legitimasinya apabila tindakannya tidak sesuai dengan apa yang diharapkan dan sejalan dengan struktur sosial masyarakat.³³

Menurut teori legitimasi, sebuah perusahaan akan bersedia mengungkapkan semua tindakannya jika masyarakat mengharapkannya untuk memastikan bahwa operasinya mematuhi norma dan batasan sosial. Dengan demikian, perusahaan yang melakukan penerapan CSR bisa dilihat seperti cara buat korporasi untuk bertindak secara bertanggung jawab secara sosial. Gagasan mengenai kompak sosial yang implisit antara masyarakat dan lembaga-lembaga sosial merupakan landasan teori legitimasi. Pengertian legitimasi perusahaan disarankan untuk menunjukkan atau memberikan bukti bahwa masyarakat akan menerima kinerja suatu perusahaan.³⁴

³² Hadi, Nor. (2018). *Corporate Social Responsibility* (Edisi 2). Yogyakarta: Expert

³³ Titisari, K. H. (2020). *Up Green CSR* (Refleksi Edukatif Riset CSR dalam Pengembangan Bisnis).

³⁴ Siti Sara Rostiani and Tuntun A. Sukanta, "Pengaruh Dewan Pengawas Syariah, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) (Studi Pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2012-2016)," *Jurnal Akuntansi, Bisnis dan Ekonomi* 4, no. 2 (April 30, 2019): 1225–48, <https://doi.org/10.33197/jabe.vol4.iss2.2018.184>.

Hubungan antara dunia usaha dan masyarakat merupakan fokus utama teori legitimasi. Menurut pandangan ini, karena korporasi ialah bagian integral dari masyarakat, maka korporasi patut mewaspadai aturan-aturan sosial sebab jika mematuhiya bisa meningkatkan legitimasi usaha. Menurut Ghazali dan Chariri, ikatan sosial yang dimiliki suatu bisnis dengan komunitas di mana ia bekerja dan mengonsumsi sumber daya merupakan landasan teori legitimasi. Oleh karena itu, legitimasi memiliki keuntungan dalam membantu kelangsungan hidup perusahaan.

Dunia usaha bergantung pada pemangku kepentingan untuk menyediakan kebutuhan yang mereka perlukan supaya sanggup bertahan serta memiliki perkembangan. Korporasi jika mencari “izin untuk beroperasi” di wilayah yang tidak dianggap eksploitatif terhadap lingkungan alam dan sosial harus menunjukkan bahwa tindakan mereka searah terhadap aturan juga nilai yang masyarakat bisa terima agar penggunaan sumber daya mereka sah.³⁵

Legitimasi entitas terancam ketika terdapat perbedaan, nyata atau mungkin terjadi, antara kedua sistem nilai. Sesuai ungkapan tersebut, berlakunya teori legitimasi jika poin-poin suatu korporasi sejalan terhadap poin-poin sistem sosial yang lebih besar yang mana korporasi itu tergabung. Legitimasi bisnis berada dalam risiko ketika terdapat kemungkinan ketidaksesuaian antara kedua sistem. Lebih lanjut Deegan dan Faisal, Tower, dan Rusmin mengatakan bahwa legitimasi korporasi supaya bisa melakukan operasi terhadap komunitas tergantung terhadap perjanjian sosial tersirat diantara badan usaha serta komunitas.

Jika manajemen yakin masyarakat mengharapkan perusahaan melaporkan tindakannya, maka korporasi akan bersedia melakukannya. Perusahaan yang melanggar norma dan harapan sosial berisiko kehilangan izin operasinya dalam masyarakat. Menurut teori legitimasi, dunia bisnis akan merasa bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan agar mendapat pembenaran atas aktivitasnya jika aturan serta impian komunitas kepada perusahaan mengalami perubahan, ataupun jika perusahaan menyadari apabila mereka telah melakukan pelanggaran aturan dan impian yang tersedia.

Beberapa literatur sering kali menerapkan teori legitimasi untuk membenarkan metode pelaporan keberlanjutan perusahaan. Teori legitimasi menyatakan bahwa bisnis memerlukan legitimasi, atau izin sosial, agar dapat berfungsi. Dengan demikian, dunia usaha melaporkan keberlanjutan sebagai upaya untuk mendapatkan legitimasi, yang mana hal ini sangat penting bagi dunia usaha.³⁶

³⁵ Titisari, K. H. (2020). *Up Green CSR (Refleksi Edukatif Riset CSR dalam Pengembangan Bisnis)*.

³⁶ *Ibid* hal 57.

Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa agar suatu bisnis dapat berkelanjutan dalam jangka panjang, bisnis tersebut harus memperoleh legitimasi di mata masyarakat dengan menyesuaikan dengan ekspektasi mereka terhadap perilakunya. Dampak buruk dan ketimpangan sosial yang timbul dari keberadaan perusahaan di suatu wilayah menimbulkan perusahaan melaksanakan akuntabilitas sosial perusahaan. Akuntabilitas korporasi bukan mencakup indikator ekonomi laporan keuangan (*economic focus*) saja namun juga mencakup pertimbangan aspek sosial (*social Dimensions*) yang berdampak pada kelangsungan hidup perusahaan baik dari sudut pandang internal maupun eksternal.

Sebuah bisnis yang memperoleh legitimasi di masyarakat mempunyai kemudahan mengakses ke sumber daya. Bisnis beroperasi dengan efisiensi dan efektivitas, yang meningkatkan kinerja dan menjamin kelangsungan hidup jangka panjang, yang keduanya menambah nilai perusahaan. Meningkatkan kinerja bisnis dan memastikan keberlanjutan berdampak pada penurunan risiko bisnis dan peningkatan reputasi bisnis, sehingga memungkinkan bisnis mendapatkan sumber pembiayaan berbiaya rendah.

Dalam lingkungan perusahaannya, perusahaan mempunyai kontrak sosial dengan masyarakat. Dengan dibukanya informasi tersebut, masyarakat berharap dapat memberikan legitimasi kepada perusahaan yang dapat berdampak pada kemampuan perusahaan untuk bertahan. Pandangan bahwa teori legitimasi dengan tegas menerima bahwasanya kesepakatan sosial membatasi bisnis yang mengharuskan korporasi agar terlibat dalam beragam kegiatan sosial juga didukung Reverte. Hal ini dimaksudkan dengan dibuatnya informasi tersebut maka masyarakat akan memandang perusahaan tersebut sah, sehingga akan mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk bertahan.³⁷

Karena terdapat kesepakatan sosial yang implisit antara masyarakat dan dunia usaha, pengungkapan CSR dapat berfungsi sebagai saluran komunikasi di antara mereka. Hal ini diharapkan akan memperkuat posisi perusahaan, meningkatkan pendapatannya di masa depan, dan menjamin kemampuannya untuk terus beroperasi. Penjelasan di atas menjelaskan mengapa, menurut teori legitimasi, dunia usaha wajib melakukan penyesuaian terhadap perubahan norma-norma sosial dan kondisi lingkungan. Cara penyesuaian yang dilakukan antara lain dengan menjalankan operasional usaha agar sesuai dengan norma dan nilai sosial, serta melakukan upaya pencapaian kebutuhan masyarakat dan meningkatkan kesejahteraan serta kualitas hidup di wilayah tempat usaha dijalankan.

Inisiatif CSR adalah salah satu cara banyak bisnis menerapkan upaya penyesuaian. Sebagai bentuk kepeduliannya terhadap lingkungan, perusahaan

³⁷ Ibid hal 58.

melaksanakan program CSR sebagai upaya menjaga lingkungan. Selain diwajibkan, *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki potensi untuk memberikan keuntungan bagi dunia usaha dengan membantu mereka memenangkan simpati masyarakat dan mendapatkan liputan yang positif di media, sekaligus mencapai tujuan utama kesejahteraan sosial dan komunitas.³⁸

2.1.2 Pengertian CSR

Kata CSR awalnya diusulkan pada tahun 1953 dalam artikel “Tanggung Jawab Sosial Pengusaha”. CSR dimulai oleh Howard Rothmann Brown guna menghilangkan kecemasan dalam bidang usaha. Walaupun rancangan tanggung jawab sosial perusahaan telah dibahas sejak lama, namun konsep tersebut masih sulit untuk didefinisikan secara akurat. Walaupun hakikat CSR sama, namun para ahli dan peneliti mendefinisikan CSR secara luas dan berbeda.

The world Bussines council for sustainable Development (WBCSD) mengartikan pertanggungjawaban sosial korporasi menjadi keterikatan usaha untuk menjalankan tindakan yang bermoral, membangun perekonomian, serta menaikkan mutu kehidupan pekerja, keluarga mereka, juga masyarakat setempat serta komunitas secara umum. Definisi ini menegaskan bahwa tanggung jawab sosial korporasi ialah perbuatan etis dengan tujuan untuk memajukan ekonomi, melakukan peningkatan agar pekerja sejahtera juga keluarga mereka, termasuk menaikkan taraf hidup masyarakat secara luas.

Sesuai undang-undang no. 25 Tahun 2007 mengenai Penanaman Modal, Tanggung Jawab Sosial korporasi mengacu pada pertanggungjawaban yang menempel di tiap korporasi, penanaman dana agar terus membangun ikatan yang sepadan, sebanding juga selaras terhadap wilayah, kualitas, kebiasaan, serta kultur warga sekitar.

UU No. 40 Tahun 2007 mengenai PT menyatakan bahwa TJSL ialah komitmen suatu perusahaan guna ikut bersama saat membangun perekonomian berkepanjangan agar menaikkan mutu hidup juga menciptakan kawasan yang berguna, bisa jadi buat masyarakat, perusahaan, bagi lingkungan yang menguntungkan dan komunitas lokal serta masyarakat.

Berdasarkan makna di atas, maka bisa didapat kesimpulan jika tanggung jawab sosial korporasi ialah komitmen dan tanggung jawab suatu perusahaan terhadap seluruh pemangku kepentingannya berupa serangkaian kegiatan positif yang dilakukan perusahaan terhadap masyarakat untuk mengembangkan kondisi yang lebih baik dalam segala aspek kehidupan.³⁹

³⁸ Ibid hal 59.

³⁹ Alike Shauma Pardanty and Willy Sri Yuliandhari, “(Studi Empiris pada Bank Umum Syariah Tahun 2015-2019),” n.d.

Secara luas, CSR erat kaitannya terhadap maksud untuk mewujudkan aktivitas ekonomi yang berkepanjangan. Menurut Nayenggita, subjek berkepanjangan dalam operasi ekonomi tidak hanya mencakup akuntabilitas sosial, melainkan mencakup akuntabilitas korporasi kepada penduduk, negara, serta komunitas global.

Menurut Departemen Sosial RI, CSR adalah kemauan serta dedikasi bisnis dalam memberikan perhatian, memenuhi kewajiban sosial, membina kemasyarakatan, melaksanakan program dan aktivitas ketentraman sosial, pengembangan sosial, dan ketentraman komunitas menjadi tanda kesetiaan terhadap kelompok sosial dan menjaga keseimbangan ekosistem. Menurut Sankat, akuntabilitas sosial korporasi adalah upaya yang disengaja agar bertindak moral, hukum, juga memperbaiki situasi ekonomi selain meningkatkan kualitas hidup pekerja juga keluarga mereka, kelompok lokal, dan komunitas umum.⁴⁰

CSR adalah pendekatan keterlibatan global terhadap pembangunan berkelanjutan yang bertujuan untuk menciptakan dan memelihara program kesadaran perusahaan bagi masyarakat sekitar dengan menjaga keseimbangan antara fungsi sosial, pelestarian lingkungan, dan maksimalisasi ekonomi bersama. Dengan kata lain, *Tri Corridor Bottom Line* ialah tempat dilaksanakannya CSR. Mendapat hasil barangnya aman, tiada risiko, dan ramah lingkungan, melakukan infiltrasi yang baik, mendistribusikan sampah dengan benar dan membatasi penggunaan AC dan listrik adalah beberapa contoh dasar penerapan CSR.⁴¹

Akuntabilitas sosial korporasi, didefinisikan sebagai peningkatan kualitas hidup dengan mengakui bahwa manusia adalah anggota komunitas yang unik dan memiliki kapasitas untuk merespons kondisi sosial yang ada dan memanfaatkan lingkungan, termasuk mengubahnya sekaligus melestarikannya. Atau dengan kata lain, cara lain bisnis mengatur prosedur bisnisnya agar bermanfaat bagi masyarakat. Alternatifnya, hal ini dapat dianggap sebagai prosedur penting untuk mengendalikan pengeluaran eksternal (organisasi pengatur umum, anggota masyarakat, kelompok masyarakat sipil, dan bisnis lainnya) dan pengeluaran internal (pegawai, pemegang saham, dan modal petani).

Sebuah konsep yang umumnya disepakati oleh para aktivis dan praktisi Dewan Bisnis Dunia agar bisa membangun ekonomi berkepanjangan mendefinisikan CSR sebagai keterikatan berkesinambungan komunitas usaha untuk menjunjung tinggi prinsip-prinsip moral, mendukung pertumbuhan ekonomi, dan meningkatkan kesejahteraan pekerja juga keluarga mereka, juga kelompok lokal dan komunitas di seluruh dunia.⁴²

Ada satu hal yang menyatukan semua definisi ini: CSR dan keinginan pemilik saham

⁴⁰ Kholis, A. (2020). Corporate Social Responsibility Konsep Dan Implementasi.

⁴¹ Ibid hal 6.

⁴² Ibid hal 7.

serta petinggi lainnya dalam perusahaan saling terkait erat. Mereka adalah pemilik dunia usaha, pekerja, negara, lingkungan hidup, dan masyarakat. John Elkington kemudian menerjemahkan ide ini sebagai “*triple bottom line*”, yang merupakan singkatan dari *profit*, *people*, dan *planet*.

Dengan begitu memperlihatkan jika ingin mendapatkan lingkungan yang berkualitas serta mendongkrak keuntungan usaha, tujuan CSR harus dapat memahami CSR sebagai pengorbanan perusahaan terhadap kesejahteraan sosial, kesejahteraan karyawan, dan masyarakat. Definisi ini menyoroti pentingnya “keberlanjutan” yaitu, melakukan sesuatu secara konsisten sepanjang waktu untuk mendapatkan dampak jangka panjang, bukan hanya sesekali. Memang benar bahwa konsep CSR dan pembangunan berkelanjutan mempunyai keterkaitan yang kuat (pembangunan berkelanjutan).⁴³

Ismail memberi definisi CSR menjadi keterikatan agar mendapatkan peningkatan ketentraman banyak orang dengan mempraktikkan usaha yang bijaksana juga kontribusi sumber daya korporasi, mencapai kesuksesan bisnis dengan tetap menjunjung tinggi prinsip moral dan menunjukkan kepedulian terhadap orang lain, masyarakat, dan lingkungan. Kesiapan korporasi supaya mendapatkan pertimbangan faktor-faktor sosial serta lingkungan ketika mengambil ketetapan dan mengambil akuntabilitas atas bagaimana tindakan dan keputusannya mempengaruhi masyarakat dan lingkungan.

Dari pernyataan di atas memperlihatkan secara tegas jika akuntabilitas sosial korporasi mempunyai tiga komponen utama:

1. Tanggung jawab sosial perusahaan meliputi dedikasi, keterlibatan, pengelolaan bisnis, dan pengambilan keputusan dalam organisasi.
2. Akuntabilitas dengan mempertimbangkan faktor sosial dan lingkungan, serta mematuhi persyaratan hukum, etika, dan profesional merupakan landasan keterikatan, partisipasi, melakukan kelola usaha, dan mengambil kepastian korporasi.
3. Bisnis benar-benar berdampak pada pemangku kepentingannya, khususnya lingkungan sekitar.

Nor Hadi menyebutkan beberapa faktor berikut yang memotivasi perusahaan untuk menjunjung tanggung jawab sosialnya:

1. Keikutsertaan sosial korporasi dalam komunitas, yang melengkapi tuntutan agar perusahaan peka terhadap permasalahan sosial di komunitas.
2. Menumbuhkan reputasi korporasi dan menggalang dukungan dari masyarakat umum, staf, dan investor untuk menghasilkan umpan balik ekonomi.
3. Mencegah ikut campurnya pemerintahan dalam perlindungan sosial; sebaliknya, dorong

⁴³ Ibid hal 8.

kepatuhan terhadap norma dan nilai sosial.

4. Sesuai dengan keinginan investor; mendukung inisiatif pemerintah seperti perlindungan lingkungan, pengembangan warisan budaya, peningkatan akses pendidikan, dan penciptaan kesempatan kerja, dll.

Kegiatan rencana akuntabilitas sosial korporasi, enam kategori kegiatan rencana CSR dicantumkan oleh Kotler serta Lee. Hal ini mencakup:

1. Promosi Kegiatan Sosial

Bisnis menggunakan uang ataupun sumber daya lain yang dimilikinya guna memperbaiki sadarnya warga kepada salah satu acara sosial guna memfasilitasi penggalangan dana, keterlibatan masyarakat, atau perekrutan sukarelawan.

2. Pemasaran Terkait Aktivitas Sosial

Bergantung pada jumlah penjualan produk, perusahaan bertekad untuk menyumbangkan bagian yang telah ditetapkan dari pendapatannya untuk tujuan amal.

3. Media Sosial untuk Bisnis

Organisasi ini menciptakan dan melaksanakan inisiatif perubahan perilaku dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, melindungi lingkungan, dan meningkatkan kesehatan dan keselamatan masyarakat.

4. Kegiatan yang Didukung Perusahaan

Bisnis ini memberikan hadiah amal langsung kepada organisasi tertentu.

5. Menjadi Relawan di Komunitas

Bisnis ini mendorong dan mendukung anggota stafnya, mitra ritel, dan pemegang waralaba untuk menyumbangkan waktu luang mereka kepada organisasi nirlaba lokal dan komunitas sasaran program.

6. Penerapan Usaha yang Memiliki Akuntabilitas Secara Sosial

Korporasi mengambil tindakan tambahan agar mendukung inisiatif sosial guna menumbuhkan ketentraman warga serta melindungi wilayahnya.⁴⁴

2.1.3 Sejarah Berkembangnya *Corporate Social Responsibility*

CSR sebenarnya bukanlah hal baru. Selama beberapa waktu, pemerintah telah mengawasi bisnis yang merugikan pelanggan dan masyarakat untuk memaksimalkan keuntungan. Peraturan UU Perseroan Terbatas mengatur TJSL seperti materi baru. Keharusan sosial korporasi terhadap lingkungan hidup dan keadaan masyarakat sekitar tempat operasinya menjadi alasan dibalik diberlakukannya aturan tersebut. Klausul ini tidak mencakup semua hal. Meskipun demikian, ada beberapa batasan dan ketentuan

⁴⁴ Ibid hal 9.

yang terkait dengan ketentuan ini, dan undang-undang pemerintah akan menentukan lebih lanjut bagaimana ketentuan ini diterapkan. Selain itu, maksud dari klausul ini adalah guna menjaga ikatan usaha yang selaras, sepadan, serta menghormati kepercayaan, adat istiadat, dan lingkungan masyarakat setempat.⁴⁵

Para pembuat kebijakan telah lama mempertimbangkan CSR, atau tanggung jawab sosial korporasi. Bahkan peraturan Hammurabi berjumlah 282 undang-undang, yang ditulis pada tahun 1700-an SM, memberikan sanksi kepada pemilik bisnis yang gagal menjamin keselamatan pelanggannya atau membahayakan nyawa mereka. Menurut Kode Hammurabi, mereka yang menyalahgunakan izin penjualan minuman keras, menawarkan layanan pelanggan di bawah standar, atau membangun gedung dengan kualitas rendah dan menyebabkan kematian orang lain akan dikenakan hukuman mati.

Pertanyaan tentang tanggung jawab perusahaan menjadi semakin menonjol selama Revolusi Industri. Hal ini menggambarkan bagaimana industri-industri baru mempunyai kemampuan untuk mentransformasi lembaga-lembaga feodal, klan, keluarga, atau otoritas yang dulunya berdasarkan kekerabatan, sehingga memberikan perusahaan kekuasaan dan kekayaan yang sangat besar. Kota-kota harus dibangun dan lahan direalokasi. Keunggulan robot dibandingkan manusia menimbulkan dilema moral dan etika. Terkadang ada persepsi bahwa Revolusi Industri melanggar struktur, institusi, dan kepentingan yang sudah ada sebelumnya. Salah satu bidang baru yang memerlukan pertimbangan dan tindakan adalah dampak industrialisasi terhadap lingkungan buatan dan alam. Lingkungan sekitar kota dan pabrik meningkatkan kebencian dan membuat orang memperhatikannya.⁴⁶

Sejak penerbitan catatan Bowen, *Social Responsibilities of the Businessman*, CSR telah mendapat pengakuan dalam sejarah modern. Bowen dijuluki sebagai “Bapak CSR” karena buku terlaris inilah yang mempopulerkan tanggung jawab sosial perusahaan pada tahun 1950an dan 1960an. “Keharusan korporasi untuk melaksanakan bisnis, seiring melalui poin-poin serta maksud yang ingin diperoleh oleh warga di tempat korporasi berlangsung” adalah argumen utama yang dikemukakan Bowen. Selanjutnya, beberapa karya ilmiah tambahan telah dipublikasikan di bermacam negara, merujuk ke konsep dasar tanggung jawab sosial perusahaan yang digambarkan oleh Bowen.

Beberapa sosiolog usaha berbeda, ibarat Keith Davis, dimana mempopulerkan gagasan Hukum Besi Tanggung Jawab Sosial, terus mengembangkan gagasan Bowen pada tahun 1960an. Keith mengungkapkan, terdapat korelasi positif antar *firm size*

⁴⁵ Kholis, A. (2020). Corporate Social Responsibility Konsep Dan Implementasi.

⁴⁶ Ibid hal 26.

dengan penekanannya pada tanggung jawab sosial korporasi. Menurut studi ilmiah yang Keith lakukan, semakin membesar dampak yang ditimbulkannya terhadap komunitas lokal, semakin besar tanggung jawab yang ditanggung perusahaan terhadap masyarakat.

Selama tahun 1970an dan 1980an, Archi Carroll memperluas gagasan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Buku Carroll sebelumnya telah membahas bagaimana bisnis harus meningkatkan standar hidup masyarakat untuk mempertahankan eksistensinya. Selain itu, tahun 1990an membawa perubahan perspektif, dimana upaya CSR saat ini terfokus bukan pada membantu pencapaian tujuan bisnisnya saja tetapi juga mendukung kegiatan terkait melalui penggunaan bantuan teknis, keahlian pemasaran dan sukarelawan karyawan. Perusahaan akan mendapatkan manfaat dari peningkatan kualitas hidup masyarakat yang dijalankannya.⁴⁷

Setelah penerbitan *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business* 1998, istilah "tanggung jawab sosial korporasi" semakin memperoleh atensi. Penulis karya ini adalah John Elkington. Komisi Dunia untuk Lingkungan dan Pembangunan (WCED) menetapkan tiga elemen kunci pembangunan berkelanjutan, yaitu keadilan sosial, perlindungan lingkungan, dan pertumbuhan ekonomi. Elkington memadatkan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) menjadi tiga tema dalam Laporan Brundtland tahun 1987, yang disingkat jadi 3P: *profit, planet, dan people*. Dia menjelaskan di catatannya, bisnis yang sehat pasti mengejar lebih dari sekedar kesuksesan finansial (*profit*) namun juga peduli terhadap kesejahteraan masyarakat (*people*) dan kelestarian ekosistem bumi (*place*).

Elkington berpendapat bahwa jika lingkungan suatu organisasi dirusak, maka lingkungan tersebut tidak akan pernah menjadi besar, dan sebagai akibatnya, komunikasi dan transportasi yang efektif tidak akan memungkinkan bisnis dapat beroperasi secara efisien. Gagasan tentang tanggung jawab sosial korporasi sudah membesar pada kawasan Asia sejak tahun 1998, meskipun konsep tersebut belum didefinisikan atau dipahami dengan baik pada saat itu.⁴⁸

Perusahaan-perusahaan di Indonesia sudah menerapkan CSR bahkan sebelum UUPT mewajibkannya. Sederhananya, implementasi bukanlah suatu kebutuhan hukum yang diamanatkan, melainkan suatu kebutuhan untuk mengelola suatu perusahaan. Hal sebaliknya terus terjadi, meskipun setiap negara termasuk Indonesia telah membangun sistem untuk menciptakan keseimbangan yang harmonis antara kebutuhan hidup manusia dan kemampuan untuk mendapatkan kesempatan kerja dengan gaji yang baik. Pada

⁴⁷ Ibid hal 27.

⁴⁸ Ibid hal 29.

akhirnya, peraturan dan undang-undang yang mengatur prospek kerja, keperluan pekerja, dan pasokan pekerja menjadi sedikit tidak berguna. Memandang Pancasila ialah pokok ideologi tanah air Indonesia, maka wajar jika setiap upaya yang pada akhirnya berupaya memenuhi kebutuhan sebagian besar masyarakat harus dilandasi oleh gagasan tentang keseimbangan, khususnya adanya keseimbangan antara kepentingan terkait.

Pada tahun 1980-an, ungkapan CSR sudah terkenal di Indonesia. Namun, pada tahun 1990an, penggunaannya semakin populer. Mirip dengan sejarah tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) di seluruh dunia, istilah CSR pertama kali muncul pada saat kegiatan CSR dimulai. Perusahaan-perusahaan di Indonesia memang sudah lama melakukan inisiatif CSR. Namun saat itu, inisiatif CSR di Indonesia disebut sebagai “kegiatan sosial perusahaan” atau CSA (*Corporate Social Activity*).

Karena gagasan dan sikap yang terlibat dalam kegiatan CSA dan CSR sangat mirip, maka keduanya dapat dianggap sama. Mirip dengan CSR, CSA bertujuan untuk menyampaikan "partisipasi" dan "kepedulian" bisnis terhadap masalah lingkungan dan sosial. Misalnya memberikan Tunjangan Hari Raya (THR), membantu korban bencana alam, memberikan beasiswa, dan lain-lain dengan menggunakan model penanaman modal sosial korporasi yang dikembangkan tahun 2000an.

Departemen Sosial dikenal menjadi instansi pemerintahan yang secara konsisten menumbuhkan ide tanggung jawab sosial korporasi juga berperan melaksanakan pembelaan bagi banyak korporasi dalam negeri sejak tahun 2003. Dalam hal ini, Departemen Sosial merupakan organisasi pertama di Indonesia yang terlibat dalam inisiatif CSR. Beberapa saat kemudian, pemerintah mengeluarkan nasihat kepada pemilik usaha tentang masalah lingkungan. Namun, karena saat ini tidak ada pembatasan yang diwajibkan secara hukum, hal ini hanyalah sebuah peringatan.⁴⁹

Pada kenyataannya, pemerintah menekankan bahwa dunia usaha harus mempertimbangkan lebih dari sekadar pemegang saham atau pihak yang memiliki kepentingan. Namun maksud dari pihak yang memiliki kepentingan ialah mereka yang berkepentingan dengan kelangsungan hidup perusahaan. konsumen, pennyuplai, warga sekitar, organisasi warga, daerah hidup, pemerintah, serta karyawan beserta keluarganya semuanya dapat dianggap sebagai pemangku kepentingan.

Segenap korporasi di Indonesia nyaris telah melaksanakan program CSR sejak tahun 2007, atau lebih spesifiknya saat adanya pengeluaran Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 mengenai Kewajiban Perseroan Terbatas. Namun kegiatan tersebut masih dalam tahap berburu ketenaran dan mematuhi aturan pemerintah. Seperti, beberapa

⁴⁹ Ibid hal 30.

pelaku usaha masih mewajibkan penerima santunan untuk memasang plakat korporasi di wilayahnya untuk pengingat apabila mereka pernah mendapat dukungan sebab diberi pelaku usaha. Poster akan terlihat boros jika sebuah perusahaan benar-benar mendukung masyarakat. aturan ini mengatur responsibilitas sosial dan lingkungan yang bermanfaat bagi perusahaan, lingkungan sekitar, dan masyarakat luas karena berupaya membangun perekonomian berkepanjangan sekaligus menumbuhkan lingkungan dan mutu hidup. Oleh karena itu, diputuskan bahwa badan usaha yang melakukan eksplorasi, pengembangan, atau pemanfaatan sumber daya alam harus memenuhi kewajiban sosial dan lingkungannya.⁵⁰

2.1.4 Manfaat CSR

2.1.4.1 Manfaat CSR Bagi Masyarakat

Akuntabilitas sosial korporasi ialah pengelolaan operasi bisnis oleh perusahaan dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Dengan menerima akuntabilitas akan efek operasi yang dilakukan ke klien, vendor, pemilik saham, pekerja, komunitas, dan orang lainnya yang memiliki kepentingan berarti bisnis menunjukkan pertimbangan mereka terhadap kepentingan masyarakat. Perusahaan melakukan CSR sebagai upaya tambahan untuk meningkatkan standar kehidupan pekerja-pekerjanya juga saudaranya, beserta lingkungan sekitar juga warga keseluruhan.

Hakikat CSR adalah salah satu taktik korporasi agar memberikan kontribusi kembali ke warga disekitarnya. Korporasi melakukan hal ini supaya mendapatkan usaha yang didasari oleh tujuan yang benar untuk melakukan pemberian keterlibatan yang pas kepada warga. Selain itu, CSR bertujuan untuk mencapai lebih dari sekedar perbaikan masyarakat. Bagaimana pengembangan komunitas dapat terus eksis di masyarakat sebagai upaya keseimbangan lingkungan merupakan tujuan utama dari responsibilitas sosial korporasi.

Clark juga menyimpulkan bahwa CSR yang dilaksanakan melalui hubungan warga melalui diskusi serta ikatan manajemen yang efektif memberikan beragam faedah terhadap masyarakat, yaitu kemungkinan menciptakan tempat untuk bekerja, pengetahuan bekerja, serta pembelajaran, mendanai masyarakat, pembangunan prasarana, pengetahuan yang menguntungkan, kemampuan teknik dan interpersonal unik dari setiap pekerja, dan representasi perusahaan untuk mendukung kegiatan masyarakat. Cara utama tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) melayani masyarakat adalah dengan memungkinkan masyarakat untuk tumbuh sebagai individu dan perusahaan, sehingga

⁵⁰ Ibid hal 32.

membantu masyarakat mencapai tujuan kesejahteraannya.⁵¹

2.1.4.2 Manfaat CSR bagi pemerintah

Pemerintah juga mendapatkan keuntungan dari penerapan CSR. Pemerintah dan dunia usaha akan dapat bekerja sama untuk mengatasi sejumlah permasalahan sosial, termasuk kemiskinan, pendidikan yang tidak memadai, kurangnya akses terhadap layanan kesehatan, dan sebagainya, berkat tanggung jawab sosial korporasi. Melalui inisiatif tanggung jawab sosial, sektor swasta (bisnis) berkontribusi terhadap misi pemerintah untuk menghasilkan kesejahteraan bagi warganya. CSR pengembangan masyarakat, yang meliputi pembangunan fasilitas kesehatan, pemberian beasiswa, dan pemberdayaan daerah kurang mampu secara ekonomi, dapat membantu menyelesaikan permasalahan sosial.

Pengalaman menunjukkan bahwa pemerintah mendapatkan manfaat yang besar dari hadirnya CSR antara lain:

- a. Dukungan pendanaan, terutama karena pendanaan pemerintah untuk pembangunan yang bertujuan untuk mengurangi kemiskinan terkendala.
- b. Bantuan prasarana dan fasilitas.
- c. Dorongan terhadap keterampilan yang diberikan oleh staf perusahaan, khususnya dalam inisiatif yang bertujuan untuk membangun kedudukan warga.
- d. Partisipasi aktivis LSM untuk inisiatif CSR ialah sumber pengetahuan, khususnya untuk hal memperluas, memberi energi, dan mempertahankan keterlibatan masyarakat dalam pembangunan.⁵²

2.1.4.3 Keuntungan CSR bagi korporasi

- a. Meningkatkan Reputasi Perusahaan

Terlibat dalam inisiatif tanggung jawab sosial korporasi membantu korporasi membangun reputasi di kalangan pelanggan sebagai usaha yang sadar sosial.

- b. Meningkatkan “*Brand*” Perusahaan.

Posisi merek perusahaan dapat ditingkatkan dengan meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produknya melalui pembagian produk gratis, yang juga berfungsi untuk menanamkan pengetahuan produk.

- c. Membina Kerjasama dengan Kelompok Kepentingan

Perusahaan tidak dapat melaksanakan inisiatif CSR sendiri; sebaliknya, mereka memerlukan dukungan dari orang-orang yang memiliki kepentingan termasuk pemerintahan daerah serta warga. Setelah itu, dunia usaha bisa berhubungan baik ke

⁵¹ Mardikanto, T. (2014). CSR: Corporate Social Responsibility: Tanggungjawab Sosial Korporasi. Bandung: Alabeta.

⁵² Ibid hal 135.

beberapa pemangku kepentingan tersebut.

d. Pembeda Antara Korporasi dengan Para Kompetitor

Apabila korporasi turut melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan, perusahaan akan menggunakan kesempatan tersebut supaya menarik perhatian pada nilai jual uniknya dan membedakan dirinya dari para pesaing yang menyediakan barang atau jasa serupa.

e. Menciptakan Inovasi dan Pendidikan untuk Meningkatkan Dampak Perusahaan

Dibutuhkan imajinasi untuk memilih inisiatif CSR yang melengkapi operasi bisnis inti perusahaan. Mendorong inovasi dalam organisasi melalui perencanaan CSR yang teratur dan konsisten dapat meningkatkan kedudukan dan fungsi perusahaan di arena komersial global.

f. Memudahkan Akses Perusahaan terhadap Investasi dan Pembiayaan

Investor masa kini memahami betapa pentingnya menginvestasikan uangnya pada bisnis yang telah mengadopsi CSR. Demikian pula, lembaga keuangan seperti bank memberikan prioritas utama dalam meminjamkan uang kepada bisnis yang terlibat dalam tanggung jawab sosial perusahaan.

g. Kenaikan Nilai Saham

Pada akhirnya dunia usaha (investor, kreditor, dsb), pemerintahan, institusi, dan *customer* dapat semakin mengetahui korporasi jika secara konsisten dan teratur melaksanakan CSR seimbang terhadap usaha yang utama. Selanjutnya, ketika saham korporasi mengalami peningkatan permintaan maka bisa juga meningkatkan nilai jual saham.

h. Layak Mendapatkan Izin Sosial untuk Beroperasi

Komunitas utama bagi perusahaan adalah daerah sekitar. Mereka secara alami akan merasa memiliki bisnis tersebut ketika mereka menerima manfaat darinya. Dengan demikian, imbalan bagi perusahaan adalah kebebasan menjalankan usaha di wilayah tersebut.

i. Menurunkan Risiko Bisnis bagi Perusahaan

Kesuksesan dalam bisnis memerlukan kemampuan mengelola risiko dalam menghadapi permasalahan perusahaan yang rumit. Perselisihan pemangku kepentingan akan menghambat kemampuan perusahaan untuk menjalankan bisnis seperti biasa. Jika terjadi permasalahan, biaya pemulihan akan melebihi dana yang dialokasikan untuk inisiatif akuntabilitas sosial korporasi. Oleh karena itu, diterapkannya CSR penting untuk diperhatikan sebagai strategi preventif agar tidak memperburuk hubungan dengan pemangku kepentingan.

j. Memperluas Akses Sumber Daya

Perusahaan yang telah menunjukkan komitmen kuat dalam mengelola tanggung jawab sosial perusahaan dapat memperoleh keunggulan kompetitif dengan memfasilitasi akses terhadap sumber daya yang mereka perlukan.

k. Berkembang Masuk ke Pasar

Kontribusi yang diberikan pada inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan ini dapat memberikan akses terhadap lebih banyak peluang bagi dunia usaha. Hal ini memerlukan perolehan pangsa pasar baru dan menumbuhkan loyalitas pelanggan.

l. Memotong Biaya

Ada banyak contoh dimana mempraktekkan tanggung jawab sosial perusahaan dapat menghasilkan penghematan biaya. Sebagai gambaran, pertimbangkan untuk melakukan daur ulang sampah industri untuk di produksi. Dengan ini bisa menghemat uang produksi juga berkontribusi terhadap keamanan lingkungan dari sampah.

m. Memperkuat Ikatan dengan Mitra

Dengan menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan, perusahaan dapat berkomunikasi lebih sering dengan pemangku kepentingan, sehingga akan meningkatkan kepercayaan mereka terhadap perusahaan.

n. Memperkuat Hubungan dengan Regulator

Dunia usaha yang menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan biasanya akan membebaskan pemerintah dari sebagian tanggung jawab regulasinya, karena pemerintah pada akhirnya bertanggung jawab untuk memastikan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan.

o. Meningkatkan Produktivitas dan Semangat Staf

Kebanggaan karyawan bermula dari citra bisnis yang positif di kalangan pemangku kepentingan dan dampak positif korporasi dengan penduduk dan area sekitar. Maka akhirnya meningkatkan motivasi karyawan dalam bekerja.

p. Kemungkinan Memenangkan Penghargaan

Sebagai peluang perusahaan dalam menerima penghargaan akan semakin besar seiring dengan besarnya hadiah yang akan didapat.⁵³

2.1.5 Prinsip-Prinsip CSR

Prinsip-prinsip CSR yang menurut Pearce II dan Robinson efektif ialah:⁵⁴

a. Menentukan Misi Jangka Panjang yang Berketahanan

Dunia usaha yang menyadari permasalahan kebijakan yang signifikan, bertahan

⁵³ Ibid hal 141.

⁵⁴ Kholis, A. (2020). Corporate Social Responsibility Konsep Dan Implementasi.

dalam jangka waktu tertentu, dan memberikan kontribusi terhadap solusi jangka panjang adalah perusahaan yang memberikan kontribusi paling besar kepada masyarakat.

b. Berpartisipasi dalam Tindakan yang Diambil

Jika bisnis dapat memperkuat kompetensi intinya dan menyediakan barang dan jasa yang berasal dari atau dimanfaatkan dalam aktivitas rutinnnya, maka manfaat dan kontribusinya akan optimal.

c. Menyediakan Layanan yang Luas dan Terspesialisasi

Perusahaan yang menawarkan kontribusi unik terhadap bisnis mempunyai dampak sosial terbesar terhadap kooperasi yang besar.

d. Memperhitungkan Pengaruh Pemerintah

Pemerintah harus mendorong dunia usaha agar ikut serta melaksanakan CSR atau paling tidak, menghilangkan segala hambatan terhadap kemampuan mereka untuk melakukan hal tersebut guna memaksimalkan dampaknya.

e. Membuat dan Mengevaluasi Seluruh Paket Manfaat

Kontribusi sosial adalah hal yang paling bermanfaat bagi perusahaan jika menghitung seluruh paket manfaat tersebut. Evaluasi tersebut harus mencakup dampak sosial yang dimiliki perusahaan, selain dampak reputasi yang meningkatkan kedudukan korporasi di mata para pemangku kepentingan.

Perusahaan tidak selalu perlu mengembangkan strategi yang konsisten agar berhasil dalam dunia ekonomi. Saat memilih strategi bisnis, lingkungan organisasi merupakan faktor penting. Dari sinilah muncul gagasan tentang strategi rencana tindakan yang dimaksudkan untuk mengembangkan keunggulan kompetitif perusahaan. Sejumlah prinsip ditekankan oleh Crowther dan Aras sebagai acuan dalam menentukan operasional CSR. Prinsip-prinsip ini adalah:⁵⁵

- a) Keberlanjutan, atau prinsip CSR yang menyoroti konsekuensi jangka panjang dari praktik bisnis perusahaan saat ini. Misalnya, penggunaan sumber daya alam oleh suatu perusahaan saat ini perlu diseimbangkan dengan mempertimbangkan secara cermat dampaknya terhadap generasi mendatang dan lingkungan hidup bersama. Oleh karena itu, mengukur keberlanjutan mencakup penentuan berapa banyak sumber daya alam yang dimanfaatkan perusahaan dan berapa banyak sumber daya yang dapat dipulihkan untuk generasi mendatang.
- b) Akuntabilitas, prinsip ini menekankan bahwa, pada hakikatnya, semua organisasi adalah bagian dari masyarakat luas, maka kewajiban korporasi bukan mencakup pemiliknnya saja, tapi seluruh pemangku kepentingan internal dan eksternal. Setiap pilihan harus

⁵⁵ Ibid hal 18.

mempertimbangkan keuntungan dan dampaknya bagi pemangku kepentingan internal dan eksternal.

- c) Transparansi, merupakan prinsip CSR yang menyatakan bahwa apapun aktivitas yang dilakukan suatu perusahaan atau organisasi mempunyai pengaruh terhadap lingkungan. Tujuan masyarakat lokal dan operasional bisnis harus dijelaskan secara mendalam dengan menggunakan informasi eksternal. Data ini sangat penting untuk akuntabilitas yang transparan kepada pemangku kepentingan luar.

2.1.6 CSR dalam Perspektif Islam

CSR adalah pendekatan manajemen bisnis yang melibatkan pemberian pertimbangan cermat kepada masyarakat, lingkungan, pemegang saham, pelanggan, dan karyawan dalam setiap aspek aktivitas bisnis. Selain orientasi pemangku kepentingan dan pemegang saham, strategi ini mengutamakan orientasi korporasi.

Islam memandang tanggung jawab sosial sebagai bidang yang lebih bersifat kemanusiaan karena ajarannya sangat mendukung bentuk dan tujuannya. Sebagaimana terkandung di Q S Ali Imran ayat 104:

وَأَتَىٰكُم مِّنكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: "Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung." (Q.S. Ali Imran: 104)

Islam menuntut manusia agar melakukan pertanggungjawaban sehubungan dengan perbuatan yang dilakukannya. Manusia yang hidup di dunia ini melakukan lebih dari sekedar kontrak dengan manusia lain; mereka juga membuat kontrak dengan Tuhan, yang menghasilkan kontrak keagamaan yang lebih besar yang dikenal sebagai "kontrak ilahi", dan bukan sekedar kontrak sosial.⁵⁶

Tujuan dari pengertian Islam tentang maqashid syariah mungkin ada kaitannya dengan pembahasan tanggung jawab sosial Islam. Maqashid syariah adalah tujuan syariah, atau ajaran moral dan etika, yang bersumber dari wahyu Allah SWT dan menjadi landasan atau seperangkat aturan bagi bisnis yang tidak dapat menghindari akuntabilitas kepada semua pihak yang terlibat.

Berdasarkan pemikiran bahwa suatu bisnis harus dikelola tidak hanya untuk mengejar keuntungan saja tetapi juga menyisihkan apa yang dihasilkan untuk tujuan amal karena mengandung golongan fakir dan miskin (termasuk mustahiq lainnya), tanggung jawab sosial Islam dipandang sebagai sebuah respon moral dan agama.

⁵⁶ Hadi, Nor. (2018). Corporate Social Responsibility (Edisi 2). Yogyakarta: Expert

Islam memandang tanggung jawab sosial sebagai hasil alami dari ajarannya, oleh karena itu tujuannya harus dievaluasi sehubungan dengan potensi imbalannya. Menurut Naqvy, prinsip tauhid, keseimbangan, kebebasan, dan akuntabilitas menjadi landasan operasional ekonomi dan perusahaan. Setiap aspek operasi bisnis dan ekonomi harus mematuhi prinsip-prinsip ini.⁵⁷

Sebenarnya Islam telah memiliki gagasan yang bersih dan terorganisir yang memuat pentingnya zakat dan perhatian sosial yang tinggi, seperti: zakat, infaq, dan shadaqah (ZIS), bahkan sebelum konsep tanggung jawab sosial (CSR) muncul. Pendidikan ini telah mendarah daging, dan sepanjang evolusinya, gerakan tanggung jawab sosial bahkan secara sistematis telah menerapkannya.

Dengan diterapkannya ZIS maka terciptalah perekonomian kerakyatan yang dapat memutus siklus kemiskinan dan meningkatkan taraf hidup masyarakat. Praktik ZIS mempunyai kesamaan terhadap CSR yang pada hakekatnya ialah ibadah yang mempunyai dua dimensi, yaitu aspek transendental yang berfungsi sebagai sarana ungkapan rasa syukur dan ketundukan kepada Allah SWT, dan aspek horizontal yang berfungsi sebagai sarana untuk mencapai keadilan sosial ekonomi dalam masyarakat.

Dalam perspektif Islam, gagasan ihsan dalam ajaran Islam disamakan dengan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Ihsan, di sisi lain, mengacu pada melakukan hal-hal baik dimana bisa menolong insan lainnya dengan tidak berharap memperoleh pembalasan. Karena individu kuat dengan tulus ingin membagi perasaannya kepada yang lemah, maka tindakan ihsan akan membuat hidup merasakan keindahan dan kesempurnaan, menaburkannya dengan keutamaan yang menenangkan seluruh pihak.⁵⁸

2.2 Ukuran Perusahaan

Satu diantara aspek untuk penentuan taraf keuntungan suatu perusahaan adalah ukurannya. Perusahaan yang mempunyai aset besar akan memanfaatkan sumber daya mereka saat ini sebaik-baiknya untuk memaksimalkan keuntungan dan bahkan bisnis dengan aset sederhana pun akan menghasilkan cukup uang dengan peralatan yang dimilikinya.⁵⁹

Ukuran perusahaan mempunyai pengaruh terhadap tingkat dalam mengungkap laporan tahunan perusahaan. Korporasi besar mengerjakan aktivitas yang besar juga serta mempunyai dampak besar-besaran terhadap penduduk. Lebih dari itu, pengawasan terhadap korporasi yang lebih hebat akan lebih rawan dilakukan penduduk dan oleh karena itu berhadapan terhadap besarnya desakan guna melakukan pengungkapan aktivitas sosial

⁵⁷ Ibid hal 101.

⁵⁸ Ibid hal 102.

⁵⁹ Ibid hal 204.

mereka untuk memenuhi tanggung jawab sosial serta hukum.

Luasnya praktik CSR bervariasi menurut ukuran korporasi. Sesuai riset yang dijalankan oleh Cohen *et al*, organisasi yang lebih besar cenderung menunjukkan lebih banyak kegiatan CSR dibandingkan organisasi kecil-kecilan. Itu karena korporasi yang kian tinggi mempunyai dampak bertambah tinggi terhadap komunitas dan oleh karena itu berhadapan dengan desakan sosial yang kian hebat agar memiliki tanggung jawab secara sosial. Selain itu, korporasi kian besar umumnya posisi keuangan yang dimilikinya kian membaik dan dapat menjalankan lebih banyak program CSR. Maka dari itu, dapat disimpulkan jika korporasi kian besar umumnya lebih banyak menjalankan aktivitas CSR dengan begitu dana CSR meningkat guna menjaga tanggung jawab berkelanjutan.⁶⁰

Besar kecilnya suatu perusahaan dapat ditentukan dengan melihat indikator yang mempunyai pengaruh, antara lain total aset, nilai pasar saham, dan total pendapatan serta lainnya. Indikator total aset digunakan dalam penelitian ini. Aset ialah sebagai sarana menghasilkan uang di perusahaannya sendiri, yang memiliki kualitas dapat memberi jasa di kemudian hari.⁶¹

Firm size : total aset korporasi. Bertambah tinggi keseluruhan aset menunjukkan hal tersebut selama periode waktu tertentu, kinerja perusahaannya baik. Hal ini merupakan indikasi lebih lanjut bahwa bisnis ini lebih dapat diandalkan dan kompeten menghasilkan uang daripada korporasi yang asetnya secara keseluruhan sedikit. Ukuran total aset bisnis setiap tahunnya dapat menunjukkan ukuran perusahaan tersebut apakah bisnisnya besar, menengah, dan kecil. Lebih dari itu bisnis besar, biasanya mampu menawarkan semakin banyak detail informasi yang menarik minat pengambilan keputusan oleh investor guna menempatkan uang.

2.3 Profitabilitas

Kemampuan suatu bisnis dalam mengelola modal dan aset untuk menghasilkan keuntungan dinamakan profitabilitas. Penyebab untung atau rugi dapat ditentukan melalui analisis profitabilitas. Untuk mencapai profitabilitas, sejumlah ketentuan manajemen juga harus dipenuhi, seperti yang berkaitan dengan asal usul dan penggunaan dana, yang dirangkum dalam neraca dan menunjukkan bagaimana operasional usaha dijalankan.⁶²

Menurut definisi profitabilitas menurut banyak ahli, menurut Helfert, profitabilitas adalah efektivitas manajemen membiarkan total aset dan aset bersih masing-masing dicatat

⁶⁰ Mardikanto, T. (2014). CSR: Corporate Social Responsibility: Tanggungjawab Sosial Korporasi. Bandung: Alfabeta.

⁶¹ Nafisah and Ramadhani, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Net Profit Margin Terhadap Islamic Social Reporting pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2017-2021."

⁶² Afendi, A., Wahab, W., & Rasyidin, M. (2023). The Influence Of Company Size, Liquidity, Profitability, And Leverage On Islamic Social Report Disclosure. *Al-Arbah: Journal of Islamic Finance and Banking*, 5(2), 105-124.

di neraca. Menurut Greuning, profitabilitas menunjukkan berapa tingkat keuntungannya perusahaan yang terkait dengan penjualan, modal rata-rata dan ekuitas rata-rata biasa. Pemahaman berdasarkan para ahli, hal ini memberi kesimpulan jika profitabilitas ialah keahlian korporasi agar mendatangkan keuntungan. Profitabilitas mencerminkan kemampuan modal di investasikan dalam seluruh asset dan menciptakan keuntungan bagi investor. Dengan profitabilitas diasumsikan jika perusahaan yang punya untung besar pasti punya peluang bagus untuk bersaing dengan perusahaan yang sejenis.⁶³

Menilai profitabilitas bertujuan untuk mengevaluasi seberapa baik operasi bisnis dilakukan untuk memenuhi tujuan strategis, menghilangkan pemborosan, dan menyampaikan informasi dengan cepat untuk melakukan perbaikan berkelanjutan. Oleh karena itu, analisis profitabilitas ini akan menjadi perhatian besar bagi investor jangka panjang. Profitabilitas menunjukkan potensi suatu perusahaan dalam menghasilkan pendapatan bagi pemiliknya untuk menggunakan rasio profitabilitas untuk mengevaluasi potensi keuntungan bisnis.

Rasio profitabilitas menurut Hery merupakan statistik yang dipakai guna melakukan penilaian keahlian korporasi untuk mendatangkan keuntungan dari praktik usaha yang teratur. Profitabilitas merupakan kelebihan nilai ekonomi yang dihasilkan dari modal usaha, baik modal secara keseluruhan maupun sebagian sehingga perusahaan menerima 100% nilai ekonominya.⁶⁴

Profitabilitas diukur dengan rasio ROA. Rasio ROA digunakan untuk melacak seberapa baik perkembangan suatu perusahaan dalam hal bagaimana perusahaan menggunakan asetnya untuk operasi bisnis. Konsekuensinya, keadaan perusahaan akan terkena dampak yang baik jika nilai rasio ROA meningkat lebih besar. Ketika sebuah bisnis berkinerja baik secara finansial, ia dapat mengakses sumber daya tambahan modal dan kebutuhan yang dicurahkan guna kegiatan sosial. Penjelasan ini menunjukkan bahwa semakin besar rasio ROA yang mengukur laba perusahaan maka semakin besar pula perusahaan mengeluarkan dana CSR nya.⁶⁵

⁶³ Setiawan, E. (2022). Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Asset Serta Pengaruhnya Terhadap Leverage Pada Perusahaan (Teori Hingga Empirik). Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia

⁶⁴ Harahap, Sofyan Syafri. 2010. Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan. Jakarta: Rajawali Pers.

⁶⁵ Rahmiatul Aula, Sumiyati Sumiyati, and Muhammad Umar Mai, "The Effect of Corporate Social Responsibility Disclosure on the Performance of Islamic Banks in Indonesia," *Jurnal Manajemen Bisnis* 13, no. 1 (March 22, 2022): 93–107, <https://doi.org/10.18196/mb.v13i1.12832>.

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Ardela Intan Paramita, Barlia Annis Syahzuni ⁶⁶	Analisis Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility	Hasil penelitian ini menarik kesimpulan jika secara parsial Profitabilitas dan Leverage tidak berdampak pada pengungkapan CSR, namun secara parsial Ukuran Perusahaan berdampak positif dan signifikan pada pengungkapan CSR. Serta secara simultan Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan berdampak pada Pengungkapan CSR	1) Variabel X : <i>Leverage</i> 2) Periode: 2016-2020 3) Objek: Perusahaan Pertambangan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) 4) <i>Grand Theory</i> : Teori Stakeholder, Teori Sinyal 5) Metode Pengolahan Data: SPSS
2.	Putra, Mia Angelina Setiawan ⁶⁷	Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)	Profitabilitas yang diukur dengan Return On Asset berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020. Leverage yang diukur dengan Debt Equity Ratio berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020. Ukuran perusahaan yang diukur dengan	1) Variabel X: Leverage 2) Periode: 2016-2020 3) Objek: Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) 4) <i>Grand Theory</i> : Teori Keagenan 5) Metode Pengolahan Data: SPSS

⁶⁶ Paramita and Syahzuni, "Analisis Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility."

⁶⁷ Putra, P., & Setiawan, M. A. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 4(3), 611-625

			Logaritma Natural berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.	
3.	Esti Rahmawati, Sarsiti ⁶⁸	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage dan Likuiditas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2015	Analisis data dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage dan Ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2015	1) Variabel X : Leverage, Likuiditas 2) Periode: 2009-2015 3) Objek: Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 4) <i>Grand Teory</i> : Teori Sinyal, Teori Stakeholder 5) Metode Pengolahan Data: SPSS
4.	Rina Dewi Oviliana, Satria Yudhia Wijaya, Subur ⁶⁹	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR	Ukuran perusahaan dan umur perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan variabel tipe industri tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.	1) Variabel X : Tipe Industri, Umur Perusahaan 2) Periode: 2016-2019 3) Objek: Industri Non-Keuangan yang Listing di BEI 4) Metode Pengolahan Data: SPSS
5.	Martha Yurdila J, H. Mukhzarudfa, Wiralestari ⁷⁰	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dewan Komisaris, Leverage dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan yang Go	Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR sedangkan ukuran perusahaan, dewan komisaris, leverage dan pengungkapan media berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Secara simultan profitabilitas, ukuran	1) Variabel X : Dewan Komisaris, Leverage, Pengungkapan Media 2) Periode: 2013- 2017 3) Objek: Perusahaan yang Go Public dan Listing di Bursa Efek Indonesia 4) Metode Pengolahan Data: SPSS

⁶⁸ Rahmawati, E., & Sarsiti, S. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Dan Likuiditas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2015. *SMOOTING*, 17(2), 33-56.

⁶⁹ Rina Dewi Oviliana and Satria Yudhia Wijaya, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR" 2 (2021)..

⁷⁰ Martha, Y., Mukhzarudfa, M., & Wiralestari, W. (2019). The Effect Of Profitability, Firm Size, Board Of Commissioners, Leverage and Media Explosure Toward Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR) On The Listing and Go Public Companiesin Indonesian Stock Exchange (IDX). *Jurnal Akuntansi & Keuangan Unja*, 4(04), 11-25

		Public dan Listing Di Bursa Efek Indonesia (BEI)	perusahaan, dewan komisaris, leverage dan pengungkapan media secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.	
6.	K. A. Kurniawan, G. A. Yuniarta ⁷¹	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan Risk Minimization terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility	Profitabilitas tidak berpengaruh pada CSR perusahaan, ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada CSR perusahaan, likuiditas juga tidak berpengaruh pada CSR perusahaan, dan risk minimization tidak berpengaruh pada CSR perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> 1) Variabel X: Likuiditas, Risk Minimization 2) Periode: 2015-2018 3) Objek: Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di BEI 4) Metode Pengolahan Data: SPSS
7.	Rani Widiyastri Eko Putri ⁷²	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Pada Tahun 2010-2012)	ROA dan NPM berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR, sementara ROE berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.	<ol style="list-style-type: none"> 1) Periode: 2010-2012 2) <i>Grand Theory</i>: Stakeholder Theory 3) Objek: Seluruh Perusahaan yang Bergerak di Sektor Industri Pertambangan dan Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) 4) Metode Pengolahan Data: SPSS
8.	Dea Putri Ayu, A. A. Gede Suarjaya ⁷³	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Pertambangan	Profitabilitas terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap CSR. Profitabilitas dan CSR terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan melalui CSR.	<ol style="list-style-type: none"> 1) Variabel X: CSR 2) Variabel Y: Nilai perusahaan 3) Periode: 2010-2014 4) Metode Pengolahan Data: Analisis Jalur

⁷¹ Kurniawan and Yuniarta, "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan Risk Minimization terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility."

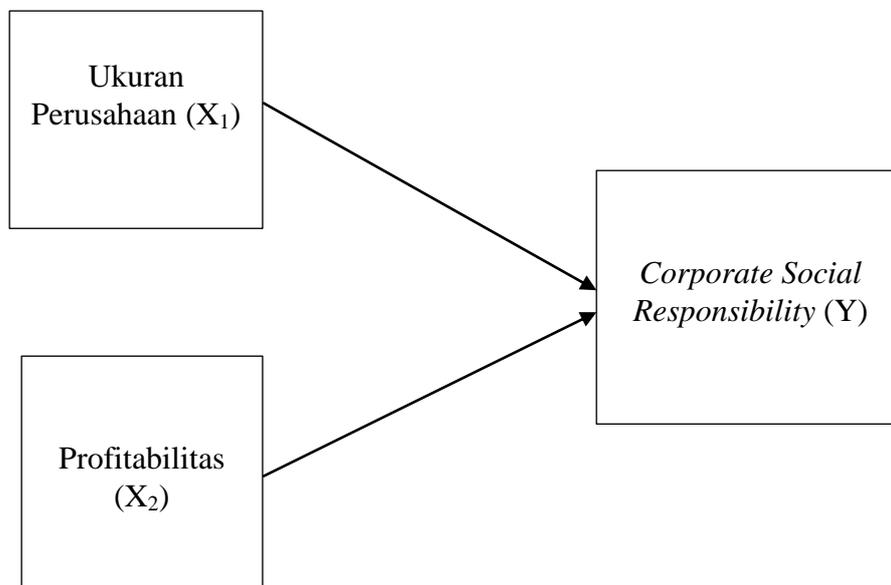
⁷² Putri, R. W. E. (2013). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Universitas Brawijaya*.

⁷³ Ayu and Suarjaya, "Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Pertambangan".

Berdasarkan penelitian terdahulu, peneliti tertarik untuk meneliti pengaruhnya ukuran perusahaan dan profitabilitas ke CSR pada Bank Umum Syariah di Indonesia. Persamaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu adalah terletak pada teori legitimasi dan variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas yang digunakan. Sedangkan perbedaannya terletak pada periode penelitian, populasi penelitian dan dalam penelitian ini metode pengolahan data yang digunakan peneliti yaitu menggunakan WarpPLS yang peneliti anggap masih jarang digunakan oleh peneliti sebelumnya.

2.5 Kerangka Berpikir

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



2.6 Hipotesis Penelitian

2.6.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap CSR

Ukuran perusahaan adalah skala untuk menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Teori legitimasi menyatakan kemampuan perusahaan untuk tumbuh di masa depan bergantung pada keselarasan strategisnya dengan lingkungan sekitar.⁷⁴ Menurut hubungan antara CSR dan ukuran korporasi, usaha besar biasanya berinvestasi lebih banyak dalam memenuhi kewajiban sosial mereka dibandingkan usaha kecil, maka semakin besar bisnisnya, semakin banyak uang yang dikeluarkan untuk dana CSR, sehingga semakin besar ukuran perusahaan maka semakin tinggi pula pengeluarannya untuk dana CSR.⁷⁵ Penelitian menurut Ardela Intan Paramita & Barlia Annis Syahzuni⁷⁶ dan penelitian oleh Martha Yurdila J, H. Mukhzarudfa & Wiralestari⁷⁷ menyatakan bahwa secara parsial ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR dan secara simultan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan penelitian menurut Putra & Mia Angelina Setiawan⁷⁸ mendapatkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR. Penelitian yang dilakukan oleh Esti Rahmawati & Sarsiti⁷⁹ dan penelitian oleh Rina Dewi Oviliana, Satria Yudhia Wijaya & Subur⁸⁰ menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap CSR. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR.

2.6.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap CSR

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Menurut teori legitimasi, suatu perusahaan akan dengan bebas mengungkapkan semua tindakannya jika hal tersebut diharapkan oleh masyarakat, dan memastikan bahwa operasinya berada dalam batas-batas yang dapat diterima secara

⁷⁴ Hadi, Nor. (2018). Corporate Social Responsibility (Edisi 2). Yogyakarta: Expert

⁷⁵ Ni Made Sunarsih and Ni Wayan Rian Kumarentini, "Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Corporate Social Responsibility," *Jurnal Riset Akuntansi* 8 no 2 (2018), <https://doi.org/10.36733/juara.v8i2.112>.

⁷⁶ Paramita and Syahzuni, "Analisis Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility."

⁷⁷ Martha Yurdila J, H. Mukhzarudfa, Wiralestari, "The Effect Of Profitability, Firm Size, Board Of Commissioners, Leverage and Media Explosure Toward Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR) On The Listing and Go Public Companiesin Indonesian Stock Exchange (IDX)".

⁷⁸ Putra, P., & Setiawan, M. A. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 4(3), 611-625

⁷⁹ Rahmawati, E., & Sarsiti, S. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Dan Likuiditas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2015. *Smooting*, 17(2), 33-56.

⁸⁰ Oviliana and Wijaya, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR"

sosial.⁸¹ Yang mempengaruhi profitabilitas suatu perusahaan ditinjau dari tanggung jawab sosial perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari angka penjualan bersih. Semakin banyak keuntungan yang dapat dimaksimalkan suatu perusahaan dalam menjalankan operasionalnya, maka dapat menjadikan kinerja perusahaan makin bagus dengan demikian profitabilitas meningkat dan dengan meningkatnya profitabilitas maka akan meningkatkan dana CSR, sehingga semakin besar profitabilitas semakin besar dana yang dialokasikan untuk CSR.⁸² Penelitian oleh Rani Widiyarsi Eko Putri⁸³ dan penelitian oleh Dea Putri Ayu dan A.A Gede Suarjaya⁸⁴ menunjukkan hasil penelitian bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Penelitian menurut Ardela Intan Paramita & Barlia Annis Syahzuni⁸⁵ dan penelitian oleh Martha Yurdila J, H. Mukhzarudfa & Wiralestari⁸⁶ menyatakan bahwa secara parsial profitabilitas tidak berpengaruh pada CSR, namun secara simultan profitabilitas berpengaruh terhadap CSR. Sedangkan Penelitian yang dilakukan oleh Esti Rahmawati & Sarsiti⁸⁷ menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR baik secara parsial maupun simultan. Penelitian menurut Putra & Mia Angelina Setiawan⁸⁸ mendapatkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H₂: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR.

⁸¹ Hadi, Nor. (2018). *Corporate Social Responsibility* (Edisi 2). Yogyakarta: Expert

⁸² Rahmawati, L. N. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran, dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure pada Perusahaan Sektor Food and Beverage. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 8(1), 1-14.

⁸³ Putri, R. W. E. (2013). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Universitas Brawijaya*.

⁸⁴ Ayu and Suarjaya, "Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Pertambangan."

⁸⁵ Paramita and Syahzuni, "Analisis Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility."

⁸⁶ Martha Yurdila J, H. Mukhzarudfa, Wiralestari, "The Effect Of Profitability, Firm Size, Board Of Commissioners, Leverage and Media Exposure Toward Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR) On The Listing and Go Public Companiesin Indonesian Stock Exchange (IDX)."

⁸⁷ Rahmawati, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage dan Likuiditas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2015."

⁸⁸ Putra, P., & Setiawan, M. A. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 4(3), 611-625.

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1 Jenis Penelitian

Metodologi penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Penelitian yang menggunakan teknik statistik atau pendekatan kuantitatif lainnya (pengukuran) untuk menghasilkan kesimpulan baru disebut metode penelitian kuantitatif. Pendekatan penelitian kuantitatif berkonsentrasi pada sejumlah gejala yang memiliki ciri-ciri khusus yang sama dengan keberadaan manusia, yaitu variabel. Sifat korelasi antar variabel diteliti dalam penelitian kuantitatif melalui penerapan teori objektif dan instrumen pengujian statistik. Selain itu, metode kuantitatif penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk memberikan gambaran yang akurat dan komprehensif tentang suatu situasi.⁸⁹

3.2 Jenis Data Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung, dari beberapa pihak yang mengumpulkan data tersebut.⁹⁰ Data sekunder dikumpulkan dari laporan tahunan dan/atau laporan keberlanjutan Bank Umum Syariah Indonesia yang tersedia di situs resmi bank tersebut. Selain itu, penulis menggunakan data sekunder dari statistik resmi perbankan syariah Otoritas Jasa Keuangan.

Data yang penulis kumpulkan dalam penelitian ini adalah data Bank Umum Syariah Indonesia yang resmi terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan per tahun 2018-2023, data pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan yang dimuat dalam laporan keberlanjutan Bank Umum Syariah dan laporan keuangan yang dipublikasikan pada laporan tahunan tahun 2018-2023. Periode penelitian enam tahun dipilih mengingat data yang digunakan masih aktual dan relevan dengan keadaan yang ada.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah sekelompok hal atau subjek yang telah dipilih oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya. Oleh karena itu, populasi tidak hanya mencakup manusia tetapi juga benda-benda lain di seluruh dunia. Selain itu, populasi mencakup seluruh sifat-sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek, bukan hanya jumlah objek atau subjek yang diteliti. Dalam penelitian ini populasinya yaitu Bank Umum Syariah

⁸⁹ Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. Anak Hebat Indonesia.

⁹⁰ Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode riset penelitian kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen*. Deepublish.

di Indonesia periode 2018-2023. Bank Umum Syariah yang terdaftar resmi dalam laporan statistik Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan beroperasi pada tahun 2018 hingga 2023 diantaranya Bank Aceh Syariah, Bank Nusa Tenggara Barat Syariah, Bank Muamalat Indonesia, Bank Victoria Syariah, Bank Jabar Banten Syariah, Bank Mega Syariah, Bank Panin Dubai Syariah, Bank Syariah Bukopin, BCA Syariah dan Bank Tabungan Pensiunan Nasional.

Jika sampel terlalu besar bagi peneliti untuk mempelajari segala sesuatu tentang kelompok tersebut (karena alasan apa pun, seperti kurangnya sumber daya, waktu, atau tenaga), peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Oleh karena itu, sampel yang diambil dari populasi harus dapat mewakili secara akurat. Sampel adalah sebagian dari suatu populasi yang mempunyai jumlah dan karakteristik tertentu. Metode *purposive sampling* digunakan sebagai pengambilan sampel pada penelitian ini. *Purposive sampling* merupakan suatu metode pengambilan sampel dengan standar tertentu.⁹¹ Untuk memilih sampel penelitian ini, peneliti telah menetapkan beberapa kriteria, antara lain:

Tabel 3 1
Kriteria Pemilihan Sampel

No.	Kriteria	Jumlah
1.	Sampelnya adalah bank syariah yang terdaftar resmi dalam laporan statistik Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan beroperasi pada tahun 2018 hingga 2023.	10
2.	Sampelnya Bank Umum Syariah yang mencakup tahun 2018 sampai dengan tahun 2023 wajib menerbitkan laporan tahunan dan/atau laporan keberlanjutan secara berurutan.	7
3.	Selama periode pengamatan, Bank Umum Syariah yang jadi sampel wajib menyampaikan seluruh informasi yang relevan, seperti data laporan keuangan dan data pelaksanaan CSR.	7
Sampel Akhir		7

⁹¹ Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.

Penelitian melakukan penelitian terhadap CSR tahun 2018–2023 pada 7 Bank Umum Syariah, berdasarkan Tabel 3.2. Penelitian ini akan mencakup Bank Umum Syariah sebagai berikut:

Tabel 3 2
Daftar Sampel Penelitian

No.	Bank Umum Syariah di Indonesia
1.	Bank Aceh Syariah
2.	Bank Nusa Tenggara Barat Syariah
3.	Bank Muamalat Indonesia
4.	Bank Jabar Banten Syariah
5.	Bank Mega Syariah
6.	Bank Panin Dubai Syariah
7.	BCA Syariah

3.4 Metode Pengambilan Data

a) Studi Kepustakaan

Metodologi yang digunakan penulis penelitian ini menggunakan penelitian kepustakaan (*Library Research*) sebagai teknik pengumpulan data. Penulis membaca, mempelajari, dan menelaah literatur baik berupa buku, jurnal, makalah, maupun penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dalam upaya mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya sebagai landasan teori dan referensi untuk memproses data. Selain itu, informasi dikumpulkan dari situs web yang relevan mengenai buku, jurnal, dan informasi lainnya.

b) Dokumentasi

Data yang dikumpulkan dari kejadian sejarah disebut dokumentasi. Konten tertulis, foto, karya seni, temuan observasi atau wawancara, dan lainnya semuanya dapat

digunakan sebagai data dokumentasi. Sebagian besar informasi yang diperoleh dari dokumentasi merupakan informasi sekunder yang maknanya dapat ditafsirkan. Mencari informasi tentang variabel penelitian melalui catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulensi rapat, prasasti, dan agenda dikenal dengan metode dokumentasi. Selain itu, dokumen mungkin berisi data statistik yang dirilis secara resmi dari lembaga terakreditasi.⁹²

3.5 Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Dependen

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility*. *Corporate Social Responsibility* atau CSR adalah model bisnis yang membantu perusahaan menunjukkan tanggung jawab sosialnya ke dirinya sendiri, pemangku kepentingan, dan masyarakat. Menteri BUMN mengeluarkan Peraturan Meneg BUMN No. Per-05/MBU/2007, menyatakan “Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan” yang mengharuskan setiap BUMN melakukan penyisihan masing-masing 3% dari laba bersih setelah pajak untuk program kemitraan dan bina lingkungan. Oleh karena itu, rumus berikut menentukan besaran dana CSR:⁹³

$$\text{CSR} = 3 \% \times \text{Laba Bersih Setelah Pajak}$$

2. Variabel Independen

a) Ukuran Perusahaan

Skala untuk menentukan besar kecilnya suatu perusahaan disebut ukuran perusahaan. Total aset digunakan dalam penelitian ini untuk menghitung besar kecilnya perusahaan. Ukuran perusahaan ditentukan oleh logaritma natural total aset dibuat menggunakan rumus berikut: Ukuran Perusahaan (*Size*) = Ln (Total Aset).⁹⁴

⁹² Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). Metode riset penelitian kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen. Deepublish.

⁹³ Hadi, Nor. (2018). *Corporate Social Responsibility* (Edisi 2). Yogyakarta: Expert

⁹⁴ Nuridah, S., dkk. (2023). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Ritel. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 1(1), 155-169.

b) Profitabilitas

Jumlah keuntungan yang dihasilkan suatu bisnis dari penggunaan modal dan asetnya disebut sebagai profitabilitas. *Return on Assets* (ROA) merupakan metrik yang digunakan dalam penelitian ini. ROA menampilkan total laba bersih yang dapat diperoleh dari seluruh aset yang dimiliki. Rumus ROA adalah sebagai berikut:⁹⁵

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total aset}} \times 100\%$$

Tabel 3 3

Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Skala
Ukuran Perusahaan (X ₁)	Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diukur dengan total aset. Ukuran Perusahaan (Size) = Ln (Total Aset)	Rasio
Profitabilitas (X ₂)	Dalam penelitian ini, profitabilitas diukur dengan ROA, dengan rumus sebagai berikut: $\text{ROA} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total aset}} \times 100\%$	Rasio
<i>Corporate Social Responsibility</i> (Y)	Dalam penelitian ini, rumus CSR sebagai berikut: <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px auto;"> $\text{CSR} = 3 \% \times \text{Laba Bersih Setelah Pajak}$ </div>	Rasio

⁹⁵ Nurmiati, N., & Pratiwi, A. (2022). Analisis Struktur Modal Dalam Meningkatkan Laba Pada PT. Lotte Cematic Titan, Tbk. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 85-95.

3.6 Metode Analisis Data

WarpPLS digunakan dalam pengolahan data penelitian ini untuk mengevaluasi hipotesis. Untuk mengetahui keterkaitan antar variabel penelitian maka pada bagian ini diuji hipotesisnya. Teknik statistik SEM berbasis varian yang disebut analisis kuadrat terkecil parsial (PLS) dikembangkan untuk menyelesaikan regresi berganda jika terjadi masalah tertentu pada data seperti data yang hilang, ukuran sampel penelitian yang kecil, dan multikolinearitas muncul. *Outer model* dan *inner model* dievaluasi menggunakan model evaluasi PLS. Model struktural disebut juga *inner model* yang digunakan untuk menguji kausalitas yakni mengantisipasi keterkaitan antar variabel laten dan model pengukuran disebut juga *outer model* yang digunakan untuk menilai validitas dan reliabilitas suatu variabel model.⁹⁶

3.6.1 Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran profil data sampel.⁹⁷

3.6.2 Analisa Model Pengukuran (*Outer Model*)

Pentingnya hubungan antar indikator yang diukur dapat ditentukan melalui analisis model pengukuran, yang menciptakan variabel laten yang hanya dapat diakses melalui dimensi dan indikator dan tidak dapat diukur secara langsung. Menguji validitas dan reliabilitas suatu model merupakan tujuan pengukurannya. Untuk menentukan apakah item atau indikator tersebut sah untuk menggambarkan variabel laten yang diukur dikenal dengan pengujian validitas. Pengujian pada *outer model* yakni sebagai berikut:⁹⁸

- a. Apabila nilai *loading factor* $> 0,5$ masih dapat diterima, namun nilai *loading factor* $\geq 0,7$ dianggap optimal, hal ini menunjukkan bahwa indikator tersebut valid dalam mengukur konstruk yang dikembangkan. Nilai faktor pemuatan $\leq 0,4$ perlu dihilangkan dari model.
- b. *Cross loading* digunakan untuk menilai validitas diskriminan model reflektif, dan

⁹⁶ Hamid, R.S. dan Anwar, S.M. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis*. Jakarta: PT Inkubator Penulis Indonesia.

⁹⁷ Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

⁹⁸ Sholihin, Mahfud, and Dwi Ratmono. 2013. *Analisis SEM-PLS Dengan WarpPLS 3.0*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

kuadrat nilai korelasi antara konstruk dan nilai AVE kemudian dibandingkan. Saat menguji korelasi antara indikator dan konstraknya masing-masing serta konstruk lainnya, nilai *cross loading* akan sangat berguna. Persyaratan bahwa nilai akar AVE lebih besar dari korelasi antara konstruk dan komponen lainnya adalah cara lain untuk menilai validitas diskriminan.

- c. *Composite reliability*, hasil reliabilitas yang tinggi memiliki data *composite reliability* ≥ 0.7 .

3.6.3 Analisa Model Struktural (*Inner Model*)

Inner model atau analisis model struktural menampilkan tingkat kesesuaian antara estimasi variabel laten atau konstruk. Dengan menghitung besarnya varians yang dapat dijelaskan, digunakan model struktural untuk meramalkan hubungan antar variabel laten dan menilai signifikansi *P-Value*. Evaluasi *inner model* meliputi beberapa tes untuk mengukur fit model secara keseluruhan antara lain:⁹⁹

- a. Tes Model Fit

Untuk menentukan apakah suatu model cocok dengan data, terapkan uji kecocokan model ini. Koefisien jalur rata-rata (APC), rata-rata r-kuadrat (ARS), dan faktor varian rata-rata (AVIF) merupakan tiga uji yang membentuk uji kesesuaian model. APC dan ARS diterima selama *P-value* kurang dari 0,50, dan AVIF kurang dari 5.

- b. Koefisien Determinasi (R²)

Dalam menentukan apakah faktor laten eksogen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel laten endogen tertentu, nilai *R-Squares* digunakan untuk memberikan penjelasan. Berdasarkan nilai *R-Square* masing-masing sebesar 0,75, 0,50, dan 0,25 maka model dapat diklasifikasikan menjadi kuat, sedang, atau lemah. Model prediktor lebih efektif dalam menjelaskan varians ketika nilainya lebih tinggi.

- c. *Predictive Relevance* (Q²)

Tujuan dari relevansi prediktif adalah untuk memverifikasi model. Jika variabel laten endogen mempunyai model pengukuran yang mencerminkan maka pengukuran tersebut tepat. Nilai Q² yang lebih besar dari 0 menunjukkan bahwa model tersebut relevan secara prediktif; di sisi lain, nilai Q² yang kurang dari 0 menunjukkan bahwa model tersebut tidak relevan secara prediktif. Jika nilai relevansi prediktif lebih besar dari 0, hal ini menunjukkan bahwa variabel laten

⁹⁹ Ibid hal 16.

eksogen layak dijadikan sebagai variabel penjelas dan dapat memprediksi variabel endogen secara akurat.

3.6.4 Pengujian Hipotesis

Keterkaitan variabel eksogen dan endogen dijelaskan melalui uji hipotesis. Dengan memeriksa koefisien jalur dan tingkat signifikansinya, temuan korelasi antar konstruk dikuantifikasi dan dibandingkan dengan hipotesis penelitian. Penerimaan atau penolakan hipotesis secara statistik dapat ditentukan dengan menghitung tingkat signifikansinya. Dalam penelitian ini, tingkat signifikansi 5% digunakan. Tingkat signifikansi atau tingkat kepercayaan yang diperlukan untuk menolak hipotesis adalah 0,05 jika tingkat signifikansi 5% yang dipilih terdapat 95% peluang untuk mengambil keputusan dengan benar dalam penelitian ini dan 5% risiko untuk mengambil keputusan yang salah. Berikut ini yang digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan yaitu:¹⁰⁰

- Jika *P-Value* lebih besar dari 0,05 maka H_a ditolak dan H_0 disetujui.
- Jika *P-Value* kurang dari 0,05 maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

¹⁰⁰ Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

Penelitian ini obyeknya yaitu Bank Umum Syariah di Indonesia. Data yang penulis kumpulkan dalam penelitian ini adalah data Bank Umum Syariah Indonesia yang resmi terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan per tahun 2018-2023, data pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan yang dimuat dalam laporan keberlanjutan Bank Umum Syariah dan laporan keuangan yang dipublikasikan pada laporan tahunan tahun 2018-2023. Berikut paparan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini:

A. Perkembangan Ukuran Perusahaan

Tingkat dalam mengungkap tanggung jawab sosial perusahaan bisa dipengaruhi dari berbagai karakteristik perusahaan, termasuk ukuran dari suatu perusahaan dan profitabilitas. Ukuran perusahaan menjadi satu diantara aspek dari korporasi yang dapat mempengaruhi CSR. Menurut hubungan antara CSR dan ukuran korporasi, usaha besar biasanya berinvestasi lebih banyak dalam memenuhi kewajiban sosial mereka dibandingkan usaha kecil, maka semakin besar bisnisnya, semakin banyak uang yang dikeluarkan untuk dana CSR, sehingga semakin besar ukuran perusahaan maka semakin tinggi pula pengeluarannya untuk dana CSR.

Berikut data ukuran perusahaan dalam penelitian ini:

No.	Nama Bank Umum Syariah	Tahun	X1_Ukuran Perusahaan
1	Bank Aceh Syariah	2018	3077064414
		2019	3085472777
		2020	3086895274
		2021	3096930802
		2022	3099025338
		2023	3104777707
2	Bank Nusa Tenggara Barat Syariah	2018	2958243708
		2019	29787459
		2020	2997472502
		2021	3004828933
		2022	301960967
		2023	3028915147
3	Bank Muamalat Indonesia	2018	3167804693
		2019	3155410275
		2020	3156756111
		2021	3170684523

		2022	3174784446
		2023	31835012
4	Bank Jabar Banten Syariah	2018	29539296
		2019	2967525009
		2020	2981531344
		2021	299688623
		2022	301524052
		2023	3024475188
5	Bank Mega Syariah	2018	2962386147
		2019	297114217
		2020	3041095325
		2021	3027305622
		2022	3040801101
		2023	3030976018
6	Bank Panin Dubai Syariah	2018	2980247855
		2019	300411885
		2020	3005600807
		2021	303000536
		2022	303250899
		2023	3048422432
7	BCA Syariah	2018	2958603258
		2019	2978677534
		2020	299052376
		2021	2999585774
		2022	3017039228
		2023	3030321613

B. Perkembangan Profitabilitas

Rasio yang disebut profitabilitas digunakan untuk menilai kapasitas bisnis dalam menghasilkan uang. Di penelitian ini guna mengukur profitabilitas memakai rasio ROA. ROA yaitu ukuran seberapa mampu perusahaan untuk memperoleh uang atas kekayaan tertentu atau rasio untuk menunjukkan seberapa menguntungkan suatu perusahaan dalam menggunakan asetnya. Perusahaan akan menciptakan lebih banyak keuntungan jika nilai ROA-nya lebih tinggi. Menurut hubungan antara CSR dan profitabilitas perusahaan, bank yang memiliki profitabilitas tinggi mengadopsi CSR sebagai wujud pertanggungjawaban dan keterbukaan kepada para pemilik modal terhadap investasi mereka, sehingga semakin besar profitabilitas, semakin besar juga dana yang dialokasikan untuk CSR.

Berikut data profitabilitas dalam penelitian ini:

No.	Nama Bank Umum Syariah	Tahun	X2_ROA
1	Bank Aceh Syariah	2018	0,0238
		2019	0,0233
		2020	0,0173
		2021	0,0187
		2022	0,02
		2023	0,0205
2	Bank Nusa Tenggara Barat Syariah	2018	0,0192
		2019	0,0256
		2020	0,0174
		2021	0,0164
		2022	0,0193
		2023	0,0207
3	Bank Muamalat Indonesia	2018	0,0008
		2019	0,0005
		2020	0,0003
		2021	0,0002
		2022	0,0009
		2023	0,0002
4	Bank Jabar Banten Syariah	2018	0,0054
		2019	0,006
		2020	0,0041
		2021	0,0096
		2022	0,0114
		2023	0,0062
5	Bank Mega Syariah	2018	0,0093
		2019	0,0089
		2020	0,0174
		2021	0,0408
		2022	0,0259
		2023	0,0196
6	Bank Panin Dubai Syariah	2018	0,0026
		2019	0,0025
		2020	0,0006
		2021	-0,0672
		2022	0,0179
		2023	0,0162
7	BCA Syariah	2018	0,0102
		2019	0,0102
		2020	0,0101
		2021	0,0101
		2022	0,0103
		2023	0,0105

C. Perkembangan CSR

CSR merupakan suatu kewajiban atau komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi terhadap pembangunan lingkungan sekitar perusahaan dan masyarakat setempat. CSR merupakan bentuk tanggung jawab dimana perusahaan dan pihak-pihaknya berpartisipasi aktif dalam membangun perekonomian yang berkelanjutan. Tujuannya adalah agar mutu lingkungan dan tingkat hidup warga setempat meningkat.

Berikut data CSR dalam penelitian ini:

No.	Nama Bank Umum Syariah	Tahun	Y_CSR
1	Bank Aceh Syariah	2018	5744837048
		2019	12815866302
		2020	25257797325
		2021	24822622450
		2022	44237000000
		2023	10124000000
2	Bank Nusa Tenggara Barat Syariah	2018	209161500
		2019	450771000
		2020	350868825
		2021	6073433922
		2022	6459000000
		2023	8905957550
3	Bank Muamalat Indonesia	2018	11365566000
		2019	11430000000
		2020	10800000000
		2021	7800000000
		2022	5930000000
		2023	7180000000
4	Bank Jabar Banten Syariah	2018	465581000
		2019	380200000
		2020	382900000
		2021	822225006
		2022	1199828107
		2023	1240000000
5	Bank Mega Syariah	2018	3011762167
		2019	1954300021
		2020	1920062081
		2021	5394455255
		2022	19428415018
		2023	9930000000
6	Bank Panin Dubai Syariah	2018	727000000
		2019	923675000
		2020	468400027

		2021	562430000
		2022	355923307
		2023	4515531906
7	BCA Syariah	2018	638322804
		2019	632323830
		2020	676275184
		2021	529758415
		2022	515400000
		2023	943800000

4.2 Statistik Deskriptif

Demikian hasil statistik deskriptif yang diperoleh dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.1

Statistik Deskriptif

Variabel	N	Maksimum	Minimum	Mean	Std. Deviation
Ukuran Perusahaan (X_1)	42	3174784446	29539296	2308495862	1257802064
Profitabilitas (X_2)	42	0.041	-0.067	0.011	0.015
CSR (Y)	42	44237000000	124000000	6106177406	8802187361

Sumber: Data Diolah 2024

Berdasarkan tabel diatas, uji statistik deskriptif yang dilakukan pada 42 data dapat disimpulkan hasilnya bahwa:

1. Variabel Ukuran Perusahaan (X_1) mempunyai nilai maksimum sebesar 3174784446 yang terdapat pada Bank Muamalat Indonesia tahun 2022. Nilai minimum yang diperoleh sebesar 29539296 yang terdapat pada Bank Jabar Banten Syariah pada tahun 2018. Sedangkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 2308495862 dengan standar deviasi sebesar 1257802064.

2. Variabel Profitabilitas (X_2) mempunyai nilai maksimum sebesar 0.041 yang terdapat pada Bank Jabar Banten Syariah tahun 2020. Nilai minimum yang diperoleh sebesar -0.067 yang terdapat pada Bank Panin Dubai Syariah pada tahun 2021. Sedangkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0.011 dengan standar deviasi sebesar 0.015.
3. Variabel *Corporate Social Responsibility* (Y) mempunyai nilai maksimum sebesar 44237000000 yang terdapat pada Bank Aceh Syariah tahun 2022. Nilai minimum yang diperoleh sebesar 124000000 yang terdapat pada Bank Jabar Banten Syariah pada tahun 2023. Sedangkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 6106177406 dengan standar deviasi sebesar 8802187361.

4.3 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

4.3.1 *Convergent Validity*

Tabel 4.2
Hasil *Convergent Validity*

Variabel	P value	Loading	Nilai AVE
Ukuran Perusahaan (X_1)	< 0,001	1,000	1,000
Profitabilitas (X_2)	< 0,001	1,000	1,000
CSR (Y)	< 0,001	1,000	1,000

Sumber: Data diolah 2024

Terdapat 2 kriteria untuk menilai *outer model* memenuhi syarat *Convergent Validity* untuk konstruk reflektif, yaitu loading > 0,7 dan nilai p signifikansi $p < 0,05$ atau dengan cara melihat nilai AVE, kriteria pengambilan keputusannya adalah nilai AVE > 0,05. Berdasarkan hasil pada tabel menunjukkan nilai p value pada semua variabel sebesar < 0,001 yaitu kurang dari 0,05 dan nilai loading sebesar 1,000 dimana lebih dari 0,7. Selain itu, nilai AVE semua variabel bernilai 1,000 > 0,05 sehingga *covergent validity* terpenuhi dan valid sebagai pengukur variabel.

4.3.2 Discriminant Validity

Tabel 4.3
Hasil Discriminant Validity

Variabel	X ₁	X ₂	Y
Ukuran Perusahaan (X ₁)	(1,000)	0,000	0,000
Profitabilitas (X ₂)	0,000	(1,000)	0,000
CSR (Y)	0,000	0,000	(1,000)

Sumber: Data diolah 2024

Apabila temuan tampilan gabungan *loading* dan *cross-loading* menunjukkan bahwa nilai *loading* pada salah satu konstruk (*cross-loading*) lebih kecil dari nilai *loading* pada konstruk variabel, maka validitas diskriminan dapat terpenuhi. Sejauh mana hasil pengukuran suatu konsep dapat dibedakan dari konsep lain yang berbeda secara teoritis dikenal sebagai validitas diskriminan. Nilai loading konstruk variabel sebesar 1,000 seperti yang ditunjukkan pada data tabel, dan lebih tinggi dibandingkan dengan nilai loading konstruk lainnya yaitu sebesar 0,000 untuk seluruh variabel yang diteliti. Akibatnya, validitas diskriminan dianggap terpenuhi dan sah.

4.3.3 Composite Reliability

Tabel 4.4

Hasil Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability	Cronbach's Alpha
Ukuran Perusahaan (X_1)	1,000	1,000
Profitabilitas (X_2)	1,000	1,000
CSR (Y)	1,000	1,000

Sumber: Data diolah 2024

Terdapat 2 kriteria yang dapat dilihat untuk melihat reliabilitas konstruk penelitian yaitu nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* harus $> 0,70$ maka dapat dikatakan reliabel. Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* untuk setiap variabel sebesar 1,000, maka dikatakan reliabel karena sudah memenuhi syarat dari uji reliabilitas.

4.4 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

4.4.1 Uji Kecocokan Model (*Goodness of Fit*)

Uji kecocokan model digunakan untuk mengetahui apakah suatu model memiliki kecocokan dengan data dengan terdapat 3 indeks pengujian, yaitu *Average Path Coefficient* (APC), *Average R-Squared* (ARS) dan *Average Varians Factor* (AVIF). Nilai APC dan ARS diterima dengan syarat $p\text{-value} < 0,05$ dan nilai AVIF lebih kecil dari 5. Adapun hasil uji kecocokan model pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5**Hasil Uji Kecocokan Model**

Variabel	Nilai	P value
<i>Average path coefficient (APC)</i>	0,469	< 0,001
<i>Average R-squared (ARS)</i>	0,422	< 0,001
AVIF	1,012	

Sumber: Data diolah 2024

Berdasarkan hasil tabel menunjukkan bahwa nilai APC sebesar 0,469 dengan p-value < 0,001 dan nilai ARS sebesar 0,422 dengan p-value < 0,001. Kedua indeks tersebut menunjukkan nilai p-value < 0,001 sehingga diterima. Sementara itu hasil nilai AVIF sebesar 1,012 dimana nilai tersebut kurang dari 5, maka AVIF juga diterima. Maka dari itu model pada penelitian ini memiliki kecocokan dengan data maka *inner model* dapat diterima.

4.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi (R^2) merupakan tahap selanjutnya dalam menilai model struktural setelah lulus uji kesesuaian model. Besar kecilnya pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) ditentukan oleh nilai ini. Koefisien determinasi (R^2) pada penelitian ini dihasilkan dari hasil pengolahan data sebagai berikut:

Tabel 4.6**Koefisien Determinasi**

Variabel	R-Square	Keterangan
<i>Firm Size</i> → CSR	0,422	Sedang
Profitabilitas → CSR		

Sumber: Data diolah 2024

Berdasarkan tabel koefisien determinasi menunjukkan nilai *R-Square* pada CSR sebesar 0,422. Hal ini menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas mampu menjelaskan variabel CSR sebesar 42,2%, sementara sebesar 57,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai *R-Square* sebesar 42,2% tergolong pada kategori sedang.

4.4.3 Predictive Relevance

Tabel 4.7
Predictive Relevance

Variabel	Q-Square	Keterangan
<i>Firm Size</i> → CSR	0,220	Valid
Profitabilitas → CSR		

Sumber: Data diolah 2024

Berdasarkan tabel *predictive relevance* menunjukkan nilai *Q-Square* pada CSR sebesar 0,220. Nilai *predictive relevance* > 0 artinya mempunyai *predictive relevance* yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa model mempunyai *predictive relevance*, maka membuktikan bahwa variabel laten eksogen baik atau sebagai variabel penjelas mampu memprediksi variabel endogennya.

4.5 Uji Hipotesis

Menjelaskan sebuah arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen ini perlu dilakukan uji hipotesis dengan melihat *path coefficient* dan tingkat signifikansinya yang kemudian dibandingkan dengan hipotesis penelitian adalah hasil korelasi antar konstruk yang telah diukur. Berikut adalah hasil dari uji hipotesis dan hasil gambar pada model penelitian ini yang sudah didapat sesuai hasil olah data yang ada:

Tabel 4 8

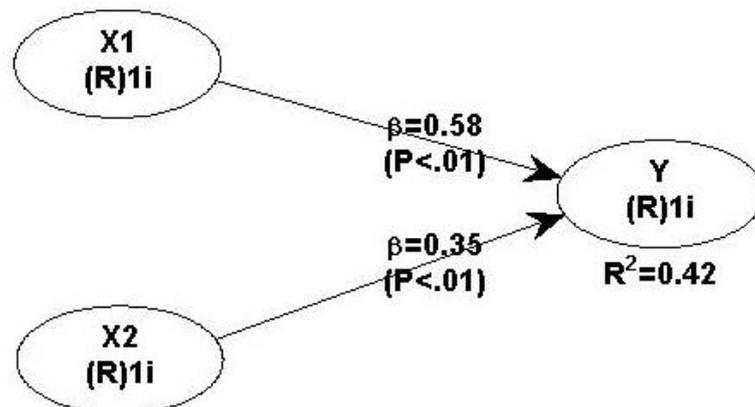
Direct Effects

Variabel	Path Coefficient	P value	Arah	Keterangan
<i>Firm Size</i> → CSR	0,584	< 0,001	Positif	Signifikan
Profitabilitas → CSR	0,353	0,006	Positif	Signifikan

Sumber: Data Diolah 2024

Gambar 4. 1

Model Penelitian



Sumber: Data diolah 2024

Keterangan:

X₁ : Ukuran Perusahaan

X₂ : Profitabilitas

Y : CSR

Berdasarkan gambar diatas dengan $p\text{-value} < 0,001$ dan nilai koefisien beta positif yaitu 0,58 maka terlihat dari angka tersebut bahwa variabel ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap CSR. Sesuai angka tersebut, CSR mengalami peningkatan 0,58 untuk tiap kenaikan satuan penilaian ukuran perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap CSR, ditunjukkan oleh koefisien beta positif yaitu 0,35 dan $p\text{-value} < 0,001$. Berdasarkan perhitungan ini, CSR akan naik sebesar 0,35 untuk tiap peningkatan satu unit dalam evaluasi profitabilitas.

Berdasarkan hasil uji hipotesis dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*

Tanggung jawab sosial perusahaan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel ukuran perusahaan. Hasil pengujian menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,584 bertanda positif dan nilai $p\text{ value} < 0,001$ yaitu kurang dari 0,05, dengan demikian menunjukkan bahwa CSR akan meningkat sebesar 0,584 untuk setiap peningkatan ukuran perusahaan satu unit. Hal tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR, sehingga H₁ diterima.

2. Pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*

Tanggung jawab sosial perusahaan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel profitabilitas. Hasil pengujian menunjukkan nilai $p\text{ value}$ 0,006 dimana nilainya kurang dari 0,05 dan nilai koefisien jalur yang positif yaitu 0,353, dengan demikian menunjukkan bahwa CSR akan meningkat sebesar 0,353 untuk setiap peningkatan profitabilitas satu unit. Hal tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR, sehingga H₂ diterima.

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan hasil pada analisis pengujian variabel ukuran perusahaan memiliki koefisien jalur sebesar 0,58, hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara ukuran perusahaan terhadap CSR sebesar 58%. Nilai *p value* < 0,001 lebih kecil dari 0,05 berarti variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Oleh karena itu H_1 “Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR” diterima. Temuan penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dapat berdampak pada jumlah dana yang dialokasikan untuk tanggung jawab sosial perusahaan.

Total aset yang dimiliki suatu perusahaan dapat digunakan untuk menentukan ukuran suatu perusahaan. Kemampuan suatu perusahaan dalam membiayai kegiatan operasionalnya dapat diketahui dengan melihat total aset yang dimilikinya. Secara teoritis mungkin saja tekanan politik, khususnya tuntutan untuk memenuhi kewajiban sosial, masih akan berdampak pada perusahaan-perusahaan besar. Oleh karena itu, usaha besar biasanya berinvestasi lebih banyak dalam memenuhi kewajiban sosial mereka dibandingkan usaha kecil, maka semakin besar bisnisnya, semakin banyak uang yang dikeluarkan untuk dana CSR.¹⁰¹

Penelitian ini menghasilkan hasil yang sejalan dengan apa yang dijelaskan terkait teori legitimasi, dimana teori ini menjelaskan terdapat korelasi antara tanggung jawab sosial dan ukuran perusahaan. Teori legitimasi menyatakan kemampuan perusahaan untuk tumbuh di masa depan bergantung pada keselarasan strategisnya dengan lingkungan sekitar, dengan begitu perusahaan akan lebih peduli terhadap lingkungan sekitar.¹⁰² Dengan demikian guna memperlihatkan perhatian perusahaan kepada lingkungan sekitar maka perusahaan akan mengeluarkan dana lebih banyak untuk melakukan kegiatan CSR sehingga dana CSR mengalami peningkatan.

Temuan penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang telah dilakukan Ardela Intan Paramita & Barlia Annis Syahzuni dan Martha Yurdila J, H.Mukhzarudfa & Wiralestari dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR).

¹⁰¹ Ni Made Sunarsih and Ni Wayan Rian Kumarantini, “Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Corporate Social Responsibility,” *Jurnal Riset Akuntansi* 8 no 2 (2018), <https://doi.org/10.36733/juara.v8i2.112>.

¹⁰² Hadi, Nor. (2018). *Corporate Social Responsibility* (Edisi 2). Yogyakarta: Expert

4.6.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan hasil pada analisis pengujian variabel profitabilitas yang diprosikan oleh nilai ROA memiliki koefisien jalur sebesar 0,35, hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara profitabilitas terhadap CSR sebesar 35%. Nilai *p value* 0,006 lebih kecil dari 0,05 berarti variabel profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Oleh karena itu H₂ “Profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR” diterima. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat dana tanggung jawab sosial perusahaan dapat dipengaruhi oleh profitabilitas dari suatu perusahaan. Bisnis dengan keuntungan tinggi terlibat dalam CSR sebagai cara untuk menjaga akuntabilitas pemilik modal dan memberikan mereka transparansi mengenai dana yang diinvestasikan.

Margin keuntungan yang lebih besar berarti keuntungan yang lebih besar bagi para pemangku kepentingan. Tolak ukur perusahaan dalam memperoleh keuntungan dalam jangka waktu tertentu ditunjukkan dengan profitabilitas. Profitabilitas yang tinggi dari suatu perusahaan dapat menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai kinerja keuangan yang kuat. Dalam upaya memperkuat kemampuan operasional bisnis, hal ini dapat menyebabkan investor menjadi lebih tertarik untuk mendanai perusahaan yang punya profitabilitas tinggi. Dalam jangka panjang, hal ini akan sangat menguntungkan bagi bisnis.¹⁰³

Yang mempengaruhi profitabilitas suatu perusahaan ditinjau dari tanggung jawab sosial perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari angka penjualan bersih. Semakin banyak keuntungan yang dapat dimaksimalkan suatu perusahaan dalam menjalankan operasionalnya, maka dapat menjadikan kinerja perusahaan makin bagus dengan demikian profitabilitas meningkat dan dengan meningkatnya profitabilitas maka akan meningkatkan dana CSR.¹⁰⁴

Penelitian ini menghasilkan hasil yang sejalan dengan apa yang dijelaskan terkait teori legitimasi, dimana menurut teori legitimasi, suatu perusahaan akan dengan bebas mengungkapkan semua tindakannya jika hal tersebut diharapkan oleh masyarakat, dan memastikan bahwa operasinya berada dalam batas-batas yang dapat diterima secara sosial.¹⁰⁵ Oleh karena itu, inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dapat dilihat sebagai alat bagi dunia usaha untuk bertindak dengan cara yang dapat diterima oleh

¹⁰³ Aghnitama, R. D., Aufa, A. R., & Hersugondo, H. (2021). Pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas perusahaan pada Indeks Investor33 di BEI. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen (JAM)*, 18(2), 1-11. <https://doi.org/10.36406/jam.v18i02.392>

¹⁰⁴ Rahmawati, L. N. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran, dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure pada Perusahaan Sektor Food and Beverage. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 8(1), 1-14.

¹⁰⁵ Hadi, Nor. (2018). *Corporate Social Responsibility (Edisi 2)*. Yogyakarta: Expert

masyarakat dan lingkungan. Dunia usaha mempunyai kesempatan untuk membangun kontrak sosial dengan masyarakat dengan terlibat dalam seluruh kegiatan CSR dan mengungkapkannya kepada pihak yang tepat guna meningkatkan pendanaan untuk CSR. Pada akhirnya, argumen bahwa nilai ROA yang tinggi dapat menyebabkan peningkatan pendanaan CSR dapat menjelaskan bagaimana profitabilitas mempengaruhi CSR berdasarkan teori legitimasi.

Temuan penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang telah dilakukan Rani Widiyarsi Eko Putri dan Dea Putri Ayu & A.A Gede Suarjaya yang menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR).

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Bank Umum Syariah di Indonesia. Penelitian ini menggunakan data sekunder dari statistik perbankan syariah yang dirilis secara resmi oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan) tahun 2018-2023, serta data laporan tahunan dan laporan keberlanjutan Bank Umum Syariah yang diperoleh melalui situs resmi dari tiap-tiap bank. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dipaparkan bisa ditarik kesimpulan diantaranya:

1. Variabel Ukuran Perusahaan yang diproksikan dengan total asset didalam penelitian ini menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Bank Umum Syariah di Indonesia pada periode 2018-2023. Dengan demikian H_1 yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility* diterima. Hal ini dibuktikan dengan nilai $p\text{ value} < 0,001$ dan nilai koefisien beta yang positif yaitu 0,58.
2. Variabel Profitabilitas yang diproksikan dengan ROA didalam penelitian ini menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Bank Umum Syariah di Indonesia pada periode 2018-2023. Dengan demikian H_2 yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility* diterima. Hal ini dibuktikan dengan nilai $p\text{ value} 0,006$ dan nilai koefisien beta yang positif yaitu 0,35.

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. *Purposive sampling* digunakan untuk mengambil sampel dalam penelitian ini maka sampel yang digunakan yaitu 7 BUS saja.
2. Faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi CSR masih banyak, namun hanya dua variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini. Sehingga penelitian ini belum mencakup semua faktor yang bisa mempengaruhi CSR.

5.3 Saran

1. Bagi bank umum syariah dapat meningkatkan profitabilitasnya yaitu bisa dengan meningkatkan laba bersih. Laba bersih bisa ditingkatkan dengan menambahkan bentuk ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan yang meningkat maka akan meningkatkan total modal. Ini berarti bahwa semakin besar jumlah modal suatu perusahaan, semakin baik

kinerja perusahaan tersebut, karena persentase modal yang digunakan untuk menghasilkan penjualan dapat meningkatkan laba bersih.

2. Bagi peneliti selanjutnya agar temuan penelitian dapat mencerminkan keadaan secara akurat, maka diharapkan untuk menambah variabel independen lain yang belum dimasukkan dalam penelitian ini dan diharapkan sampel yang digunakan semua BUS yang tercatat di OJK.

DAFTAR PUSTAKA

- Afendi, A., Wahab, W., & Rasyidin, M. (2023). The Influence Of Company Size, Liquidity, Profitability, And Leverage On Islamic Social Report Disclosure. *AL-ARBAH: Journal of Islamic Finance and Banking*, 5(2), 105-124.
- Aghnitama, R. D., Aufa, A. R., & Hersugondo, H. (2021). Pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas perusahaan pada Indeks Investor di BEI. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen (JAM)*, 18(2), 1-11. <https://doi.org/10.36406/jam.v18i02.392>.
- Agus Purwanto, "Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Terhadap Corporate Social Responsibility," *Jurnal Akuntansi* 8, no. 1 (n.d.).
- Aini, Agustya Kurratul. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Indeks LQ45 Bursa Efek Indonesia (BEI)" 12 (2015).
- Aula, Rahmiatul, Sumiyati Sumiyati, and Muhammad Umar Mai. "The Effect of Corporate Social Responsibility Disclosure on the Performance of Islamic Banks in Indonesia." *Jurnal Manajemen Bisnis* 13, no. 1 (March 22, 2022): 93–107. <https://doi.org/10.18196/mb.v13i1.12832>.
- Ayu, Dea Putri, and A A Gede Suarjaya. "Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Pertambangan" 6, no. 2 (n.d.).
- Eksandy, Arry, and M Zulman Hakim. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) (Pada Perbankan Syariah Di Indonesia Tahun 2011-2015)," n.d.
- Fadillah, I. N., Ayu, A. C., Adawiyah, R., & Pramono, A. F. (2023). Literature Review: Peran Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Meningkatkan Citra Positif Bank Syariah di Masyarakat. *IJMA (Indonesian Journal of Management and Accounting)*, 4(1), 115-122.
- Fatmawatie, N. (2015). Pengungkapan corporate social responsibility (CSR) dalam akuntansi sosial ekonomi di tinjau dari syariah. *Equilibrium, Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(2), 221-237.
- Fauziah, Khusnul. "Analisis Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perbankan Syariah di Indonesia Berdasarkan Islamic Social Reporting Indeks" 5, no. 1 (2013).
- Ghozali, Imam. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS) Edisi 4*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hadi, Nor. (2018). *Corporate Social Responsibility (Edisi 2)*. Yogyakarta: Expert.
- Hamid, R.S. dan Anwar, S.M. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis*. Jakarta: PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2010. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. Anak Hebat Indonesia.
- Kholis, A. (2020). *Corporate Social Responsibility Konsep Dan Implementasi*.
- Kurnianingsih, Heni Triastuti. "Pengaruh Profitabilitas dan Size Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility" 13, no. 1 (2013).
- Kurniawan, K A, and G A Yuniarta. "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan Risk Minimization terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility" 11, no. 1 (2020).
- Mansur, S. (2012). *Pelaporan Corporate Social Responsibility Perbankan Syariah dalam Perspektif Syariah Enterprise Theory (Studi Kasus pada Laporan Tahunan PT Bank Syariah Mandiri)*. *Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*, 2(2), 107–133.
- Mardikanto, T. (2014). *CSR: Corporate Social Responsibility: Tanggungjawab Sosial Korporasi*. Bandung: Alfabeta.
- Martha Yurdila J, H. Mukhzarudfa, Wiralestari. "The Effect Of Profitability, Firm Size, Board Of Commissioners, Leverage and Media Exposure Toward Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR) On The Listing And Go Public Companies In Indonesian Stock Exchange (IDX)," n.d.
- Nafisah, Suhailatun, and Sri Ramadhani. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Net Profit Margin Terhadap Islamic Social Reporting pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2017-202," n.d.
- Ni Made Sunarsih and Ni Wayan Rian Kumarantini. "Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Corporate Social Responsibility." *Jurnal Riset Akuntansi* 8 no 2 (2018). <https://doi.org/10.36733/juara.v8i2.112>.
- Nuridah, S., dkk. (2023). *Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Ritel*. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 1(1), 155-169.
- Nurmiati, N., & Pratiwi, A. (2022). *Analisis Struktur Modal Dalam Meningkatkan Laba Pada PT. Lotte Cemical Titan, Tbk*. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 85-95.
- Othman, Rohana, Azlan Thani, and Erlane K Ghani. "Determinants of Islamic Social Reporting Among Top Shariah-Approved Companies in Bursa Malaysia," no. 12 (2009).
- Oviliana, Rina Dewi, and Satria Yudhia Wijaya. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR" 2 (2021).
- Paramita, Ardela Intan, and Barlia Annis Syahzuni. "Analisis Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility," 2022.
- Pardanty, Alike Shauma, and Willy Sri Yuliandhari. "(Studi Empiris pada Bank Umum Syariah Tahun 2015-2019)," n.d.
- Prasetyo, L. (2014). *Corporate Social Responsibility (CSR) Bank Syariah Di Indonesia*.

Kodifikasia, 8(1), 1-21.

- Putra, P., & Setiawan, M. A. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 4(3), 611-625.
- Putri, Rafika Angraini; Christiawan, Y. J. (2014). Pengaruh profatibilitas, likuiditas, dan. *Business Accounting Review*, 2(1), 61–70
- Putri, R. W. E. (2013). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Universitas Brawijaya*.
- Puspitasari, Yasmin. “Influence of Company Profitability and Size On Corporate Social Responsibility In Sharia Commercial Banks In Indonesia 2013-2017 Period,” n.d.
- Rahmawati, E., & Sarsiti, S. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Dan Likuiditas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2015. *Smooting*, 17(2), 33-56.
- Rahmawati, L. N. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran, dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure pada Perusahaan Sektor Food and Beverage. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 8(1), 1-14.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). Metode riset penelitian kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen. Deepublish.
- Rostiani, Siti Sara, and Tuntun A. Sukanta. “Pengaruh Dewan Pengawas Syariah, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) (Studi Pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2012-2016).” *Jurnal Akuntansi, Bisnis dan Ekonomi* 4, no. 2 (April 30, 2019): 1225–48. <https://doi.org/10.33197/jabe.vol4.iss2.2018.184>.
- Setiawan, Mia Angelina. “Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR),” n.d.
- Sholihin, Mahfud, and Dwi Ratmono. 2013. Analisis SEM-PLS Dengan WarpPLS 3.0. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Siti Sara Rostiani and Tuntun A. Sukanta, “Pengaruh Dewan Pengawas Syariah, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) (Studi Pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2012-2016),” *Jurnal Akuntansi, Bisnis dan Ekonomi* 4, no. 2 (April 30, 2019): 1225–48, <https://doi.org/10.33197/jabe.vol4.iss2.2018.184>.
- Sugiyono, D. (2013). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Titisari, K. H. (2020). Up Green CSR (Refleksi Edukatif Riset CSR dalam Pengembangan Bisnis).
- Yuningrum, Heny, Muyassarrah Muyassarrah, and Risma Dewi Astuti. “Effect of Service Quality, Product Quality, and Trust In Customer Satisfaction (Case Study at Bank BRI Syariah KCP Kendal).” *AL-ARBAH: Journal of Islamic Finance and Banking* 2, no. 2 (December

31, 2020): 139–56. <https://doi.org/10.21580/al-arbah.2020.2.2.7425>.

i

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Nama Bank Umum Syariah yang Menjadi Sampel

No.	Bank Umum Syariah di Indonesia
1.	Bank Aceh Syariah
2.	Bank Nusa Tenggara Barat Syariah
3.	Bank Muamalat Indonesia
4.	Bank Jabar Banten Syariah
5.	Bank Mega Syariah
6.	Bank Panin Dubai Syariah
7.	BCA Syariah

Sumber: Data diolah

Lampiran 2. Tabulasi Data Penelitian

Variabel Ukuran Perusahaan

No.	Nama Bank Umum Syariah	Tahun	X1_Ukuran Perusahaan
1	Bank Aceh Syariah	2018	3077064414
		2019	3085472777
		2020	3086895274
		2021	3096930802
		2022	3099025338
		2023	3104777707
2	Bank Nusa Tenggara Barat Syariah	2018	2958243708
		2019	29787459
		2020	2997472502
		2021	3004828933
		2022	301960967
		2023	3028915147
3	Bank Muamalat Indonesia	2018	3167804693
		2019	3155410275
		2020	3156756111
		2021	3170684523
		2022	3174784446
		2023	31835012
4	Bank Jabar Banten Syariah	2018	29539296
		2019	2967525009
		2020	2981531344
		2021	299688623
		2022	301524052
		2023	3024475188
5	Bank Mega Syariah	2018	2962386147
		2019	297114217
		2020	3041095325
		2021	3027305622
		2022	3040801101
		2023	3030976018
6	Bank Panin Dubai Syariah	2018	2980247855
		2019	300411885
		2020	3005600807
		2021	303000536
		2022	303250899
		2023	3048422432
7	BCA Syariah	2018	2958603258
		2019	2978677534
		2020	299052376
		2021	2999585774

	2022	3017039228
	2023	3030321613

Sumber: Data diolah

Variabel Profitabilitas

No.	Nama Bank Umum Syariah	Tahun	X2_ROA
1	Bank Aceh Syariah	2018	0,0238
		2019	0,0233
		2020	0,0173
		2021	0,0187
		2022	0,02
		2023	0,0205
2	Bank Nusa Tenggara Barat Syariah	2018	0,0192
		2019	0,0256
		2020	0,0174
		2021	0,0164
		2022	0,0193
		2023	0,0207
3	Bank Muamalat Indonesia	2018	0,0008
		2019	0,0005
		2020	0,0003
		2021	0,0002
		2022	0,0009
		2023	0,0002
4	Bank Jabar Banten Syariah	2018	0,0054
		2019	0,006
		2020	0,0041
		2021	0,0096
		2022	0,0114
		2023	0,0062
5	Bank Mega Syariah	2018	0,0093
		2019	0,0089
		2020	0,0174
		2021	0,0408
		2022	0,0259
		2023	0,0196
6	Bank Panin Dubai Syariah	2018	0,0026
		2019	0,0025
		2020	0,0006
		2021	-0,0672
		2022	0,0179

		2023	0,0162
7	BCA Syariah	2018	0,0102
		2019	0,0102
		2020	0,0101
		2021	0,0101
		2022	0,0103
		2023	0,0105

Variabel CSR

No.	Nama Bank Umum Syariah	Tahun	Y_CSR
1	Bank Aceh Syariah	2018	5744837048
		2019	12815866302
		2020	25257797325
		2021	24822622450
		2022	44237000000
		2023	10124000000
2	Bank Nusa Tenggara Barat Syariah	2018	209161500
		2019	450771000
		2020	350868825
		2021	6073433922
		2022	6459000000
		2023	8905957550
3	Bank Muamalat Indonesia	2018	11365566000
		2019	11430000000
		2020	10800000000
		2021	7800000000
		2022	5930000000
		2023	7180000000
4	Bank Jabar Banten Syariah	2018	465581000
		2019	380200000
		2020	382900000
		2021	822225006
		2022	1199828107
		2023	124000000
5	Bank Mega Syariah	2018	3011762167
		2019	1954300021
		2020	1920062081
		2021	5394455255
		2022	19428415018
		2023	9930000000
6	Bank Panin Dubai Syariah	2018	727000000
		2019	923675000

		2020	468400027
		2021	562430000
		2022	355923307
		2023	4515531906
7	BCA Syariah	2018	638322804
		2019	632323830
		2020	676275184
		2021	529758415
		2022	515400000
		2023	943800000

Lampiran 3 Statistik Deskriptif

	X1_Size	X2_ROA	Y_CSR
X1_Size	1.000	0.248	0.307
X2_ROA	0.248	1.000	0.234
Y_CSR	0.307	0.234	1.000
(Mean)	2308495862.548	0.011	6106177405.952
(SD)	1257802064.363	0.015	8802187361.467
(Min)	29539296.000	-0.067	124000000.000
(Max)	3174784446.000	0.041	44237000000.000
(Median)	3005214870.000	0.010	1937181051.000
(Mode)	29539296.000	0.000	124000000.000
(Skewness)	-1.084	-3.001	2.485

Sumber: Data diolah WarpPLS 7.0

Lampiran 4. Hasil Output Combined Loadings and Cross Loading

	X1	X2	Y	Type (as defined)	SE	P value
X1_Size	(1.000)	0.000	0.000	Reflective	0.101	<0.001
X2_ROA	0.000	(1.000)	0.000	Reflective	0.101	<0.001
Y_CSR	0.000	0.000	(1.000)	Reflective	0.101	<0.001

Sumber: Data diolah WarpPLS 7.0

Lampiran 5 Korelasi Konstruk dengan Nilai AVE

Correlations among I.vs. with sq. rts. of AVEs			
	X1	X2	Y
X1	(1.000)	0.248	0.307
X2	0.248	(1.000)	0.234
Y	0.307	0.234	(1.000)

Sumber: Data diolah WarpPLS 7.0

Lampiran 6. Hasil Output View Latent Variable Coefficients

	X1	X2	Y
R-squared			0.422
Adj. R-squared			0.392
Composite reliab.	1.000	1.000	1.000
Cronbach's alpha	1.000	1.000	1.000
Avg. var. extrac.	1.000	1.000	1.000
Full collin. VIF	1.146	1.098	1.137
Q-squared			0.220
Min	-1.812	-5.092	-0.680
Max	0.689	1.980	4.332
Median	0.554	-0.021	-0.474
Mode	-1.812	-0.679	-0.680
Skewness	-1.084	-3.001	2.485
Exc. kurtosis	-0.799	14.329	7.102
Unimodal-RS	No	Yes	Yes
Unimodal-KMV	No	Yes	Yes
Normal-JB	No	No	No
Normal-RJB	No	No	No
Histogram	View	View	View

Sumber: Data diolah WarpPLS 7.0

Lampiran 7. Hasil *Output View General Result*

Model fit and quality indices

Average path coefficient (APC)=0.469, $P < 0.001$

Average R-squared (ARS)=0.422, $P < 0.001$

Average adjusted R-squared (AARS)=0.392, $P < 0.001$

Average block VIF (AVIF)=1.012, acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3

Average full collinearity VIF (AFVIF)=1.127, acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3

Tenenhaus GoF (GoF)=0.649, small ≥ 0.1 , medium ≥ 0.25 , large ≥ 0.36

Sympson's paradox ratio (SPR)=1.000, acceptable if ≥ 0.7 , ideally = 1

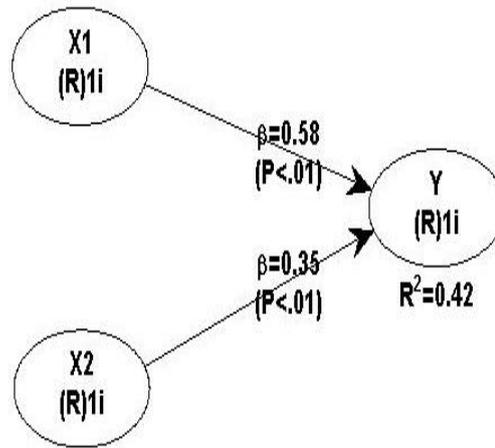
R-squared contribution ratio (RSCR)=1.000, acceptable if ≥ 0.9 , ideally = 1

Statistical suppression ratio (SSR)=1.000, acceptable if ≥ 0.7

Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR)=1.000, acceptable if ≥ 0.7

Sumber: Data diolah WarpPLS 7.0

Lampiran 8. Gambar Penelitian



Sumber: Data diolah WarpPLS 7.0

Lampiran 9 Hasil *Output View Coefficients* dan *P Values*

Path coefficients			
	X1	X2	Y
X1			
X2			
Y	0.584	0.353	

P values			
	X1	X2	Y
X1			
X2			
Y	<0.001	0.006	

Sumber: Data diolah WarpPLS 7.0

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



IDENTITAS PENULIS

Nama : Zahrotun Nisa'
Tempat, Tanggal Lahir : Batang, 31 Mei 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Ds. Kutosari, Kec. Gringsing, Kab. Batang
Email : zahrotunnisk@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

- | | |
|---------------------------------|-----------------|
| 1. TK Assasiyatul Huda Kutosari | Tahun 2007-2008 |
| 2. MI Kutosari | Tahun 2008-2014 |
| 3. SMP Azzahro Pegandon | Tahun 2014-2017 |
| 4. SMA N 1 Pegandon | Tahun 2017-2020 |
| 5. UIN Walisongo Semarang | Tahun 2020-2024 |