

Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Kinerja Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba Serta Dampaknya Terhadap Kepercayaan Masyarakat Pada Bank Umum Syariah

Irawati,^{1*} Ija Suntana,² Yadi Janwari,³ dan Sofian Al Hakim⁴

^{1,2,3,4} UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

*Corresponding author: irawatidewi@umbandung.ac.id

Abstrak: Perbankan syariah menghadapi tantangan yang cukup berat karena bersaing dengan bank konvensional yang lebih dulu dikenal oleh masyarakat. Sebagai *agent of trust*, bank syariah sangat bergantung pada kepercayaan masyarakat, yang dipengaruhi oleh *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR), kinerja keuangan, dan pertumbuhan laba. Namun, terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) terkait pengaruh ICSR; di satu sisi dinilai meningkatkan profitabilitas dan reputasi, namun di sisi lain dianggap membebani biaya jangka pendek yang dapat menurunkan *Return on Assets* (ROA). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh ICSR dan Kinerja Keuangan yang diproyeksikan melalui ROA, *Financing to Deposit Ratio* (FDR), dan *Debt to Equity Ratio* (DER) terhadap Pertumbuhan Laba, serta dampaknya terhadap Kepercayaan Masyarakat pada tiga Bank Umum Syariah di Indonesia: Bank Muamalat Indonesia, Bank Jabar Banten Syariah (BJBS), dan Bank Mega Syariah. Landasan teori penelitian yang digunakan pada penelitian ini meliputi *Shari'ah Enterprise Theory* sebagai *grand theory*, Teori Legitimasi sebagai *middle theory* dan *Signalling Theory* sebagai *Applied theory*. Metode yang digunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian *explanatory research*, analisis pengolahan data laporan keuangan perbankan syariah. Variabel penelitian adalah variabel Independen: ICSR (X1) dan Kinerja Keuangan (X2) yang diukur melalui ROA (X2.1), FDR (X2.2), dan DER (X2.3), Variabel mediasi Pertumbuhan Laba (Z) dan Variabel Dependen Kepercayaan Masyarakat (Y). Hasil penelitian pada Bank Muamalat: CSR dan ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan laba. FDR berpengaruh negatif tidak signifikan, sedangkan DER berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pertumbuhan laba. CSR berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepercayaan masyarakat. Pertumbuhan laba tidak mampu memediasi pengaruh CSR maupun kinerja keuangan terhadap kepercayaan masyarakat. Bank BJBS: Seluruh variabel independen (CSR, ROA, FDR, DER) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap pertumbuhan laba. CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan masyarakat. Pertumbuhan laba (Z) tidak mampu memediasi hubungan CSR dan ROA terhadap kepercayaan, namun signifikan sebagai mediator pengaruh FDR dan DER terhadap kepercayaan masyarakat. Bank Mega Syariah: CSR, ROA, dan DER berpengaruh positif tidak signifikan, sedangkan FDR berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap pertumbuhan laba. CSR, ROA, FDR, dan DER berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepercayaan masyarakat. Pertumbuhan laba tidak mampu memediasi hubungan seluruh variabel independen terhadap kepercayaan masyarakat.

Kata Kunci: Tanggung jawab Perusahaan, Kinerja Keuangan, Pertumbuhan laba, Kepercayaan Masyarakat.

Pendahuluan

Keuangan syariah di Indonesia mulai tampak membaik setelah krisis moneter tahun 1997/1998, dan perkembangan bank syariah era reformasi ditandai dengan disetujuinya UU No. 10 Tahun 1998 (Antonio, 2001, hlm. 26), dimana dalam Undang-undang tersebut diatur dengan rinci landasan hukum serta jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syariah. Otoritas jasa keuangan dalam laporannya menyampaikan ekonomi syariah diprediksi akan terus tumbuh, pernyataan ini tentunya menjadi harapan bagi ekonomi Indonesia, yang juga bisa menjadi lahan investasi, namun tidak dapat dipungkiri dalam bidang perbankan mayoritas masyarakat Indonesia masih cenderung memilih menggunakan jasa perbankan konvensional dibandingkan dengan perbankan syariah dalam aktivitas transaksi keuangan sehari-hari. Kondisi ini sebagian besar berakar pada tingkat kepercayaan masyarakat (*public trust*) yang masih rendah terhadap operasional bank syariah. Banyak nasabah yang masih skeptis dan menganggap bahwa produk-produk keuangan syariah tidak memiliki perbedaan yang signifikan dengan sistem bunga pada bank konvensional, melainkan hanya sekadar berganti istilah atau label saja. Kondisi tersebut secara langsung memengaruhi kinerja keuangan, khususnya pada aspek pertumbuhan laba (*profitability*), bank syariah cenderung tertinggal jika dibandingkan dengan bank konvensional yang memiliki basis nasabah lebih mapan. Kurangnya kepercayaan masyarakat menghambat penghimpunan Dana Pihak Ketiga (DPK) dan penyaluran pembiayaan secara optimal pada bank syariah, yang pada gilirannya menekan profitabilitas industri ini, dengan populasi muslim terbesar, Indonesia seharusnya memiliki potensi pasar yang sangat masif bagi perkembangan industri keuangan syariah, keinginan menjalankan kehidupan

Kepercayaan masyarakat merupakan hal yang sangat penting bagi perkembangan sebuah lembaga, bank syariah sebagai lembaga keuangan memiliki pesaing bukan hanya antar lembaga keuangan syariah tapi juga

lembaga keuangan konvensional, sehingga untuk menjadi lembaga pilihan bagi masyarakat bank syariah harus mampu menciptakan dan meningkatkan kepercayaan nasabah, hal tersebut dapat diperoleh dari berbagai hal, diantaranya dari kepedulian perusahaan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan, kinerja keuangan serta pertumbuhan laba, berikut ini adalah kondisi keuangan tiga bank yang menjadi objek penelitian saat ini:

Bank Muamalat Indonesia

Thn	Kinerja Keuangan %			Laba (Dalam ribuan)	CSR (Dalam ribuan)	Dana Pihak Ketiga (Dalam ribuan)	Aset (Dalam ribuan)
	Rasio Likuiditas (FDR) %	Rasio Solvabilitas (DER) %	Rasio Profitabilitas (ROA) %				
2018	73.18	13.59	0.08	46.002.044	11.370.000	45.636.000.000	57.227.276.046
2019	73.51	1.184	0,05	16.326.331	11.429.745	40.357.000.000	50.555.519.435
2020	69.84	1.192	0,03	10.019.739	9.289.000	41.424.000.000	51.241.303.583
2021	38.33	1.378	0,02	8.927.051	7.784.000	46.871.000.000	58.899.174.319
2022	40.63	1.089	0.09	26.581.068	5.930.000	46.143.000.000	61.363.584.209
2023	37.7	1.184	0.02	13.294.252	7.180.000	47.559.000.000	66.953.058.812
2024	35.4	1.050	0,03	18.457.535	7.940.000	41.711.000.000	60.022.876.676
2025	40.36	1079,76	0.05	61.342.413	9.5000.000	45.481.000	62.290.522.759

Bank BJBS

Thn	Kinerja Keuangan			Laba (dalam ribuan)	CSR	Dana Pihak Ketiga (dalam ribuan)	Aset (dalam ribuan)
	Rasio Likuiditas (FDR) %	Rasio Solvabilitas (DER) %	Profitabilitas (ROA) %				
2018	89.85	120	0.54	16.897.272	116.480.584	5.182.147.000	6.741.449.496
2019	93.53	148	0.60	15.398.923	380.200.000	5.366.343.000	7.723.201.420
2020	86.64	118	0.41	3,681,687	382.900.000 (PT Bank BJB Syariah, 2020)	6.664.550.000	8.884.354.097
2021	81.55	147	0.96	21,898,773	822.225.006	7.883.355.000	10,358,849,568
2022	81.00	834.78	1.14	101,708,753	1.199.828.107	9.119.577.000	12,445,810,770
2023	85.23	883.09	0.62	58,517,451	1.656.195.233	10.135.712.000	13,649,880,459
2024	93.65	256	0.57	60,273,977	1.809.062.12	10,318,573.00	14,624,228,1

					0	0	97
2025	92.35	268	0.36	58.099.680	1.748.537.558	11.250.000.000	16.214.023.726

Bank Mega Syariah

Th n	Kinerja Keuangan			Laba (dalam ribuan)	CSR (dalam ribuan)	Dana Pijhak Ketiga(dalam ribuan)	Aset (dalam ribuan)
	Rasio Likuiditas (FDR) %	Rasio Solvabilitas(DER) %	Rasio Rentabilitas (ROA) %				
2018	90.88	77.8	0.93	46.577.070	3.011.762	5.095.550.589	7.336.342.210
2019	94.53	77.7	0.89	49.150.923	1.954.300.	6.021.937.537	8.007.675.910
2020	63.94	327	1.74	131.727.187	1.920.062	5.901.456.000	16.117.926.696
2021	62.84	65.8	4.08	537.707.206	5.394.455	7.983.673.000	14.041.750.908
2022	54.63	47	2.59	232.283.027	19.428.415	13,551,787.000	16.070.574.009
2023	71.85	88	1.96	238.719.384	9.932.000	9.690.000.000	14,566,714,321
2024	77.89	107.9	2.04	253.192,165	9.031.486	9.960.000.000.	15,994,576,592
2025	78.90	50.52	2.32	310.837.000.	8.999.452.75	12.358.177	17.396.381.253

Asyraf Wajdi Dusuki dan Humayon Dar dalam penelitiannya mengatakan faktor CSR merupakan salah satu kriteria penting seseorang dalam memutuskan pemilihan bank, sehingga jika hal tersebut diabaikan tentunya akan berdampak negative, masyarakat akan memberikan sanksi moral yang berdampak pada kepercayaan terhadap bank tersebut, ini akan berpengaruh pada penurunan pendapatan, bahkan jika tidak berhati-hati bisa menyebabkan kebangkrutan. Pernyataan tersebut didukung oleh hasil penelitian Siegel dan Paul, menunjukkan bahwa aktivitas CSR memiliki dampak produktif yang signifikan terhadap kinerja finansial perusahaan, yang akan berpengaruh pada pertumbuhan laba. (Siegel & Paul, 2006) Namun hal yang berbeda diungkapkan oleh Sartini Wardiwiyo & Arty Fitria Jayanti, menurut analisisnya dalam jangka pendek, implementasi ICSR oleh sebuah perusahaan sebenarnya merupakan biaya yang dibebankan oleh perusahaan, semakin banyak CSR yang dilakukan oleh bank berarti semakin besar juga biaya yang dikeluarkan, dan dampaknya ketika biaya yang dibebankan perusahaan semakin meningkat maka keuntungan mengalami penurunan sehingga ROA menjadi lebih kecil, hal tersebut juga sejalan dengan *resources based theory*, yang mengatakan semakin tinggi alokasi aset untuk ICSR maka akan menurunkan peluang bagi aset tersebut dalam membantu meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka pendek. (Wardiwiyo & Jayanti, 2021). Kinerja keuangan dapat diukur melalui berbagai rasio, seperti *Return on Assets* (ROA) yang menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aset yang dimiliki, *Financing to Deposit Ratio* (FDR untuk memastikan bank dalam keadaan likuid, *Debt to Equity Ratio* (DER) yang menggambarkan struktur pendanaan perusahaan, rasio-rasio tersebut berperan penting dalam menentukan tingkat pertumbuhan laba perusahaan.

Perusahaan yang beroperasi dengan baik dapat dilihat dari kinerja keuangan yang tergambar pada laporan keuangannya, kondisi perusahaan yang tumbuh berkembang menggambarkan keberhasilan perusahaan, sebaliknya kinerja keuangan yang buruk, dengan kondisi laporan keuangan yang tidak transparan, keuntungan perusahaan yang tidak stabil, dapat menggambarkan perusahaan tidak memiliki potensi dimasa depan dan secara umum hal ini menimbulkan dampak negative, reputasi perusahaan akan menurun, dalam jangka panjang perusahaan tidak akan dapat mempertahankan usahanya. Pada jurnal *Trust and Firm Performance* menyatakan bahwa tingkat kepercayaan saat ini terkait dengan peningkatan kinerja di masa mendatang, jadi selain tanggung jawab sosial perusahaan, kinerja keuangan juga dapat mempengaruhi kepercayaan masyarakat, karena kinerja perusahaan dapat menggambarkan kesehatan sebuah perusahaan, sehingga menjadi tolak ukur kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan tersebut. Dalam penelitian ini penulis menggunakan rasio keuangan sebagai

penilai kinerja keuangan, rasio keuangan yang digunakan adalah rasio *profitabilitas*, yakni *return on asset* (ROA), rasio likuiditas, *financing to deposit ratio* (FDR) dan rasio solvabilitas *debt to equity ratio* (DER).

Salah satu yang menjadi tolak ukur dalam perkembangan sebuah perusahaan dalam meraih kepercayaan masyarakat adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba. Laba mampu menjadi tolak ukur pertumbuhan suatu usaha dan mampu meningkatkan kepercayaan para *investor* karena pertumbuhan laba berpengaruh pada pembagian *dividen* yang mereka peroleh, kepercayaan para *investor* akan memudahkan perusahaan memperoleh suntikan dana/modal sehingga semakin tinggi laba suatu perusahaan seharusnya mampu meningkatkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat pada bank syariah. Sri Yuliani dalam penelitiannya menyatakan bahwa kegiatan *corporate social responsibility* yang telah dilakukan oleh perusahaan di Indonesia sebagian besar ditekankan pada kegiatan amal, yang tidak berbasis pada strategi jangka panjang. (Yuliani, 2010) Hal tersebut tentunya berbanding terbalik dengan tujuan perusahaan untuk meningkatkan pertumbuhan laba, pertumbuhan laba perusahaan merupakan tujuan perusahaan jangka pendek dan panjang. Berdasarkan fenomena-fenomena diatas maka penulis tertarik membahas tentang “Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Kinerja Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba Serta Dampaknya Terhadap Kepercayaan Masyarakat Pada Bank Umum Syariah.

Berdasarkan dengan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan bahwa masalah penelitian ini sebagai berikut: Bagaimana pengaruh Tanggung jawab sosial Perusahaan terhadap pertumbuhan laba?; Bagaimana pengaruh Kinerja Keuangan (*Return on aset* (roa) , *Financing to Deposit Ratio* (Fdr) dan *Debt to Equity Ratio* (DER) terhadap pertumbuhan laba?; Bagaimana pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan terhadap kepercayaan masyarakat?; Bagaimana pengaruh kinerja keuangan *Return on aset* (roa) , *Financing to Deposit Ratio* (Fdr) dan *Debt to Equity Ratio* (DER) terhadap kepercayaan masyarakat?; Bagaimana pengaruh pertumbuhan laba terhadap kepercayaan masyarakat?; Bagaimana pengaruh Tanggung jawab sosial terhadap kepercayaan masyarakat melalui pertumbuhan laba?; Bagaimana pengaruh Kinerja keuangan *Return on aset* (roa), *Financing to Deposit Ratio* (Fdr) dan *Debt to Equity Ratio* (DER) terhadap kepercayaan masyarakat melalui pertumbuhan laba?

Landasan Teori

Teori yang digunakan pada penelitian ini, Grand theory yang digunakan adalah *Shariah Enterprise Theory* (SET) adalah teori akuntansi syariah yang digagas oleh Prof. Iwan Triyuwono, *Syariah Enterprise theory* ini dibangun di atas fondasi bahwa Allah SWT adalah pemilik mutlak (absolut) atas segala sesuatu di alam semesta ini karena termasuk sumber daya ekonomi. Manusia dan lembaga bisnis (seperti bank syariah) hanyalah pemegang amanah (*khalifah*). Penelitian ini menyatakan bahwa tujuan bank syariah bukan hanya mencari keuntungan semata dan bukan hanya bertanggung jawab pada pemilik modal namun juga harus memberi manfaat bagi orang lain dan bertanggung jawab kepada Allah SWT. *Islamic Enterprise Theory*, dalam teori ini Allah adalah sumber amanah yang pertama dan sumber daya yang dimiliki oleh para stakeholder adalah amanah dari Allah yang harus dipertanggung jawabkan untuk kesejahteraan umat yang bermanfaat didunia dan akhirat hingga tercipta keseimbangan dunia dan akhirat (konsep *fallah*. Pada *Teori Islamic Enterprise theory* (SET) , pada penelitian ini laporan keuangan yang ada merupakan wujud tanggung jawab kepada semua pihak yang terlibat meliputi pemangku kepentingan stakeholder, pemilik modal, masyarakat, lingkungan, dll yang diwujudkan melalui realisasi nilai-nilai dalam ekonomi berkeadilan dalam Islam *maqashid syariah*, Dalam Teori ini menyampaikan anjuran membantu sesama.

Islamic Enterprise Theory dalam objek penelitian perbankan syariah, pembahasan pada integrasi fundamental dari nilai dan prinsip syariah Islam pada eksistensi bank syariah, karena sejatinya corporate social responsibility pada Islam bukan aktivitas tambahan namun merupakan sebuah kewajiban yang bersumber dari ajaran Islam yang mengarahkan semua aspek kehidupan termasuk ekonomi dan bisnis. *Maqashid al syariah* (tujuan-tujuan syariah) merupakan sumber landasan filosofis dari Corporate social responsibility bank syariah, sehingga setiap kegiatan dan kebijakan bank syariah harus berkaitan dan berkontribusi pada maqashid syariah.,

Middle theory penelitian ini adalah teori Legitimasi, teori dikenalkan oleh Dowling dan Pfeffer yang membahas mengenai perbedaan antara norma yang ada dalam perusahaan dan norma yang berlaku dalam masyarakat (Dowling & Pfeffer, 1975). Pada teori legitimasi, perusahaan berusaha untuk memastikan kesesuaian antara kegiatan bisnisnya dengan batas dan norma di masyarakat tempat perusahaan tersebut beroperasi, sehingga praktek bisnis perusahaan perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Teori Legitimasi merupakan perwujudan legitimasi dalam dunia bisnis dapat berupa pelaporan kegiatan lingkungan perusahaan, dengan mengungkapkan kinerja lingkungan yang baik,

Applied theory penelitian ini adalah *Signalling Theory's ignaling theory* merupakan suatu konsep yang diperkenalkan oleh Michael Spence 1973 dan dijadikan rujukan oleh Connelly tahun 2022 dalam buku Market Signaling and Corporate Strategy yang memfokuskan pada penerapan teori sinyal Spence dalam strategi perusahaan dan investasi. (Widhiatmoko & Sucipto, 2025) Teori ini digunakan untuk menjelaskan tujuan diungkapkannya *corporate sosial responsibility* bagi perusahaan, teori ini menyatakan bahwa pengungkapan yang lebih informatif

dan terbuka bertujuan untuk memberikan sinyal atau mempromosikan sesuatu dari perusahaan, sehingga orang-orang akan menilai perusahaan lebih baik dari perusahaan lainnya (Sidik, 2016). Semakin baik informasi yang diberikan oleh perusahaan akan memberi dampak positive pada kepercayaan masyarakat

Signalling Theory ,teori digunakan untuk menjelaskan tujuan diungkapkannya *corporate sosial responsibility* bagi perusahaan, teori ini menyatakan bahwa pengungkapan yang lebih informatif dan terbuka bertujuan untuk memberikan sinyal atau mempromosikan sesuatu dari perusahaan, sehingga orang-orang akan menilai perusahaan lebih baik dari perusahaan lainnya (Sidik, 2016) . Semakin baik informasi yang diberikan oleh perusahaan akan memberi dampak positive pada kepercayaan masyarakat.

Metode

Metode penelitian pada ini adalah penelitian kuantitatif dengan,Jenis penelitian explanatory research (*explanatory research*), penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan satu variabel dengan variabel lainnya atau bagamimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya. Populasinya adalah tiga bank syariah yang ada di Indonesia yaitu, Bank Muamalat Indonesia, Bank Jabar banten Syariah, Bank Mega Syariah.

Teknik pengumpulan data menggunakan data sekunder yang diperoleh dari Laporan keuangan, Annual report dan laporan keberlanjutan dari 3 bank yang menjadi objek penelitian, teknik anlasis data mengolah data dengan SPSS Regresi dan path analisis.

Bank Muamalat

Coefficients ^a		
	Tolerance	VIF
Log CSR (X1)	0.124	8.062
ROA (X2.1)	0.146	6.852
FDR (X2.2)	0.352	2.839
DER (X2.3)	0.265	3.779
Log Laba (Z)	0.056	17.993
a. Dependent Variable: Log Dana Pihak Ketiga (Y)		

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.726	.771		4.835	.017		
	Log CSR (X1)	.492	.107	.626	4.583	.020	.993	1.008
	ROA (X2.1)	6.247	1.784	.553	3.502	.039	.742	1.347
	FDR (X2.2)	-.005	.003	-.287	-1.810	.168	.737	1.357
	DER (X2.3)	.024	.012	.343	1.959	.145	.603	1.658

a. Dependent Variable: Log Laba (Z)

Bank BJBS

Coefficients ^a		
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients
Model	B	Std. Error
1 (Constant)	-2.432	4.198
Log CSR (X1)	.428	.344
ROA (X2.1)	1.039	.688
FDR (X2.2)	.059	.037
DER (X2.3)	.001	.001

a. Dependent Variable: Log Laba (Z)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.160	.457	17.856	.003		
	Log CSR (X1)	.228	.044	.740	.460	.440	2.273
	ROA (X2.1)	-.274	.094	-.560	.581	.240	4.164
	FDR (X2.2)	-.013	.005	-.527	.592	.215	4.658
	DER (X2.3)	-.188E-5	.000	-.226	.823	.305	3.278
	Log Laba (Z)	.149	.060	.533	.594	.196	5.105

a. Dependent Variable: Log Dana Pihak Ketiga (Y)

Bank Mega Syariah

Coefficients ^a		
	Tolerance	VIF
Log CSR (X1)	0.497	2.014
ROA (X2.1)	0.119	8.391
FDR (X2.2)	0.324	3.085
DER (X2.3)	0.604	1.655
Log Laba (Z)	0.106	9.432
a. Dependent Variable: Log Dana Pihak Ketiga (Y)		

Tabel 1. Coefficients
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.207	1.036	6.957	.006		
	Log CSR (X1)	.093	.065	.292	.771	.828	1.208
	ROA (X2.1)	.284	.121	.759	.450	.338	2.956
	FDR (X2.2)	-.003	.009	-.127	.893	.341	2.934
	DER (X2.3)	.000	.001	.079	.935	.627	1.595

a. Dependent Variable: Log Laba (Z)

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini menganalisis pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dan Kinerja Keuangan, yang diukur melalui *Return on Assets* (ROA), *Financing to Deposit Ratio* (FDR), dan *Debt to Equity Ratio* (DER), terhadap Pertumbuhan Laba, serta dampaknya terhadap Kepercayaan Masyarakat atau Dana Pihak Ketiga (DPK). Baik secara langsung maupun tidak langsung melalui variabel mediasi Pertumbuhan Laba pada tiga Bank Umum Syariah. Tanggung jawab sosial (CSR) terbukti efektif meningkatkan laba hanya di Bank Muamalat dan meningkatkan DPK secara positif hanya di Bank BJBS, sedangkan di Bank Mega Syariah justru berdampak negatif. Efek mediasi pertumbuhan laba juga hanya terkonfirmasi pada variabel FDR dan DER di Bank BJBS, yang menunjukkan bahwa pertumbuhan laba tidak secara otomatis menjadi jembatan transmisi kinerja keuangan menuju peningkatan kepercayaan masyarakat di seluruh sektor industri perbankan syariah.

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan pada Bank Muamalat, dapat diambil kesimpulan bahwa CSR (X) dan ROA (X2.1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan laba, sementara FDR (X2.2) berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap pertumbuhan laba dan DER (X2.3) berpengaruh positif tidak

signifikan terhadap pertumbuhan laba. Selain itu, CSR (X1) memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap kepercayaan masyarakat, sedangkan pertumbuhan laba (Z) serta seluruh indikator kinerja keuangan, yakni ROA, FDR, dan DER, memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap kepercayaan masyarakat. Pertumbuhan laba (Z) juga tidak terbukti mampu memediasi pengaruh CSR maupun kinerja keuangan (ROA, FDR, DER) terhadap kepercayaan masyarakat.

Pada hasil pengolahan data pada Bank BJBS menunjukkan bahwa semua variabel independen baik CSR (X1), ROA (X2.1), FDR (X2.2), maupun DER (X2.3) memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap pertumbuhan laba. Variabel CSR (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan masyarakat (Y), sedangkan indikator kinerja keuangan (ROA, FDR, DER) berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kepercayaan masyarakat, dan Pertumbuhan laba (Z) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepercayaan masyarakat. Pertumbuhan laba (Z) tidak mampu memediasi hubungan CSR dan ROA terhadap kepercayaan masyarakat, namun pertumbuhan laba terbukti signifikan sebagai mediator pada pengaruh FDR dan DER terhadap kepercayaan masyarakat.

Pada Bank Mega Syariah, variabel CSR (X1), ROA (X2.1), dan DER (X2.3) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pertumbuhan laba (Z), sedangkan FDR (X2.3) berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap pertumbuhan laba (Z). Selanjutnya, CSR (X1), ROA (X2.1), FDR (X2.2), dan DER (X2.3) memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap kepercayaan masyarakat, di mana pertumbuhan laba (Z) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepercayaan masyarakat. Pertumbuhan laba (Z) tidak mampu menjadi variabel mediasi bagi hubungan seluruh variabel independen (CSR, ROA, FDR, DER) terhadap kepercayaan masyarakat.

Kesimpulan

Berkaitan dengan teori yang digunakan pada penelitian ini, kesimpulan untuk Bank Muamalat Indonesia dapat dijelaskan dari tiga perspektif. Dalam tinjauan *Legitimacy Theory* (Teori Legitimasi), hubungan hasil Log CSR (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Log Laba (Z), yang sangat mendukung teori legitimasi karena aktivitas CSR yang konsisten membuat Bank Muamalat mendapatkan pengakuan, penerimaan, dan citra positif dari masyarakat. Legitimasi sosial ini memicu peningkatan loyalitas nasabah yang pada akhirnya berkontribusi langsung pada peningkatan laba bersih bank. Dari sudut pandang *Signaling Theory* (Teori Sinyal), hubungan hasil menunjukkan bahwa ROA (X2.1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Log Laba (Z), sedangkan sebaliknya, FDR (X2.2) dan DER (X2.3) tidak berpengaruh signifikan terhadap laba. Tingginya nilai ROA menjadi sinyal positif (*positive signal*) kepada pihak eksternal bahwa manajemen sangat efektif dalam mengelola aset untuk menghasilkan keuntungan; sinyal ini mengurangi ketidakpastian pasar mengenai kesehatan keuangan bank, namun fluktuasi FDR dan DER tidak dianggap sebagai sinyal yang kuat oleh pasar dalam memengaruhi pertumbuhan laba. Berdasarkan *Shari'ah Enterprise Theory* (SET), hubungan hasil Log CSR (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Masyarakat/Dana Pihak Ketiga (Y), dan pertumbuhan laba (Z) juga berhasil memediasi pengaruh CSR terhadap kepercayaan masyarakat. Dalam pandangan SET, CSR bukan sekadar strategi bisnis melainkan amanah dan bentuk ibadah kepada Allah SWT, masyarakat, dan lingkungan. Keberhasilan CSR dalam meningkatkan DPK dan laba membuktikan bahwa ketika bank syariah menjalankan fungsi sosialnya (seperti menyalurkan dana kesehatan, pendidikan, dan bencana) demi kemaslahatan (*maslahah*), masyarakat akan memberikan kepercayaan penuh (*fallah*) kepada lembaga tersebut.

Untuk Bank Jabar Banten (BJB) Syariah, tinjauan *Legitimacy Theory* (Teori Legitimasi) menunjukkan hubungan hasil di mana Log CSR (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Masyarakat/DPK (Y), namun CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap Pertumbuhan Laba (Z). Teori legitimasi terbukti kuat pada variabel kepercayaan, sebab aktivitas CSR berhasil membangun reputasi baik sehingga masyarakat merasa aman untuk menempatkan dana mereka (DPK). Meski demikian, legitimasi ini belum terkonversi menjadi laba secara instan karena pengeluaran biaya CSR masih dianggap sebagai beban jangka pendek yang belum menggerakkan profitabilitas secara signifikan. Dari sisi *Signaling Theory* (Teori Sinyal), hubungan hasil menunjukkan bahwa Pertumbuhan laba (Z), ROA (X2.1), FDR (X2.2), dan DER (X2.3) tidak memiliki pengaruh signifikan secara langsung terhadap pertumbuhan laba maupun kepercayaan masyarakat. Informasi laporan keuangan terkait profitabilitas (ROA) dan risiko (FDR, DER) pada BJB Syariah belum ditangkap secara optimal sebagai sinyal pembeda oleh nasabah, dan pengumuman laba yang meningkat juga belum mampu menjadi *positive signal* yang kuat untuk memobilisasi penambahan Dana Pihak Ketiga secara nyata. Berdasarkan *Shari'ah Enterprise Theory* (SET), hubungan hasil Pertumbuhan laba (Z) berhasil menjadi variabel mediasi yang signifikan bagi FDR (X2.2) dan DER (X2.3) terhadap Kepercayaan Masyarakat (Y). Melalui SET, kepatuhan pengelolaan dana (likuiditas FDR dan modal DER) yang berorientasi pada prinsip kehati-hatian syariah akan menghasilkan pertumbuhan laba yang berkah. Keberhasilan mediasi ini menunjukkan bahwa masyarakat mengapresiasi kinerja keuangan bank yang stabil sebagai wujud akuntabilitas syariah, yang pada akhirnya memperkuat kepercayaan mereka.

Kesimpulan pada Bank Mega Syariah berdasarkan *Legitimacy Theory* (Teori Legitimasi) memperlihatkan hubungan hasil Log CSR (X1) yang berpengaruh signifikan tetapi negatif terhadap Kepercayaan Masyarakat/DPK

(Y), dan CSR juga tidak berpengaruh signifikan terhadap laba. Hasil ini menunjukkan anomali atau kegagalan teori legitimasi dalam konteks jangka pendek, di mana peningkatan aktivitas CSR justru diikuti oleh penurunan DPK. Hal ini mengindikasikan adanya persepsi negatif dari masyarakat yang menilai program CSR tersebut kurang transparan, salah sasaran, atau dianggap sekadar kosmetik pencitraan yang menghamburkan dana nasabah. Dalam tinjauan *Signaling Theory* (Teori Sinyal), kinerja keuangan internal yang terdiri dari ROA (X2.1), FDR (X2.2), dan DER (X2.3) semuanya berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Kepercayaan Masyarakat (Y), dan Pertumbuhan laba (Z) juga tidak signifikan terhadap kepercayaan. Terjadi fenomena *negative signaling* di mana publik merespons publikasi laporan keuangan secara berkebalikan; peningkatan ROA, FDR, dan DER ditangkap oleh masyarakat sebagai sinyal tingginya tingkat risiko operasional dan pembiayaan yang membahayakan likuiditas bank sehingga memiliki pengaruh kurang baik bagi nasabah. Menurut pandangan *Shari'ah Enterprise Theory* (SET), hubungan hasil Pertumbuhan laba (Z) gagal memediasi seluruh hubungan variabel (CSR, ROA, FDR, DER) terhadap Kepercayaan Masyarakat. Kegagalan mediasi ini mengindikasikan adanya celah (*gap*) dalam pemenuhan nilai-nilai integrasi fundamental syariah. Sesuai dengan SET, jika operasional ekonomi dan orientasi laba tidak selaras dengan pilar akuntabilitas vertikal (kepada Allah) dan horizontal (kepada manusia dan alam), maka keberfungsian bank syariah sebagai pencipta kemaslahatan (*maslahah*) akan dipertanyakan oleh umat, yang berujung pada runtuhnya kepercayaan.

Daftar Pustaka

- Antonio, Muhammad Syafi'i. Bank Syariah dari Teori ke Praktik. Jakarta: Gema Insani Press dan Tazkia Cendekia, 2001.
- Dowling, J., dan J. Pfeffer. "Organizational Legitimacy: Social Values and Organizational Behavior." *Pacific Sociological Review* 18, no. 1 (1975): 122–136.
- PT Bank BJB Syariah. Sustainability Report Bank BJB Syariah 2020. Bandung: PT Bank BJB Syariah, 2020. <https://drive.google.com/file/d/1RwPmwj4BmtbajWNrCN8Hidcl4aSly9QY/view>.
- Sidik, Ichwan, dan Reskino. "Pengaruh Zakat dan ICSR terhadap Reputasi dan Kinerja." *Simposium Nasional Akuntansi (SNA) XIX*, Lampung, 2016.
- Siegel, Catherine J. M., Donald S., dan Paul. *Corporate Social Responsibility and Economic Performance*. Springer Science + Business Media, LLC, 2006.
- Wardiwi yono, Sartini, dan Arty Fitria Jayanti. "Peran Islamic Corporate Social Responsibility dalam Memoderasi Pengaruh Zakat terhadap Kinerja Bank Umum Syariah." *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam* 9, no. 1 (2021). <https://doi.org/10.35836/jakis.v9i1.241>.
- Widhiatmoko, Agung Ridho, dan Bambang Sucipto. "Signaling Theory dalam Konteks Pasar Kerja dan Bisnis di Indonesia." *JAFM* 6 (2025). <https://dinastires.org/JAFM/article/view/2901/2051>.
- Yuliani, Sri. "Corporate Social Responsibility (CSR): Pertanggungjawaban Publik Sektor Bisnis dan Implikasinya bagi Studi Administrasi Negara." *Spirit Publik* 6, no. 1 (2010): 55–71. <https://lib.ui.ac.id/m/detail.jsp?id=132599&lokasi=lokal>