

**THE EFFECT OF ZAKAT, ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY,
AND MAQASHID SYARIAH ON THE REPUTATION OF ISLAMIC BANKS IN
INDONESIA**

**PENGARUH ZAKAT, ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN
MAQASHID SYARIAH TERHADAP REPUTASI BANK SYARIAH DI
INDONESIA**

Hilda Apriliyani Hera I¹, Iwan Fakhruddin², Sri Wahyuni³, Rina Mudjiyanti⁴

Prodi Akuntansi S1, Universitas Muhammadiyah Purwokerto^{1,2,3,4}

hilda.apriliyani12@gmail.com¹, iwanfakhruddin@ump.ac.id²,

yuni_7067@yahoo.co.id³, rinamudjiyanti@ump.ac.id⁴

ABSTRACT

This research aims to examine the influence of zakat, Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR), and Maqashid Shariah on the Reputation of Islamic Banks in Indonesia. The Research was conducted on Islamic banks registered with the Financial Services Authority (OJK). The analytical technique used in this study is multiple linear regression analysis. The data used are secondary data in the form of annual financial reports from the period 2013-2023, obtained from the official websites of each Islamic bank in Indonesia. The sampling method employed is purposive sampling. The findings of this study indicate that the disclosure of zakat has a statistically significant influence on the reputation of Islamic commercial banks. Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) has a positive and significant effect on the reputation of Islamic commercial banks. However, Maqashid Shariah does not show a significant influence on the reputation of Islamic commercial banks.

Keyword: Zakat; ICSR; Maqashid Shariah; Reputation.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Zakat, *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) dan Maqashid Syariah terhadap Reputasi pada Bank Syariah di Indonesia. Penelitian dilakukan terhadap Bank Syariah yang tercatat di Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Teknik analisis menggunakan uji analisis regresi linear berganda. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan keuangan tahunan pada periode 2013-2023 yang diperoleh dari situs resmi masing-masing Bank Syariah di Indonesia. Metode pemilihan sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan Zakat berpengaruh signifikan secara statistik terhadap reputasi bank umum syariah. *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi bank umum syariah. Dan Maqashid Syariah tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap reputasi bank umum syariah.

Kata kunci: Zakat; ICSR; Maqashid Syariah; Reputasi.

PENDAHULUAN

Perbankan syariah di Indonesia telah menunjukkan perkembangan yang cukup pesat dalam sepuluh tahun terakhir, khususnya diantara tahun 2013 sampai 2023 (Chintia et al., 2025). Sistem keuangan dan perbankan Islam merupakan bagian dari konsep ekonomi Islam yang lebih luas (Wahyuni et al., 2020). Bank memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian suatu negara (Bestari et al., 2024). Data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

mengindikasikan adanya kenaikan dalam aset, jumlah nasabah, serta peningkatan layanan digital bank syariah selama periode tersebut (Burhany & Setiawan, 2024). Namun, kemajuan secara kuantitatif belum selalu berbanding lurus dengan persepsi publik terhadap reputasi lembaga keuangan syariah (Anggraeni & Gultom, 2024). Reputasi masih menjadi masalah mendasar, terutama ketika bank syariah dianggap belum sepenuhnya mencerminkan prinsip-prinsip Islam secara komprehensif dalam

pelaksanaanya (Syurmita & Fircarina, 2020). Untuk menghadapi tantangan tersebut, terdapat tiga komponen utama dalam prinsip keuangan Islam yakni Zakat, *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR), dan Maqashid Syariah yang menjadi fokus utama (Anggraeni & Gultom, 2024).

Zakat merupakan salah satu bentuk yang mencerminkan komitmen lembaga keuangan syariah yang memberikan arahan bagi perusahaan untuk memperhatikan aspek sosial selain kepentingan bisnis mereka (Yolanda, 2022). Kegiatan amal perusahaan dalam pandangan Islam diwakili dan diidentikkan dengan zakat yang dikeluarkan oleh para pengusaha maupun perusahaan (Yolanda, 2022). Zakat sebagai tanggung jawab sosial dari lembaga keuangan tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk mendistribusikan kekayaan, namun juga menjadi simbol keadilan sosial dan empati terhadap kelompok dhuafa (Sagantha, 2024). Ketentuan mengenai zakat dalam Islam tercantum dalam AL-Qur'an Q.S At-Taubah ayat 103 yang artinya "Ambillah zakat dari harta mereka (guna) menyucikan dan membersihkan mereka, dan doakanlah mereka karena sesungguhnya doamu adalah ketentraman bagi mereka, Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui". Hal ini juga sejalan dengan hadits yang diriwayatkan Muttafaqun Alaihi yang menjelaskan, "Islam didirikan atas lima dasar: mengikrarkan bahwa tidak ada Tuhan Selain Allah dan Muhammad adalah utusan Allah, mendirikan Sholat, Membayar Zakat, Menunaikan Haji, dan Berpuasa pada bulan Ramadhan" (H.R. Muttafaq' alaih). *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) berkaitan dengan praktik tanggung jawab sosial yang sejalan dengan ajaran Islam dan menjadi salah satu bentuk kepedulian bank syariah

terhadap masalah sosial dan lingkungan (Indahyani et al., 2024).

Penelitian (Syurmita & Fircarina, 2020), terungkap bahwa *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) memiliki dampak signifikan terhadap reputasi. Di Indonesia, praktik CSR telah mendapat perhatian besar (Shafira et al., 2021). Salah satu faktor non keuangan yang berdampak pada perbankan adalah CSR (Mudjiyanti et al., 2020). Sementara itu, Zakat pengaruhnya terhadap reputasi tidak signifikan bila tidak disampaikan secara transparan atau dikaitkan dengan nilai-nilai spiritual (Syurmita & Fircarina, 2020). Temuan yang serupa juga terdapat dalam penelitian (Zikra & Nurrahmani, 2022), yang menunjukkan bahwa penerapan Zakat dan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) secara konsisten mampu menciptakan reputasi positif bank syariah di mata para nasabah, terutama jika kedua elemen tersebut dikelola dengan baik dan diinformasikan secara terbuka.

Sementara itu, penerapan Maqashid Syariah dalam konteks perbankan syariah menawarkan kerangka normatif yang lebih mendalam. Prinsip seperti hifz al-din (menjaga agama), hifz al-nafs (menjaga jiwa), hifz al-'aql (menjaga akal), hifz al-nasl (menjaga keturunan), dan hifz al-maal (menjaga harta), menjadi dasar etis sekaligus tujuan dari aktivitas ekonomi syariah (Indriani et al., 2021). Saat ketiga komponen Zakat, *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR), dan Maqashid Syariah dijadikan satu dengan baik, bank syariah tidak hanya melaksanakan aspek ekonomi, tetapi juga aspek sosial dan spiritual yang membangun reputasi yang kuat dan berkelanjutan (Anggraeni & Gultom, 2024).

Penelitian (Putri & Sari, 2023) mengungkapkan bahwa pengukuran dan pelaporan ICSR dengan menggunakan indikator Maqashid Syariah memberikan

pengaruh positif terhadap pandangan masyarakat pada Bank Syariah di Indonesia. Selain itu, penelitian (Abdulah, 2024) menekankan bahwa implementasi Maqashid Syariah melalui aktivitas Zakat lembaga jika dilaksanakan sesuai dengan prinsip-prinsip dasar Maqashid Syariah dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap integritas dan komitmen syariah dari lembaga tersebut. Temuan yang serupa diperkuat oleh (Hafidz, 2021) yang menunjukkan bahwa kesetiaan nasabah bank syariah sangat dipengaruhi oleh pandangan mereka terhadap komitmen sosial bank, baik melalui zakat maupun program ICSR yang memiliki dampak nyata.

Dalam pandangan *Sharia Enterprise Theory* (SET) menurut (Triyuwono, 1997) tanggung jawab utama dari *Sharia Enterprise Theory* adalah kepada Allah secara vertikal yang kemudian diteruskan kepada tanggung jawab terhadap manusia dan lingkungan secara horizontal. Selanjutnya, teori ini diperluas oleh (Triyuwono, 2011) agar lebih sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. mendukung adanya *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) yang sesuai dengan prinsip syariah dan juga mendorong lembaga perbankan syariah untuk melakukan pembayaran zakat, karena CSR meliputi penyaluran Zakat, Infaq, Sedekah, Wakaf dan sebagainya yang merupakan kewajiban bagi setiap muslim (Amany et al., 2024). ICSR dan Zakat dalam pandangan teori ini adalah bentuk tanggung jawab manusia atas segala yang telah diberikan Tuhan, sehingga diharapkan manusia bisa kembali kepada Tuhannya dalam keadaan suci sesuai dengan makna zakat yang bersih (Antonio et al., 2020). Penerapan teori ini membantu organisasi menyesuaikan kegiatan mereka dengan tujuan Maqashid Syariah, yang meliputi pelestarian agama, kehidupan,

kecerdasan, garis keturunan, dan kekayaan.

Sharia Enterprise Theory (SET) adalah sebuah kerangka yang menggabungkan prinsip-prinsip syariah Islam dalam kegiatan operasi perusahaan, sehingga memberikan kesempatan untuk secara signifikan meningkatkan reputasi perusahaan (Liwan et al., 2023). Dalam hal ini, SET menyoroti pentingnya perusahaan, terutama bank syariah, dalam menjalankan bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip keadilan, keberlanjutan, dan perhatian sosial yang tinggi yang sesuai dengan ajaran Islam. Dari sudut pandang SET, perusahaan memiliki tanggung jawab tidak hanya kepada pemegang saham, tetapi juga kepada masyarakat secara umum (Saadah et al., 2023). Hal ini mencerminkan prinsip masalah (kebaikan bersama), yang berarti bahwa setiap keputusan bisnis harus mendatangkan manfaat untuk banyak orang, bukan hanya untuk keuntungan perusahaan itu sendiri (Salsabila & Widiatmoko, 2020).

Dalam pelaksanaannya, perusahaan yang menerapkan *Sharia Enterprise Theory* (SET) akan lebih giat dalam aktivitas filantropi Islam, seperti pembayaran zakat, infak, sedekah, dan kegiatan sosial lainnya (Salsabila & Widiatmoko, 2020). Teori ini juga mendorong pelaksanaan bisnis yang beretika serta adil dalam sistem keuangan Islam. Dalam akuntansi yang didasarkan pada SET, laporan keuangan tidak hanya menilai hasil ekonomi tetapi juga dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan. Keterbukaan dalam laporan zakat, dana sosial Islam, serta kepatuhan terhadap prinsip syariah menjadi hal penting dalam akuntansi perusahaan yang menggunakan *Sharia Enterprise Theory* (SET) (Berlian & Awaluddin, 2022).

Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan

menganalisa sejauh mana Zakat, *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) dan Maqashid Syariah dapat berdampak pada reputasi bank syariah di Indonesia selama periode 2013 hingga 2023. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan teoritis dan praktis dalam pengembangan strategi reputasi yang berlandaskan nilai-nilai Islam yang autentik, serta menjadi acuan bagi pelaku industri perbankan syariah dalam menciptakan lembaga yang tidak hanya sesuai dengan syariah, tetapi juga unggul dalam membangun kepercayaan masyarakat.

METODE PENELITIAN

Populasi, Sample, dan Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Bank Umum Syariah yang terdapat di Indonesia. Metode pemilihan sample dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Kriteria yang digunakan untuk menentukan sample penelitian ini adalah bank umum syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam periode penelitian dari tahun 2013-2023, yang menerbitkan laporan keuangan tahunan yang tersedia di situs resmi perusahaan pada rentang waktu 2013-2023, serta menyediakan data laporan keuangan yang diperlukan untuk menghitung variabel penelitian. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh total sampel sejumlah 17 bank umum syariah.

Data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Sumber data tersebut merupakan laporan tahunan dari Bank Umum Syariah dalam periode waktu tahun 2013-2023 yang diambil melalui situs resmi masing-masing perusahaan.

Operasionalisasi Variabel

Reputasi

Reputasi adalah representasi kolektif mengenai citra yang dimiliki oleh berbagai kelompok yang terlibat dalam aktivitas organisasi atau oleh mereka yang menerima layanan dari organisasi tersebut. Reputasi ini terbentuk secara bertahap dan dipengaruhi oleh program yang dijalankan perusahaan, kinerja perusahaan, serta cara kelompok tersebut menilai interaksinya dengan perusahaan (Liwan et al., 2023). Banyak perusahaan menyakini bahwa keberhasilan yang bertahan lama dan berkelanjutan dapat dicapai dengan memiliki citra perusahaan yang baik. Salah satu cara untuk meningkatkan citra positif perusahaan adalah dengan mengelola reputasi perusahaan (Fadillah et al., 2023). Untuk menilai seberapa baik reputasi perusahaan, dapat digunakan ukuran pangsa pasar, yaitu Dana Pihak Ketiga (DPK) yang dikelola oleh Bank Syariah. DPK ini bisa mencerminkan besaran dana yang ada diantara bank syariah yang beroperasi. Berdasarkan (Syurmita & Fircarina, 2020), reputasi dapat dihitung dengan rumus berikut:

$$\text{Reputasi} = \frac{\text{Dana Pihak Ketiga Bank}}{\text{Total Dana Pihak Ketiga Gabungan}}$$

Zakat

Zakat adalah salah satu cara bagi perusahaan untuk memberikan kontribusi dalam ekonomi dengan tujuan mengurangi kemiskinan. Undang-Undang nomor 23 Tahun 2011 mengenai pengelolaan zakat menyatakan pada pasal 1 ayat (2) bahwa zakat adalah harta yang harus dikeluarkan oleh seorang muslim atau suatu badan usaha untuk diserahkan kepada penerima yang berhak sesuai dengan ajaran Islam. Zakat yang dikeluarkan oleh perusahaan sering disebut sebagai zakat perusahaan (Sagantha, 2024). Zakat perusahaan adalah zakat yang dibayar oleh perusahaan berdasarkan total laba yang diperoleh (Syurmita & Fircarina, 2020).

Zakat dihitung dengan menggunakan data mengenai zakat yang disetorkan perusahaan, yang biasanya dinyatakan dalam laporan laba rugi pada bank syariah. Berdasarkan (Syurmita & Fircarina, 2020) zakat dihitung sebesar 2,5% dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Zakat} = 2,5\% \times \text{Laba sebelum pajak}$$

Islamic Corporate Social Responsibility

Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) merupakan suatu dedikasi dari perusahaan untuk mencapai keseimbangan antara aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial dengan cara berkontribusi secara berkelanjutan serta berperilaku etis dalam memperbaiki kesejahteraan karyawan dan masyarakat secara umum (Utami et al., 2020). ICSR merupakan suatu pendekatan yang menggunakan prinsip-prinsip Islam dalam konteks tanggung jawab sosial perusahaan (Fakhrudin et al., 2025). Prinsip-prinsip yang diterapkan juga melarang tindakan yang dapat menimbulkan kerusakan dan dampak negatif, sebagaimana yang tercantum dalam prinsip ekonomi Islam yang bertujuan untuk meraih falah dan berkah (In'amullah & Lestari, 2023). ISR termasuk pengakuan kewajiban sosial perusahaan yang sejalan atas konsep Islam serta sifatnya sukarela (Shofiyatun et al., 2024). ISR mencakup 6 tema yaitu keuangan dan investasi, produk dan jasa, karyawan, masyarakat, lingkungan hidup, dan tata kelola perusahaan. Dari 6 tema tersebut, terdapat 30 sub-item yang dikembangkan. Selanjutnya, dilakukan penilaian dengan memberikan angka pada setiap sub-item yang tercantum dalam laporan tahunan bank syariah. Angka 1

digunakan untuk sub-item yang dilaporkan, sementara angka 0 digunakan untuk sub-item yang tidak dilaporkan (Rahmawaty & Helmayunita, 2022). Berdasarkan (Syurmita & Fircarina, 2020), perhitungan pengungkapan ICSR dilakukan sebagai berikut:

$$ISR = \frac{\text{Jumlah skor pengungkapan yang dipenuhi}}{\text{Jumlah skor maksimum}}$$

Maqashid Syariah

Maqashid Syariah dalam arti bahasa merujuk kepada sejumlah tujuan dari syariah. Sasaran utama dari maqashid syariah adalah mewujudkan manfaat bagi manusia (mashalih al-ibad) dalam hal kehidupan duniawi maupun akhirat (Cinta Rahmi et al., 2024). Dalam konteks perbankan ekonomi Islam syariah, maqashid syariah bertujuan untuk mencapai kemaslahatan dan menghindari kemudharatan dalam aktivitas ekonomi (Pertiwi & Herianingrum, 2024). Bank syariah adalah lembaga keuangan yang seluruh aktivitas keuangannya harus berlandaskan kepada prinsip-prinsip syariah Islam, sehingga setiap transaksi di bank syariah wajib mengikuti kaidah dan regulasi yang berlaku dalam akad-akad fiqh muamalah. Implementasi prinsip-prinsip maqashid syariah pada sektor perbankan syariah di Indonesia telah menjadi perhatian utama banyak lembaga keuangan (Zahra & Maulana, 2025). Dalam ranah perbankan, penerapan maqashid syariah bertujuan untuk membangun sistem keuangan yang lebih adil, transparan, dan berkelanjutan, sesuai dengan ajaran Islam (Cinta Rahmi et al., 2024). Berikut merupakan pengukuran kinerja Maqashid Syariah menurut (Fredy, 2020) dan (Muhammad, 2008).

Concepts (Objectives)	Dimensions	Elements	Performance Rations
1. Educating Individual	D1.Advancement Of Knowledge	E1.Education grant	R1. Education grant/total income
		E2.Research	R2. Research expense/total expense
2. Establishing Justice	D2.Instilling new skills and improvements	E3.training	R3. Training Expense/total Expense
		E4.Publicity	R4. Publicity expense/total expense
	D3. Creating Awareness of Islamic banking	E5.Fair Returns E6.Affordable price	R5.profit/total income
	D4.Fair dealings		R 6. Bad debt/ total investment
	D5.Affordable products and services	E7.Interest free product	R 7. Interest free income/ total income
	D6. Elimination of Injustices		
	D7. Profitability	E8.Profit ratios	R8.Net profit/ total asset
3.Public Interest	D8. Redistribution of income & wealth	E9.personal income	R9. Zakah/ Net Income
	D9. Investment in vital real sector	E10. Investment ratios in real sector	R 10. Investment deposit/total deposit

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Hasil penelitian mengenai pengaruh Zakat, ICSR, dan Maqashid Syariah terhadap Reputasi bank syariah di Indonesia. Analisis dilakukan melalui pendekatan statistik deskriptif, uji asumsi klasik dan regresi linear berganda maka didapatkan hasil

Analisis Statistik Deskriptif

Hasil pengujian statistik deskriptif seluruh variabel penelitian ditampilkan pada Tabel 1. Menunjukkan bahwa Variabel Zakat (X1) memiliki nilai rata-rata negatif sebesar -1.10×10^{11} , dengan standar deviasi sangat besar (9.37×10^{11}), serta nilai minimum ekstrem hingga -8.40×10^{12} . Hal ini menunjukkan kemungkinan besar adanya outlier yang signifikan dan distribusi yang tidak normal. Sementara itu, Variabel ICSR (X2) memiliki rata-rata

sebesar 49.34 dengan nilai maksimum mencapai 3.858, menandakan adanya keragaman yang tinggi dalam pengungkapan tanggung jawab sosial berbasis Islam antar bank syariah. Variabel Maqashid Syariah (X3) memiliki rata-rata sebesar 0.0986 dengan standar deviasi rendah (0.0173), mencerminkan

bahwa data tersebut bersifat homogen dan stabil. Adapun Variabel Reputasi (Y) memiliki nilai rata-rata sebesar 0.363, dengan nilai maksimum mencapai 8.73, yang menunjukkan bahwa terdapat beberapa bank dengan reputasi yang jauh diatas rata-rata, sehingga distribusi bersifat skewed positif.

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	Obs	Mean	Std. dev	Min	Max
Zakat	157	-1.10e+11	9.37e+11	-8.40e+12	1.16e+11
ICSR	159	49.33711	304.0832	19	3858
MS	138	.3398475	.0597784	.007936	.6057401
Reputasi	157	.3632632	1.0076	0	8.728608

Analisis Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas ditampilkan pada Tabel 2. Menunjukkan nilai VIF untuk semua variabel

independen berkisar 1,02 hingga 1,09. Hal ini menandakan bahwa tidak terdapat multikolinearitas yang berarti diantara variabel-variabel bebas.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF	1/VIF
X2	1.09	0.914043
X1	1.09	0.920484
X3	1.02	0.981514
Mean VIF	1.07	

Analisis Uji Normalitas Residu

Pengujian normalitas residual menggunakan uji Shapiro-Wilk pada Tabel 3. Menghasilkan nilai p sebesar $0,000 < 0,05$, dengan nilai statistik $W = 0,34096$ yang jauh dari 1. Hal ini menunjukkan bahwa residual tidak terdistribusi normal, sehingga salah satu asumsi klasik regresi linear tidak terpenuhi.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Residu

Breusch-Pagan/Cook-Weisberg test
for heteroskedasticity
Assumption: Normal error terms
Variabel: Fitted values of y

H0: Constant Variance

Chi2(1) = 22.09

Prob > chi2 = 0.0000

Analisis Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas pada Tabel 4. Menghasilkan nilai chi-square sebesar 22,09 dengan p-value 0,000. Karena $p < 0,05$, maka hipotesis nol ditolak, dan ini menunjukkan terjadinya heteroskedastisitas.

Tabel 4. Uji Heteroskedastisitas

Shapiro-wilk w test for normal data					
Variabel	Obs	W	V	Z	Prob>z
resid	138	0.34096	71.407	9.634	0.000000

Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil pengujian Regresi Linear Berganda ditampilkan pada Tabel 5. Yang menunjukkan bahwa Variabel Zakat (X1) berpengaruh signifikan terhadap reputasi ($p < 0.01$), namun koefisiennya negatif. Hal ini dapat dimaknai bahwa besarnya nilai zakat tidak serta merta meningkatkan reputasi bank, kemungkinan karena kurangnya transparansi atau publikasi atas

kegiatan zakat yang dilakukan, sehingga kontribusinya terhadap reputasi belum optimal. Transformasi logaritmik atas nilai zakat disarankan untuk mengurangi efek ekstrem dari skala nilai yang besar.

Variabel ICSR (X2) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi ($p = 0.043$). Artinya, semakin tinggi pengungkapan tanggung jawab sosial berbasis Islam yang dilakukan oleh bank syariah, maka reputasi bank cenderung meningkat. Temuan ini mendukung *Sharia Enterprise Theory* (SET) bahwa pelaksanaan

tanggung jawab sosial yang sesuai prinsip syariah mampu membangun persepsi positif dari masyarakat.

Variabel Maqashid Syariah (X3) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap reputasi bank syariah ($p = 0.385$). hal ini mengindikasikan bahwa implementasi maqashid syariah belum memberikan dampak nyata terhadap reputasi bank dimata publik, atau bisa juga disebabkan karena indikator maqashid syariah yang digunakan agar lebih kontekstual dan aplikatif dalam lingkungan industri perbankan.

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

y	Coefficient	Robust std.err	t	P > t	[95% conf. interval]	
X1	-8.06e-14	1.34e-14	-6.00	0.000	-1.07e-13	-5.40e-14
X2	.0267748	.0131327	2.04	0.043	.0008007	.052749
X3	-1.990648	2.285278	-0.87	0.385	-6.51053	2.529234
Cons	-.2766007	.2967799	-0.93	0.353	-.8635796	.310378

Analisis Pengaruh Zakat terhadap Reputasi

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel zakat berpengaruh signifikan secara statistik terhadap reputasi bank syariah, dengan nilai signifikansi (p -value) dibawah 0,01. Namun, koefisien regresi yang dihasilkan bersifat negatif, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan nilai zakat justru diikuti oleh penurunan nilai reputasi bank.

Dalam *Sharia Enterprise Theory* (SET) menyatakan bahwa laporan keuangan tidak hanya menilai hasil ekonomi tetapi juga dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan. Keterbukaan dalam laporan zakat, dana sosial Islam, serta kepatuhan terhadap prinsip syariah menjadi hal penting dalam akuntansi perusahaan (Berlian & Awaluddin, 2022).

Temuan ini dapat dijelaskan melalui dua pendekatan. Pertama, nilai zakat yang besar tidak otomatis meningkatkan reputasi jika tidak diimbangi dengan publikasi yang baik dan transparansi

dalam pelaporannya. Artinya, meskipun bank menyalurkan dana zakat dalam jumlah besar, namun apabila masyarakat tidak mengetahui atau tidak merasakan langsung dampaknya, maka reputasi bank tidak mengalami peningkatan. Kedua, skala data zakat yang sangat besar (dan mengandung outlier) dapat menyebabkan distorsi dalam analisis regresi (Anggraeni & Gultom, 2024). Pernyataan tersebut juga didukung dengan hasil penelitian dari (Syurmita & Fircarina, 2020) yang menyatakan bahwa zakat tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi bank umum syariah.

Analisis Pengaruh ICSR terhadap Reputasi

Hasil pengujian variabel ICSR terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi bank umum syariah dengan nilai signifikansi dibawah 0,05. Hal ini didukung oleh *sharia enterprise theory* (SET) yang menunjukkan bahwa semakin tinggi xpengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang berbasis nilai-nilai

Islam, maka semakin baik pula persepsi masyarakat terhadap institusi keuangan syariah tersebut (Liwan et al., 2023).

ICSR mencerminkan kepedulian bank terhadap lingkungan, masyarakat, dan nilai-nilai etis yang sejalan dengan prinsip syariah (Indahyani et al., 2024). Implementasi ICSR yang konsisten dapat meningkatkan kepercayaan publik, menarik loyalitas nasabah, dan memperkuat citra perusahaan. Dalam konteks perbankan syariah, ICSR juga berperan sebagai sarana dakwah dan refleksi komitmen terhadap nilai-nilai keadilan sosial dan keseimbangan (Syrumita & Fircarina, 2020).

Namun, Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan (Sagantha, 2024) yang menyatakan bahwa ICSR tidak berpengaruh terhadap Reputasi. Perusahaan belum memiliki potensi yang cukup dalam mengkomunikasikan bahwa mereka bertanggung jawab secara sosial dan peka terhadap berbagai keperihatinan dari perspektif Islam sehingga tidak memberikan dampak apapun dalam membangun reputasi.

Analisis Pengaruh Maqashid Syariah terhadap Reputasi

Berdasarkan hasil regresi, variabel maqashid syariah tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap reputasi bank syariah ($p\text{-value} > 0,05$). Hal ini mengindikasikan bahwa pencapaian tujuan-tujuan syariah seperti hifz al-din (menjaga agama), hifz al-nafs (menjaga jiwa), hifz al-'aql (menjaga akal), hifz al-nasl (menjaga keturunan), dan hifz al-maal (menjaga harta) dalam praktiknya, pencapaian maqashid syariah oleh bank umum syariah sering kali tidak diintegrasikan secara eksplisit dalam pelaporan ke publik. Hal ini menyebabkan belum dirasakan sebagai faktor yang mempengaruhi reputasi bank oleh masyarakat (Indriani et al., 2021).

Berdasarkan *Sharia Enterprise Theory* (SET) menyoroti pentingnya perusahaan, terutama bank syariah, dalam menjalankan bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip keadilan, keberlanjutan, dan perhatian sosial yang tinggi yang sesuai dengan ajaran Islam. dengan kata lain, perusahaan syariah diharapkan mampu mewujudkan nilai-nilai spiritual dan sosial dalam kegiatan bisnisnya secara menyeluruh dan transparan (Saadah et al., 2023).

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan (Indahyani et al., 2024) yang menunjukkan bahwa penerapan prinsip Maqashid Syariah berpengaruh positif dan signifikan berkontribusi pada peningkatan reputasi bank umum syariah.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa dari ketiga variabel yang telah dianalisis, *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap reputasi bank syariah di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial yang berbasis prinsip Islam mampu meningkatkan persepsi positif masyarakat terhadap institusi keuangan syariah.

Sebaliknya, zakat meskipun signifikan secara statistik, memiliki koefisien yang negatif. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya dana zakat yang disalurkan belum tentu secara langsung meningkatkan reputasi bank, yang kemungkinan disebabkan oleh minimnya publikasi dan transparansi atas kegiatan zakat tersebut.

Sementara itu, variabel Maqashid Syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi. Hal ini dapat diartikan bahwa penerapan nilai-nilai maqashid syariah belum menjadi perhatian utama publik atau belum tercermin secara jelas

dalam persepsi masyarakat terhadap reputasi bank syariah.

Dalam penelitian berikutnya disarankan untuk menguji dan menganalisa kembali indikator maqashid syariah agar lebih mampu menggambarkan pencapaian tujuan-tujuan syariah secara menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulah, M. (2024). Implementasi Maqashid Syariah melalui pengelolaan zakat sebagai upaya membangun kepercayaan publik terhadap lembaga syariah. *Jurnal Ekonomi Islam Dan Filantropi Syariah*, 12(1), 15–27.
- Amany, A. N., Fakhruddin, I., Pratama, B. C., & Hapsari, I. (2024). *THE EFFECT OF AUDIT QUALITY , AUDIT COMMITTEE , AND ISLAMIC CORPORATE GOVERNANCE ON ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE IN ISLAMIC BANKING ON PERIOD 2018- 2022*. 2(4), 36–54.
- Anggraeni, A. O., & Gultom, M. S. (2024). Arifah Oktavia Anggraeni. 10(1), 104–115.
- Antonio, M. S., Hasanah, U., & Rahmawati, I. (2020). Integrasi Maqashid Syariah dalam strategi operasional lembaga keuangan syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 10(1), 35–47.
- Berlian, B., & Awaluddin, M. (2022). Akuntabilitas Pengelolaan Zakat Berdasarkan Syariah Enterprise Theory (Set). *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(2), 109–119.
<https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v4i2.1079>
- Bestari, D. I., Pratama, B. C., Fitriati, A., & Mudjiyanti, R. (2024). *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN INDONESIAN BANKING: THE ROLE OF INTELLECTUAL CAPITAL AND BOARD DIVERSITY*. 24(02), 1–8.
- Burhany, D. I., & Setiawan, I. (2024). *PROFITABILITAS BANK SYARIAH DI INDONESIA DENGAN NON PERFORMING FINANCING DAN INFLASI SEBAGAI VARIABEL MODERASI*. 7(November), 515–525.
- Chintia, I., Jelita, S., Christine, M., Nur, S., & Harahap, A. (2025). *Analisis Perkembangan Lembaga Keuangan Syariah Perbankan Syariah di Indonesia pada Tahun 2013-2023*. 2(1), 453–460.
- Cinta Rahmi, Ahmad Aulia Rohman, Azzahra Elvina Sari, Salsa Layyinun Nadhifah, & Muhammad Rusydi Azmi. (2024). Penerapan Maqashid Syariah Dalam Perbankan Syariah Di Indonesia Studi Kasus: Pada Bank Bsi (Bank Syariah Indonesia). *Jurnal Ilmiah Research and Development Student*, 2(2), 01–09.
<https://doi.org/10.59024/jis.v2i2.711>
- Fadillah, F., Fulan, G., & Fulan, H. (2023). Strategi pengelolaan reputasi perusahaan dalam perspektif ekonomi Islam. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islami*, 11(3), 89–102.
- Fakhruddin, I., Amany, A. N., Winarni, D., Kusbandiyah, A., & Pandansari, T. (2025). *Audit Quality , SSB Meeting , Islamic Corporate Governance and Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure*. 15(1), 81–92.
- Fredy. (2020). Pengukuran kinerja maqashid syariah dalam sektor keuangan syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 8(1), 44–60.
- Hafidz, M. (2021). Pengaruh zakat dan

- Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) terhadap loyalitas nasabah bank syariah. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Syariah*, 9(2), 101–112.
- In'amullah, M., & Lestari, N. M. (2023). Perilaku Konsumsi dan Keberlanjutan Kehidupan Dalam Perspektif Ekonomi Islam Berdasarkan Maqashid Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(02), 2259–2263.
- Indahyani, W. S., Leniwati, D., & Nugroho Wicaksono, A. P. (2024). Financial Performance, Maqashid Syariah dan Corporate Reputation: Moderasi Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR). *EL MUHASABA: Jurnal Akuntansi (e-Journal)*, 15(2), 102–118. <https://doi.org/10.18860/em.v15i2.23924>
- Indriani, S., Suryani, & Nugraheni, S. (2021). Implementasi Maqashid Syariah pada Pelaksanaan CSR PT Bank Syariah Mandiri TBK. *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman*, 7(2), 176–197.
- Liwan, L., Fulan, M., & Fulan, N. (2023). Pembentukan reputasi perusahaan berbasis CSR dan kinerja perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 14(1), 22–35.
- Mudjiyanti, R., Wibowo, H., & Ardianto, T. (2020). The Influence of Corporate Social Responsibility (CSR), Environmental Performance, and Profitability on the Value of the Company. *The International Journal of Business Management and Technology*, 4(6), 47–54. www.idx.co.id
- Muhammad, M. (2008). Maqashid-based performance evaluation in Islamic banking. *Islamic Economics Journal*, 5(1), 15–30.
- Pertiwi, T. D., & Herianingrum, S. (2024). Menggali Konsep Maqashid Syariah: Perspektif Pemikiran Tokoh Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 807. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12386>
- Putri, A., & Sari, R. (2023). Pengaruh pelaporan Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) berbasis Maqashid Syariah terhadap persepsi masyarakat terhadap bank syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 11(1), 22–35.
- Rahmawaty, R., & Helmayunita, H. (2022). Analisis indeks ISR pada laporan tahunan bank syariah di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Syariah*, 12(2), 99–112.
- Saadah, N., Zakiy, F. S., & Agriyanto, R. (2023). The Embodiment of Corporate Social Accountability in Sharia Enterprise Theory. *Journal of Islamic Economic Laws*, 6(1), 30–44. <https://doi.org/10.23917/jisel.v6i1.21134>
- Sagantha, F. (2024). Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility Dan Dana Zakat Terhadap Reputasi Dan Profitabilitas Bank Syariah. *Journal of Science and Social Research*, 4307(2), 613–618. <http://jurnal.goretanpena.com/index.php/JSSR>
- Salsabila, A., & Widiatmoko, A. (2020). Implementasi Sharia Enterprise Theory dalam aktivitas filantropi perusahaan berbasis syariah. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Syariah*, 8(2), 134–145.
- Shafira, R. N., Azizah, S. N., Wahyuni, S., & Pramono, H. (2021). The Effect of Firm Size and Corporate Governance Structure on Corporate Social Responsibility Disclosures. *Muhammadiyah Riau Accounting and Business Journal*, 2(2), 163–169. <https://doi.org/10.37859/mrabj.v2i2>

- .2456
- Shofiyatun, Y., Fakhruddin, I., Hariyanto, E., & Hapsari, I. (2024). Pengaruh Pengungkapan Islamic Social Reporting, Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah. *Edunomika*, 8(2), 1–18.
- Syurmita, R., & Fircarina, M. (2020). Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) dan zakat terhadap reputasi perusahaan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 245–256.
- Triyuwono, I. (1997). Akuntansi Syari'ah dan Koperasi Mencari Bentuk dalam Bingkai Metafora Amanah. *Jurnal Akuntansi Dan Auditing Indonesia*, 1(i), 3–46.
- Triyuwono, I. (2011). *Sing liyan "*. 2, 1–21.
- Utami, R., Yusniar, M. W., Brigjen, J., & Basri, H. H. (2020). *PENGUNGKAPAN ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (ICSR) DAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE (GCG) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN KINERJA KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING*). 11(2), 162–176.
- Wahyuni, S., Pujiharto, P., & Hartikasari, A. I. (2020). Sharia Maqashid Index and Its Effect on The Value of The Firm of Islamic Commercial Bank in Indonesia. *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 5(1), 36–45. <https://doi.org/10.23917/reaksi.v5i1.9493>
- Yolanda, Y. (2022). Zakat sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan dalam perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 10(2), 123–135.
- Zahra, Z., & Maulana, M. (2025). Implementasi prinsip maqashid syariah dalam industri keuangan Islam Indonesia. *Jurnal Keuangan Syariah*, 17(1), 12–26.
- Zikra, M., & Nurrahmani, N. (2022). *Peran zakat dan Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) dalam membangun reputasi bank syariah*. Penerbit Akademika Press.