



PENGARUH I-CSR TERHADAP KINERJA KEUANGAN: PERAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL DALAM PERUSAHAAN BERBASIS ISLAM

Dhimas Yusuf Zulkarnain¹
Masiyah Kholmi²

^{1,2} Magister Manajemen, Direktorat Program Pascasarjana,
Universitas Muhammadiyah Malang

Email: dhimasyusufzulkarnain@gmail.com¹; masiyah@umm.ac.id²

Informasi Naskah	Abstrak
Diterima: 9 Desember 2024	<i>This study aims to explore the effect of the implementation of Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) on the company's financial performance.</i>
Revisi: 24 Desember 2024	<i>The method used is a systematic literature review (SLR), which involves collecting, evaluating, and integrating relevant evidence from selected articles based on the criteria of the influence of I-CSR on corporate reputation in the period 2019-2024. SLR is considered effective for analyzing data objectively in a short time.</i>
Terbit: 8 Maret 2025	
Kata Kunci: <i>I-CSR, Company's Financial Performance</i>	<i>Based on the literature review, the disclosure of Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) has a positive effect on the company's financial performance, especially in the banking sector. I-CSR increases public trust and corporate reputation, although its impact on company value is limited. Transparent disclosure of social activities and business sustainability can attract investors. Therefore, companies need to prioritize good governance and follow Islamic principles in their operations.</i>

PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan adalah pendekatan yang banyak digunakan oleh perusahaan untuk menjalankan operasional mereka dengan memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas bisnis mereka (Arfiansyah, 2020). CSR tidak hanya fokus pada keberlanjutan bisnis, tetapi juga menekankan tanggung jawab terhadap ekosistem yang terus berubah. Banyak perusahaan menganggap CSR sebagai

sarana yang penting untuk memperbaiki citra mereka (Walad *et al.*, 2023). CSR tidak lagi dilihat sebagai tanggung jawab yang terbatas pada satu aspek saja, di mana nilai perusahaan tidak hanya diukur dari kinerja keuangan. Keseimbangan yang dimaksud mencakup aspek sosial dan lingkungan, karena status keuangan semata tidak cukup untuk menjamin pertumbuhan nilai perusahaan yang berkelanjutan dalam jangka panjang (Angraini & Murtanto, 2023). Dalam konteks perusahaan yang mengadopsi prinsip-prinsip Islam, muncul konsep *Islamic Corporate Social Responsibility* (Islamic-CSR atau I-CSR), yang mengacu pada penerapan CSR dengan memperhatikan ajaran dan nilai-nilai Islam. I-CSR tidak hanya menitikberatkan pada keuntungan, tetapi juga memastikan bahwa perusahaan bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam seperti keadilan, transparansi, dan kesejahteraan umat.

Dalam dunia bisnis yang semakin menyadari pentingnya etika dan tanggung jawab sosial, penerapan I-CSR memiliki potensi untuk memberikan dampak positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Menurut Sagantha (2024), nilai-nilai Islam yang diadopsi dalam I-CSR, seperti kejujuran, transparansi, dan keadilan dalam berbisnis, dapat mempererat hubungan perusahaan dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk konsumen, investor, dan masyarakat. Dalam banyak situasi, perusahaan yang menunjukkan dedikasi terhadap tanggung jawab sosial berdasarkan prinsip-prinsip Islam dapat memperbaiki citra mereka di mata publik, yang pada akhirnya berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan mereka.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang aktif dalam kegiatan I-CSR cenderung memperoleh kepercayaan yang lebih tinggi dari konsumen dan investor. Kepercayaan ini sering kali diterjemahkan dalam bentuk peningkatan penjualan, loyalitas pelanggan yang lebih tinggi, serta minat investasi yang lebih besar. Dengan kepercayaan yang baik tersebut akan menjadi peluang besar bagi bank dalam meningkatkan kinerja keuangannya (Murtiyanti *et al.*, 2022).

Dalam literatur review ini, terdapat dua teori utama yang mendasari pengaruh I-CSR terhadap kinerja keuangan. Teori pertama adalah teori stakeholder, yang mencakup karyawan, konsumen, pemasok, masyarakat, dan pemerintah. Dalam konteks I-CSR, perusahaan yang melaksanakan kegiatan sosial berdasarkan nilai-nilai Islam, seperti keadilan, kejujuran, dan kesejahteraan umat, akan dapat membangun hubungan yang lebih baik dengan stakeholder. Teori kedua adalah teori legitimasi, yang menekankan bahwa perusahaan berusaha untuk memperoleh atau mempertahankan legitimasi sosial dengan bertindak sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku dalam masyarakat. Dalam konteks I-CSR, perusahaan yang menerapkan tanggung jawab sosial berdasarkan prinsip-prinsip Islam dapat memperoleh legitimasi dari masyarakat dan konsumen, yang memandang perusahaan tersebut sebagai entitas yang etis dan bertanggung jawab.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai penerapan I-CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pemahaman yang lebih luas mengenai pengaruh pengungkapan I-CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan.

KAJIAN PUSTAKA

Teori Stakeholder

Teori pemangku kepentingan atau *stakeholder* berpendapat bahwa dukungan dari pemangku kepentingan sangat penting bagi keberlangsungan hidup perusahaan, dan aktivitas perusahaan harus memperhatikan persepsi dari para pemangku kepentingan tersebut (Anggraeni

et al., 2024). Semakin besar kepentingan pemangku kepentingan, semakin besar pula kebutuhan perusahaan untuk menyesuaikan diri dengan mereka. Pengungkapan mengenai aspek sosial dan lingkungan dipandang sebagai bentuk komunikasi antara perusahaan dan pemangku kepentingannya (Zain *et al.*, 2021). Teori ini menjelaskan bahwa CSR adalah salah satu entitas untuk berkomunikasi dengan *stakeholder*, karena pengungkapan CSR merupakan bagian dari peran entitas ke *stakeholder* (Afandi *et al.*, 2019). Melalui pelaksanaan CSR, diharapkan hak-hak *stakeholder* dapat terpenuhi, yang pada gilirannya akan menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dan para pemangku kepentingannya. Menurut Arifin & Wardani, (2016), teori *stakeholder* menyatakan bahwa ketika perusahaan menghadapi berbagai harapan dari *stakeholder*, mereka akan lebih mampu menghasilkan kinerja perusahaan yang luar biasa.

Teori Legitimasi

Teori legitimasi menekankan bahwa organisasi dan perusahaan secara terus-menerus berupaya untuk memastikan bahwa kegiatan bisnis mereka sesuai dengan batasan dan norma yang berlaku dalam masyarakat. Teori legitimasi menjelaskan adanya kontrak sosial antara perusahaan dan masyarakat tempat perusahaan beroperasi. Anggaran dasar berfungsi sebagai sarana untuk mengklarifikasi berbagai harapan masyarakat mengenai cara organisasi harus menjalankan bisnisnya (Anggraeni *et al.*, 2024). Bentuk legitimasi dapat berubah seiring dengan pergeseran nilai-nilai dalam masyarakat dan lingkungan, yang memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan tersebut (Utami & Yusniar, 2020). Tanggung jawab sosial perusahaan adalah komitmen untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, yang menjadi upaya perusahaan untuk memperoleh legitimasi dari para pemangku kepentingan.

I-CSR

Penerapan I-CSR adalah elemen penting dalam upaya perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Syariati (2022) menyatakan bahwa I-CSR tidak hanya mencakup kewajiban perusahaan kepada pemegang saham, tetapi juga kepada masyarakat, lingkungan, dan ekosistem bisnis secara keseluruhan. Dengan menerapkan praktik I-CSR yang efektif, perusahaan dapat membangun reputasi yang solid, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan memperluas basis pelanggan. Penerapan I-CSR kini tidak dianggap sebagai biaya, melainkan sebagai investasi jangka panjang. Hal ini karena pelaksanaan program I-CSR memberikan manfaat positif tidak hanya bagi perusahaan, tetapi juga bagi keberlanjutan eksistensinya di masa depan. Perusahaan yang sukses dalam I-CSR akan menerima respons positif dari masyarakat dan investor, terutama dalam menghadapi fluktuasi harga saham yang terus meningkat (Murtiyanti *et al.*, 2022).

Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan perusahaan merupakan indikator krusial dalam mengevaluasi efisiensi dan produktivitas operasionalnya (Miftachurohmah *et al.*, 2023). Bank syariah merupakan lembaga yang sangat penting dalam perekonomian, sehingga perlu adanya pengawasan yang tepat terhadap kinerjanya. Profitabilitas dapat digunakan sebagai indikator untuk mengukur sejauh mana kinerja keuangan perusahaan. Profitabilitas bank diukur dalam bentuk persentase keuntungan, dengan salah satu rasio yang digunakan adalah Return On Assets (ROA). Untuk menilai kesehatan bank, Bank Indonesia (BI) menggunakan pengukuran melalui ROA. Sebagai lembaga pengawas bank, BI memfokuskan pada tingkat keuntungan yang dihitung berdasarkan

aset, yang bersumber dari dana simpanan nasabah (Murtiyanti *et al.*, 2022). Di sisi lain, Utami & Yusniar, (2020) mendefinisikan Return on Equity (RoE) sebagai rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa efektif sebuah perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagi pemegang saham. Oleh karena itu, ROA dan RoE memberikan gambaran umum tentang kinerja finansial perusahaan serta dapat digunakan untuk mengevaluasi dampak penerapan ICG dan ICSR terhadap hasil keuangan perusahaan di Indonesia (Haryati *et al.*, 2024).

METODE PENELITIAN

Penulisan dalam artikel ini menggunakan tinjauan literatur yang metodenya adalah *systematic literature review* (SLR). *Systematic Literature Review* (SLR) adalah proses pengumpulan, evaluasi, dan integrasi bukti-bukti yang relevan dengan fenomena yang sedang diteliti (Himawan *et al.*, 2024). Pada *literature review* ini menggunakan penjelasan secara deskriptif sehingga memudahkan pembaca dalam mendapatkan informasi topik yang dipilih penulis. Kriteria penulisan dilakukan dengan mengumpulkan beberapa artikel yang bersumber di *google scholar* dan *sciencedirect* dengan topik pengaruh I-CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan dalam waktu 5 tahun terakhir yaitu pada tahun 2019-2024. Populasi yang digunakan adalah mayoritas umat muslim baik dalam konteks global maupun negara spesifik. Metode penelitian yang digunakan menggunakan metode empiris berupa analisis data kuantitatif yang analisis datanya dapat berupa analisis regresi ataupun SEM-PLS. Pada penulisan *literature review* ini memiliki protokol skrining yang melibatkan beberapa hal antara lain adalah sebagai berikut:

1. Skrining judul dan abstrak: pada tahap ini mencari artikel yang ditemukan di database berupa *google scholar* dan *sciencedirect* dengan topik yang relevan. Apabila tidak sesuai maka akan segera dikeluarkan.
2. Skrining teks lengkap: artikel yang telah lolos akan diperiksa lebih lanjut berdasar teks lengkap yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Apabila telah sesuai maka artikel tersebut akan diterima.
3. Prosedur kriteria inklusi: artikel yang telah diterbitkan harus memiliki relevansi topik yang sesuai dan dipilih diterbitkan lima tahun terakhir. Apabila tidak sesuai, maka akan ditolak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data literature yang dikumpulkan dilakukan pada Desember 2024 berdasarkan tahun publikasi lima tahun terakhir, yaitu dari tahun 2019-2024 dengan menggunakan kata kunci “*Islamic Corporate Social Responsibility* (I-CSR)” dan “Kinerja Keuangan”. Dari hasil pencarian tersebut banyak referensi atau penelitian terdahulu terkait kata kunci tersebut, namun diseleksi kembali menjadi delapan artikel baik secara internasional ataupun nasional. Populasi yang digunakan pada tiap artikel memiliki jumlah yang cukup berbeda-beda, namun secara umum populasi yang digunakan dalam berbagai artikel pada penelitian ini adalah bank syariah di Indonesia yang terdiri dari bank-bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah. Selanjutnya populasi tersebut diambil untuk dijadikan sampel sesuai kriteria tiap penelitian.

Tabel 1. Hasil Penelitian Terdahulu

No	Tahun	Penulis	Judul	Hasil
1	2020	Lucia Ari Diyani, Chita Oktapriana	Implementation of Islamic Corporate Governance, Islamic Corporate Social	Penelitian ini mengkaji pengaruh penerapan ICG, ICSR dan Kesehatan Keuangan terhadap

No	Tahun	Penulis	Judul	Hasil
			Responsibility and Financial Performance Toward Reputation	reputasi, studi BUS di Indonesia. Hasil penelitian ini mengonfirmasi hasil beberapa penelitian sebelumnya, namun di sisi lain tidak mendukung hasil pengujian beberapa penelitian sebelumnya. Hasil menunjukkan bahwa ICSR, CAR, dan FDR berpengaruh positif dan negatif terhadap reputasi, sedangkan ICG dan OER tidak berpengaruh terhadap reputasi.
2	2021	Ichsan Setiyo Budi	Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) disclosure and Islamic Banks (IBs) performance: The application of stakeholder theory from Islamic perspective	Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengungkapan ICSR terhadap kinerja bank umum di Indonesia. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh indikator pengungkapan ICSR yang terdiri dari delapan indikator: kepatuhan syariah, perilaku etis, manajemen, sumber daya manusia, lingkungan, kegiatan sosial, produk dan layanan, penelitian dan pengembangan, dan pelatihan berpengaruh positif terhadap kinerja bank umum.
3	2022	Heni Febriyanti, Ari Kamayanti, Nur Indah Riwajanti	Islamic Social Reporting dan Islamic Corporate Governance Penentu Nilai Perusahaan.	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan ISR dan ICSR terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan dengan pendekatan kuantitatif. Hasil menunjukkan bahwa ISR dan ICSR

No	Tahun	Penulis	Judul	Hasil
				memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. ISR dan ICSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan namun tidak dapat memediasi pengaruh ISR dan ICSR pada nilai perusahaan.
4	2022	Siti Murtiyanti, Nur Kabib , Siti Aminah	Islamic Bank Financial Performance is Based on Islamic Corporate Social Responsibility, Islamic Corporate Governance and Intellectual Capital	Tujuan penelitian kali ini untuk mengetahui pengaruh ICSR, ICG, dan IC terhadap kinerja keuangan bank umum syariah Indonesia dengan NPF sebagai variabel moderasinya. Hasil uji secara simultan dan parsial variabel independent ICSR, ICG, IC berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Akan tetapi hal itu berubah setelah dimoderasi dengan NPF. Dimana ICSR, ICG, dan IC memiliki pengaruh negatif dan signifikan.
5	2024	Tantina Haryati, Acynthia Ayu Wilasittha, Sofie Yunida Putri	Implementasi Tata Kelola dan Tanggung Jawab Sosial dalam Menunjang Kinerja Keuangan Saham Syariah Indonesia	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji korelasi antara Tata Kelola Perusahaan Islam (ICG) dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Islam (ISR) dengan kinerja keuangan perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI). Hasil menunjukkan bahwa

No	Tahun	Penulis	Judul	Hasil
				adopsi ICG berdampak positif terhadap kinerja keuangan organisasi, sedangkan adopsi ICSR tidak berdampak substansial.
6	2024	Fitri Sagantha	Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility dan Dana Zakat Terhadap Reputasi Dan Profitabilitas Bank Syariah	Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ICSR (Islamic Corporate Social Responsibility) dan Zakat terhadap Reputasi dan Profitabilitas pada Bank Syariah di Indonesia. Hasil menunjukkan bahwa pengungkapan ICSR tidak berpengaruh terhadap reputasi begitupun dengan Profitabilitas sedangkan Zakat berpengaruh terhadap Reputasi begitupun dengan Profitabilitas. Dan ICSR dan Zakat berpengaruh terhadap Reputasi dan terhadap Profitabilitas.
7	2023	Jihan Dwi Rizka Rizwanti, Lu'lu' Il Maknuun, Rahman Yusri Aftian	Islamic Corporate Social Responsibility Effect On Financial Performance And Reputation In OJK-Listed Banks	Penelitian ini mengkaji dampak Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Islam (HKI) terhadap kinerja keuangan dan reputasi perusahaan dalam konteks bank umum Islam di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ICSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA, yang mengindikasikan dampak yang terbatas terhadap kinerja keuangan berbasis aset bank. Namun, ICSR memiliki pengaruh positif terhadap ROE, yang

No	Tahun	Penulis	Judul	Hasil
				menunjukkan bahwa ICSR meningkatkan kepercayaan investor dan berkontribusi positif terhadap kinerja keuangan berbasis ekuitas. Penelitian ini memberikan wawasan berharga mengenai dampak diferensial ICSR pada berbagai dimensi kinerja bank umum Islam dan menyoroti area potensial untuk penelitian lebih lanjut di bidang tanggung jawab sosial perusahaan dan manajemen keuangan di sektor perbankan Islam.
8	2024	A. Zuliansyah, Nurhayati, Della Amelya	Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Iklan Islami terhadap Reputasi Perusahaan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Pengguna Shopeefood di Kota Bandar Lampung)	Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Corporate Social Responsibility dan Iklan Islami terhadap Reputasi Perusahaan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening pada pengguna aplikasi Shopeefood di Kota Bandar Lampung dalam perspektif bisnis islam. Hasil menunjukkan bahwa variabel Corporate Social Responsibility dan Iklan Islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap Reputasi Perusahaan. Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Reputasi Perusahaan. Variabel Kepuasan Pelanggan menjadi mediasi

No	Tahun	Penulis	Judul	Hasil
				pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Reputasi Perusahaan. Sementara, Kepuasan Pelanggan tidak mampu memediasi pengaruh Iklan Islami terhadap Reputasi Perusahaan.

Setelah mencari literatur yang sesuai, diperoleh delapan jurnal yang memenuhi kriteria. Berdasarkan kedelapan jurnal yang telah didapatkan, pendekatan yang digunakan adalah berbasis kuantitatif dimana menggunakan perhitungan dan rumus saat melakukan analisis data. Metode tersebut akan lebih terukur karena dilengkapi oleh angka-angka dan statistic serta dengan dilakukannya pengujian hipotesis yang jelas. Walaupun semua metode yang digunakan adalah kuantitatif, namun, cara mengolah data dilakukan berbeda yaitu menggunakan analisis regresi dan analisis SEM-PLS. Penentuan sampel pada setiap literatur adalah *purposive sampling* dimana menggunakan kriteria-kriteria tertentu sebagai syarat menjadi sampel. Data yang dikumpulkan pada umumnya menggunakan data sekunder dan data primer berupa survei dengan sebuah kuisioner berbentuk *google form*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan tinjauan penelitian yang telah dilakukan oleh delapan peneliti sebelumnya dan dikaitkan dengan teori yang mendasari penelitian terkait *Islamic Corporate Social Responsibility* (I-CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan, maka penulis mendapatkan hasil bahwa:

1. Adanya penerapan I-CSR dalam suatu perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan seperti bank memiliki pengaruh positif. Hal ini dikarenakan I-CSR dapat meningkatkan kepercayaan publik, meskipun dampaknya terhadap nilai perusahaan lebih terbatas. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa pengaruh ICSR terhadap kinerja keuangan juga dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti *NonPerformingFinancing* (NPF) dan adopsi *Islamic Corporate Governance* (ICG).
2. Penerapan *Islamic Corporate Social Responsibility* (I-CSR) yang transparan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan dan berkontribusi pada keberlanjutan aktivitas bisnis. Pengungkapan yang baik mengenai kegiatan sosial dapat memperkuat posisi perusahaan di pasar dan meningkatkan kinerja keuangan. Temuan ini memberikan wawasan bagi perusahaan untuk lebih memperhatikan praktik tata kelola dan tanggung jawab sosial, serta menyoroti pentingnya prinsip-prinsip Islam dalam pengelolaan perusahaan. Selain itu, investor cenderung lebih tertarik untuk berinvestasi di perusahaan yang menunjukkan komitmen terhadap tanggung jawab sosial dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Islam. Oleh karena itu, perusahaan dengan praktik I-CSR yang baik berpotensi menarik lebih banyak investasi, yang pada gilirannya dapat meningkatkan nilai pasar dan kinerja keuangan.
3. Secara keseluruhan, hasil literature review menunjukkan adanya ungkapan bahwa I-CSR memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Dalam jangka panjang, perusahaan yang konsisten dengan prinsip I-CSR cenderung memiliki posisi yang lebih baik dalam pasar yang semakin mengutamakan etika dan tanggung jawab sosial.

PENUTUP

Berdasarkan hasil literatur review yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* (I-CSR) memiliki pengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan, khususnya di sektor perbankan. I-CSR dapat meningkatkan kepercayaan publik dan memperkuat reputasi perusahaan, meskipun dampaknya terhadap nilai perusahaan bisa lebih terbatas. Pengungkapan yang transparan mengenai kegiatan sosial dan keberlanjutan bisnis tidak hanya meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat, tetapi juga menarik minat investor. Oleh karena itu, perusahaan khususnya di sektor perbankan perlu lebih memperhatikan praktik tata kelola yang baik dan mematuhi prinsip-prinsip Islam dalam operasional mereka.

REFERENSI

- Afandi, A. A., Supaijo, & Ningsih, N. W. (2019). Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) Terhadap Reputasi Perusahaan (Studi Empiris Pada Bank Umum Syariah di Indonesia yang Terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan Indonesia Periode 2014-2017). *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 7(1), 39–58. <https://e-journal.metrouniv.ac.id/index.php/adzkiya/article/view/1471/1559>
- Anggraeni, F., Ferli Pebrianti, & Yaya Nuralfaza. (2024). Literature Riview: Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Perusahaan Manufaktur). *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 1(3), 684–691. <https://doi.org/10.59407/jmie.v1i3.709>
- Angraini, B., & Murtanto. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1823–1830. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.16424>
- Arfiansyah, A. (2020). Tinjauan Etika Bisnis Islam dalam Corporate Social Responsibility PT. Garudafood Kabupaten Pati. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 654. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1411>
- Arifin, J., & Wardani, E. A. (2016). Islamic corporate social responsibility disclosure, reputasi, dan kinerja keuangan: Studi pada bank syariah di Indonesia. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia* 20(1) Juni 2016, 20(1), 1–10.
- Budi, I. S. (2021). Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) disclosure and Islamic Banks (IBs) performance: The application of stakeholder theory from Islamic perspective. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 25(1), 76–86. <https://doi.org/10.20885/jaai.vol25.iss1.art8>
- Diyani, L. A., & Oktapriana, C. (2020). Implementation of Islamic Corporate Governance, Islamic Corporate Social Responsibility and Financial Performance Toward Reputation (Study of Sharia Commercial Bank in Indonesia). *AICAR*, 127(Aicar 2019), 132–136. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200309.030>
- Febriyanti, H., Kamayanti, A., & Riwayatanti, N. I. (2022). Islamic Social Reporting Dan Islamic Corporate Governance Sebagai Penentu Nilai Perusahaan. *Imanensi: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi Islam*, 7(1), 1–12. <https://doi.org/10.34202/imanensi.7.1.2022.1-12>

- Haryati, T., Wilasittha, A. A., & Putri, S. Y. (2024). Implementasi Tata Kelola dan Tanggung Jawab Sosial dalam Menunjang Kinerja Keuangan Saham Syariah Indonesia. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 8(3), 2941–2951. <https://doi.org/10.33395/owner.v8i3.2272>
- Himawan, I., Suwela, N., Sihombing, R. A., Triyadi, T., & Fauzi, A. (2024). Geografi Informasi Sistem Peternakan Burung di Jabodetabek Menggunakan Metode SLR. *Technologia : Jurnal Ilmiah*, 15(2), 236. <https://doi.org/10.31602/tji.v15i2.13910>
- Miftachurohmah, N., Judijanto, L., Rizani, A., Destiana, R., November, U. S., Jakarta, K. I., Palangkaraya, U., & Negeri, U. (2023). Integrasi Faktor ESG dalam Indeks Saham Syariah. *Journal Of International Multidisciplinary Research Integrasi*, 1(2), 251–264.
- Murtiyanti, S., Kabib, N., & Aminah, S. (2022). Islamic bank financial performance is based on Islamic Corporate Social Responsibility, Islamic Corporate Governance and intellectual capital. *Islamic Accounting Journal*, 2(2), 28–59. <https://doi.org/10.18326/iaj.v2i2.28-59>
- Rizwanti, J. D., Maknuun, L. Il, & Yusri Aftian, R. (2023). Islamic Corporate Social Responsibility Effect on Financial Performance and Reputation In OJK-Listed Banks. *Invest Journal of Sharia & Economic Law*, 3(2), 203–223. <https://doi.org/10.21154/invest.v3i2.5991>
- 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>
- Utami, R., & Yusniar, M. W. (2020). Pengungkapan Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) Dan Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening. *EL MUHASABA*, 11(2), 162–176.
- Walad, M. M., Anggraini, T., & Yanti, N. S. (2023). The Influence Of Islamic Corporate Social Responsibility And Islamicity Performance Index Disclosure On Company Reputation. *International Journal of Economics, Business And Accounting Reasech (IJEBAR)*, 7(3), 1–9.
- Zain, R. N. W., Hendriyani, C., Nugroho, D., & Ruslan, B. (2021). Implementation of CSR Activities from Stakeholder Theory Perspective in Wika Mengajar. *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 3(1), 102–107. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v3i1.1846>
- Zuliansyah, A., Nurhayati, & Amelya, D. (2024). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Iklan Islami terhadap Reputasi Perusahaan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening dalam Perspektif Bisnis Islam. *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 4(4), 225–242.