

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Review Hasil Penelitian Terdahulu

Peneliti telah mencari sumber referensi terkait judul yang setara tetapi masih belum menemukan. Sehingga, pengembangan hipotesis juga didasarkan pada penelitian lain yang mengkaji variabel terkait, seperti studi berikut yang memiliki hubungan maupun pengaruh *corporate social responsibility* dan identitas etika islam terhadap profitabilitas. Sehingga peneliti akan mereview penelitian-penelitian tersebut sebagai pedoman dan arahan penelitian untuk disesuaikan dengan variabel yang diteliti yaitu pengaruh *corporate social responsibility* dan identitas etika islam terhadap profitabilitas pada bank umum syariah di Indonesia.

Referensi nasional pertama dari Akhirul Lutfinanda dan Andwiani Sinarasri (2014) yang meneliti mengenai analisis pengaruh pengungkapan syariah compliance terhadap kepatuhan perbankan syariah pada prinsip syariah dalam penelitian Maksimum Vol.4 No.1 pada September 2013 hingga Februari 2014, yang memiliki hasil penelitian bahwa variabel sikap dan variabel kepercayaan secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel kepatuhan. Dalam penelitian tersebut mengambil populasi yaitu BPR Syariah di Kota Semarang, sedangkan sampel penelitian mencakup manajer dan akuntan kantor BPRS di Kota Semarang. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode penelitian kepustakaan dan kuesioner.

Referensi kedua dari Yunika Fauziyah dan Dodik Siswanto (2016) tentang analisis pengungkapan identitas etika islam dan kinerja keuangan Perbankan Syariah di Indonesia dalam Simposium Nasional Akuntansi XIX di

Lampung tahun 2016. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengungkapan identitas etika Islam laporan tahunan bank syariah di Indonesia dan kinerja keuangan berdasarkan return on assets (ROA), biaya pemeliharaan (BOPO), Financing to Debt Ratio (FDR) selama tahun 2010-2013. Data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan tahunan pada periode 2010,2011,2012, dan 2013 yang diterbitkan oleh bank umum syariah (BUS) yang menghasilkan jumlah sampel sebanyak 10 sampel BUS. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik dan uji korelasi. Dari penelitian tersebut ditemukan bahwa bank syariah di Indonesia meningkatkan tingkat pengungkapan berdasarkan identitas etika Islam dan ada hubungan antara tingkat pengungkapan dan Pkinerja keuangan ROA dan BOPO, kemudian ada hubungan korelasi antara tingkat pengungkapan komitmen debitur dan FDR.

Namun, Penelitian ini memiliki keterbatasan, seperti lingkup penelitian yang terbatas pada perbankan syariah di Indonesia, sehingga jumlah sampel hanya ada 10 BUS. Selain itu, penelitian ini hanya menggunakan data sekunder berupa laporan tahunan masing-masing perbankan syariah dalam menilai tingkat pengungkapan identitas etika dan menggunakan Indeks Identitas Etika (IIE) yang masih mengandung unsur subjektivitas dalam pengukuran dan interpretasi. Sehingga, penelitian selanjutnya diharapkan memperluas lingkup penelitian yang tidak hanya melibatkan perbankan syariah di Indonesia dan memperluas periode waktu pengukuran agar menghasilkan gambaran analisis yang lebih baik atau memfokuskan penelitian pada variabel lain yang memiliki kemungkinan hubungan dengan identitas etika perbankan syariah.

Referensi yang keempat dari Felyna Priyanka (Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta) dalam skripsinya yang “ Pengaruh pengungkapan Corporate Social (CSR) terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan High Profile yang terdaftar di BEI periode 2009-2011”. Dalam penelitiannya diperoleh bahwa CSR tidak memiliki pengaruh positif terhadap pengembalian (ROE) yang diperoleh vbperusahaan High Profile yang terdaftar diBEI. penelitian ini menggunakan indeks *Global Reporting Inittiative* sama-sama menggunakan penelitian

sebelumnya menggunakan indeks *Global Reporting Initiative* sebagai pedoman pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Referensi nasional yang terakhir dari Imam rifky Saputra, Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2014, “Pengaruh DPK dan NPF terhadap pembiayaan yang disalurkan dan Implikasinya terhadap ROA” studi emperis pada 3 bank umum syariah di indonesia. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada Substruktur I varabel DPK memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pembiayaan yang disalurkan (PYD), sedangkan variabel NPF memiliki pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap pembiayaan yang disalurkan (PYD). Kemudian pada Substruktur II varbel DPK memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap ROA. Dan dalam penelitian ini, penulis membahas tentang pengaruh Corporate Social Responsibility, DPK dan pembiayaan terhadap profitabilitas menggunakan 10 bank umum syariah dengan rasio profitabilitas yang digambarkan oleg ROA sedangkan pada penelitian hanya menggunakan 3 bank umum syariah.

Untuk referensi jurnal internasional pertama dari Rashidah Abdul Rahman dan Nur Syatilla Saimi (2015) dalam Doha Qatar, Bloomsbury Qatar Foundation Journal tentang Determinants of Ethical Identity Disclosure Among Malaysian and Bahrain Islamic Banks. Dalam Islam, praktek pengungkapan yang transparan dan memadai ditekankan dan direkomendasikan, khususnya yang berkaitan dengan identitas etika lembaga-lembaga Islam. Hal ini untuk memastikan bahwa kegiatan usaha sejalan dengan prinsip syariah dan menjadi komponen utama serta fitur yang menonjol di bank syariah yang membedakannya dengan bank konvensional. Dengan demikian, penelitian ini meneliti pengungkapan identitas etika enam belas (16) Malaysia dan lima (5) bank Bahrain Islam selama lima tahun berturut-turut dari tahun 2007 hingga 2011. Penelitian ini mengidentifikasi lebih lanjut faktor-faktor penentu yang mempengaruhi pengungkapan identitas etis di kedua negara. Pengungkapan Identitas etis indeks dikembangkan untuk mengukur tingkat pengungkapan identitas etis yang terdiri dari sembilan dimensi yang terdiri dari 81 konstruksi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan secara keseluruhan di kedua negara adalah 51,6%, yang

menunjukkan rendahnya tingkat pengungkapan identitas etis. Ruang untuk perbaikan mencakup informasi tentang visi dan produk pernyataan misi, zakat, amal dan pinjaman kebajikan, masyarakat, lingkungan, dan Dewan Pengawas Syariah. Dalam memeriksa faktor-faktor penentu yang mempengaruhi pengungkapan identitas etis, hasilnya menunjukkan bahwa direktur independen tidak mempengaruhi tingkat pengungkapan etis. Namun untuk Dewan Pengawas Syariah dan pemegang rekening investasi berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat pengungkapan oleh kedua industri perbankan. Oleh karena itu, bertentangan dengan badan teori, hasil menunjukkan bahwa direktur independen di kedua bank syariah Malaysia dan Bahrain tidak efektif atau kompeten dalam menjalankan peran mereka dalam memantau kinerja dan kegiatan dari manajemen bank syariah. Namun, sejalan dengan teori kelembagaan, memiliki monitoring lebih besar oleh dewan direksi, Dewan Pengawas Syariah dan pemegang rekening investasi bisa meningkatkan kepatuhan pengungkapan oleh bank-bank Islam Malaysia dan Bahrain. Dengan demikian, dapat menarik lebih banyak investor muslim untuk berpartisipasi dalam industri perbankan syariah.

Referensi kedua internasional dari Dahlifah dan Nopia (2017) tentang Pengaruh modal intelektual , pengungkapan syariah nilai-nilai perusahaan .International Jurnal of economiv research vol.14 no 17. Prinsip-prinsip islam adalah dasar dari semua kegiatan perbankan syariah adalah kondisi yang harus dipenuhi, jika sudah kompeten sumber daya manusia dan kepatuhan prinsip-prinsip islam akan menciptakan inovasi yang akan meningkatkan nilai saham dan menarik investor. Dari studi ini Dahlifah dan Nopia membuktikan kepatuhan syariah berpengaruh positif terhadap nilai- nilai perusahaan

Referensi internasional selanjutnya dari studi dilakukan oleh Zaki et. al (2013) tentang pengaruh dari setiap dimensi identitas etika Islam terhadap kinerja keuangan perbankan syariah di Asia dalam Asian J Bus Ethics tahun 2014. Zaki et. al (2013) mencoba menguji pengaruh pengungkapan identitas etika pada bank syariah di Asia dengan mengambil sampel satu bank terbaik untuk setiap negara. Hasilnya menunjukkan bahwa hanya dua dari delapan dimensi identitas etika yang berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Namun, studi yang dilakukan oleh Zaki

et. al (2013) hanya mengambil 9 sampel bank syariah di Asia yaitu Bahrain, Brunei Darussalam, Indonesia, Kuwait, Malaysia, Pakistan, Qatar, Arab Saudi dan Uni Emirat Arab, yang mana hasilnya belum cukup representatif. Selain itu, pada penelitian tersebut menggunakan sampel bank syariah dari berbagai negara yang memungkinkan adanya perbedaan struktur dan aturan perbankan yang berlaku.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Legitimasi

Teori legitimasi menegaskan adalah perusahaan yang terus berupaya untuk memastikan bahwa mereka beroperasi dalam bingkai dan norma yang ada dalam masyarakat atau lingkungan dimana perusahaan berada, dimana mereka berusaha untuk memastikan bahwa aktivitas mereka (perusahaan) diterima oleh pihak luar sebagai suatu yang sah (Ghozali dan Chariri, 2007 dalam Ratnasari, 2011).

Meutia (2010) menyatakan bahwa legitimasi adalah menyamakan persepsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas merupakan tindakan yang diinginkan, pantas ataupun sesuai dengan sistem norma, nilai kepercayaan, dan definisi yang dikembangkan secara sosial. Untuk mencapai tujuan ini organisasi berusaha untuk mengembangkan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang dihubungkan dengan kegiatannya dan norma-norma dari perilaku yang diterima dalam sistem sosial yang lebih besar dimana organisasi itu berada serta menjadi bagiannya. Legitimasi penting bagi organisasi, batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan (Ghozali dan Chariri, 2007 dalam Ratnasari, 2011).

2.2.2 Teori Stakeholder

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah mulai dikenal sejak awal 1970an, yang secara umum dikenal dengan *stakeholder theory* artinya sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan stakeholder, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. Stakeholder theory dimulai dengan asumsi bahwa nilai (value)

secara eksplisit dan tak dipungkiri merupakan bagian dari kegiatan usaha. (Freeman, et al., 2002 dalam Waryanti, 2009).

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007).

Tanggung jawab sosial perusahaan seharusnya melampaui tindakan memaksimalkan laba untuk kepentingan pemegang saham (stakeholder), namun lebih luas lagi bahwa kesejahteraan yang dapat diciptakan oleh perusahaan sebetulnya tidak terbatas kepada kepentingan pemegang saham, tetapi juga untuk kepentingan stakeholder, yaitu semua pihak yang mempunyai keterkaitan atau klaim terhadap perusahaan (Untung, 2008 dalam Waryanti, 2009). Mereka adalah pemasok, pelanggan, pemerintah, masyarakat lokal, investor, karyawan, kelompok politik, dan asosiasi perdagangan. Seperti halnya pemegang saham yang mempunyai hak terhadap tindakan-tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, *stakeholder* juga mempunyai hak terhadap perusahaan. (Waryanti, 2009)

Stakeholder pada dasarnya dapat mengendalikan atau memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan. Oleh karena itu power stakeholder ditentukan oleh besar kecilnya power yang dimiliki stakeholder atas sumber tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007). Power tersebut dapat berupa kemampuan untuk membatasi pemakaian sumber ekonomi yang terbatas (modal dan tenaga kerja), akses terhadap media yang berpengaruh, kemampuan untuk mengatur perusahaan, atau kemampuan untuk mempengaruhi konsumsi atas barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan (Deegan, 2000 dalam Ghozali dan Chariri, 2007). Oleh karena itu, “ketika stakeholder mengendalikan sumber ekonomi yang penting bagi perusahaan, maka perusahaan akan bereaksi dengan cara-cara yang memuaskan keinginan stakeholder” (Ullman 1982, hal. 552 dalam Ghozali dan Chariri, 2007).

Atas dasar argument di atas, teori stakeholder umumnya berkaitan dengan cara-cara yang digunakan perusahaan untuk memanager stakeholdernya (Gray, et al., 1997 dalam Ghozali dan Chariri, 2007). Cara13 cara yang dilakukan perusahaan untuk memanager stakeholdernya tergantung pada strategi yang diadopsi perusahaan (Ullman, 1985 dalam Ghozali dan Chariri, 2007). Organisasi dapat mengadopsi strategi aktif atau pasif. Ullman (1985) dalam Ghozali dan Chariri (2007) mengatakan bahwa strategi aktif adalah apabila perusahaan berusaha mempengaruhi hubungan organisasinya dengan stakeholder yang dipandang berpengaruh/penting. Sedangkan perusahaan yang mengadopsi strategi pasif cenderung tidak terus menerus memonitor aktivitas stakeholder dan secara sengaja tidak mencari strategi optimal untuk menarik perhatian stakeholder. Akibat dari kurangnya perhatian terhadap stakeholder adalah rendahnya tingkat pengungkapan informasi sosial dan rendahnya kinerja sosial perusahaan. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholdersnya*. Ghozali dan chariri (2008,27) Kasali dalam wibisono (2007, 86) membagi *stakeholdernya* menjadi sebagai berikut :

1. *Stakeholders* Internal dan *stakholder* eksternal

Stakeholders internal adalah *stakholders* yang berada di dalam lingkungan organisasi. Misalnya karyawan, manajer dan pemegang saham (*shareholder*). Sedangkan *stakholder* eksternal adalah *stakholder* yang berada diluar lingkungan organisasi, seperti penyalur atau pemasok, konsumen atau pelanggan, masyarakat, pemerintah, pers, kelompok *social renponsible investor*, *licensing partner* dan lain-lain.

2. *Stakholders* primer, sekunder dan marjinal

Tidak semua elemen *stakholders* perlu diperhatikan . Perusahaan perlu menyusun skala prioritas. *Stakholders* yang paling penting disebut *stakholder* primer, *stakholder* yang kurang penting disebut *stakholder* sekunder dan yang biasa diabaikan disebut *stakholder* marjinal. urutan prioritas ini berbeda bagi setiap perusahaan meskipun produk atau jasanya sama. Urutan ini juga bisa berubah dari waktu ke waktu.

3. *Stakeholders* tradisional dan *stakeholders* masa depan

Karyawan dan konsumen dapat disebut sebagai *stakeholders* tradisional, karena saat ini sudah berhubungan dengan organisasi. Sedangkan *stakeholders* masa depan adalah *stakeholder* pada masa yang akan datang diperkirakan akan memberikan pengaruhnya pada organisasi seperti mahasiswa, peneliti dan konsumen potensial.

4. *Proponets, opponets, dan uncommitted*

Diantara *stakeholders* ada kelompok yang memihak organisasi (*proponets*), menentang organisasi (*opponets*), dan ada yang tidak peduli atau mengabaikan (*uncommitted*). Organisasi perlu mengenal *stakeholders* yang berbeda-beda ini agar dapat melihat permasalahan, menyusun rencana dan strategi untuk melakukan tindakan yang proposional.

5. *Silent majority dan vokal minority*

Dilihat dari aktivitas *stakeholders* dalam melakukan komplain atau mendukung perusahaan, tentu ada yang menyatakan pertentangan atau dukungannya secara *vocal* (aktif) namun ada pula yang menyatakan secara *silent* (pasif).

2.2.3 Bank Umum Syariah

Ada beberapa pendapat mengenai definisi bank syariah, diantaranya yaitu :

- a) Menurut UU No. 21 tahun 2008 pasal 1 ayat (7) tentang Perbankan Syariah bahwa bank syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.
- b) Sudarsono (2004), mendefinisikan Bank Syariah sebagai suatu lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi dengan prinsip prinsip syariah.

c) Siamat Dahlan (2004), menguraikan definisi bank syariah merupakan bank yang dalam menjalankan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip hukum atau syariah dengan selalu mengacu pada Al-Quran dan Al-Hadist.

Dapat disimpulkan bahwa bank umum syariah adalah bank yang aktivitas operasinya berlandaskan prinsip syariah dengan menjauhi praktik riba berupa bunga dalam lalu lintas pembiayaan dan jasa-jasa keuangan lainnya.

Sedangkan fungsi dari bank syariah antara lain sebagai berikut (Wirosa, 2009 : 82-87) :

a) Manajer Investasi

Bank syariah merupakan manajer investasi dari pemilik dana (shahibul maal) dari dana yang dihimpun dengan prinsip mudharabah, karena besar-kecilnya imbalan (bagi hasil) yang diterima oleh pemilik dana, sangat tergantung pada hasil usaha yang diperoleh (dihasilkan) oleh bank syariah dalam mengelola dana.

b) Investor

Dalam penyaluran dana, baik dalam prinsip bagi-hasil atau prinsip jual-beli, bank syariah berfungsi sebagai investor (sebagai pemilik dana). Oleh karena itu sebagai pemilik dana maka dalam menanamkan dana dilakukan dengan prinsip-prinsip yang telah ditetapkan dan tidak melanggar syariah, ditanamkan pada sektor-sektor produktif dan memiliki resiko yang minim.

c) Jasa Perbankan

Dalam operasionalnya, bank syariah juga memiliki fungsi jasa perbankan berupa layanan kliring, transfer, inkaso, pembayaran gaji dan lainnya yang tidak melanggar prinsip syariah.

d) Sosial

Dalam konsep perbankan syariah mewajibkan bank syariah memberikan layanan sosial melalui dana qard, zakat, dan dana sumbangan lainnya yang sesuai

dengan prinsip syariah. Konsep bank syariah juga mengharuskan bank-bank syariah untuk memainkan dan memberikan kontribusi bagi perlindungan dan pengembangan lingkungan. Fungsi ini juga merupakan yang membedakan bank syariah dengan bank konvensional, dalam bank syariah fungsi sosial tidak dapat dipisahkan dari fungsi-fungsi lainnya dan merupakan identitas khas bank syariah. Bahkan dalam Kerangka Dasar Penyusunan dan Penyajian Laporan Keuangan Syariah (KDPPLKS) yang dikeluarkan IAI, bahwa salah satu unsur laporan keuangan bank syariah adalah komponen laporan keuangan yang mencerminkan kegiatan syariah, berupa Laporan Sumber dan Penggunaan Dana Zakat dan Laporan Sumber dan Penggunaan Dana Kebajikan.

Sedangkan dalam Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, pasal 4 dijelaskan fungsi bank syariah sebagai berikut :

- 1) Bank Syariah dan UUS wajib menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat.
- 2) Bank Syariah dan UUS dapat menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga baitul maal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat.
- 3) Bank Syariah dan UUS dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari dana wakaf uang dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (nadzir) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (wakif).
- 4) Pelaksanaan fungsi sosial sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dan ayat (3) sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Jadi disimpulkan bahwa fungsi utama bank syariah ada empat (4) yaitu fungsi sebagai manajer investasi, investor, jasa perbankan, dan sosial. Dan fungsi sosial adalah fungsi pembeda bank syariah dengan bank konvensional.

2.2.3.1 Prinsip Syariah

Prinsip syariah berdasarkan penjelasan Pasal 2 UU No. 21 Tahun 2008 tentang asas, tujuan dan fungsi bank syariah adalah kegiatan usaha yang

berdasarkan prinsip syariah antara lain adalah kegiatan usaha yang tidak mengandung unsur :

- a) riba, yaitu penambahan pendapatan secara tidak sah (batil) antara lain dalam transaksi pertukaran barang sejenis yang tidak sama kualitas, kuantitas, dan waktu penyerahan (fadhl), atau dalam transaksi pinjam-meminjam yang mempersyaratkan Nasabah Penerima Fasilitas mengembalikan dana yang diterima melebihi pokok pinjaman karena berjalannya waktu (nasi'ah),
- b) maisir, yaitu transaksi yang digantungkan kepada suatu keadaan yang tidak pasti dan bersifat untung-untungan,
- c) gharar, yaitu transaksi yang objeknya tidak jelas, tidak dimiliki, tidak diketahui keberadaannya, atau tidak dapat diserahkan pada saat transaksi dilakukan kecuali diatur lain dalam syariah haram, yaitu transaksi yang objeknya dilarang dalam syariah, atau
- d) zalim, yaitu transaksi yang menimbulkan ketidakadilan bagi pihak lainnya.

Yang dimaksud dengan demokrasi ekonomi adalah kegiatan ekonomi syariah yang mengandung nilai keadilan, kebersamaan, pemerataan, dan kemanfaatan. Yang dimaksud dengan prinsip kehati-hatian adalah pedoman pengelolaan bank yang wajib dianut guna mewujudkan perbankan yang sehat, kuat, dan efisien sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Ghozali (2007 : 56) menyatakan bahwa pada dasarnya prinsip bank syariah menghendaki semua dana yang diperoleh dalam sistem perbankan syariah dikelola dengan integritas tinggi dan sangat hati-hati. Prinsip-prinsip tersebut antara lain:

- 1) Shiddiq, memastikan bahwa pengelolaan bank syariah dilakukan dengan moralitas yang menjunjung tinggi nilai kejujuran. Dengan nilai ini pengelolaan harus dilakukan dengan cara yang diperkenankan (halal) serta menjauhi cara-cara yang meragukan (subhat) terlebih lagi yang bersifat dilarang (haram).

2) Tabligh, secara berkesinambungan melakukan sosialisasi dan mengedukasi masyarakat mengenai prinsip-prinsip, produk dan jasa perbankan syariah.

Dalam melakukan sosialisasi sebaiknya tidak hanya mengedepankan pemenuhan prinsip syariah semata, tetapi juga harus mampu mengedukasi masyarakat mengenai manfaat bagi pengguna jasa perbankan syariah.

3) Amanah, menjaga dengan ketat prinsip kehati-hatian dan kejujuran dalam mengelola dana yang diperoleh dari pemilik saham (shahibul maal) sehingga timbul rasa saling percaya antara pemilik dana dan pihak pengelola dana investasi (mudharib).

4) Fathanah, memastikan bahwa pengelolaan bank dilakukan secara profesional dan kompetitif sehingga menghasilkan keuntungan maksimum dalam tingkat risiko yang ditetapkan oleh bank, termasuk di dalamnya adalah pelayanan yang penuh dengan kecermatan dan kesantunan (rijayah) serta penuh rasa tanggung jawab (masuliyah).

Fungsi dan peran bank syariah yang diantaranya tercantum dalam pembukaan standar akuntansi yang dikeluarkan oleh AAOIFI (Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution) adalah sebagai berikut:

1. Manajer investasi, bank syariah dapat mengelola investasi dana nasabah.
2. Investor, bank syariah dapat menginvestasikan dana yang dimilikinya maupun dana nasabah yang dipercayakan kepadanya.
3. Penyedia jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran, bank syariah dapat melakukan kegiatan-kegiatan/jasa-jasa layanan perbankan sebagaimana lazimnya.
4. Pelaksanaan kegiatan sosial, sebagai ciri yang melekat pada entitas keuangan syariah, bank dalam Islam juga memiliki kewajiban untuk mengeluarkan dan mengelola (menghimpun, mengadministrasikan, dan mendistribusikan) zakat serta dana-dana sosial lainnya.

Kesimpulannya bank syariah, lembaga keuangan yang melakukan kegiatan berdasarkan prinsip syariah diantaranya dengan shiddiq, tabligh, amanah dan fathanah dengan menjauhi riba, maisir, gharar, zalim.

2.2.3.2 Sistem Operasional Bank Syariah

Secara umum sistem operasional bank syariah hampir tidak memiliki perbedaan dengan bank konvensional yaitu menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana dan menyalurkan kepada masyarakat yang kekurangan dan membutuhkan dana. Tetapi yang membedakannya terletak pada landasan operasional dan beberapa mekanisme produk yang harus berdasarkan syariat Islam.

Sigit dan Totok (2008) menjelaskan bahwa dalam sistem bank syariah dana nasabah dalam bentuk titipan maupun investasi. Cara titipan dan investasi berbeda dengan deposito pada bank konvensional dimana deposito merupakan upaya membungakan uang. Konsep dana titipan berarti kapan saja nasabah membutuhkan bank syariah harus dapat memenuhinya. Akibatnya dana titipan menjadi sangat likuid. Likuiditas yang tinggi inilah membuat dana titipan kurang memenuhi syarat suatu investasi yang membutuhkan pengendapan dana.

Yahya et. al (2009:57) dalam bukunya menyebutkan bahwa sistem operasional bank syariah antara lain:

1. Sistem operasional bank syariah dimulai dari kegiatan penghimpunan dana dari masyarakat. Penghimpunan dana dapat dilakukan dengan skema investasi maupun skema titipan. Dalam penghimpunan dana dengan skema investasi dari nasabah pemilik dana (shahibul maal), bank syariah berperan sebagai pengelola dana atau biasa disebut dengan mudharib. Adapun pada penghimpunan dengan skema penitipan, bank syariah berperan sebagai penerima titipan.
2. Dana yang diterima oleh bank syariah selanjutnya disalurkan kepada berbagai pihak, antara lain mitra investasi, pengelola investasi, pembeli barang, dan penyewa barang atau jasa yang disediakan oleh bank syariah. Pada saat dana disalurkan dalam bentuk investasi, bank syariah berperan sebagai pemilik dana.

Pada saat dana disalurkan dalam kegiatan jual beli, bank syariah berperan sebagai penjual dan pada saat disalurkan dalam kegiatan pengadaan obyek sewa, berperan sebagai pemberi sewa. 3. Dari penyaluran dana kepada berbagai pihak, bank syariah selanjutnya menerima pendapatan berupa bagi hasil dari investasi, margin dari jual beli dan fee dari sewa dan berbagai jenis pendapatan yang diperoleh dari instrumen penyaluran dana lain yang dibolehkan.

4. Pendapatan yang diterima dari kegiatan penyaluran selanjutnya dibagikan kepada nasabah pemilik dan atau penitip dana. Penyaluran dana kepada pemilik dana bersifat wajib sesuai dengan porsi bagi hasil yang disepakati. Adapun penyaluran dana kepada nasabah penitip dana bersifat sukarela tanpa ditetapkan di muka sebelumnya dan biasa disebut dengan istilah bonus.

5. Selain melaksanakan aktivitas penghimpunan dan penyaluran, bank syariah dalam sistem operasionalnya juga memberikan layanan jasa keuangan seperti jasa ATM, transfer, *letter of credit*, bank garansi, dan sebagainya. Oleh karena jasa tersebut dilakukan tanpa menggunakan dana dari pemilik dana maupun penitip dana, maka pendapatan yang diperoleh dari jasa tersebut dapat dimiliki sepenuhnya oleh bank syariah tanpa harus dibagi.

Selain itu, bank syariah juga diwajibkan menjadi pengelola zakat yaitu dalam arti wajib membayar zakat, menghimpun, mengadministrasikannya dan mendistribusikannya. Hal ini merupakan fungsi dan peran yang melekat pada bank syariah untuk memobilisasi dana-dana sosial (zakat, infaq, shadaqah). Operasional perbankan yang berdasarkan prinsip syariah ini diharapkan dapat memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam bermuamalah yang bebas dari praktek yang diharamkan Islam terutama praktek riba. Praktek dan sistem muamalah Islam diaplikasikan dalam setiap operasional dan produk-produk perbankan. Produk-produk perbankan syariah dibuat sedemikian rupa sehingga bagi masyarakat non-muslim juga dapat menggunakan jasa perbankan syariah.

2.2.4 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

2.2.4.1 Definisi CSR

CSR pertama kali dikemukakan oleh Howard R. Bowen atau sering disebut Author Bowen (1953) dalam Mardikanto (2014), yang mendefinisikan CSR mengacu pada kewajiban pengusaha untuk membuat kebijakan dan keputusan, atau mengikuti garis tindakan yang diinginkan yang mengarah pada tujuan yang sesuai dengan nilai-nilai masyarakat.

World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) menjelaskan bahwa yang dikutip dalam Mardikanto (2014) mendefinisikan pertanggungjawaban sosial atau yang dikenal dengan sebutan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai komitmen dari dunia bisnis atau usaha untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, seraya meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas.

Nurlela dan Islahuddin (2008) dalam Syukron (2015) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

Sedangkan menurut Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, Pasal 74 ayat (1) Undang-Undang ini menegaskan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya (Mardikanto, 2014).

Dari beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* adalah salah satu aktivitas perusahaan guna meningkatkan ekonomi dan juga peningkatan kualitas hidup bagi karyawan, masyarakat banyak dan alam.

2.2.4.2 Triple Bottom Lines

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan kepedulian perusahaan yang didasari tiga prinsip yang dikenal dengan triple bottom lines oleh Elkington (Amalia, 2007 dalam Pramono, 2014) :

1. Profit merupakan unsur terpenting dan menjadi tujuan utama dari setiap kegiatan usaha. Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang. Aktivitas yang dapat ditempuh untuk mendongkrak profit antara lain dengan meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya, sehingga perusahaan mempunyai keunggulan kompetitif yang dapat memberikan nilai tambah semaksimal mungkin.
2. *People* Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Menyadari bahwa masyarakat sekitar perusahaan merupakan salah satu stakeholder penting bagi perusahaan, karena dukungan masyarakat sekitar sangat diperlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan. Maka sebagai bagian yang tak terpisahkan dengan masyarakat lingkungan, perusahaan perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat. Misalnya, pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, serta penguatan kapasitas ekonomi lokal.
3. Planet Hubungan perusahaan dengan lingkungan adalah hubungan sebab akibat, dimana jika perusahaan merawat lingkungan maka lingkungan akan memberikan manfaat kepada perusahaan. Sudah kewajiban perusahaan untuk peduli terhadap lingkungan hidup dan berkelanjutan keragaman hayati. Misalnya, penghijauan lingkungan hidup, perbaikan pemukiman, serta pengembangan pariwisata (ekoturisme).

2.2.4.3 Prinsip–Prinsip CSR

Komisi Brundtland (1987) dalam kutipan Mardikanto (2014) telah menetapkan prinsip-prinsip CSR yang meliputi :

1. Prinsip akuntabilitas, utamanya terkait dengan dampaknya terhadap masyarakat dan lingkungan.
2. Prinsip perilaku etis berdasarkan prinsip-prinsip kejujuran, keadilan dan integritas.
3. Prinsip menghormati kepentingan *stakeholders*, dalam arti harus menghormati, mempertimbangkan dan menanggapi kepentingan *stakeholders*.

Prinsip penghormatan terhadap supremasi hukum, yaitu organisasi harus menerima bahwa penghormatan terhadap supremasi hukum adalah wajib.

4. Prinsip menghormati norma-norma perilaku internasional.
5. Prinsip menghormati hak asasi manusia, dalam arti organisasi harus menghormati hak asasi manusia dan mengakui pentingnya dan universalitas mereka.

Dan berikut ini adalah indikator dari *Global Reporting Initiative (GRI) G4* , GRI adalah organisasi nirlaba internasional dengan struktur berbasis jaringan. Kegiatannya melibatkan ribuan tenaga profesional dan organisasi dari beragam sektor, konstituen, dan wilayah. Tujuan G4 adalah sederhana: untuk membantu pelapor menyusun laporan keberlanjutan yang bermakna - dan membuat pelaporan keberlanjutan yang mantap dan terarah menjadi praktik standar.

2.2.4.4 Indikator Keberhasilan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Indikator keberhasilan dapat dilihat dari dua sisi perusahaan dan masyarakat. Dari sisi perusahaan, citranya harus semakin baik di mata masyarakat. Sementara itu, dari sisi masyarakat, harus ada peningkatan kualitas hidupnya. Karenanya, penting bagi perusahaan melakukan evaluasi untuk mengukur keberhasilan program CSR, baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Satu hal yang perlu diingat, “Salah satu ukuran penting keberhasilan CSR adalah jika masyarakat yang bisa dibantu bisa mandiri, tidak perlu bergantung pada pertolongan orang lain”.

2.2.4.5 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan CSR merupakan suatu bentuk transparansi perusahaan dalam bentuk aktifitas sosial dan lingkungan terhadap masyarakat yang kemudian dapat mempengaruhi pandangan masyarakat dan pada akhirnya berdampak pada profitabilitas financial perusahaan. Salah satu standar pengungkapan dari *Global Reporting Initiative* (GRI). GRI merupakan jaringan berbasis organisasi yang telah menelajahi perkembangan dunia, menggunakan kerangka laporan berkelanjutan paling banyak dan berkomitmen untuk terus menerus melakukan perbaikan dan penapanan diseluruh dunia. Standar GRI digagas oleh PBB lewat *Coalition for Environmentally Responsible Economies* (CERES) dan UNEP pada tahun 1997.

Standar yang mengacu pada GRI (*Global Reporting Index*) dari *Global reporting Initiative* (GRI) membagi indikator kinerja menjadi 3 komponen utama yaitu ekonomi, lingkungan hidup dan sosial yang menyangkut hak asasi manusia, praktik ketenagakerjaan, dan lingkungan kerja, tanggung jawab produk dan masyarakat. Di dalam indeks GRI dijelaskan indikator-indikator tentang beberapa kategori CSR yang mencakup 91 indikator yang terdiri dari 9 indikator ekonomi, 34 indikator lingkungan hidup, 16 indikator praktik tenaga kerja, 12 indikator hak asasi manusia, 11 indikator kemasyarakatan, dan 9 indikator terkait tanggung jawab produk.

Pada setiap kategori pengungkapan GRI tersebut terdiri dari beberapa *item* sehingga apabila dijumlahkan totalnya menjadi 91 *item*. masing-masing *item* pada tiap kategori pengungkapan diberi skor 1 sehingga perusahaan menggunakan 1 *item* saja maka skor yang diperoleh adalah 1. jadi jumlah skor maksimal jika perusahaan mengungkapkan semua *item* kategori pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah 91. *item-item* yang disebutkan GRI *guidelines*, minimal mencakup antara lain :

- a. Indikator Kinerja Ekonomi (*Economics*)
- b. Indikator Kinerja Lingkungan Hidup (*Environment*)
- c. Indikator Kinerja Praktik Ketenagakerjaan (*Labour practies*)
- d. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (*Human Rights*)

- e. Indikator Kinerja Lingkungan (*Society*)
 - f. Indikator Kinerja Tanggung Jawab Produk (*Product Responsibility*)
- Lampiran Indikator- Indikator CSR Berdasarkan GRI G4 hal. 66*

2.2.5 Identitas Etika Islam

Identitas etika perusahaan diartikan sebagai konsep seperangkat perilaku, komunikasi, sikap yang mewakili organisasi dan keyakinan yang mana memberikan kontribusi untuk realitas organisasi dan keunikan, serta mencerminkan sejauh mana perusahaan dapat dianggap etis (Berrone, Surroca, Trubo, 1999). Identitas etika lebih dari sekadar menunjukkan identitas perusahaan dimana terdapat komunikasi yang lebih intensif dan lengkap, serta pengungkapan informasi naratif yang bersifat sukarela (*voluntary*). Identitas etika perusahaan dipengaruhi oleh interaksi antara perusahaan dan klaim etika oleh para pemangku kepentingan. (Fombrun dan Foss, 2004; Fritz, 1999; Logsdon dan Yuthas, 1997). Artinya, identitas etika dibuat untuk merepresentasikan kesesuaian kegiatan bisnis dengan etika yang berlaku di lingkungan masyarakat dimana perusahaan tersebut berada.

2.2.5.1 Identitas Etika Islam Ideal

Berdasarkan penjelasan yang dikutip dari Hannifa dan Hudaib (2007) terdapat lima fitur utama dari identitas etika islam, diantaranya;

- a. Filosofi dan nilai-nilai yang mendasari

Setiap perbankan syariah atau institusi jasa keuangan syariah lainnya harus bertanggungjawab secara moral dalam perilaku bisnis. Bertanggung jawab secara moral berarti memenuhi komitmen untuk berlandaskan pada filosofi dan nilai-nilai dalam sistem ekonomi dan keuangan Islam. Seperti yang dijelaskan Omar dan Haq (1996) bahwa filosofi dan prinsip-prinsip yang mendasari perbankan syariah adalah ketentuan syariah (*syariah rule*) dan aktivitas operasional berbasis etika (*ethical based*) dengan fungsi sosial tambahan.

- b. Penyediaan produk dan layanan bebas riba

Setiap perbankan syariah harus menginformasikan kepada para pemangku kepentingan bahwa seluruh produk dan jasa yang ditawarkan tidak mengandung unsur riba. Informasi yang disampaikan memastikan bahwa mekanisme produk sesuai dengan ketentuan syariah dan telah disetujui oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS) (Hannifa dan Hudaib, 2007)

c. Transaksi atau kesepakatan yang sesuai prinsip Islam

Transaksi atau akad yang sah menjadi salah satu poin utama yang sangat penting bagi perbankan syariah karena kegiatannya sebagian besar berkaitan dengan transaksi dan jasa keuangan. Dengan demikian, dalam etika identitas ideal Islam, informasi mengenai mekanisme transaksi harus jelas dan menyertakan jenis akad yang digunakan.

d. Fokus pada tujuan-tujuan pembangunan dan sosial

Perbankan syariah diharapkan lebih bertanggung jawab secara sosial dibanding institusi keuangan konvensional karena Islam menekankan keadilan sosial. Bentuk kontribusi yang dapat dilakukan bank syariah mencakup pengelolaan zakat, sedekah dan dana qardh Hassan, kesejahteraan karyawan, kepedulian terhadap debitur dan pelayanan publik.

e. Kepatuhan pada Dewan Pengawas Syariah (DPS).

Perbankan syariah memiliki Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang berperan untuk memastikan bahwa setiap formulasi, produk dan jasa baru sesuai dengan prinsip syariah serta berada dalam lingkup norma-norma Islam. Berkaitan dengan identitas etika ideal, perbankan syariah diharapkan untuk mengungkapkan informasi mengenai pihak-pihak yang berada di jajaran Dewan Pengawas Syariah (DPS).

Dalam penelitian Hannifa dan Hudaib (2007) yang dipublikasikan dalam *Journal of Business Ethics* (2007) 76:97;V116 indikator identitas etika Islam terdiri atas 8 dimensi dengan total 78 indikator seperti yang disajikan dalam tabel berikut. No Indikator EII A Pernyataan Visi dan Misi.

2.2.6 Profitabilitas

Profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas (Heinze, 1976 dalam Florence, et al., 2004). Hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan telah menjadi postulat (anggapan dasar) untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial (Bowman & Haire, 1976 dan Preston, 1978, Hackston & Milne, 1996 dalam Anggraini, 2006). Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mencerminkan suatu pendekatan manajemen adaptive dalam menghadapi lingkungan yang dinamis dan multidimensional serta kemampuan untuk mempertemukan tekanan sosial dengan reaksi kebutuhan masyarakat. Dengan demikian, ketrampilan manajemen perlu dipertimbangkan untuk survive dalam lingkungan perusahaan masa kini (Cowen, et al., 1987 dalam Florence, et al., 2004). Menurut Petronila dan Mukhlisin (2003) dalam Wahidahwati (2002) profitabilitas merupakan gambaran dari kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Ukuran profitabilitas dapat berbagai macam seperti : laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi/aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. Ang (1997) dalam Wahidahwati (2002) mengungkapkan bahwa rasio profitabilitas atau rasio rentabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Keuntungan yang layak dibagikan kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya. Para manajer tidak hanya mendapatkan dividen, tapi juga akan memperoleh power yang lebih besar dalam menentukan kebijakan perusahaan. Dengan demikian semakin besar dividen (dividend payout) akan semakin menghemat biaya modal, di sisi lain para manajer (insider) menjadi meningkat powernya bahkan bisa meningkatkan kepemilikannya akibat penerimaan dividen sebagai hasil keuntungan yang tinggi. Jadi, profitabilitas menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya. dan berikut jenis-jenis profitabilitas :

1. *Rasio on Asset*

ROA adalah salah satu rasio profitabilitas untuk mengukur kemampuan perusahaan atas keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktifitas yang digunakan untuk aktifitas operasi perusahaan dengan tujuan menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan atas keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktifitas yang digunakan untuk aktifitas operasi perusahaan dengan tujuan menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya (Ang, Robert2007: 29).

2. *Return on Equity*

ROE merupakan suatu pengukuran dari penghasilan yang tersedia bagi para pemilik perusahaan atas modal yang mereka investasikan di dalam perusahaan. Secara umum tentu saja semakin tinggi *return* atau penghasilan yang diperoleh semakin baik kedudukan pemilik perusahaan.

3. *Earning per Saham*

EPS menggambarkan jumlah rupiah yang diperoleh untuk setiap lembar saham biasa. Para calon pemegang saham tertarik dengan EPS yang besar, karena hal ini merupakan salah satu indikator keberhasilan suatu perusahaan.

Dalam penelitian ini untuk mengukur profitabilitas perbankan syariah digunakan Return on Assets (ROA), karena ROA digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen dalam memperoleh keuntungan (laba) secara keseluruhan. Semakin besar ROA suatu perusahaan semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai dan semakin baik pula posisi perusahaan tersebut dari segi penggunaan aktiva. Dan ROA dipilih karena merupakan alat yang dapat menggambarkan kemampuan profitabilitas yang dihasilkan perusahaan dari aset yang telah digunakan. Selain itu, ROA juga bisa menggambarkan prospek keberlangsungan perusahaan dimasa depan. Pengertian ROA menurut (Mamduh M. Hanafi, 2007:159) yaitu Return on Asset (ROA) mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan total aset (kekayaan) yang dimiliki perusahaan setelah disesuaikan dengan biaya-biaya untuk mendanai aset tersebut. Berdasarkan ketentuan Bank Indonesia, maka standar ROA yang baik

adalah sekitar 1,5%. ROA juga sering disebut sebagai ROI (Return on Investment).

2.7 Hubungan antara Variabel

2.7.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas

Dalam penelitian ini ada enam kategori *Corporate Social Responsibility* yang terdiri dari pernyataan kinerja ekonomi, lingkungan, ketenagakerjaan dan kenyamanan berkerja, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab atas produk, merupakan kategori dari *Global Reporting Initiative (GRI) 4.0* yang diungkapkan dalam laporan tahunan perbankan syariah sebagai lembaga keuangan yang berlandaskan prinsip syariah untuk membantu reputasi perbankan syariah yang baik, sehingga enam kategori *Corporate Social Responsibility* tersebut berdampak pada profitabilitas.

Profitabilitas yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun pada prospek perusahaan di masa depan. Profitabilitas yang tinggi juga akan merefleksikan tingkat keuntungan yang meningkat. Dalam keuntungan yang meningkat mampu membuat para *shareholder* merasakan keuntungan dengan perusahaan yang membayar deviden tinggi

2.7.2 Pengaruh Identitas Etika islam terhadap Profitabilitas

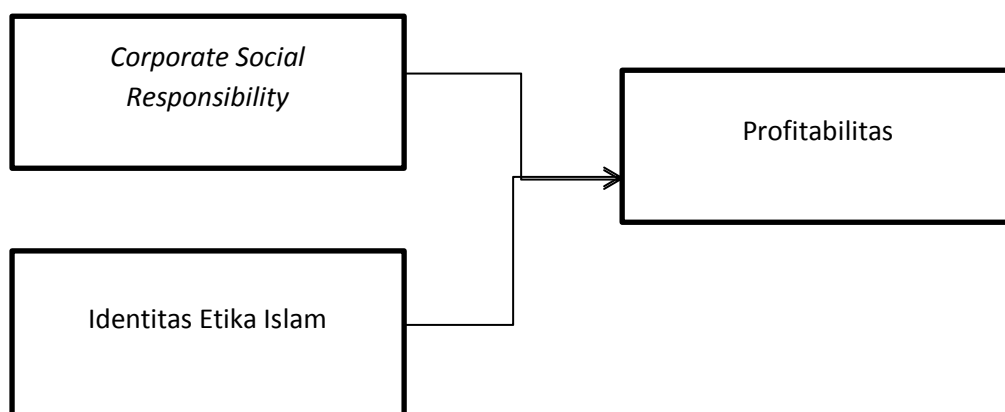
Dalam penelitian ini delapan dimensi identitas etika ideal yang terdiri dari pernyataan visi dan misi, pengungkapan informasi direksi dan manajemen, produk dan jasa, zakat, sedekah dan qardh hasa, komitmen terhadap karyawan, komitmen terhadap debitur, komitmen terhadap masyarakat dan informasi Dewan Pengawas Syariah (DPS) merupakan dimensi yang seharusnya diungkapkan dalam laporan tahunan perbankan syariah sebagai lembaga keuangan yang berlandaskan prinsip syariah untuk membangun reputasi perbankan syariah yang baik, sehingga pengungkapan delapan dimensi identitas etika ideal tersebut berdampak pada profitabilitas

Profitabilitas yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun pada prospek perusahaan di masa depan. Profitabilitas yang tinggi juga akan merefleksikan tingkat keuntungan yang meningkat. Dalam keuntungan yang meningkat mampu membuat para *shareholder* merasakan keuntungan dengan perusahaan yang membayar deviden tinggi

2.8 Kerangka Konseptual Penelitian

Dari paparan landasan teori dan hipotesis-hipotesis diatas terkait dari berbagai hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, maka dapat digambarkan kerangka pemikiran teoritis yaitu sebagai berikut:

Gambar 2.1



2.9 Hipotesis Penelitian

Perusahaan yang dimiliki identitas etika dan tanggung jawab sosial yang kuat akan mencapai tingkat kepuasan stakeholder dan kepercayaan masyarakat yang lebih besar, sehingga dapat berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Oleh karena itu, peneliti mengambil hipotesis bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Identitas etika islam memiliki pengaruh terhadap profitabilitas.

Dan secara parsial dan simultan. Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan, maka hipotesis yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini sebagai berikut :

H1 : CSR berpengaruh terhadap Profitabilitas

H2 : Identitas Etika Islam berpengaruh terhadap Profitabilitas

H3 : CSR dan Identitas Etika Islam berpengaruh positif secara simultan