

**PENGARUH PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CRS)  
TERHADAP CITRA BANK UMUM SYARIAH INDONESIA**



**TESIS  
DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR  
MAGISTER EKONOMI**

**OLEH :  
ZAENUDIN ASHARI  
18208011019**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

**PRODI MAGISTER EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2022**

**PENGARUH PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CRS)  
TERHADAP CITRA BANK UMUM SYARIAH INDONESIA**



**TESIS  
DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR  
MAGISTER EKONOMI**

**OLEH :  
ZAENUDIN ASHARI  
18208011019**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**PEMBIMBING :  
Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag**

**PRODI MAGISTER EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2022**



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-401/Un.02/DEB/PP.00.9/04/2022

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH PENERAPAN ORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CRS)  
TERHADAP CITRA BANK UMUM SYARIAH INDONESIA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ZAENUDIN ASHARI, S.E  
Nomor Induk Mahasiswa : 18208011019  
Telah diujikan pada : Jumat, 11 Maret 2022  
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag.

SIGNED

Valid ID: 6233303f74c4b



Penguji I

Dr. H. Slamet Haryono, SE, M.Si.

SIGNED

Valid ID: 6247721eccc71



Penguji II

Joko Setyono, SE., M.Si.

SIGNED

Valid ID: 624c592c2a207



Yogyakarta, 11 Maret 2022

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.

SIGNED

Valid ID: 624d1dc7b7684

## HALAMAN PERSETUJUAN TESIS

Hal : Tesis Saudara Zaenudin Ashari

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di-Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa Tesis saudara:

Nama : Zaenudin Ashari  
NIM : 18208011019  
Judul : Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility*  
Tesis (CSR) Terhadap Citra Bank Umum Syariah Indonesia.

Sudah dapat diujikan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Prodi Magister Ekonommi Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syariat untuk memperoleh gelar Magister dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami berharap agar Tesis saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Yogyakarta, 10 Februari 2022

Pembimbing



Dr. H. Syafiq Manmadah Hanafi, M.Ag

NIP. 19670518 199703 1 003

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Zaenudin Ashari  
NIM : 18208011019  
Jurusan/Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa Tesis yang berjudul **“Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Citra Bank Umum Syariah Indonesia”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 14 Februari 2022

Penyusun,



Zaenudin Ashari

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN  
AKADEMIK**

Sebagai sivitas akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zaenudin Ashari  
NIM : 18208011019  
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**“Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Citra Bank Umum Syariah Indonesia”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola, dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasi tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta

Pada tanggal : 14 Februari 2022



(Zaenudin Ashari)

## HALAMAN MOTTO

“dan janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah SWT. sesungguhnya berputus asa dari rahmat Allah SWT adalah orang-orang yang kufur terhadap karunia Allah SWT.”

“maka nikmat tuhan kamu yang manakah yang kamu dustakan”.



## HALAMAN PERSEMBAHAN

### *Bismillahirrahmanirrahim*

Waktu yang sudah kujalani dengan jalan hidup yang sudah menjadi takdirku, sedih, bahagia, dan bertemu orang-orang yang luar biasa yang telah memberikan warna dalam kehidupanku, ku bersujud dihadapan mu, engkau berikan aku kesempatan untuk bisa sampai pada titik ini, segala puji bagi mu ya Allah SWT.

Kupersembahkan sebuah karya kecil ini untuk Inak (Ibu) Kameri dan Amak (Bapak) Rupawan tercinta, yang tidak pernah henti memberiku semangat, do'a, dorongan, nasehat, dan kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan hingga aku selalu kuat menjalani setiap rintangan yang ada. Inak, Amak terimalah bukti kecil ini sebagai bukti baktiku kepada mu. Demi hidupku kalian ikhlas mengorbankan segala perasaan tanpa kenal lelah. Maafkan anakmu ini yang belum mengikuti nasehat-nasehat bijakmu.

Hidupku terlalu berat untuk mengandalkan diri sendiri tanpa melibatkan bantuan Tuhan dan orang lain, tiada tempat terbaik untuk mengeluh kesah selain kalian para sahabatku. Terimakasih ku ucapkan kepada kalian semua yang tidak mungkin aku sebutkan satu persatu. *Special* buat adik ku Tedi Marwan Teguh dan keluarga besarku. Harapan ini muncul karena kalian, terimakasih bantuan dan motivasinya. Kalian adalah obat pelipur lara yang selalu menghibur dalam keadaan terjatuh.

Untuk ribuan tujuan yang harus dicapai, untuk jutaan impian yang akan dikejar, untuk sebuah penghargaan agar hidup lebih jauh bermakna, hidup tanpa impian ibarat sungai yang mengalir tanpa tujuan. Teruslah belajar, berdo'a dan berusaha untuk menggapainya. Hanya sebuah karya kecil ini yang dapat kupersembahkan kepada kalian semua.



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan tesis ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor : 158/1987 dan 0543b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Śā'	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	j	je
ح	Ḥā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Zāl	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	Zāi	z	zet
س	Sīn	s	es
ش	Syīn	sy	es dan ye
ص	Śād	ś	es (dengan titik di bawah)

ض	Ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	g	ge
فا	Fā'	f	ef
ق	Qāf	q	qi
ك	Kāf	k	ka
ل	Lām	l	el
م	Mīm	m	em
ن	Nūn	n	en
و	Wāwu	w	w
ه	Hā'	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

### B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

### C. *Tā' marbūṭah*

Semua *Tā' marbūṭah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata

sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	Ḥikmah
علة	ditulis	‘illah
كرامة الأولياء	ditulis	karāmah al-auliyā’

#### D. Vokal Pendek dan Penerapannya

_____	Fathah	ditulis	A
_____	Kasrah	ditulis	i
_____	Ḍammah	ditulis	u

فعل	Fathah	ditulis	<i>fa‘ala</i>
ذُكر	Kasrah	ditulis	<i>zūkira</i>
يذهب	Ḍammah	ditulis	<i>yāzhabu</i>

#### E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	Ditulis	<i>Ā</i>
جاهلية	ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2. fathah + yā’ mati	ditulis	<i>ā</i>
تَنسى	ditulis	<i>tansā</i>
3. Kasrah + yā’ mati	ditulis	<i>ī</i>
كريم	ditulis	<i>karīm</i>
4. Ḍammah + wāwu mati	ditulis	<i>ū</i>

فروض	ditulis	<i>furūd</i>
------	---------	--------------

### F. Vokal Rangkap

1. fathah + yā' mati بينكم	Ditulis ditulis	<i>Ai</i> <i>bainakum</i>
2. fathah + wāwu mati قول	ditulis ditulis	<i>au</i> <i>qaul</i>

### G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrop

أأنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

### H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal "al"

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

## I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذوى الفروض	Ditulis	<i>ẓawī al-furūd</i>
أهل السنّة	Ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>



## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha penyayang, puji syukur hanya bagi Allah atas segala hidayah-Nya sehingga penyusun dapat menyelesaikan Tesis dengan judul **“Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Citra Bank Umum Syariah Indonesia”**. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpah-curahkan kehadiran junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW, keluarga dan sahabatnya.

Alhamdulillah atas ridho Allah SWT dan bantuan dari semua pihak, akhirnya Tesis ini dapat terealisasikan. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini sudah sepatutnya penyusun mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M. A., selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. Afdawaiza, S. Ag., M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Dr. Muhammad Ghafur Wibowo, S.E., M. Sc., selaku Kaprodi Magister Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Dr. Ibnu Muhdir, M.Ag. selaku Dosen Penasehat Akademik.
5. Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M. Ag. selaku dosen pembimbing tesis yang telah membimbing, mengarahkan dan memberi masukan demi terwujudnya peneliti ini.
6. Para Dosen Program Studi Magister Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Seluruh pegawai dan staf Tata Usaha Program Studi dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.



8. Inak Kameri, Amak Rupawan, Tedi Marwan Teguh, dan keluarga besar yang selalu memberi support dan semangat, sehingga Tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.
9. Teman kelas, teman kerja di Ara Property dan seluruh pihak yang tidak mampu penyusun sebutkan satu persatu, terimakasih telah memberikan motivasi dalam proses penyelesaian Tesis ini.

Dengan keterbatasan pengalaman, ilmu maupun pustaka yang ditinjau, penulis menyadari bahwa tesis ini masih banyak kekurangan dan pengembangan lanjut agar benar-benar bermanfaat. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran agar tesis ini lebih sempurna serta sebagai masukan bagi penulis untuk penelitian dan penulisan karya ilmiah di masa yang akan datang.

Yogyakarta, 14 Februari 2022

Penyusun,



Zaenudin Ashari

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## Daftar Isi

Pengesahan Tugas Akhir .....	iii
Halaman Persetujuan Tesis .....	iv
Surat Pernyataan Keaslian .....	v
Halaman Persetujuan Publikasi .....	vi
Halaman Motto .....	vii
Halaman Persembahan .....	viii
Pedoman Transliterasi Arab Latin .....	xi
Kata Pengantar.....	xiv
Daftar Isi .....	xvi
Daftar Tabel .....	xx
Daftar Gambar .....	xxi
Abstrak .....	xxii
Abstract .....	xxiii
Bab I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	8
D. Sistematika Pembahasan .....	10

Bab II Kajian Pustaka .....	12
A. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) .....	12
B. Citra Perusahaan .....	19
C. Keterikatan <i>Corporate Social Responsibility</i> dengan Citra Perusahaan .....	21
D. Bank Umum Syariah Indonesia .....	24
E. Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	27
F. Kerangka Pemikiran .....	30
G. Hipotesa Penelitian .....	31
Bab III METODE PENELITIAN .....	33
A. Jenis Penelitian .....	33
B. Populasi Penelitian dan Sample Penelitian .....	33
C. Teknik Pengambilan Sample .....	34
D. Sumber Data .....	34
E. Devinisi Oprasional Variabel .....	35
F. Teknik Pengumpulan Data .....	38
G. Metode Analisis Data .....	38
a. Statistik Deskriptif .....	38
b. Uji Validitas .....	39
c. Uji Reabilitas .....	40
d. Uji Asusmsi Klasik .....	41
a) Uji Normalitas .....	41
b) Uji Autokorelasi .....	42
c) Uji Multikolinieritas .....	45

d) Uji Heteroskedastisitas .....	46
a. Uji Hipotesis .....	47
1. Uji Hipotesa Secara Simultan (uji f).....	47
2. Uji Hipotesa Secara Parsial (uji t) .....	48
3. Koefisien Determinasi .....	49
b. Uji Regresi Berganda.....	52
Bab IV HASIL dan PEMBAHASAN .....	54
A. Deskriptif responden .....	54
a. Karakteristik responden .....	54
b. Analisis Deskriptif.....	57
B. Instrumen Validitas dan Reabilitas .....	69
C. Uji Asumsi Klasik .....	71
1. Uji Normalitas .....	71
2. Uji Autokorelasi .....	72
3. Uji Multikolinieritas .....	72
4. Uji Heteroskedastisitas .....	73
D. Uji Hipotesis .....	74
1. Uji F .....	74
2. Uji t .....	75
3. Uji Determinasi .....	77
E. Regresi Berganda .....	78
F. Pembahasan .....	79
Bab V Kesimpulan .....	86

A. Kesimpulan .....	86
B. Saran .....	87
Daftar Pustaka .....	90
Lampiran .....	97



## Taftar Tabel

Tabel 4.1 Deskripsi Tempat Tinggal Responden .....	54
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	55
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	56
Tabel 4.5 CSR Indikator <i>Community Support</i> .....	57
Tabel 4.6 CSR indikator <i>employee support</i> .....	60
Tabel 4.7 CSR Indikator <i>environment</i> .....	63
Tabel 4.8 Citra Bank Umum Syariah Indonesia .....	66
Tabel 4.9 Hasil Uji Statistik Deskriptif .....	68
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas dan Rentabilitas .....	70
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas .....	71
Tabel 4.12 Hasil Uji Autokorelasi .....	72
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas .....	73
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	74
Tabel 4.15 Hasil Uji F .....	75
Tabel 4.16 Hasil Uji t .....	76
Tabel 4.17 Hasil Uji Determinasi .....	77
Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi .....	78



## Daftra Gambar

Gambar 2.1 Model Pembentukan Citra Perusahaan Mengenai Stimulus.....	20
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Penelitian.....	30



## ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap citra bank umum syariah Indonesia, Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sedangkan jika berdasarkan tujuannya penelitian ini merupakan penelitian *eksplonary research*. Populasi pada penelitian yakni nasabah bank umum syariah Indonesia yang sudah mengetahui informasi serta menikmati fasilitas bank umum syariah Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) indikator dukungan terhadap masyarakat tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap citra bank umum syariah Indonesia, *corporate social responsibility* (CSR) indikator perlindungan tenaga kerja berpengaruh signifikan terhadap citra bank umum syariah Indonesia, dan *corporate social responsibility* (CSR) indikator lingkungan hidup berpengaruh signifikan terhadap citra bank umum syariah Indonesia.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility*, Citra Bank Umum Syariah, BUS.

## ABSTRACT

This study discusses the influence of corporate social responsibility (CSR) on the image of Indonesian Islamic commercial banks. This research is a quantitative study. Meanwhile, if based on the purpose of this research is an exploratory research. The population in this study is the customers of Indonesian Islamic commercial banks who already know the information and enjoy the facilities of Indonesian Islamic commercial banks with primary data sources. The results of the study show that corporate social responsibility (CSR) indicators of community support do not have a significant effect on the image of Indonesian Islamic commercial banks, corporate social responsibility (CSR) indicators of labor protection have a significant effect on the image of Indonesian Islamic commercial banks, and corporate social responsibility (CSR) environmental indicators have a significant effect on the image of Indonesian Islamic commercial banks. Keywords: Corporate Social Responsibility, Image of Islamic Commercial Banks, BUS.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan berbagai perusahaan yang semakin pesat diiringi dengan tuntutan dan tanggungjawab terhadap aspek sosial dan lingkungan. Hal ini menuntut perusahaan untuk memiliki kesadaran akan dampak yang ditimbulkan dari kegiatan perusahaan tersebut. Oleh sebab itu, tanggungjawab perusahaan diwujudkan dalam sebuah kegiatan yang dinamakan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Menurut Febriant (2015:15), konsep CSR sebenarnya konsep yang berkembang dalam dunia bisnis sebagai bentuk kepedulian dan peran serta perusahaan untuk ikut berkontribusi dalam pembangunan yang berkelanjutan.

*The World Business Council for Sustainable Development* menjelaskan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) adalah merupakan keterikatan perusahaan dalam turut serta meningkatkan ekonomi masyarakat yang berkelanjutan, pegawai perusahaan, keluarga pegawai, kelompok sekitar perusahaan, dan kelompok-kelompok untuk peningkatn meningkatkan tarap kehidupan.

Sankat dan Clement (2002) menjelaskan *corporate social respocibility* adalah sikap sebuah perusahaan dalam berperilaku sesuai dengan aturan hukum yang berlaku, terlibat dalam peningkatan taraf hidup karyawan, komunitas lokal, serta komunitas-komunitas umum. Jika didefinisikan secara luas *corporate social responsibility* bisa dipahami sebagai oprasional perusahaan dalam ikut serta menaikkan taraf kehidupan masyarakat dalam meningkatkan keahlian mereka

sebagai individu dalam menyesuaikan diri pada konteks sosial, menikmati, memanfaatkan, serta menjaga lingkungan hidup.

Di Indonesia, *corporate social responsibility* lazimnya dilaksanakan oleh perusahaan dengan cara mengikuti Undang-Undang tahun 2007 nomor 40 tentang PT. Pada UU ini, perusahaan mempunyai tanggungjawab terhadap sosial dan lingkungan serta berperan pada peningkatan prekonomi yang *sustainable* untuk peningkatan taraf hidup serta menciptakan lingkungan yang bermanfaat bagi perseroan, kelompok, ataupun masyarakat secara umum.

Kewajiban perusahaan dalam mengimplementasikan tanggung jawab sosial merupakan aspek yang sangat penting, karena saat ini setiap perusahaan dituntut untuk tidak hanya memperoleh keuntungan (*single bottom line*), melainkan memiliki kewajiban memberikan sebagian keuntungan untuk kegiatan-kegiatan lingkungan serta sosial yang akhirnya menjadi *triple bottom line*. Hal ini bertujuan agar perusahaan bisa berkontribusi lebih dalam kepentingan masyarakat dan *stakeholder* sekitar lingkungan perusahaan. Lebih dari itu, sebuah perusahaan harus berperilaku sesuai dengan peraturan atau hukum yang berlaku, serta mempunyai kepedulian untuk terlibat dalam meningkatkan ekonomi lingkungan eksternal (Wibisono, 2007). Ini dikarenakan, jika masyarakat mendapat dampak positif dari pelaksanaan *corporate social responsibility* perusahaan, sehingga bisa dikatakan pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR) telah berhasil dan tepat sasaran.

Dalam *corporate social responsibility* perusahaan terdapat nilai komitmen mengedepankan kepentingan masyarakat serta lingkungan dengan idela. CSR merupakan pendekatan perusahaan untuk menghubungkan kegiatan-kegiatan

sosial pada oprasional usaha yang dimiliki perusahaan. Pada hal ini, hubungan perusahaan dan pihak-pihak terkait harus dilandaskan dengan asas kemauan sendiri serta kelompok (Suharto, 2009). Untung (2008) berpendapat bahwa pendekatan, *corporate social responsibility* (CSR) akan menuntut perusahaan ikut serta terlibat pada peningkatan prekonomian yang *sustainable* dengan mempertimbangkan tanggungjawab sosial perusahaan serta memusatkan sasaran perusahaan dalam kesamarataan aspek lingkuan sosial dan ekonomi.

Kegiatan perusahaan yang berkaitan dengan *corporate social responsibility* menjadi begitu utama untuk masyarakat, dikarenakan hal ini dapat memberikan tanggapan baik terhadap citra perusahaan. Sehingga perkembangan pelaksanaan *corporate social responsibility* bukan hanya sebagai sebuah tanggungjawab sosial saja, akan tetapi juga sebagai bentuk rencana pemasaran perusahaan. Wibisono (2007) menjelaskan bahwa aktivitas *corporate social responsibility* perusahaan mampu memajukan citra perusahaan, sehingga perusahaan membuat CSR pada program kegiatan-kegiatan positif yang pada akhirnya mampu menaikkan keuntungan sebuah perusahaan.

Hasil penelitian *Roper Search Worldwide* dimana narasumber peneliti memberikan penilaian sebanyak 75% untuk produk serta jasa perusahaan yang ikut serta terlibat pada kegiatan masyarakat. sedangkan lebih 66% sumber peneliti mau beralih ke perusahaan yang mempunyai citra tanggungjawab sosial bagus tertuang pada kegiatan-kegiatan CSR perusahaan.

Biaya sosial dikeluarkan oleh perusahaan dalam pelaksanaan *corporate social responsibility* mempunyai manfaat cukup besar bagi legitimasi perusahaan



serta akan mengurangi komplain dari *stakeholder*. Selain itu juga mampu meningkatkan citra perusahaan (Hadi, 2011).

Novianto Fariz, Dkk (2017) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* mempunyai pengaruh bagi *image* perusahaan. Hasil ini diperkuat oleh penelitian Wijaya, Husni Falah dkk (2015) yang menunjukkan bahwa variabel CSR secara keseluruhan memiliki pengaruh yang positif serta signifikan bagi *image* sebuah perusahaan, namun ditemukan penelitian yang berbeda dari penelitian sebelumnya, yakni penelitian oleh Zulfika (2016) menunjukkan CSR tidak memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap *image* perusahaan. Penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa kegiatan CSR perusahaan tidak memiliki berpengaruh terhadap *image* perusahaan, disebabkan kegiatan *corporate social responsibility* perusahaan pada masyarakat belum dimengerti secara menyeluruh. Hal ini disebabkan oleh serata pendidikan yang kurang serta masyarakat yang memperoleh manfaat dari kegiatan *corporate social responsibility* sedikit, dan masyarakat kebanyakan lansia. Sehingga bisa disimpulkan bahwa aktivitas kegiatan *corporate social responsibility* sebuah perusahaan tidak memiliki pengaruh pada *image* perusahaan.

Penelitian *corporate social responsibility* ini peneliti mencoba meneliti variabel *employee support*, *environment*, serta *community suport* untuk menilai citra bank umum syariah Indonesia, makin bagus sebuah perusahaan melakukan aktivitas *corporate social responsibility* akan menciptakan citra perusahaan tersebut bagus, artinya tanggapan pihak *external* maupun *internal* terhadap perusahaan tersebut baik. Menurut Nancy dan Philip Kotler (2005) *corporate social responsibility* mampu meningkatkan citra perusahaan, dikarenakan suatu

perusahaan yang melaksanakan kegiatan usahanya dengan bagus serta taat pada aturan-aturan hukum yang berlaku, mampu menciptakan kebebasan perusahaan beroperasi. Majid (2012), menjelaskan perusahaan yang melaksanakan aktivitas tanggung jawab sosial dengan teratur dan berkesinambungan akan memperoleh dukungan besar dari pihak-pihak yang memperoleh keuntungan dari kegiatan perusahaan.

Penelitian *the millenium poll on Corporate Social Responsibility* (1999) oleh Toronto (Environics International), Prince of Wales Business Leader (London), dan Conference Board (New York), sekitaran 25.000 narasumber peneliti pada 23 negara, 60 % mengatakan kepedulian pada karyawan, kegiatan usaha, kepedulian lingkungan serta *corporate social responsibility* akan berperan penting dalam membentuk opini perusahaan. 40% Konsumen akan memberikan hukuman kepada perusahaan tidak menjalankan *corporate social responsibility* serta 50% konsumen menolak menggunakan jasa ataupun produk perusahaan tersebut. Hasil survey ini menunjukkan penerapan *corporate social responsibility* mampu membentuk opini masyarakat terhadap perusahaan.

Citra merupakan kesan, respon dari masyarakat terhadap perusahaan, objek, suatu lembaga dan orang (Alma dan Huuriyati, 2008). Bill Canton berpendapat dalam Sumirat dan Ardianto (2003) menjelaskan *image: the impression, the feeling, the conception which the public has of a company, a conciously created impression of on object, person or organition*, yang mempunyai arti direncanakan untuk dibuat dari suatu objek, organisasi serta orang. Bersumber dari penjelasan sebelumnya citra adalah impresi, pandangan, perasaan publik terhadap perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Dewi (2007) menjelaskan faedah diperoleh dari citra perusahaan yang kaitannya pada konsumen merupakan terbentuknya sebuah perilaku atau tindakan baik konsumen kepada perusahaan yang pada ujungnya terbentuk kesetiaan konsumen terhadap perusahaan tersebut.

Sebuah perusahaan harus memiliki citra yang baik dimata para *stakeholder*. Citra serta reputasi yang positif ini merupakan keuntungan bukan berupa uang serta nilai tambah untuk perusahaan berkembang secara *sustainable*. Ini akan bisa diwujudkan oleh *corporate social responsibility*. Pada pengimplementasian *corporate social responsibility* sebuah perusahaan harus memperhatikan efektifitas dari program *corporate social responsibility* dan memiliki sifat jangka panjang agar terciptanya dampak yang baik pada kesejahteraan publik.

Keberadaan bank syariah Indonesia sekarang meningkat setelah disahkannya UU tahun 2008 nomor 21 yang membahas terkait bank syariah yang menjelaskan dengan lengkap terkait oprasi serta landasan yang lengkap terkait perbankan syariah. Dilihat dari hasil penelitian yang telah dilakukan *Islamic Finance Country Index* dari *Global Islamic Finance Report*. Sektor keuangan syariah di Indonesia sudah mendapat penghargaan tingkat dunia terkait keuangan syariah, hal ini dinilai dari besarnya volume industri keuangan syariah, jumlah lembaga keuangan syariah, kelengkapan insfrastruktur, edukasi dan budaya.

Desember tahun 2009 statistik perbankasn syariah tercatat sebanyak 139 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), 25 Unit Usaha Syariah (USS) dan 6 Bank Umum Syariah (BUS). Mengalami peningkatan pada tahun 2019 sebanyak 164 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah BPRS, 20 Unit Usaha Syariah (UUS) dan

14 bank umum syariah (BUS). berdasarkan *Snapshot* Perbankan Syariah di Indonesia periode 2019 menunjukkan peningkatan total asset perbankan syariah Indonesia sebesar 492,23 triliun.

Melihat semakin berkembangnya perbankan syariah Indonesia, maka dari itu bank syariah Indonesia harus memperoleh keyakinan publik agar nasabah bank bertransaksi keuangan dilakukan pada Bank Syariah. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Itsla Y. Aviva DKK (2020), nasabah bank syariah di Yogyakarta cenderung pragmatis dalam memilih bank syariah, artinya bank syariah yang dianggap layak diukur berdasarkan harga, kenyamanan, keuntungan, dan keunggulan produk yang nasabah terima. Sikap pragmatis mereka juga dimotivasi oleh karakter akomodatif dan filosofi toleransi dalam hal aktivitas ekonomi. Pengembangan bank syariah Indonesia diharapkan mampu memberi kemaslahatan besar untuk masyarakat dan berkontribusi dengan maksimal untuk perekonomian Indonesia ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id), 2012).

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa belum adanya hasil yang sama dari peneliti terdahulu terkait pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap citra perusahaan. Menyebabkan masalah terkait pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap citra sebuah perusahaan merupakan pembahasan yang pantas dipelajari lebih dalam. Selain itu juga, akibat dari pengaruh citra perusahaan bisa digali lagi sehingga mampu menciptakan dasar pertimbangan serta petunjuk untuk perusahaan ketika menerapkan *corporate social responsibility* (CSR) yang berkelanjutan (*sustainable*) dan memberikan manfaat untuk eksternal maupun internal perusahaan sehingga terciptanya citra perusahaan yang baik.

Berdasarkan latarbelakang sebelumnya, peneliti ingin melakukan penelitian berjudul “Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Citra Bank Umum Syariah Indonesia”.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah *corporate social responsibility* (CSR) dukungan terhadap masyarakat (*community support*) berpengaruh terhadap citra Bank Umum Syariah Indonesia?
2. Apakah *corporate social responsibility* (CSR) perlindungan tenaga kerja (*employee support*) berpengaruh terhadap citra Bank Umum Syariah Indonesia?
3. Apakah *corporate social responsibility* (CSR) lingkungan hidup (*enviroment*) berpengaruh terhadap citra Bank Umum Syariah?

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### 1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) dukungan terhadap masyarakat (*community support*) terhadap citra Bank Umum Syariah (BUS) Indonesia,
- b. Untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) perlindungan tenaga kerja (*employee support*) terhadap Citra Bank Umum Syariah (BUS) Indonesia.
- c. Untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) lingkungan hidup (*environment*) terhadap Citra Bank Umum Syariah (BUS) Indonesia.

## 2. Manfaat Penelitian

### a. Bagi Bank Umum Syariah Indonesia

Menjadi isu perihal pentingnya tanggungjawab sosial terhadap gambaran perusahaan, serta jadi masukan perbankan ketika melakukan pengambilan kebijakan yang memperhatikan sosial serta lingkungan.

### b. Secara Akademisi

Hasil penelitian bisa berkontribusi pada penguatan konsep dalam pendidikan khususnya pada pembahasan tentang *corporate social responsibility* dan citra perusahaan.

### c. Secara Praktis

Hasil penelitian diharapkan bisa memberikan manfaat untuk stakeholder di dalam bank umum syariah Indonesia maupun di luar bank umum syariah Indonesia dalam menentukan aturan yang diterapkan, evaluasi serta pembentukan undang-undang oleh legislatif serta peradilan bagi yudikatif pada operasional *corporate social-responsibility* bank umum syariah Indonesia.

### d. Publik

Diharapkan hasil penelitian ini mampu membuat perusahaan memenuhi kewajibannya untuk menunaikan tanggungjawab social perusahaan terhadap masyarakat. sehingga masyarakat mendapatkan hak-haknya dengan maksimal.



#### D. Sistematika Pembahasan

Buat mencapai sebuah penelitian, penulis menyusun sistematika pembahasan yang sesuai dengan judul penelitian antara lain:

Bab pertama merupakan pendahuluan yang mendeskripsikan tentang rumusan masalah, manfaat serta tujuan penelitian dan sistematika pembahasan. Pada latar belakang masalah ditulis buat tujuan memenuhi alasan kenapa penelitian terkait efek penerapan *corporate social responsibility* terhadap citra bank umum syariah krusial dilakukan. Lalu buat membatasi serta mencari penekanan konflik yang ingin diuji serta dibuktikan, penulis meringkas pada rumusan masalah, manfaat serta tujuan penelitian. Manfaat penelitian pula tersaji buat bahan kajian serta diskusi lembaga keuangan syariah terkait kepedulian sosial serta lingkungan sekitar. Akhirnya bab satu ditutup menggunakan sistematika pembahasan yang memberikan ilustrasi mengenai struktur serta bagian-bagian pada penelitian ini secara singkat.

Bab kedua adalah bagian telaah pustaka serta penyajian kerangka teoritis. Kerangka teoritis ini yang akan mengungkapkan korelasi setiap teori yang dimanakan mengantarkan kepada sebuah kerangka teori.

Bab ketiga merupakan metodologi penelitian, bab ini berisi jenis penelitian, populasi penelitian, teknik pengumpulan data, definisi oprasional variabel serta model nalisis data.

Bab keempat yaitu berisi hasil analisis serta pembahasan penelitian. Sebelum memaparkan analisis yang sudah dilakukan, sebelumnya akan diawali menggunakan pemaparan naratif objek penelitian, hal ini bertujuan menunjukkan gambaran objek penelitian dengan utuh. Pemaparan selanjutnya ialah hal yang

akan terjadi akibat dari analisis temuan secara mendalam, implikasi penelitian, dan pemaparan pendapat-pendapat pendukung yang akan terjadi.

Bab kelima merupakan akhir yang menyampaikan isi terkait kongklusi temuan hasil penelitian serta saran yang nantinya mampu dijadikan masukan untuk penelitian-penelitian berikutnya.



## BAB V

### KESIMPULAN

#### A. Kesimpulan

Penelitian memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* terhadap citra bank umum syariah Indonesia, melalui 3 variabel indikator *corporate social responsibility*, yang antara lain variabel CSR indikator dukungan terhadap masyarakat (X1), variabel CSR indikator perlindungan tenaga kerja (X2), dan Variabel CSR indikator lingkungan hidup (X3), terhadap variabel dependen, yaitu citra bank umum syariah Indonesia.

Berdasarkan hasil pengujian yang sudah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut, antara lain:

1. Secara simultan (uji F), membuktikan variabel bebas dalam penelitian terdiri dari variabel *corporate social responsibility* indikator dukungan terhadap masyarakat (X1), variabel *corporate social responsibility* indikator perlindungan tenaga kerja (X2), variabel *corporate social responsibility* indikator lingkungan hidup (X3) secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap citra bank umum syariah Indonesia. Dengan nilai koefisien determinasi 0,535897 yang menggambarkan kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen sebesar 53,59% dan sisanya 46,41% akan dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian.
2. Secara parsial (uji t) bisa ditarik kesimpulan sebagai berikut :
  - a) variabel *corporate social responsibility* indikator dukungan terhadap masyarakat (X1) memiliki nilai t-hitung < t-tabel

( $0,991868 < 1,65675$ ) dan nilai signifikan  $0,3231 >$  taraf signifikan  $0,05$ . Ini menunjukkan *corporate social responsibility* indikator dukungan terhadap masyarakat (X1) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap citra bank umum syariah Indonesia.

b) Variabel *corporate social responsibility* indikator perlindungan terhadap tenaga kerja (X2) memiliki nilai t-hitung  $>$  t-tabel ( $3,857202 > 1,65675$ ) dan nilai signifikan  $0,0002 <$  taraf signifikan  $0,05$ . Ini menunjukkan *corporate social responsibility* indikator perlindungan terhadap tenaga kerja (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap citra bank umum syariah Indonesia.

c) Variabel *corporate social responsibility* indikator lingkungan hidup (X3) memiliki nilai t hitung  $>$  t-tabel ( $2,715416 > 1,65675$ ) dan nilai signifikan  $0,0075 <$  taraf signifikan  $0,05$ . Ini menunjukkan *corporate social responsibility* indikator lingkungan hidup (X3) memiliki pengaruh signifikan terhadap citra bank umum syariah Indonesia.

### 3. Hasil Uji Regresi

a) Nilai koefisien regresi X1 (*corporate social responsibility* indikator dukungan terhadap masyarakat)  $0,100525$ . Menjelaskan jika nilai X1 dalam penelitian naik 1% dan asumsi variabel lain sama, maka nilai Y pada observasi akan bertambah sebesar 10%.

b) Nilai koefisien regresi X2 (*corporate social responsibility* indikator perlindungan terhadap tenaga kerja) sebesar  $0,567522$ . Ini menjelaskan jika nilai X2 dalam penelitian naik sebesar 1% dan

asumsi variabel lain sama, maka nilai Y dalam observasi akan bertambah 56,75%.

- c) Nilai Koefisien regresi X3 (*corporate social responsibility* indikator lingkungan hidup) adalah 0,285998. Ini menjelaskan bahwa nilai X3 pada Observasi naik 1% dan asumsi variabel lain sama, maka nilai Y dalam penelitian akan bertambah sebanyak 28,61%.

## B. Saran

*Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat bermamfaat baik bagi Bank Umum Syariah Indonesia, masyarakat dan pemerintah. Jadi perlu adanya masukan yang sifatnya konstruktif untuk seluruh pihak:

1. Hasil uji F memiliki pengaruh signifikan secara bersama-sama pada Citra Bank Umum Syariah Indonesia, oleh itu peneliti memberikan masukan kepada pihak-pihak terkait untuk selalu menjalankan kegiatan *corporate social responsibility* secara berkesinambungan serta memaksimalkan kegiatan *corporate social responsibility* sehingga bermanfaat bagi bank syariah ataupun bagi pihak eksternal bank/nasabah.
2. Secara parsial ditemukan dua variabel yang memiliki pengaruh secara signifikan terhadap citra bank umum syariah Indonesia yakni variabel *corporate social responsibility* indikator perlindungan tenaga kerja (X2) dan lingkungan hidup (X3). Maka dari itu peneliti memberikan saran agar bank umum syariah Indonesia tetap melaksanakan program perlindungan tenaga kerja dan lingkungan hidup. Sedangkan untuk *corporate social*

*responsibility* indikator dukungan terhadap masyarakat perlu dimaksimalkan lagi.

3. Hasil diharapkan mampu membuka kesempatan peneliti selanjutnya untuk memperluas penelitian tentang *corporate social responsibility* dan citra bank umum Syariah Indonesia. Selain itu juga peneliti selanjutnya bisa menambahkan variabel independen dalam penelitian yang terkait dengan *corporate social responsibility* maupun teori berbeda pada program *corporate social responsibility* sehingga nantinya bisa menambahkan determinasi penelitian terdahulu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus Widarjono. 2013. *Ekonometrika pengantar dan aplikasi disertai panduan reviews*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Ahmaed, Sarwan Uddin, Md. Zahidul Islam dan Ikramul Hasan. 2012. *Corporate Social Responsibility and Financial Performance Linkage-evidence from the Banking Sector of Bangladesh*. HATAM publisher: Jurnal of Organization Management.
- Ambadar Jackie. 2008. *Corporate social responsibility (CSR) dalam praktek di Indonesia*. Jakarta: PT Elex media komputindo kelompok Gramedia.
- Arifuddin. 2012. "Pengaruh CAR, LDR, BOPO, dan NPL Terhadap ROA antar BPR Wilayah Sulawesi Selatan dengan BPR Wilayah IRAMASUKA Periode 2008-2010". Hasanuddin
- Aryani, D.D., dan Amanah, L. 2014. Analisis pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan. Jurnal ilmu dan riset akuntansi Vol.3, No.2.
- Athanasia, Smprini V dan Ouzouni F. Maria. 2010. *Financial Performance and Corporate Social Respsibility: An Empirical Investigation in the Banking Industry*. International Hellenic University.
- Biro Riset Infobank. 2022. Rating 120 Bank di Indonesia per Desember 2009-2010. Majalah Infobank.
- Brigham dan Houston. 2010. *Dasar-dasar manajemen keuangan buku 1 (edisi II)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Busch T dan Friede G. 2017. *The robustness of the corporate social and financial performance relation: A second-order meta-analysis*. University of



Hamburg, School of Business, Economics and Social Science, Hamburg, Germany.

Dahlia, Iely, dan Sylvia Veronica Siregar. 2008. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2005 dan 2006). Pontianak: Simposium Nasional Akuntansi XI.

Darsono. 2009. Manajemen Keuangan. Jakarta: Nusantara Consulting.

Fahmi, Irham. 2014. Analisis kinerja keuangan. Bandung: Alfabeta.

Fauzi H, Mahoney L, dan Rahman AA. (2007). *The link between corporate social performance and financial performance: evidence from Indonesia companies* *Issues in Social and Environmental Accounting 1 (1): 149-159.*

Fijalkowska J, Dworezak B, dan Garszka P. 2018. *Corporate Social-Environmental Performance versus Financial Performance of Banks in Central and Eastern European Countries.*  
[www.mdpi.com/journal/sustainability](http://www.mdpi.com/journal/sustainability).

Fiori G, Donato F, dan Izzo M F. 2007. *Corporate social responsibility and firms performance, an analysis Italian listed companies.* [www.ssm.com](http://www.ssm.com)

Gautam, Richa *et al.* *Demystifying relationship between corporate social responsibility (CSR) and financial performance: an Indian business perspective.* Independent journal of management & production (IJM&P).

Hadi Nor. 2011. *Corporate social responsibility.* Yogyakarta: Graha Ilmu.

Heal, Geoffrey, and Garret, Paul. 2004. *Corporate social responsibility, an economic and financial framework.* Columbia Business School. 2004.

Heryani, Titin & Zunnaidah. 2013. Analisis Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility (Diversity & Employee Support)* Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus PT. Batu Rona Adimulya. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya* Vol.11

<https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Documents/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Januari-2020/SPS%20Januari%202020.pdf>

<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/43919/uu-no-19-tahun-2003>

Ikatan Bank Indonesia. 2014. *Memahami bisnis bank syariah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Irham Fahmi. 2014. *Analisis laporan keuangan*. Bandung : Alfabeta.

Jiang, L dan Yang Q. 2015. The relationship between corporate social and financial performance: evidence from chinese heavy-polluting industries. Mater's thesis 30 credits departemen of Business studies Uppsala University.

Kusmajaya, D. K. 2011. Pengaruh Struktur Modal dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia.

Lia Dahlia Irayani dan Herlina. 2015. Analisis rasio likuiditas, solvabilitas, dan profitabilitas dalam mendukung pembiayaan pada PT Bank Danamon Indoneisa, TBK. *JIAFE (Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi)* Vol. 1 No. 2. Hal. 32-40

Mardikanto, Totok. 2014. *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Bandung: Alfabeta.

- Mudjarat Kuncoro. 2009. Metode riset untuk bisnis dan ekonomi. Jakarta: Erlanga.
- Mulyadi. 2001. Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat dan Rekayasa. Edisi ke-3. Yogyakarta: Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.
- Novia Dessy Kartikasari, Kadarisman Hidayat, dan Edy Yulianto. 2017. Pengaruh corporate social responsibility (CSR) terhadap perusahaan multinasional (survei pada konsumen Unilever di Indonesia mengenai program “project Sunlight” PT Unilever Indonesia Tbk). Jurnal administrasi bisnis (JAB) Vol. 43.
- Pascal Gond, Jean, et,Al. 2010. *Corporate Social Responsibility influence on employees, international centre for Corporate Social Responsibility: Research Papers Series.*
- Rahmat Sianturi, Makhdalena, dan Fenny Trisnawati. 2017. *Disclosure of the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) to corporate financial performance against registered baking in Indoneisa stock exchange period 2013 to 2014.* Jurnal online mahasiswa fakultas keguruan dan ilmu pendidikan uneverstas Riau.
- Rika Nurlela dan Islahuddin. 2006. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating. Simposium Nasional Akuntansi XI. Pontianak.
- Sari, R. A. 2012. Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Jurnal nominal 1 (1).

- Sawir, Agnes. 2001. Analisis kinerja keuangan dan perencanaan keuangan perusahaan, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sayekti, Y dan Wondabio, L. 2007. Pengaruh CSR *disclosure* terhadap *earning response coefficient* (studi empiris pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta).
- Sen, Shanker & Bhattachry, CB. 2011. *Journal of Marketing Research*, 2011. *Consumer Reaction to Corporate Social Responsibility*.
- Simamora, Henry. 2002. Akuntansi Manajemen. Edisi ke-2. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Singarimbun, Masri & Effendi, Sofian (Ed). 2006. Metode Penelitian Survey. Edisi Revisi. Jakarta: LP3ES.
- Sofyan Syafri Harahap. 2001. Analisis kritis atas laporan keuangan. Cetakan ketiga. Yogyakarta. PT Rajagrafindo Persada: Jakarta.
- Stanwick, Peter A & Sarah D. Stanwick. 1998. *The relationship between corporate social performance, and organizational size, financial performance, and environmental performance: an empirical examination*. Journal of Business Kluwer Academic Publishers. Printed in the Netherlands.
- Sugiono, Arief. 2009. Manajemen Keuangan untuk Praktisi Keuangan. Jakarta: Grasindo
- Stanaland, Andrea J. S., May O. Lwin and Patrick E. Murphy. 2011. *Consumer Perceptions of the Antecedents and Consequences of Corporate Social Responsibility*. *Journal of Business Ethics*. 10(2):pp: 47-55.
- Sugiono. 2012. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.

- Suharsimi, Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Syaiful Azwar. 1997. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka
- Syamsuddin, Lukman. 2009. *Manajemen Keuangan Perusahaan: Konsep Aplikasi dalam Perencanaan, Pengawasan, dan Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Tsoutsoura, Margarita. 2004. *Corporate social responsibility and financial performance*. Paper series UC Berkeley.
- Uadiale, Olayinka Marte & Temitope Olamide Fagbemi. 2012. *Corporate social responsibility and financial performance in developing economies: the Nigerian experience*. *Jurnal of economics and sustainable development* vol.3, No.4, 2012.
- Ulum, Bahrul., Arifin, Zainul., Fanani, Dahlan. 2014. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Citra (survey pada Warga Sekitar PT. Sasa Inti Gending-Probolinggo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1): hal, 58-53.
- Undang-undang nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.
- Undang-undang republik indonesia nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas. [Hhttp://www.esdm.go.id/batubara/doc\\_download/6-undang-undang-nomor-40-tahun-2007.html](http://www.esdm.go.id/batubara/doc_download/6-undang-undang-nomor-40-tahun-2007.html)
- Undang-undang Republik Indonesia no 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- Van Horne, Jemes C dkk. 2009. *Prinsip-prinsip manajemen keuangan*. Edisi kedua belas buku 1. Jakarta: Salemba Empat.

- Walpole, Ronald E. 1995. Pengantar Statistik Edisi ke-3. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wiguna, Samitra dan Rahananta, Bayu. 2016. Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Di Bidang Sosial, Ekonomi, dan Lingkungan Terhadap Citra Yayasan Green School. E-jurnal Manajemen Unud, 5(3): h: 1889-1914.
- Wijaya, Husni F. 2015. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Citra Perusahaan. Jurnal Manajemen Universitas Padang, 2(1):h: 20-23.
- Wijayanti, Feb Tri, Sutaryo dan Muhammad Agung Praboeo. 2011. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. Aceh: Simposium Nasional Akuntansi XIV.
- Wing Wahyu Winarno. 2011. Analisis ekonometrika dan statistika dengan eviews. Yogyakarta: STIM YKPN.
- Zamir Iqbal. 2008. Pengantar keuangan Islam (teori dan praktek). Jakarta: kencana.
- Zuhroh, D., dan Sukmawati. 2003. Analisis pengaruh luas pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan terhadap reaksi investor (studi kasus pada perusahaan-perusahaan *high profile* di BEI). Simposium Nasional Akuntansi VI.
- Zuhroh, D., dan Sukmawati. 2003. Analisis pengaruh luas pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan terhadap reaksi investor (studi kasus pada perusahaan-perusahaan high profil di BEJ). Simposium Nasional Akuntansi VI.