

**ANALISIS PENGARUH RASIO FUNGSI SOSIAL DAN FUNGSI EDUKASI
DALAM LAPORAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP
PROFITABILITAS BANK SYARIAH DI INDONESIA
TAHUN PERIODE 2014-2020**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



OLEH :

**MIRANDA KHOIRUNNISAA QOTHRUNNADAA
NIM. 18.52.31.246**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID
SURAKARTA
2022**

ANALISIS PENGARUH RASIO FUNGSI SOSIAL DAN FUNGSI EDUKASI
DALAM LAPORAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP
PROFITABILITAS BANK SYARIAH DI INDONESIA TAHUN PERIODE
2014-2020

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

MIRANDA KHOIRUNNISAA QOTHRUNNADAA
NIM. 18.52.31.246

Surakarta, 24 Oktober 2022

Disetujui dan disahkan oleh:
Dosen Pembimbing Skripsi



Dr. Indah Piliyanti, S.Ag., M.S.I

NIP. 19780318 200912 2 001

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : MIRANDA KHOIRUNNISAA QOTHRUNNADAA

NIM : 185231246

PROGRAM STUDI : PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait skripsi saya yang berjudul “ANALISIS PENGARUH RASIO FUNGSI SOSIAL DAN FUNGSI EDUKASI DALAM LAPORAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP PROFITABILITAS BANK SYARIAH (Studi Kasus pada Bank Umum Syariah Periode Tahun 2014-2020)”

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data melalui laporan keuangan bank umum syariah dan OJK. Apabila di kemudian hari diketahui skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 24 Oktober 2022



Miranda Khoirunnisaa Qothrunnadaa

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : MIRANDA KHOIRUNNISAA QOTHRUNNADAA

NIM : 185231246

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul “ANALISIS PENGARUH RASIO FUNGSI SOSIAL DAN FUNGSI EDUKASI DALAM LAPORAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP PROFITABILITAS BANK SYARIAH (Studi Kasus pada Bank Umum Syariah Periode Tahun 2014-2020)”

Benar-benar bukan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Surakarta, 24 Oktober 2022



Miranda Khoirunnisaa Qothrunnadaa

Dr. Indah Piliyanti, S.Ag., M.S.I
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi

Sdr : Miranda Khoirunnisaa Qothrunnadaa

Kepada Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Miranda Khoirunnisaa Qothrunnadaa NIM: 18.52.31.246 yang berjudul:

“ANALISIS PENGARUH RASIO FUNGSI SOSIAL DAN FUNGSI EDUKASI
DALAM LAPORAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP
PROFITABILITAS BANK SYARIAH DI INDONESIA TAHUN PERIODE
2014-2020”

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Perbankan Syariah. Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 24 Oktober 2022



Dr. Indah Piliyanti, S.Ag., M.S.I

NIP. 19780318 200912 2 001

PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH RASIO FUNGSI SOSIAL DAN FUNGSI
EDUKASI DALAM LAPORAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* TERHADAP PROFITABILITAS
BANK SYARIAH DI INDONESIA
TAHUN PERIODE 2014-2020**

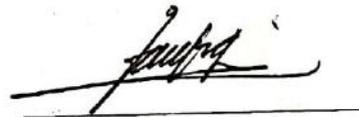
Oleh:

MIRANDA KHOIRUNNISAA QOTHRUNNADAA
NIM. 18.52.31.246

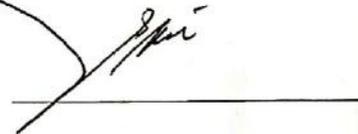
Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah
pada hari Senin tanggal 07 November 2022 M / 12 Rabiul Akhir 1444 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Taufiq Wijaya, S.H.I., M.Si
NIP. 19721218 200901 1 010



Penguji II
Supriyanto, M.Ud
NIP. 19860306 201503 1 005

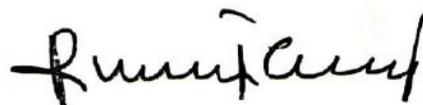


Penguji III
Rahmawati Khoiriyah, M.E
NIP. 19921127 202012 2 022



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta



Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si.
NIP. 19720304 200112 1 004



MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(Q.S Al Baqarah 286)

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain.”

(Q.S Al Insyirah 6-7)

“Barang siapa keluar untuk mencari ilmu, maka ia akan berada di jalan Allah hingga ia kembali.”

(H.R Tirmidzi)

“Rahasia untuk maju adalah memulai.”

(Mark Twain)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, dengan penuh rasa syukur, kupersembahkan karya sederhana ini untuk:

Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Agung Zunianto dan Ibu Siti Alimah yang selalu memberikan dukungan, semangat dan doa, yang sudah banyak berkorban untuk saya dalam mengerjakan skripsi ini.

Dua adik saya tersayang, Arul dan Rafi yang sudah menjadi adik yang baik selama saya menyelesaikan skripsi ini.

Seluruh keluarga besar saya (Uti, Kakung, Mbak Titik, dll) yang sudah membantu saya banyak hal selama mengerjakan skripsi.

Dua sahabat baik sekaligus manusia favorit saya, Klusy Ursula, S.M dan Dhimas Unggul Mahendra, S.Kom yang selalu memberikan semangat dan bantuan sehingga skripsi ini bisa selesai dengan baik.

Keluarga Toko Al Madinah yang sudah memberi dukungan dan mengizinkan saya memprioritaskan waktu kuliah.

Teman-teman seperjuangan saya (Alpi, Alifia, Musfiroh, Nabila, Ana) terima kasih atas semua kata semangat yang saling terlontar, *see you guys on top!*

Surakarta, 24 Oktober 2022

Miranda Khoirunnisaa Qothrunnadaa

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Rasio Fungsi Sosial dan Fungsi Edukasi Dalam Laporan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas Bank Syariah Di Indonesia Tahun Periode 2014-2020”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) dalam Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa telah banyak dukungan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, dan tenaganya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Mudofir, S.Ag., M.Pd, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
3. Budi Sukardi, S.E.I., M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah.
4. Rais Sani Muharrami, S.E.I, M.E.I selaku Ketua Jurusan Program Studi Perbankan Syariah.

5. Dr. Indah Piliyanti, S.Ag., M.S.I. Selaku pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya, memberikan masukan, memberikan bimbingan serta memberikan dukungan selama penulis menyelesaikan skripsi.
6. Bapak Supriyanto, M.Ud. Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi
8. Seluruh Staf dan Karyawan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa dan puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 24 Oktober 2022

Miranda Khoirunnisaa Qothrunnadaa

ABSTRACT

The fluctuating profitability of Islamic banks encourages management to evaluate and determine steps to improve the performance of Islamic banks through their social activities. This study aims to determine the effect of social function variables and educational functions in Corporate Social Responsibility on profitability at Islamic Commercial Banks in Indonesia in the 2014-2020 period.

This study used quantitative methods and used secondary data on a time series. The sampling technique in this study used purposive sampling with the criteria of Islamic Commercial Banks that report CSR in full in 2014-2020. The population in this study used annual financial report data in 2014-2020 Islamic Commercial Banks in Indonesia. The sample used is 36 consisting of 6 Islamic Commercial Banks that have been registered with the Financial Services Authority (OJK). The variables of this study used 2 variables, namely the dependent variable and the independent variable. The dependent variable (Y) is ROA, while the independent variable (X) is a social function and an educational function. The data analysis technique used is multiple linear regression using SPSS version 23.

Based on testing and the results of data analysis and discussion of data analysis, it can be concluded that social function variables have a significant positive influence on ROA. While the education function variable also has a significant effect on ROA.

Keywords: social function, educational function, ROA

ABSTRAK

Profitabilitas bank syariah yang naik turun mendorong manajemen dalam mengevaluasi dan menentukan langkah untuk meningkatkan kinerja bank syariah melalui aktivitas sosialnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel fungsi sosial dan fungsi edukasi dalam *Corporate Social Responsibility* terhadap profitabilitas pada Bank Umum Syariah di Indonesia pada periode 2014-2020.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan data sekunder pada runtun waktu. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria Bank Umum Syariah yang melaporkan CSR secara lengkap pada tahun 2014-2020. Populasi dalam penelitian ini menggunakan data laporan keuangan tahunan pada tahun 2014-2020 Bank Umum Syariah di Indonesia. Sampel yang digunakan berjumlah 36 yang terdiri dari 6 Bank Umum Syariah yang telah terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Variabel penelitian ini menggunakan 2 variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen (Y) adalah ROA, sedangkan variabel independen (X) adalah fungsi sosial dan fungsi edukasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda menggunakan SPSS versi 23.

Berdasarkan pengujian dan hasil analisis data serta pembahasan analisis data maka dapat disimpulkan bahwa variabel fungsi sosial mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap ROA. Sedangkan variabel fungsi edukasi juga berpengaruh signifikan terhadap ROA.

Kata kunci : fungsi sosial, fungsi edukasi, ROA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN	iii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI	iv
NOTA DINAS	v
PENGESAHAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRACT	xi
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	9

1.3	Batasan Masalah.....	9
1.4	Rumusan Masalah	10
1.5	Tujuan Penelitian.....	10
1.6	Manfaat Penelitian.....	10
1.7	Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI.....		13
2.1	Kajian Teori.....	13
2.1.1	Profitabilitas	13
2.1.2	<i>Corporate Social Responsibility</i>	14
2.1.3	<i>Metode Corporate Social Responsibility</i>	16
2.1.4	Fungsi Sosial.....	18
2.1.5	Fungsi Edukasi.....	21
2.1.6	Perbankan Syariah	23
2.2	Penelitian Terdahulu	25
2.3	Kerangka Berpikir	30
2.4	Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN		34
3.1.	Waktu dan Wilayah Penelitian.....	34
3.2.	Jenis Penelitian.....	34

3.3.	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	34
3.3.1.	Populasi.....	34
3.3.2.	Sampel.....	35
3.3.3.	Teknik Pengambilan Sampel	35
3.4.	Data dan Sumber Data.....	36
3.4.1.	Data	36
3.4.2.	Sumber Data.....	36
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	36
3.6.	Variabel Penelitian	37
3.6.1.	Variabel Bebas (Independen).....	37
3.6.2.	Variabel Terikat (Dependen)	37
3.7.	Definisi Operasional Variabel	37
3.8.	Teknik Analisis Data	40
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1	Gambaran Umum Penelitian	45
4.2	Pengujian dan Hasil Analisis Data	45
4.2.2.	Uji Asumsi Klasik	47
4.2.3.	Uji Ketepatan Model.....	53
4.2.4.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	55

BAB V PENUTUP	61
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2. Keterbatasan Penelitian	62
5.3. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian yang Relevan	25
Tabel 3. 1 Sampel	35
Tabel 4. 1 Hasil Uji Statistik Deskriptif (sebelum <i>outlier</i>).....	46
Tabel 4. 2 Hasil Uji Normalitas (sebelum <i>outlier</i>).....	47
Tabel 4. 3 Hasil Uji Statistik Deskriptif (sesudah <i>outlier</i>).....	48
Tabel 4. 4 Data sebelum dan sesudah <i>outlier</i>	49
Tabel 4. 5 Hasil Uji Normalitas (sesudah <i>outlier</i>)	50
Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinearitas	51
Tabel 4. 7 Hasil Uji Autokorelasi	52
Tabel 4. 8 Hasil Uji Glejser	53
Tabel 4. 9 Hasil Uji F.....	54
Tabel 4. 10 Hasil Uji R ²	55
Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	56
Tabel 4. 12 Hasil Uji T Statistik	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Profitabilitas Bank Umum Syariah	2
--	---

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Jadwal Penelitian.....	66
Lampiran 2: Data Penelitian	67
Lampiran 3: Hasil Uji Analisis Data.....	68
Lampiran 4: Daftar Riwayat Hidup	73
Lampiran 5 : Hasil Cek Plagiasi	74

BAB I

PENDAHULUAN

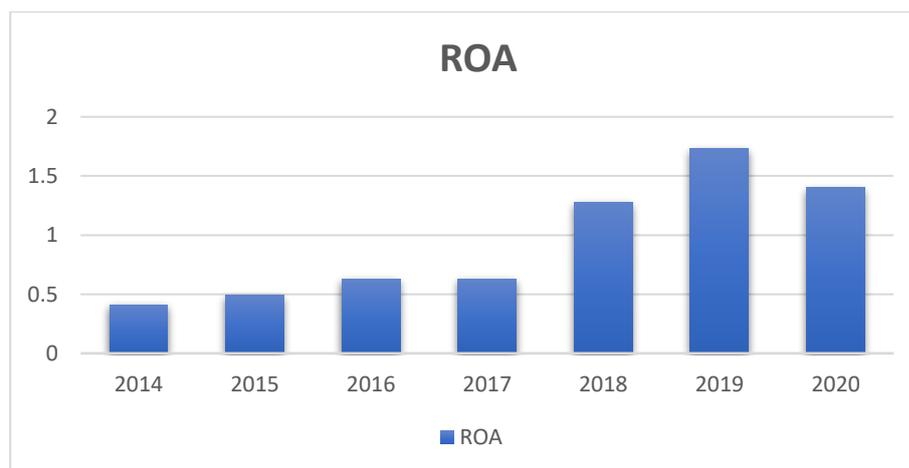
1.1 Latar Belakang Masalah

Sebagai negara yang mayoritas penduduk beragama Islam, kebutuhan masyarakat Indonesia terhadap pelayanan yang sesuai dengan ketentuan syariah semakin meningkat. Salah satunya adalah pelayanan dalam bidang keuangan, khususnya perbankan. Menurut KBBI, bank merupakan badan usaha di bidang keuangan yang menarik dan mengeluarkan uang dalam masyarakat, terutama memberikan kredit dan jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang. Sedangkan bank syariah adalah bank yang didasarkan atas hukum Islam.

Dalam perekonomian, perbankan syariah berperan penting sebagai lembaga intermediasi bagi segala sektor. Kiprah industri keuangan syariah wajib ditingkatkan secara kontributif dan inklusif sebab lembaga keuangan syariah adalah salah satu alternatif sumber pembiayaan program pembangunan nasional untuk pemerataan kesejahteraan masyarakat. Saat ini, perekonomian dalam negeri maupun global juga mengalami penurunan dan kondisi yang tidak stabil dampak dari pandemi covid-19. Maka dari itu, sangat penting untuk meningkatkan kekuatan industri keuangan syariah dalam menghadapi risiko-risiko tersebut. Perkembangan industri keuangan syariah juga diperlukan untuk menjaga masalah antar umat muslim dalam kehidupan dunia dan akhirat (Anisa dan Anwar, 2021).

Pertumbuhan dan perkembangan bank syariah sangat dipengaruhi oleh kemampuan bank dalam menghasilkan profitabilitas. Kinerja bank yang kurang baik dapat ditandai dengan rendahnya tingkat profitabilitas bank. Profitabilitas menjadi hal yang sangat penting yang harus ditingkatkan perbankan syariah agar terus berkembang. Maka dari itu perlu diketahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kinerja perbankan syariah sehingga kinerjanya baik dan mampu meningkatkan profitabilitasnya (Fatmawati dan Hakim, 2020).

Gambar 1. 1 Profitabilitas Bank Umum Syariah



Sumber: Statistik Perbankan Syariah 2021

Pada grafik diatas dapat diketahui bahwa profitabilitas bank syariah tidak signifikan selama sembilan tahun terakhir. Terjadi peningkatan profitabilitas pada tahun 2015 dan 2016 namun menurun pada tahun 2017, begitu juga tahun-tahun setelahnya. Maka dari itu, perbankan syariah memerlukan berbagai cara agar bisa terus meningkatkan performa dan profitabilitasnya. Salah satu cara yang dapat

dilakukan adalah melaksanakan praktik *Corporate Social Responsibility*. *Corporate Social Responsibility* (CSR) mampu digunakan sebagai alat komunikasi dalam hubungan masyarakat untuk menciptakan citra dan reputasi yang lebih baik. Praktik CSR dapat meningkatkan kepercayaan terhadap perusahaan, contohnya kepercayaan masyarakat terhadap produk perusahaan, serta yang lebih luas meningkatnya kepercayaan para pemangku kepentingan lainnya atas aktivitas operasional perusahaan yang dapat mempengaruhi masa depan perusahaan (Prasojo *et al.*, 2018).

Corporate Social Responsibility ialah salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan untuk pembangunan ekonomi mapan dalam upaya meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungan. CSR juga merupakan komitmen perusahaan terhadap kepentingan *stakeholder* dalam arti yang luas, bukan hanya kepentingan perusahaan saja. Kelangsungan hidup perusahaan sangat bergantung pada bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat, sebagai bentuk aktivitas bisnis perusahaan (Yusuf, 2017: 3).

Corporate Social Responsibility di Indonesia diatur dalam Peraturan Pemerintah No.47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. *Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions* (AAOIFI) mengungkapkan bahwa CSR adalah kegiatan yang dilakukan lembaga keuangan Islam untuk memenuhi kepentingan religius, ekonomi, hukum, etika dan tanggung jawab diskresi sebagai lembaga *financial intermediary* baik itu bagi individu maupun bagi institusi. Dapat disimpulkan bahwa keberadaan CSR adalah memperkokoh keberlanjutan perusahaan dengan membangun kerjasama

antar *stakeholder* yang diharapkan akan mewujudkan keseimbangan antar manusia, sosial, ekonomi dan lingkungan (Mulyati, *et al.*, 2019).

Perkembangan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia mengalami peningkatan baik dalam kuantitas maupun kualitas dibandingkan dari tahun-tahun sebelumnya. Dimana pelaporan tentang CSR perusahaan yang awal penyalurannya bersifat sukarela (*voluntary*) menjadi bersifat wajib (*mandatory*) dengan terbentuknya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas bahwa laporan tahunan harus memuat beberapa informasi, salah satunya adalah laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Sedangkan pelaporan sosial syariah, *Islamic Social Reporting* (ISR) masih dalam bentuk sukarela (*voluntary*), sehingga bentuk pelaporan CSR setiap perusahaan syariah menjadi tidak sama. Pelaporan yang tidak sama tersebut disebabkan tidak adanya standart yang baku secara syariah tentang pelaporan CSR syariah.

Mengingat begitu pentingnya implementasi indeks ISR dalam pelaporan CSR di bank syariah, memicu para peneliti untuk menguji dan menganalisis penerapan indeks ISR itu sendiri pada bank syariah di Indonesia. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Fitria dan Hartanti (2010), yang membandingkan pengungkapan berdasarkan *Global Reporting Initiative Index* dengan *Islamic Social Reporting Index*. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial pada tiga bank syariah masih terbatas atau hanya dapat memenuhi 50% jika diukur dengan *Islamic Social Reporting Index*, pengungkapan berdasarkan *Global Reporting Initiative Index* lebih tinggi score

nya daripada *Islamic Social Reporting Index*. Dikarenakan indikator *Islamic Social Reporting Index* kurang komprehensif.

Pada UU. No. 40 tahun 2007 tersebut juga menjelaskan bahwa setiap perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Barang siapa perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban tersebut akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Dengan ditetapkannya peraturan tersebut, maka setiap perusahaan yang melakukan kegiatan usahanya di bidang atau yang berkaitan dengan pemanfaatan sumber daya alam, wajib melakukan kegiatan CSR. Dengan berlakunya peraturan baru tersebut, kegiatan CSR kini bukan lagi hanya bersifat sukarela, namun telah menjadi sebuah kewajiban bagi perusahaan (Aliah, *et al.*, 2020).

Dalam dekade terakhir ini CSR di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal tersebut menghasilkan dua metode baru yang diperkenalkan oleh Untung (2008) yaitu *cause branding* yang lebih berfokus pada *brand image* perusahaan dan *venture philanthropy* yang masih sama dengan konsep CSR pada awalnya, yaitu *charity*, *philanthropy* dan *community development*.

Dari uraian diatas dapat memberikan bukti bahwa terdapat suatu hubungan antara praktik kegiatan CSR, dengan strategi perusahaan dalam meningkatkan profitabilitas bagi perusahaan. Dengan perusahaan melakukan praktik CSR, secara tidak langsung hal tersebut menjadi salah satu kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan terhadap masyarakat dan para investor. Perusahaan akan menarik hati

masyarakat dan investor dengan kegiatan-kegiatan sebagai bentuk tanggungjawab terhadap lingkungan. Masalah tanggung jawab sosial perusahaan kepada lingkungan sosial yang semakin banyak disoroti, maka penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis pengaruh kepedulian sosial perusahaan perbankan syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan terhadap profitabilitas yang dihasilkan. Biaya-biaya sosial sebagai wujud pelaksanaan CSR perusahaan dikaitkan dengan profitabilitas perusahaan, terutama pada *return* yang akan diterima perusahaan.

Kinerja sosial bank syariah meliputi fungsi sosial dan fungsi edukasi. Fungsi sosial bank syariah ditunjukkan dengan penyaluran zakat perusahaan dan pembiayaan qardh. Sedangkan fungsi edukasi dipresentasikan dengan menarik minat dan kesadaran masyarakat dalam bermuamalah melalui kegiatan promosi.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Zainul Arifin (2017) yang berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dengan *Cause Branding* dan *Venture Philanthropy* Terhadap Profitabilitas Bank Syariah”. Penelitian ini menganalisis dan membahas kinerja CSR dengan *cause branding* dan *venture philanthropy* melalui fungsi sosial dan fungsi edukasi serta profitabilitas bank syariah dari tahun 2010 hingga 2015 dan terutama pengaruh kedua fungsi tersebut terhadap profitabilitas. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa CSR melalui fungsi sosial sudah maksimal sementara fungsi edukasi dan profitabilitas bank syariah masih perlu ditingkatkan. Dalam hal ini, fungsi sosial dan fungsi edukasi masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas bank syariah.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Aliah Pratiwi, Nafisah Nurulrahmatia, dan Puji Muniarty (2020) berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap profitabilitas yang di *proxy* kan dengan *Return On Asset* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE) pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI. Penelitian ini menghasilkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas dalam hal ini di ukur dengan ROA dan ROE.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nurhayati, Eliana, dan Neneng Juniarti (2021) berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Menggunakan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2016-2018)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating. Penelitian ini menggunakan sampel dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2016-2018. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian profitabilitas berpengaruh terhadap hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Penelitian oleh Sohanur Rahman (2016) yang berjudul “*Causality between Profitability and Corporate Social Responsibility: Evidence from Selected Banks*”

in Bangladesh”. Studi eksplorasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi dampak profitabilitas pada *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari bank komersial yang dikutip di Dhaka Stock Exchange (DSE), Bangladesh. Penelitian ini menggunakan informasi sekunder dari Laporan Tahunan lima belas (15) bank dan menggunakan *Net Interest Margin* (NIM), Rasio Biaya terhadap Pendapatan (CIR), *Return On Aset* (ROA), *Return On Equity* sebagai variabel *proxy* untuk pengukuran profitabilitas. Studi ini mengungkapkan bahwa ada dampak positif profitabilitas terhadap CSR bank. Selanjutnya, penelitian ini juga menemukan dampak yang tajam dari EPS dan ROA pada profitabilitas daripada NIM, CIR dan ROE. Jadi dapat dirujuk dari temuan bahwa jika profitabilitas meningkat bank menjadi lebih didorong untuk berinvestasi dalam CSR di Bangladesh Konteks.

Dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*, bank Syariah menerapkan dua metode sekaligus yaitu *Cause Branding* dan *Venture Philanthropy*. Metode *Cause Branding* dipresentasikan dengan transaksi Qardh dan kegiatan promosi, sementara *Venture Philanthropy* dipresentasikan ke dalam penyaluran zakat. Penelitian mengenai *Corporate Social Responsibility* di bank syariah dengan kedua metode tersebut masih jarang dilakukan. Maka dari itu berdasarkan latar belakang diatas dan beberapa hasil penelitian terdahulu yang berbeda maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan menggunakan data yang lebih up to date. Sehingga pada penelitian ini penulis memberi judul **“Analisis Pengaruh Rasio Fungsi Sosial dan Fungsi Edukasi Dalam Laporan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas Bank Syariah Di Indonesia Tahun Periode 2014-2020”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Permasalahan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Rasio Fungsi Sosial dan Fungsi Edukasi Dalam Laporan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas Bank Syariah (Studi Kasus pada Bank Umum Syariah Periode Tahun 2014-2020)”. dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Belum maksimalnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di Bank Syariah di Indonesia meskipun perbankan syariah mengalami peningkatan.
2. Ada perbedaan hasil pada penelitian terdahulu.

1.3 Batasan Masalah

Batasan penelitian digunakan untuk membatasi permasalahan penelitian yang akan diteliti sehingga tidak menyimpang dari tujuan yang dikehendaki. Karena adanya keterbatasan waktu dan tenaga untuk penelitian ini maka peneliti membatasi supaya bisa melakukan penelitian lebih mendalam lagi. Untuk itu peneliti memberi batasan :

1. Penelitian dilakukan pada 10 Bank Umum Syariah di Indonesia, yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan dan melaporkan laporan tahunan pada periode 2014-2020.
2. Penelitian ini mengfokuskan tentang pengaruh rasio fungsi sosial dan fungsi edukasi dalam *Corporate Social Responsibility* terhadap profitabilitas Bank Syariah.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Rasio Fungsi Sosial (Zakat dan Qardh) berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas Bank Syariah?
2. Apakah Rasio Fungsi Edukasi (*Corporate Social Marketing*) berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas Bank Syariah?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan di atas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh Rasio Fungsi Sosial (Zakat dan Qardh) terhadap profitabilitas Bank Syariah.
2. Untuk mengetahui ada atau tidaknya Pengaruh Rasio Fungsi Edukasi (*Corporate Social Marketing*) terhadap profitabilitas Bank Syariah.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kontribusi sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah ilmu dan wawasan penulis mengenai *Corporate Social Responsibility* di Bank Syariah. Serta menjadi sarana penulis dalam mempraktekkan ilmu yang didapat selama perkuliahan.

2. Bagi Akademisi

Menambah sumber informasi dan wawasan bagi mahasiswa tentang *Corporate Social Responsibility* Bank Syariah. Serta dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas serta menyeluruh mengenai penulisan penelitian, maka dibuat sistematika penelitian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang yang menjelaskan secara singkat mengenai analisis pengaruh rasio fungsi sosial dan fungsi edukasi dalam laporan *Corporate Social Responsibility* terhadap profitabilitas Bank Syariah, identifikasi masalah, Batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, jadwal penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka yang mendukung penelitian. Selain itu bab ini juga berisi kerangka pemikiran, hasil penelitian terdahulu yang relevan dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang waktu dan wilayah penelitian, jenis penelitian kuantitatif, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional penelitian teknik analisis yang didalamnya dijelaskan uji instrument penelitian, uji asumsi klasik, uji ketepatan model.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini berisi gambaran umum penelitian, pengujian dan hasil analisis data, pembahasan hasil analisis data (Pembuktian Hipotesis).

BAB V PENUTUP

Pada bagian ini merupakan rangkaian dari penelitian yang terdiri dari kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran-saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Profitabilitas

Indikator yang paling tepat digunakan untuk mengukur kinerja suatu bank adalah profitabilitas. *Return of asset* atau ROA ialah salah satu indikator dari rasio profitabilitas yang digunakan untuk pengukuran kinerja. Penggunaan ROA dalam pengukuran kinerja karena ROA dapat mengukur efektifitas suatu perusahaan dalam menghasilkan pendapatan dengan memanfaatkan asset yang dimiliki (Rachmat dan Komariah, 2017).

Kinerja bank merupakan gambaran kondisi bank pada suatu periode tertentu yang termasuk kondisi keuangan bank. Penggunaan *Return on Assets* (ROA) untuk mengukur tingkat profitabilitas karena Bank Indonesia sebagai pembina dan pengawas perbankan lebih mengutamakan nilai profitabilitas suatu bank yang diukur dari aset yang dananya berasal dari sebagian besar dana simpanan masyarakat. Semakin besar ROA suatu bank, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai bank dan semakin baik posisi bank tersebut dari segi penggunaan asset (Ardana, 2018).

Keunggulan rasio ROA adalah sebagai pengukuran komprehensif yang mempengaruhi laporan keuangan, juga mudah dihitung dan dipahami, serta sebagian besar dapat diterapkan di setiap unit organisasi profitabilitas. Tujuan

rasio ini untuk membandingkan antara laba dengan total asset suatu bank dan mengetahui tingkat efisiensi dari pengelolaan asset suatu perusahaan (Astuti dan Kabib, 2021).

Perusahaan yang memiliki profit tinggi tentu akan menarik para stakeholder untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan tersebut sehingga perusahaan tersebut akan memberikan informasi lebih luas dengan cara mengungkapkan tanggung jawab sosial, sehingga semakin tinggi profitabilitas maka akan semakin besar pengungkapan informasi yang lebih luas. Maka dipastikan *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi profitabilitas suatu perusahaan (Aini, *et al.*, 2017).

2.1.2 *Corporate Social Responsibility*

Nilai perusahaan yang tumbuh secara berkelanjutan sangatlah penting karena dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Nilai perusahaan tidak hanya mencerminkan bagaimana nilai intrinsik pada saat ini, tetapi juga mencerminkan prospek dan harapan akan kemampuan perusahaan tersebut dalam meningkatkan nilai kekayaannya di masa depan. Nilai perusahaan akan meningkat secara berkelanjutan apabila dalam menjalankan operasinya perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, dimensi sosial dan dimensi lingkungan hidup. Dimensi ekonomi dapat diproksikan melalui profitabilitas perusahaan, sementara dimensi sosial dan dimensi lingkungan hidup tergambar melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Wahyuni, 2018).

World Business Council for Sustainable Development mendefinisikan CSR adalah komitmen untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan membantu meningkatkan penghidupan karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan komunitas secara keseluruhan. Konsep CSR melibatkan kemitraan yang bertanggung jawab antara pemerintah, perusahaan dan masyarakat yang aktif dan dinamis.

Dalam menyikapi Corporate Social Responsibility, menurut Anne (2005) menyatakan bahwa CSR diperlukan untuk hal-hal sebagai berikut:

1. Menyeimbangkan antara kekuatan korporasi dengan aspek tanggungjawab,
2. Mengurangi adanya regulasi pemerintah (yang berlebihan),
3. Meningkatkan keuntungan jangka panjang,
4. Meningkatkan nilai dan reputasi korporasi,
5. Memperbaiki permasalahan sosial yang disebabkan oleh perusahaan.

Corporate Social Responsibility bank syariah meliputi fungsi sosial dan fungsi edukasi (SEBI No. 9/24/DPbS Tahun 2007). Fungsi sosial bank syariah ditunjukkan dengan penyaluran zakat perusahaan dan pembiayaan qardh sementara fungsi edukasi diungkapkan dengan upaya bank syariah dalam meningkatkan kesadaran masyarakat dalam bermuamalah sesuai dengan prinsip Islam melalui kegiatan promosi.

Para pendukung CSR yakin bahwa CSR bermanfaat bagi perusahaan serta pemangku kepentingan perusahaan dan masyarakat. Mereka percaya bahwa investasi dalam CSR meningkatkan citra publik perusahaan, dan memberikan

keunggulan pemasaran komparatif yang unik bagi perusahaan, sebagian besar di antara konsumen yang semakin sadar sosial, yang pada akhirnya mampu meningkatkan pendapatan jangka panjang perusahaan. Dalam beberapa tahun terakhir, bisnis mulai menanggapi meningkatnya minat pemangku kepentingan mengenai signifikansi sosial. Sementara banyak dari kebijakan individu, praktik dan program menuju pengembangan masyarakat bukanlah hal baru, perusahaan menangani peran sosial mereka jauh lebih koheren, komprehensif, dan profesional, sebuah pendekatan yang diperluas secara elegan oleh CSR (Oyewumi, *et al.*, 2018).

Jika CSR tidak dilaksanakan, maka akan semakin banyak biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Sedangkan jika perusahaan melaksanakan CSR dengan baik dan aktif untuk menyeimbangkan hak semua orang, pemerataan martabat dan kekayaan akan sangat bermanfaat bagi perusahaan dalam jangka panjang. Misalnya, meningkatkan kepuasan, menciptakan lingkungan kerja yang aktif dan sehat, mengurangi stres karyawan, meningkatkan semangat kerja, meningkatkan produktivitas dan meningkatkan distribusi kekayaan di lingkungan sekitar (Pratama, 2018).

2.1.3 Metode *Corporate Social Responsibility*

6. *Cause Branding*

Menurut Untung (2008:39) metode *cause branding* ini menggunakan pendekatan *top-down*. Dalam hal ini perusahaan menentukan masalah sosial seperti apa yang perlu dibenahi. Perusahaan biasanya menyusun program sosial

yang berkaitan dengan *branding* produk atau layanan. Metode ini bertujuan untuk membuat masyarakat lebih mengenal dengan merk perusahaan tersebut dan sangat bermanfaat bagi perusahaan dalam jangka panjang sebab bertujuan untuk mendekatkan perusahaan kepada masalah yang ada dalam masyarakat lalu membenahi lingkungan sosial tersebut agar mendukung eksistensi perusahaan untuk jangka waktu yang akan datang. *Corporate Social Marketing* merupakan metode edukasi yang dilakukan dalam CSR dengan sub *cause branding*. CSM ini banyak menerima perhatian sebagai alat membangun sebuah nama baik (Ebrahiminejad, 2016).

7. *Venture Philanthropy*

Venture philanthropy berasal dari tahun 1990 di Amerika. *Venture philanthropy* adalah pendekatan *bottom-up* dalam menentukan isu pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan. *Venture Philanthropy* berarti menyediakan organisasi sosial dengan dukungan keuangan dan instruksi keterampilan dan manajemen untuk membangun kapasitas mereka sendiri (Li, 2018). Tujuan utama *venture philanthropy* adalah untuk membantu masyarakat menciptakan kesejahteraan melalui donasi keuangan dari perusahaan. Masyarakat dapat menggunakan donasi tersebut untuk berbagai tujuan termasuk untuk membenahi isu sosial dan lingkungan sekitar. Metode ini tidak mensyaratkan komitmen perusahaan dalam jangka panjang, tetapi masih memberikan dampak positif terhadap isu sosial dan lingkungan yang ada di masyarakat (Arifin, 2017).

2.1.4 Fungsi Sosial

1. Zakat

Zakat apabila ditinjau dari pendekatan etis dan pemikiran rasional-ekonomis, adalah sebagai kebijaksanaan ekonomi yang dapat mengangkat derajat orang-orang miskin, sehingga dampak sosial yang diharapkan ini dapat tercapai secara maksimal. Salah satu tujuan zakat yang terpenting adalah mempersempit ketimpangan ekonomi di dalam masyarakat hingga ke batas yang seminimal mungkin. Zakat merupakan suatu konsep ajaran Islam yang berlandaskan Al-Qur'an dan Sunnah Rasul, bahwa harta kekayaan yang dipunyai seseorang adalah amanat Allah SWT., dan berfungsi sosial (Muhamad, 2020).

Dalam istilah ekonomi, zakat merupakan Tindakan pemindahan kekayaan dari golongan kaya kepada golongan miskin. Transfer kekayaan berarti transfer sumber-sumber ekonomi. Menurut Rahardjo (1987) menyatakan bahwa dengan mempergunakan pendekatan ekonomi, zakat bisa berkembang menjadi konsep muamalah, yaitu konsep tentang cara bagaimana manusia harus melaksanakan kehidupan bermasyarakat, termasuk dalam bentuk kegiatan ekonomi (Muhamad, 2020).

Zakat merupakan salah satu cara perusahaan berkontribusi dalam perekonomian untuk mengurangi kemiskinan. UU No. 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat menyebutkan dalam pasal 1 ayat (2) bahwa zakat adalah harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat Islam. Zakat yang

dikeluarkan oleh badan usaha biasa disebut zakat perusahaan. Zakat perusahaan merupakan zakat yang dibayarkan perusahaan dari total laba yang dihasilkan

Pembayaran zakat yang dilakukan oleh perusahaan bergantung pada jumlah laba perusahaan. Laba yang dihasilkan tentunya akan memengaruhi kinerja perusahaan, karena manajemen akan selalu berusaha untuk memberikan laba yang baik. Kinerja perusahaan adalah suatu hasil perusahaan yang dipengaruhi oleh kegiatan operasional perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki (Syurmita dan Fircarina, 2020).

Bank syariah wajib mengeluarkan, menghimpun dan menyalurkan zakat perusahaan setiap tahun. dikarenakan zakat salah satu rukun Islam yang hukumnya wajib bagi setiap muslim yang merdeka dan memiliki harta kekayaan yang jumlah tertentu yang telah mencapai nisab (Ilmi dan Muhammad Bahrul, 2011). Zakat yang diwajibkan atas badan usaha tidak dimaksudkan untuk membebani badan usaha secara berlebihan dan mengancam keberlangsungan hidup perusahaan (Eliana, *et al.*, 2020).

2. Qardh

Qardh adalah Perikatan atau perjanjian antara kedua belah pihak, dimana pihak pertama menyediakan harta atau memberikan harta dalam arti meminjamkan kepada pihak kedua sebagai peminjam uang atau orang yang menerima harta yang dapat ditagih atau diminta kembali harta tersebut, dengan kata lain meminjamkan harta kepada orang lain yang membutuhkan dana cepat tanpa mengharapkan imbalan.

Sebagai insan yang menjalankan syariat Islam dalam kehidupannya dimana dalam hal suatu harta benda yang dimilikinya itu semata-mata hanya titipan dari Allah dalam mendapatkan ataupun mengelola harta bendanya haruslah dengan baik untuk mencari keberkahan dari Allah. Dimana semua persoalan hidup manusia termasuk melakukan hubungan bisnis sekalipun yang menjadi dasar/prinsip didalam ekonomi syariah yang menitikberatkan persoalan-persoalan yang terjadi kembali lagi kepada Al-qur'an dan Sunnah sebagai pedoman hidup manusia (Budiman, 2013).

Pembiayaan Qardh adalah penyediaan dana atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara peminjam dan pihak yang meminjamkan yang mewajibkan peminjam melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu. Pihak yang meminjamkan dapat menerima imbalan, namun tidak diperkenankan untuk dipersyaratkan di dalam perjanjian (Karim, 2006). Pembiayaan Qardh adalah akad pinjaman dari bank kepada pihak tertentu yang wajib dikembalikan dengan jumlah yang sama sesuai pinjaman. Bank dapat meminta jaminan atas pinjaman kepada nasabah yang meminjam. Pengembalian pinjaman dapat dilakukan secara angsuran ataupun sekaligus sesuai dengan akad yang sudah disepakati diawal perjanjian pinjam-meminjam (Hustia dan Candra, 2019).

Adapun menurut Santoso, karakteristik pembiayaan qardh diantaranya adalah:

- a. Tidaklah diperkenankan mengambil keuntungan apapun bagi yang meminjamkan dalam pembiayaan qardh, karena hal tersebut sama dengan riba.
- b. Pembiayaan qardh menggunakan akad pinjam-meminjam, ketika barang atau uang telah diterima oleh peminjam maka barang atau uang yang dipinjam berada dalam tanggung jawabnya dengan kewajiban untuk mengembalikan sama dengan pada saat meminjam.
- c. Qardh biasanya dalam batas waktu tertentu, namun jika tempo pembayaran diberikan maka akan lebih baik, karena lebih memudahkan bagi peminjam.
- d. Jika dalam bentuk uang maka nominal penembalian harus sama dengan nominal pinjaman (Budiman, 2013).

2.1.5 Fungsi Edukasi

1. Corporate Social Marketing

Kotler dan Lee (2005) menyebut bahwa *Corporate Social Marketing* merupakan wujud dukungan terhadap perubahan perilaku masyarakat terhadap suatu isu sosial, dapat menjadi alat untuk mencapai target dan tujuan pemasaran sehingga pada akhirnya akan berdampak pada profitabilitas perusahaan. Pelaksanaan *Corporate Social Marketing* dapat menjaga hubungan baik dengan para *stakeholders*. Sedangkan menurut *Stakeholder Theory*, ekspektasi yang beragam dari *stakeholders* dapat berpengaruh terhadap pencapaian target perusahaan.

Setiap aktivitas yang diperlukan dalam proses produksi barang atau jasa pada perusahaan memunculkan pengorbanan untuk pengadaan seluruh sumber

daya yang diperlukan. Pengorbanan tersebut tentu akan memunculkan tanggung jawab bagi perusahaan, yang biasa dikenal dengan istilah biaya.

Promosi berfungsi memberi tahu, mengajak dan mempengaruhi proses pengambilan keputusan pelanggan. Pada umumnya, manajer pemasaran bank akan bereaksi terhadap sasaran dan tujuan bank dengan merumuskan berbagai bauran promosi, yaitu personal selling /merchandising service (layanan promosi niaga/wiraniaga), iklan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), *public relation*, dan publisitas. *Promotional mix* merupakan transmisi pesan komunikasi antara bank dan pelanggan potensial untuk membentuk hubungan transaksi (Maulida, 2019).

Promosi adalah salah satu kegiatan yang dapat digunakan untuk dapat memperkenalkan perusahaan, produk dan jasa pada perbankan syariah kepada masyarakat luas. Dengan promosi, masyarakat dapat mengetahui dan memiliki minat untuk membeli manfaat dari produk yang ditawarkan oleh bank, karena promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka mengenal produk atau jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan kepada masyarakat.

Tingginya tingkat persaingan usaha dalam bisnis perbankan khususnya perbankan syariah menuntut pihak manajemen perusahaan untuk memiliki strategi promosi produk perbankannya dan merancang biaya promosi sebaik mungkin. Hal itu menyebabkan semua bank berlomba-lomba membuat strategi untuk memenangkan persaingan tersebut. Konsep pemasaran menegaskan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan adalah perusahaan tersebut

harus menjadi lebih efektif dibandingkan para pesaing dalam menciptakan, menyerahkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar sasaran yang telah terpilih (Fachrunnisa, 2017).

Beberapa penelitian sebelumnya menemukan bahwa salah satu faktor yang menentukan profitabilitas bank adalah kegiatan promosi yang dilakukan oleh bank tersebut. Dengan kegiatan promosi yang baik dapat mengkomunikasikan mengenai kelebihan produk dan layanan bank. Pengeluaran untuk biaya promosi merupakan faktor penting dan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pangsa pasar dan profitabilitas bank. Dalam kegiatan promosi bank dapat menginformasikan dan mengkomunikasikan produk beserta keunggulannya kepada calon nasabah khususnya nasabah penyimpan yaitu baik dalam bentuk giro, tabungan maupun deposito (Ruslan, *et al.*, 2019).

2.1.6 Perbankan Syariah

Perbankan syariah menurut UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah Pasal 1, adalah segala sesuatu yang menyangkut bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Secara sederhana, bank syariah merupakan bank yang menjalankan aktivitas operasionalnya berdasarkan syariat Islam.

Bank syariah memiliki dua fungsi utama, yaitu sebagai badan usaha (*tamwil*) dan badan sosial (*maal*). Kegiatan usaha bank syariah meliputi penghimpunan dana (*funding*) dan penyaluran dana (*financing*) serta pelayanan

jasa perbankan. Sedangkan kegiatan sosial dilaksanakan melalui berbagai kegiatan yang meliputi: (1) penerimaan dan penyaluran zakat, infaq, dan sadaqah; (2) penyaluran pinjaman kebajikan tanpa bunga (*qardhul hasan*); dan (3) penyesihan sebagian laba untuk kegiatan sosial seperti memberikan beasiswa (Ascarya dan Yumanita, 2005).

Konsep dasar Bank Islam atau Bank Syariah menurut Ascarya (2017: 30) merupakan lembaga keuangan yang berfungsi untuk memperlancar mekanisme ekonomi didalam sektor riil melalui aktivitas dan kegiatan usaha yang terdiri dari investasi, jual beli, dan lainnya yang berlandaskan prinsip syariah. Prinsip syariah yaitu aturan perjanjian yang berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk menyimpan dana atau pembiayaan kegiatan usaha, dan kegiatan lainnya yang telah dinyatakan sesuai dengan nilai-nilai syariah yang bersifat makro maupun bersifat mikro. Di perbankan syariah hubungan nasabah dengan pihak bank bukan hanya sebagai pihak debitur dan pihak kreditur saja, namun hubungan antar kedua belah pihak bagaikan mitra yang saling berkerja sama dan saling membantu serta saling memberi manfaat antar kedua belah pihak (Garwautama, 2021).

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1
Hasil Penelitian yang Relevan

Judul	Peneliti	Variabel	Hasil Penelitian
Pengaruh <i>Corporate Social Responbility</i> Dengan <i>Causing Branding</i> dan <i>Venture Philanthropy</i> Terhadap <i>Profitability</i> (Studi Kasus pada Bank Umum Syariah periode tahun 2015-2018)	Febiana Sulasti, Sidik Bakhtiar (2020)	Independen: Rasio Fungsi Sosial dan Rasio Fungsi Edukasi. Dependen: Profitabilitas.	Penelitian ini menghasilkan Fungsi sosial (CSR) dengan <i>cause branding</i> dan <i>venture philanthropy</i>) tidak berpengaruh terhadap profitabilitas (ROA). Fungsi edukasi (CSM) berpengaruh positif terhadap profitabilitas (ROA).
<i>Corporate Social Responsibility</i> dan Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah	Prasojo, Sofyan Hadinata, Muhammad Yusuf Shalihin (2018)	Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> . Dependen: Kinerja Keuangan Bank Syariah.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan yang diproksikan terhadap ROA, CAR dan FDR, namun CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang diproksikan REO.

<p><i>Corporate Social Responsibility on Image and Trust of Bank Syariah Mandiri</i></p>	<p>Titin Agustin Nengsih, Nofrianto, Elyanti Rosmanidar, Wisnu Uriawan (2021)</p>	<p>Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i>. Dependen: Citra, Kepercayaan.</p>	<p>Tanggung Jawab Sosial Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap citra dan kepercayaan Bank Syariah Mandiri Jambi.</p>
<p>Pengaruh Zakat, <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i> dan Penerapan <i>Good Governance</i> Bisnis Syariah terhadap Reputasi dan Kinerja Bank Umum Syariah di Indonesia</p>	<p>Syurmita, Miranda Junisar Fircarina (2020)</p>	<p>Independen: Zakat, <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i>, Penerapan <i>Good Governance</i> Bisnis Syariah Dependen: Reputasi dan Kinerja Bank Umum Syariah.</p>	<p>Hasil penelitian diketahui bahwa zakat berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan, namun tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan. <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i> (ICSR) berpengaruh positif signifikan terhadap reputasi dan kinerja perusahaan, namun pengaruh <i>Good Governance</i> Bisnis Syariah (GGBS) terhadap reputasi dan kinerja perusahaan tidak ditemukan dalam penelitian ini.</p>

<p>Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Menggunakan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2016-2018)</p>	<p>Nurhayati, Eliana, Neneng Jusniarti (2021)</p>	<p>Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i>. Dependen: Nilai Perusahaan. Moderating: Profitabilitas.</p>	<p>CSR dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian profitabilitas berpengaruh terhadap hubungan antara <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan.</p>
<p><i>Improving Financial Performance Through Islamic Corporate Social Responsibility And Islamic Corporate Governance</i></p>	<p>Maya Indriastuti, Naila Najihah (2020)</p>	<p>Independen: <i>Islamic Corporate Social Responsibility, Islamic Corporate Governance</i>. Dependen: Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Islamic corporate social responsibility</i> dan <i>Islamic corporate governance</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja keuangan Bank Umum Syariah. Artinya, seluruh Bank Umum Syariah telah mengimplementasikan <i>Islamic Corporate</i></p>

			<i>Social Responsibility</i> dan <i>Islamic Corporate Governance</i> dengan baik dan konsisten.
Analisis Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Pendidikan dan Pelatihan Pada Pembiayaan Bank Umum Syariah di Indonesia.	Rini Idayanti (2016)	Independen: Biaya Promosi, Biaya Pendidikan dan Pelatihan. Dependen: Total Pembiayaan.	Secara parsial biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap total pembiayaan Bank Umum Syariah. Secara parsial biaya pendidikan dan pelatihan tidak berpengaruh signifikan terhadap total pembiayaan Bank Umum Syariah di Indonesia.
Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Dengan <i>Cause Branding</i> dan <i>Venture Philanthropy</i> Terhadap Profitabilitas Bank Syariah	Ahmad Zainul Arifin (2017)	Independen: Rasio Pelaksanaan Fungsi Sosial (RPFS) (Zakat dan Pembiayaan Qardh), Rasio Fungsi Edukasi (Biaya Promosi).	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa CSR melalui fungsi sosial sudah maksimal sementara fungsi edukasi dan profitabilitas bank syariah masih perlu ditingkatkan. Dalam hal ini, fungsi sosial dan fungsi edukasi

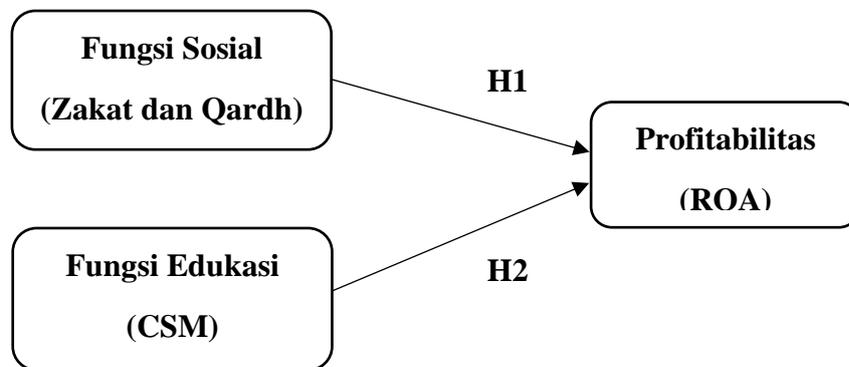
		Dependen: ROA.	masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas bank syariah.
Pengaruh Zakat Terhadap Kinerja Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode 2013-2018	Rudi Bambang Trisilo, SE., M.M. (2018)	Independen: Dana Zakat. Dependen: ROA, DPK, PA.	Penggunaan Dana Zakat tidak berpengaruh terhadap Profitabilit as (Return on Asset, ROA), namun berpengaruh positif signifikan terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK) maupun terhadap Pangsa Aset (PA).
Pengaruh Pembiayaan Qardh, Ijarah dan Istishna terhadap Profitabilitas Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) di Indonesia	Anggreany Hustia, Mister Candera (2019)	Independen: Pembiayaan Qardh, Ijarah dan Istishna. Dependen: Profitabilitas.	Hasil penelitiannya adalah secara simultan, ketiga variabel pembiayaan BPRS qardh, ijarah dan istishna mempengaruhi profitabilitas Bank pembiayaan rakyat Syariah di Indonesia. Dan secara parsial dari hasil analisis data pada periode

			2013 sampai 2017 menyatakan bahwa variabel pembiayaan qardh berpengaruh signifikan dan positif terhadap bank pembiayaan rakyat syariah di Indonesia apabila diukur dengan menggunakan Return on Equity (ROE).
--	--	--	---

2.3 Kerangka Berpikir

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu yang telah diuraikan di atas, maka terbentuklah kerangka pemikiran dari penelitian ini. Dalam kerangka penelitian dijelaskan atau digambarkan bagaimana hubungan variabel independen dengan variabel dependen. Berikut ini adalah kerangka penelitian yang digambarkan dalam penelitian ini:

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



Sumber: Arifin (2017)

2.4 Hipotesis

2.1.7 Pengaruh Fungsi Sosial (Zakat dan Qardh) terhadap Profitabilitas

Dalam hal ini fungsi sosial mempunyai dampak yang cukup untuk mendukung kinerja keuangan. Berdasarkan *political economy theory*, perusahaan perlu merespon dampak sosial yang ditimbulkan untuk keberlangsungan kegiatan perusahaan. Pelaksanaan CSR perusahaan merupakan upaya dalam mencari pembenaran/dukungan dari *stakeholders* dalam melaksanakan aktivitas bisnis. Sedangkan, *legitimacy theory* menekankan pada kesesuaian dalam norma, nilai, kepercayaan, dan pemahaman dengan lingkungannya agar posisinya tidak terancam. Agar mampu bersaing dengan industri asing perlu adanya strategi ataupun kegiatan yang mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perusahaan dengan menguatkan inovasi produk, menguatkan *brand image*,

meningkatkan hubungan antar karyawan guna meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Peningkatan kinerja bank syariah pada semua aspek tentu sangat dibutuhkan. Praktik CSR di bank syariah dapat dinilai dengan menggunakan RPFS (Rasio Pelaksanaan Fungsi Sosial). Secara spesifik RPFS membandingkan jumlah dana qardh dan zakat yang disalurkan oleh bank Syariah dengan modal inti (Arifin, 2017). CSR dapat meningkatkan profitabilitas bank syariah. Menurut Prasajo, dkk (2018) juga menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap profitabilitas perbankan syariah. Dalam penelitian Arifin (2017) fungsi sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas bank syariah. Semakin baik tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* maka tingkat kenaikan profitabilitas perbankan syariah juga semakin tinggi.

H1 : Fungsi sosial berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

2.1.8 Pengaruh Fungsi Edukasi (*Corporate Social Marketing*) terhadap Profitabilitas

Fungsi edukasi ini menunjukkan kegiatan promosi yang dilakukan oleh bank syariah. Kegiatan promosi adalah cara untuk menarik daya minat masyarakat khususnya masyarakat muslim untuk bermuammalah. Pihak OJK dan Bank Indonesia dalam melakukan kegiatan edukasi dengan melakukan CSR bank syariah dengan metode *Corporate Social Marketing*, sub dari *cause branding*.

CSR ini semakin memiliki peran terhadap masalah sosial dan publisitas. Melalui metode CSM (*Corporate Social Marketing*) melakukan komunikasi dan pendekatan terhadap nasabah, dan juga menciptakan hubungan terhadap nasabah (Ebrahiminejad, 2016).

Maulid (2019) menyatakan biaya promosi dan biaya tenaga kerja berpengaruh terhadap ROA. Hal ini menunjukkan bahwa jika terjadi efisiensi pengelolaan biaya promosi serta biaya tenaga kerja maka akan meningkatkan profitabilitas (ROA). Biaya promosi dan biaya tenaga kerja yang efisien dan tepat sasaran diharapkan bisa menarik nasabah untuk melakukan investasi yang sebesar-besarnya sehingga pihak bank juga bisa memberikan pembiayaan yang leluasa kepada pihak nasabah yang mengajukan pembiayaan, maka secara tidak langsung akan meningkatkan profitabilitas bank itu sendiri. Rahman (2016) juga menyimpulkan bahwa terdapat hubungan positif antara CSR dan Profitabilitas. Febriyanita (2015) menyimpulkan bahwa fungsi edukasi berpengaruh positif terhadap profitabilitas bank syariah. Arifin (2017) menyatakan fungsi edukasi berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

H2: Fungsi edukasi berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Waktu dan Wilayah Penelitian

Waktu dalam penelitian ini dari bulan Desember 2021 hingga selesai. Sementara itu wilayah dalam penelitian ini adalah Bank Umum Syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan periode 2014-2020.

3.2. Jenis Penelitian

Berdasarkan jenis data yang digunakan, jenis penelitian dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2016), metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang dipakai untuk meneliti populasi atau sampel tertentu.

3.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah Bank Umum Syariah yang mengeluarkan laporan keuangan tahun 2014-2020.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini adalah laporan keuangan tahunan 6 Bank Umum Syariah periode tahun 2014-2020.

Tabel 3. 1
Sampel

No	Bank Umum Syariah
1	Bank Syariah Mandiri
2	Bank BNI Syariah
3	Bank BRI Syariah
4	Bank Muamalat Indonesia
5	Bank Panin Dubai Syariah
6	Bank Victoria Syariah

3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan *sampling purposive* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2009). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 6 Bank Umum Syariah yang sudah dipublikasikan laporan keuangan tahunannya periode 2014-2020.

Teknik yang termasuk dalam *non probability sampling* ini adalah cara pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan tertentu (Sanusi, 2013). Adapun kriteria sampel yang akan digunakan yaitu Bank Umum Syariah (BUS) yang secara lengkap melaporkan CSR pada periode 2014-2020.

3.4. Data dan Sumber Data

3.4.1. Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh Lembaga pengumpulan data dan dipublikasikan kepada pengguna data (Sugiyono, 2015).

3.4.2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data laporan tahunan (*annual report*) yang telah dipublikasikan oleh Bank Umum Syariah di Indonesia selama periode 2014-2020. Data tersebut diperoleh melalui *website* resmi dari masing-masing Bank Umum Syariah.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini data yang digunakan diperoleh dengan menggunakan metode:

1. Metode Kepustakaan

Data yang diambil untuk penelitian ini berasal dari jurnal, buku literatur, internet, serta perangkat lain yang berkaitan dengan penelitian.

2. Metode Dokumentasi

Penelitian ini menggunakan metode dokumentasi dengan cara mengumpulkan data berupa laporan tahunan Bank Umum Syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa keuangan mengenai laporan keuangan dan CSR periode 2014-2020. Pengumpulan data yang dilakukan dengan penelusuran data secara *online*,

diakses melalui *website* resmi dari masing-masing Bank Umum Syariah di Indonesia.

3.6. Variabel Penelitian

Variabel adalah sebuah konsep yang akan dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya dari kegiatan observasi (Suryani, 2015). Variabel yang digunakan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.6.1. Variabel Bebas (Independen)

Menurut Suryani dan Hendryadi (2015) variabel independen merupakan variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain, biasanya dinotasikan dengan simbol X. Variabel independen dalam penelitian ini adalah fungsi sosial dan fungsi edukasi.

3.6.2. Variabel Terikat (Dependen)

Menurut Suryani dan Hendryadi (2015) variabel dependen adalah variabel yang dapat memberikan reaksi terhadap variabel lain bila dikaitkan, dan biasanya dinotasikan dengan symbol Y. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Profitabilitas.

3.7. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan bagian yang mendefinisikan sebuah konsep variabel agar dapat diukur dengan cara melihat pada dimensi dari suatu konsep variabel.

3.7.1. Variabel Dependen

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Profitabilitas. Dalam suatu perbankan syariah perlu adanya manajemen. Manajemen ini dilakukan untuk mencapai target laba menggunakan profitabilitas. Profitabilitas mempunyai arti penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidupnya dalam jangka panjang, karena profitabilitas menunjukkan apakah badan usaha tersebut mempunyai prospek yang baik di masa yang akan datang (Febriyanita, 2017). Rasio profitabilitas ini merupakan rasio untuk mengungkapkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dari hasil penjualan, modal, kas, jumlah karyawan, biaya operasional. Terdapat banyak jenis rasio profitabilitas, tetapi ROA (*Return on Asset*) merupakan salah satu yang paling sering digunakan. Dimana apabila Semakin tinggi ROA, semakin baik profitabilitas bank atas aset yang dimiliki.

3.7.2. Variabel Independen

3.7.2.1. Fungsi Sosial

Peningkatan kinerja bank syariah pada semua aspek tentu sangat dibutuhkan. Praktik CSR di bank syariah dapat dinilai dengan menggunakan RPFS (rasio pelaksanaan fungsi sosial). Secara spesifik RPFS membandingkan jumlah dana qardh dan zakat yang disalurkan oleh bank Syariah dengan modal inti (Arifin, 2017). CSR dapat meningkatkan profitabilitas bank syariah. Menurut Prasajo, dkk (2018) juga menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility*

berpengaruh positif terhadap profitabilitas perbankan syariah. Semakin baik tingkat pengungkapan *corporate sosial responbility* maka tingkat kenaikan profitabilitas perbankan syariah juga semakin tinggi. Rumus untuk menghitung Fungsi Sosial:

$$\text{Fungsi Sosial} = \frac{\text{Zakat+Qardh}}{\text{Modal Inti}}$$

Sumber: Arifin (2017)

3.7.2.2. Fungsi Edukasi

Fungsi edukasi ini menunjukkan kegiatan promosi yang dilakukan oleh bank syariah. Kegiatan promosi adalah cara untuk menarik daya minat masyarakat khususnya masyarakat muslim untuk bermuammalah. Pihak OJK dan Bank Indonesia dalam melakukan kegiatan edukasi dengan melakukan CSR bank syariah dengan metode *Corporate Social Marketing*, sub dari *cause branding*. CSR ini semakin memiliki peran terhadap masalah sosial dan publisitas. Melalui metode CSM (*Corporate Social Marketing*) melakukan komunikasi dan pendekatan terhadap nasabah, dan juga menciptakan hubungan terhadap nasabah (Ebrahiminejad, 2016).

Maulid (2019) menyatakan biaya promosi dan biaya tenaga kerja berpengaruh terhadap ROA. Hal ini menunjukkan bahwa jika terjadi efisiensi pengelolaan biaya promosi serta biaya tenaga kerja maka akan meningkatkan profitabilitas (ROA). Biaya promosi dan biaya tenaga kerja yang efisien dan tepat

sasaran diharapkan bisa menarik nasabah untuk melakukan investasi yang sebesar-besarnya sehingga pihak bank juga bisa memberikan pembiayaan yang leluasa kepada pihak nasabah yang mengajukan pembiayaan, maka secara tidak langsung akan meningkatkan profitabilitas bank itu sendiri. Rumus untuk menghitung fungsi edukasi adalah:

$$\text{Fungsi Edukasi} = \frac{\text{Biaya Promosi}}{\text{Biaya Operasional}}$$

Sumber: Arifin (2017)

3.8. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Penelitian ini diuji dengan beberapa uji statistik yang terdiri dari uji deskriptif, uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis.

3.8.1. Uji Asumsi Klasik

Uji regresi linier berganda dilakukan sesudah uji asumsi klasik terpenuhi. Hal ini bertujuan agar tidak bias variabel independennya (Gujarati, 1995 dalam Ghozali, 2016). Uji asumsi klasik dalam penelitian ini yaitu:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan agar peneliti mengetahui normal tidaknya distribusi data dalam penelitian ini (Nurhasanah, 2016). Data berdistribusi normal artinya sebaran data merata sehingga benar-benar mewakili populasi. Baiknya regresi yaitu memiliki distribusi data normal/medekati normal. Dalam penelitian

ini memakai metode *Kolmogrov-smirnov* dibantu *software* SPSS untuk mengetahui apakah residual distribusi normal atau tidak yang dilakukan. Menurut (Nurhasanah, 2016) apabila nilai sig. > 0.05 maka data penelitian berdistribusi normal, namun apabila nilai sig. < 0.05 maka data penelitian tidak berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) (Astuti, 2017). Jika pada model regresi mengandung gejala multikolinearitas maka terjadi korelasi (mendekati sempurna) antar variabel bebas. Model regresi yang baik yaitu tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Model regresi yang bebas multikolinearitas mempunyai nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) kurang dari 10 (Wibisono, 2011).

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1. Dalam penelitian ini menggunakan uji run-test dalam menguji autokorelasi. Dasar pengambilan keputusan dari uji run test yaitu:

- a. Jika nilai Asymp. Sig (2-tailed) lebih kecil dari 0,05 maka terdapat gejala autokorelasi.
- b. Jika nilai Asymp. Sig (2-tailed) lebih besar dari 0,05 maka tidak terdapat gejala autokorelasi.

4. Uji Heterokesdatisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan mengetahui dalam model regresi apakah terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2016). Model regresi yang baik yaitu homoskedastisitas atau heterokesdatisitas tidak terjadi.

3.1.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi digunakan untuk menguji pengaruh faktor-faktor fundamental, yaitu Kepemilikan Institusional, *Capital Intensity*, dan *Inventory Intensity* terhadap Agresivitas Pajak perusahaan dengan menggunakan regresi linier dengan tingkat signifikansi 5 persen. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah:

$$\text{ROA} = a + b_1 \text{ Fungsi Sosial} + b_2 \text{ Fungsi Edukasi} + e$$

Dimana:

ROA: *Return On Asset*

a: Konstanta persamaan regresi

e: Koefisien error

b: Koefisien regresi linier berganda

X1: Fungsi sosial

X2: Fungsi edukasi

3.1.2 Uji Ketepatan Model

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi berguna untuk memprediksi seberapa besar kontribusi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai R^2 antara 0-1. Semakin kecil nilai R^2 , maka ini artinya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin lemah. Sedangkan, apabila nilai R^2 semakin mendekati 1, maka semakin kuat pengaruhnya. Selain itu apabila R^2 nilainya negatif, artinya tidak terdapat pengaruh x terhadap y.

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali 2016:98).

Kriteria pengambilan keputusan adalah :

1. Jika nilai signifikan $< 0,05$, maka hipotesis diterima, ini berarti bahwa secara simultan variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan $> 0,05$, maka hipotesis ditolak, ini berarti bahwa secara simultan variabel independen tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
3. Jika nilai F hitung $> F$ tabel maka hipotesis diterima, artinya secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen

4. Jika nilai F hitung $< F$ tabel maka hipotesis ditolak, artinya secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3. Uji Parsial (Uji T)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali 2016:97). Pada uji statistik t , nilai t hitung akan dibandingkan dengan t tabel, dengan cara sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikan $< 0,05$, maka H_a diterima dan H_o ditolak, variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika signifikan $> 0,05$, maka H_a ditolak dan H_o diterima, variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
3. Jika nilai T hitung $> T$ tabel maka H_a diterima dan H_o ditolak, variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
4. Jika nilai T hitung $< T$ tabel maka H_a ditolak dan H_o diterima, variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

Penelitian ini menggunakan sampel berupa laporan keuangan tahunan Bank Umum Syariah di Indonesia pada periode 2014-2020 yang terdaftar dalam Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dengan kriteria bank yang melaporkan *Corporate Social Responsibility* secara lengkap. Sehingga diperoleh 6 Bank Umum Syariah yang menjadi sampel pada penelitian ini.

Dari hasil penentuan sampel, diperoleh hasil sampel sebanyak 42 sampel. Penelitian ini terdiri dari 2 variabel independen yaitu fungsi sosial dan fungsi edukasi dalam *Corporate Social Responsibility* dan 1 variabel dependen berupa profitabilitas (ROA). Namun setelah dilakukannya uji asumsi klasik yaitu uji normalitas ternyata data tidak berdistribusi normal. Maka dari itu agar data terdistribusi normal digunakan *outlier* data. Setelah dilakukannya *outlier* data, data sampel menjadi 36 sampel dengan menghilangkan 6 sampel.

4.2 Pengujian dan Hasil Analisis Data

Dalam tahap ini, data yang sudah dikumpulkan kemudian diidentifikasi apakah terdapat data yang bersifat asing (*outlier*) atau tidak. *Outlier* data merupakan data penelitian yang muncul dengan nilai-nilai yang berbeda polanya dengan suatu rangkaian data. Data mentah akan diverifikasi lebih dahulu dengan

melakukan pengecekan terhadap adanya nilai yang hilang, varian nol, kolom dengan nama yang identik, dan masalah pada pemeringkatan data (Inayah, 2018).

Dalam penelitian ini terdapat 42 data sampel (sebelum *outlier*). Namun setelah dilakukannya uji asumsi klasik yaitu uji normalitas ternyata data tidak berdistribusi normal. Maka dari itu agar data terdistribusi normal digunakan *outlier data*. Setelah dilakukannya *outlier data*, data sampel menjadi 36 sampel dengan menghilangkan 6 sampel.

4.2.1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan keadaan data secara statistik. Analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis dan menginterpretasikan hasil statistik deskriptif dari fungsi sosial dan fungsi edukasi terhadap ROA. Berikut merupakan hasilnya:

Tabel 4. 1
Hasil Uji Statistik Deskriptif (sebelum outlier)

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
FUNGSI SOSIAL	42	.03	1.48	.4419	.34299
FUNGSDI EDUKASI	42	.00	6.40	2.2962	1.67189
ROA	42	-10.77	1.99	.1960	1.98919
Valid N (listwise)	42				

Sumber: SPSS 23, 2022

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa N sebagai total sampel pada setiap variabel sebanyak 42 sampel. Masing-masing variabel mempunyai interpretasi hasil dari statistik deskriptif.

4.2.2. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Pengujian yang digunakan untuk uji normalitas adalah uji *Kolmogorov Smirnov Test*, dengan nilai signifikansi dari hasil uji *Kolmogorov Smirnov Test* $> 0,05$ maka asumsi normalitas terpenuhi. Berikut hasil pengujian 42 sampel pada uji normalitas:

Tabel 4. 2
Hasil Uji Normalitas (sebelum *outlier*)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		42
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.82649592
Most Extreme Differences	Absolute	.210
	Positive	.204
	Negative	-.210
Test Statistic		.210
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.
 Sumber: SPSS 23, 2022

Berdasarkan uji tabel diatas, diketahui bahwa besarnya nilai tes *statistic Kolmogorov Smirnov* sebesar 0,210 dan nilai *asympt sig* sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05 yang menunjukkan bahwa data yang digunakan tersebut berdistribusi tidak normal. Maka dapat menggunakan *outlier* data. Data yang mengandung outlier dibuang untuk mengatasi data yang tidak diinginkan (Inayah, 2018). Berikut uji yang telah dilakukan *outlier*:

Tabel 4. 3

Hasil Uji Statistik Deskriptif (sesudah outlier)

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
FUNGSI SOSIAL	36	-3.51	.39	-1.0098	.88043
FUNGSI EDUKASI	36	-6.21	1.86	.5312	1.32636
ROA	36	-3.51	.69	-.7771	1.15465
Valid N (listwise)	36				

Sumber: SPSS 23, 2022

Dari tabel analisis deskriptif yang telah di *outlier* diatas bahwa total sampel (N) pada setiap variabel yaitu sebanyak 36 sampel. Berasal dari 6 Bank Umum Syariah periode 2014-2020. Berikut ini adalah data sampel sebelum dan sesudah *outlier*:

Tabel 4. 4

Data sebelum dan sesudah outlier

NO	Sebelum <i>Outlier</i>			Sesudah <i>Outlier</i>		
	FS	FE	ROA	FS	FE	ROA
1	0.79	3.85	0.17	-0.24	1.35	-1.77
2	0.58	4.82	0.20	-0.54	1.57	-1.61
3	0.42	1.06	1.49	-0.87	0.06	0.4
4	0.32	1.49	0.11	-1.14	0.4	-2.21
5	0.29	5.04	0.08	-1.24	1.62	-2.53
6	0.32	0.62	0.05	-1.14	-0.48	-3
7	0.23	0.71	0.03	-1.47	-0.34	-3.51
8	0.63	5.33	1.27	-0.46	1.67	0.24
9	0.64	6.4	1.43	-0.45	1.86	0.36
10	0.67	5.89	1.27	-0.4	1.77	0.24
11	0.53	5.46	1.37	-0.63	1.7	0.31
12	0.49	4.65	1.42	-0.71	1.54	0.35
13	0.57	4.39	1.82	-0.56	1.48	0.6
14	0.67	3.18	1.33	-0.4	1.16	0.29
15	0.59	2.74	0.08	-0.53	1.01	-2.53
16	0.25	3.51	0.76	-1.39	1.26	-0.27
17	0.33	1.79	0.95	-1.11	0.58	-0.05
18	0.45	1.73	0.51	-0.8	0.55	-0.67
19	0.25	1.68	0.43	-1.39	0.52	-0.84
20	0.19	1.77	0.31	-1.66	0.57	-1.17
21	0.18	1.53	0.81	-1.71	0.43	-0.21
22	1.14	0.002	0.17	0.13	-6.21	-1.77
23	0.75	1.37	0.56	-0.29	0.31	-0.58
24	0.97	1.18	0.59	-0.03	0.17	-0.53
25	0.66	1.4	0.59	-0.42	0.34	-0.53
26	1.48	1.45	0.88	0.39	0.37	-0.13
27	1.13	1.99	1.69	0.12	0.69	0.52
28	1.04	1.61	1.65	0.04	0.48	0.5
29	0.24	3.19	1.99	-1.43	1.16	0.69
30	0.20	2.48	1.14	-1.61	0.91	0.13
31	0.12	1.62	0.37	-2.12	0.48	-0.99
32	0.26	0.71	-10.77	-3.22	-0.01	-1.35
33	0.04	0.99	0.26	-2.21	0.11	-1.39
34	0.11	1.12	0.25	-3.51	0.1	-2.81
35	0.03	1.10	0.06	-1.71	-0.12	-1.02

36	0.13	2.34	-1.87	-1.66	0.1	-1.14
37	0.20	1.13	-2.36			
38	0.15	1.00	-2.19			
39	0.18	0.89	0.36			
40	0.19	1.10	0.32			
41	0.11	0.64	-0.09			
42	0.04	1.49	-1.26			

Sumber: data diolah, 2022

Tabel 4. 5

Hasil Uji Normalitas (sesudah *outlier*)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardize d Residual
N		36
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.99422957
Most Extreme Differences	Absolute	.85
	Positive	.085
	Negative	-.085
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: SPSS 23, 2022

Setelah dilakukannya *outlier* data, berdasarkan hasil uji tabel diatas diketahui besarnya nilai tes *statistic Kolmogorov Smirnov* sebesar 0,085 dan nilai *Asymp sig* sebesar 0,200. Nilai tersebut (0,200) lebih besar dari nilai signifikansi 0,05 yang menunjukkan bahwa data yang digunakan untuk penelitian berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independent. Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* > 0,10 dan VIF < 10. Adapun hasil multikolinearitas terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 6

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.430	.270		-1.592	.121		
FUNGSI SOSIAL	.499	.197	.381	2.539	.016	1.000	1.000
FUNGSI EDUKASI	.296	.130	.340	2.269	.030	1.000	1.000

a. Dependent Variable: ROA
Sumber: SPSS 23, 2022

Berdasarkan tabel diatas dalam kolom *Collinearity statistics* menunjukkan bahwa nilai *Tolerance* dari dua variabel tersebut menunjukkan nilainya lebih dari > 0,10 dan nilai VIF dari kedua variabel tersebut juga tidak ada yang lebih dari 10. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan

kesalahan pengganggu pada periode t-1. Adapun hasil autokorelasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 7
Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.00171
Cases < Test Value	18
Cases >= Test Value	18
Total Cases	36
Number of Runs	11
Z	-2.536
Asymp. Sig. (2-tailed)	.078

a. Median

Sumber: SPSS 23, 2022

Berdasarkan hasil uji autokorelasi dengan menggunakan *Run Test* pada tabel 4.7 diketahui bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,078 yang mana nilai tersebut lebih besar dari tingkat sig 0,05. Hal ini membuktikan bahwa penelitian ini tidak terjadi gejala autokorelasi.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berfungsi untuk menguji sama atau tidaknya varians dari residual dari observasi yang satu dengan yang lain. Model yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4. 8

Hasil Uji Glejser

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.689	.174		3.971	.000
FUNGSI SOSIAL	-.034	.126	-.046	-.267	.791
FUNGSI EDUKASI	.050	.084	.103	.594	.556

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: SPSS 23, 2022

Berdasarkan tabel tersebut, dapat dilihat hasil *output* masing-masing variabel memiliki nilai sig. > 0,05. Variabel fungsi sosial dengan sig sebesar 0,791 dan variabel fungsi edukasi dengan nilai sig sebesar 0,556. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

4.2.3. Uji Ketepatan Model

1. Uji Koefisien Regresi Simultan (Uji F)

Koefisien regresi akan diuji menggunakan ANOVA yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan terhadap model. Uji F dilakukan untuk membandingkan nilai signifikansi (5%).

Tabel 4. 9

Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.065	2	6.033	5.754	.007 ^b
	Residual	34.597	33	1.048		
	Total	46.662	35			

a. Dependent Variable: ROA

b. Predictors: (Constant), FUNGSI EDUKASI, FUNGSI SOSIAL

Sumber: SPSS 23, 2022

Dari tabel hasil uji F pada tabel signifikansi menunjukkan nilai 0,007 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Kemudian pada perhitungan f hitung diketahui nilainya sebesar 5,754 dengan nilai f tabel 3,28. Hal ini berarti f hitung sebesar $5,754 > f$ tabel 3,28. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel fungsi sosial dan fungsi edukasi secara simultan (bersama) berpengaruh terhadap ROA.

2. Uji Ketepatan Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui bagian dari variasi total yang dapat dijelaskan oleh model. Semakin besar nilai determinasi (mendekati 1) maka dapat dikatakan semakin baik jika $0 \leq R^2 \leq 1$.

Tabel 4. 10

Hasil Uji R2

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.508 ^a	.259	.214	1.02391	1.199

a. Predictors: (Constant), FUNGSI EDUKASI, FUNGSI SOSIAL

b. Dependent Variable: ROA

Sumber: SPSS 23, 2022

Dari tabel diatas nilai *Adjusted R Square* (koefisien determinasi) menunjukkan nilai sebesar 0,214. Hal itu berarti bahwa variabel Fungsi Sosial (X1) dan Fungsi Edukasi (X2) berpengaruh sebesar 21,4% terhadap ROA. Sedangkan 78,6% sisanya dijelaskan oleh variabel lain.

4.2.4. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dan hubungan variabel independen seperti fungsi sosial dan fungsi edukasi terhadap variabel dependen yaitu ROA. Hasil dari uji regresi berganda dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 11
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.430	.270		-1.592	.121
FUNGSI SOSIAL	.499	.197	.381	2.539	.016
FUNGSI EDUKASI	.296	.130	.340	2.269	.030

a. Dependent Variable: ROA

Sumber: SPSS 23, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = -0,430 + 0,499X_1 + 0,296X_2 + e$$

Dari persamaan regresi diatas dapat diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari variabel fungsi sosial dan fungsi edukasi sebagai berikut:

1. Hasil regresi dari penelitian ini memiliki nilai konstanta (a) sebesar -0,430, menunjukkan bahwa apabila variabel independent (fungsi sosial dan fungsi edukasi) dianggap konstan (0), maka nilai ROA adalah sebesar -0,430.
2. Nilai koefisien fungsi sosial (X1) sebesar 0,499, yang menunjukkan bahwa setiap terjadi peningkatan fungsi sosial sebesar 1 satuan maka ROA naik sebesar 49,9%.

3. Nilai koefisien fungsi edukasi (X2) sebesar 0,296 yang menunjukkan bahwa setiap terjadi peningkatan fungsi edukasi sebesar 1 satuan maka ROA naik sebesar 29,6%.

4.2.5. Uji Hipotesis

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas secara individu dengan variabel terikat. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikan $< 5\%$ ($\alpha = 5\% = 0,05$) maka H_0 ditolak H_a diterima, yang artinya bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Sedangkan pengaruh variabel penelitian ditanyakan H_0 diterima dan H_a ditolak jika $sig. > 0,05$.

Tabel 4. 12

Hasil Uji T Statistik

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.430	.270		-1.592	.121
FUNGSI SOSIAL	.499	.197	.381	2.539	.016
FUNGSI EDUKASI	.296	.130	.340	2.269	.030

a. Dependent Variable: ROA

Sumber: SPSS 23, 2022

Hasil dari uji t dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Hasil dari uji untuk variabel fungsi sosial diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,539 dengan tingkat signifikansi 0,016. Penelitian ini menggunakan batas

signifikansi atau *p-value* 0,05 ($\alpha=5\%$), dengan nilai t_{tabel} sebesar 2,034. Hasil ini menunjukkan bahwa $t_{\text{hitung}} 2,539 > t_{\text{tabel}} 2,034$ dengan nilai signifikansi $0,016 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel fungsi sosial terhadap ROA.

2. Hasil dari uji untuk variabel fungsi edukasi diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,269 dengan tingkat signifikansi 0,030. Penelitian ini menggunakan batas signifikansi atau *p-value* 0,05 ($\alpha=5\%$), dengan nilai t_{tabel} sebesar 2,034. Hasil ini menunjukkan bahwa $t_{\text{hitung}} 0,030 < t_{\text{tabel}} 2,034$. dengan nilai signifikansi $0,030 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya berpengaruh signifikan antara variabel fungsi edukasi terhadap ROA.

4.4. Pembahasan Hasil Analisis Data

Berdasarkan hasil penelitian tentang “Analisis Pengaruh Rasio Fungsi Sosial dan Fungsi Edukasi dalam *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas Bank Syariah (Studi Kasus pada Bank Umum Syariah Periode Tahun 2014-2020)”. Hasil analisis data menggunakan data yang didukung analisis regresi berganda menggunakan program computer SPSS 23.0 dan Microsoft Excel 2019. Dari kedua variabel independent menunjukkan pengaruh positif terhadap variabel dependen dengan hasil sebagai berikut:

4.4.1. Pengaruh Fungsi Sosial Terhadap ROA

Peningkatan kinerja bank syariah pada semua aspek tentu sangat dibutuhkan. Praktik CSR di bank syariah dapat dinilai dengan menggunakan RPFS (Rasio Pelaksanaan Fungsi Sosial). Secara spesifik RPFS membandingkan jumlah dana qardh dan zakat yang disalurkan oleh bank Syariah dengan modal inti (Arifin, 2017). CSR dapat meningkatkan profitabilitas bank syariah. Berdasarkan hasil uji t yang menunjukkan bahwa t hitung $2,539 > t$ tabel $2,034$ dengan nilai signifikansi $0,016 < 0,05$ yang berarti bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga hipotesis pertama (X_1) menyatakan bahwa fungsi sosial berpengaruh positif signifikan terhadap ROA.

Hasil tersebut relevan dengan penelitian Arifin (2017) fungsi sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas bank syariah. Semakin baik tingkat pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* maka tingkat kenaikan profitabilitas perbankan syariah juga semakin tinggi.

Penelitian Syurmita (2020) juga menyatakan bahwa zakat dalam praktik CSR berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja bank syariah. Karena zakat merupakan bukti komitmen yang kuat dari seorang hamba atau entitas yang bertujuan untuk memerhatikan dan mewujudkan keinginan dari para stakeholdernya.

4.4.2. Pengaruh Fungsi Edukasi Terhadap ROA

Fungsi edukasi ini menunjukkan kegiatan promosi yang dilakukan oleh bank syariah. Kegiatan promosi adalah cara untuk menarik daya minat masyarakat

khususnya masyarakat muslim untuk bermuammalah. Pihak OJK dan Bank Indonesia dalam melakukan kegiatan edukasi dengan melakukan CSR bank syariah dengan metode *Corporate Social Marketing*, sub dari *cause branding*. Berdasarkan hasil uji t yang menunjukkan bahwa $t_{hitung} 2,269 > t_{tabel} 2,034$ dengan nilai signifikansi $0,030 < 0,05$ yang berarti menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga hipotesis kedua (X2) menyatakan bahwa variabel fungsi edukasi berpengaruh signifikan terhadap ROA.

Hal ini didukung oleh penelitian Febriyanita (2015) yang menyimpulkan bahwa fungsi edukasi berpengaruh positif terhadap profitabilitas bank syariah. Penelitian Arifin (2017) juga menyatakan fungsi edukasi berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Aspek CSR dapat dimaksimalkan kembali untuk menunjang profitabilitas bank syariah. Selain itu, meningkatkan fungsi edukasi bank syariah berarti menginformasikan kepada seluruh *stakeholders* untuk mendapatkan pembenaran (*legitimacy*). Jika para *stakeholders* terutama pihak eksternal telah mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang bank syariah, nilai-nilai utama yang menjadi prinsip bisnis dapat menjadi keunggulan bank syariah sebagai bank yang selalu menjunjung nilai etis dan tanggung jawab sosial. Sehingga, dengan CSR yang maksimal, bank syariah berupaya untuk memenuhi ekspektasi dari beragam *stakeholders*.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari fungsi sosial dan fungsi edukasi dalam *Corporate Social Responsibility* terhadap ROA pada Bank Umum Syariah periode 2014-2020. Berdasarkan data yang diperoleh dan analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel fungsi sosial berpengaruh positif signifikan terhadap ROA pada Bank Umum Syariah periode 2014-2020. Oleh karena itu bank syariah perlu menjaga pelaksanaan fungsi sosialnya sehingga mampu mendongkrak citra perusahaan dan mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat dalam bertransaksi di bank syariah.
2. Variabel fungsi edukasi berpengaruh positif signifikan terhadap ROA pada Bank Umum Syariah periode 2014-2020. Maka dari itu, dengan meningkatkan biaya promosi, bank syariah diharapkan dapat menarik banyak keuntungan, jangkauan pengetahuan masyarakat mengenai bank syariah juga lebih luas sehingga meningkatkan profitabilitas bank syariah.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini terdapat keterbatasan diantaranya:

1. Penelitian ini hanya fokus menggunakan variabel fungsi sosial dan fungsi edukasi dalam *Corporate Social Responsibility*, yang hanya mampu menjelaskan variabel ROA sebesar 21,4% yang ditunjukkan pada nilai *adjusted R² square*. Sedangkan 78,6% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.
2. Pengambilan data hanya menggunakan 6 Bank Umum Syariah saja dan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan tahunan periode 2014-2020.

5.3. Saran

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas lingkup penelitian dengan menambah jumlah sampel, tidak hanya 6 Bank Umum Syariah saja. Serta diharapkan bisa menambah variabel lain yang dapat berpengaruh terhadap profitabilitas bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Anisa, S. T., & Anwar, S. (2021). Determinan Profitabilitas Bank Umum Syariah Di Indonesia Dengan Tingkat Likuiditas Sebagai Variabel Intervening. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 2(2), 131-149.
- Ardana, Y. (2018). Faktor Eksternal dan Internal yang Mempengaruhi Profitabilitas Bank Syariah di Indonesia. *Cakrawala: Jurnal Studi Islam*, 13(1), 51-59.
- Astuti, I. D., & Kabib, N. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas Bank Syariah Indonesia dan Malaysia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 1053-1067.
- Budiman, F. (2013). Karakteristik akad pembiayaan Al-Qardh sebagai akad Tabarru'. *Yuridika*, 28(3).
- Candera, M., & Hustia, A. (2019). Pengaruh Pembiayaan Qardh, Ijarah dan Istishna terhadap Profitabilitas Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 8(1), 58-67.
- Ebrahiminejad, M. (2016). Analyzing success factors in cause branding program. *Journal of Administrative Management, Education and Training*, 12(6), 447-457.
- Eliana, E., Astuti, I. N., Nurbismi, N., & Riza, A. (2020). Pengaruh Pengeluaran Zakat Perbankan, Ukuran Perusahaan dan Islamic Social Responsibility (ISR) Terhadap Profitabilitas pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2016-2019. *Jurnal EMT KITA*, 4(2), 96-104.
- Fachrunnisa, F. (2017). Biaya Promosi dan Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. *Akuntabilitas*, 10(2), 349-368.
- Fatmawati, N. L., & Hakim, A. (2020). Analisis Tingkat Profitabilitas Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 5(1), 1-15.
- Garwautama, P. K., Sulaeman, S., & Noor, I. (2021). Pengaruh Pembiayaan Murabahah, Pembiayaan Musyarakah, Pembiayaan Qardh Terhadap Profitabilitas. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 6(2), 145-156.
- Li, S. (2018). Crowding-Out Effects of Government Guided Venture Philanthropy. *American Journal of Industrial and Business Management*, 8(3), 433-445.

- Karim. (2010) Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Rajawali Pers.
- Maulida, I. S. R. (2019). Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Profitabilitas di PT. Bank Syariah Mandiri. Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah, 3(1), 15-27.
- Mulyati, S., & Maulidha, E. (2019). Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perbankan Syariah di Asia Tenggara. *JURNAL AKUNTANSI DAN KEUANGAN ISLAM*, 7(1, April), 23-36.
- Oyewumi, O. R., Ogunmeru, O. A., & Oboh, C. S. (2018). Investment in Corporate Social Responsibility, Disclosure Practices, and Financial Performance of Banks in Nigeria. *Future Business Journal*, 4(2), 195-205.
- Prasojo, P., Hadinata, S., & Shalihin, M. Y. (2020). Corporate Social Responsibility Dan Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah. *EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), 151-170.
- Pratama, S. W., Badina, T., & Rosiana, R. (2018). Corporates Social Responsibility (CSR) Disclosures dan Kinerja Keuangan Perbankan Syariah di Indonesia. *Syiar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 2(2), 56-72.
- Rachmat, A. B., & Komariah, E. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Profitabilitas Pada Bank Umum Syariah Periode 2010-2015. *Jurnal Online Insan Akuntan*, 2(1), 17-34.
- Ruslan, A., Pahlevi, C., Alam, S., & Nohong, M. (2019). Biaya Promosi, Pangsa Pasar Dan Profitabilitas Perbankan Indonesia Tahun 2010-2017. *SIMAK*, 17(01), 119-133.
- Syurmita, S., & Fircarina, M. J. (2020). Pengaruh Zakat, Islamic Corporate Social Responsibility dan Penerapan Good Governance Bisnis Syariah terhadap Reputasi dan Kinerja Bank Umum Syariah di Indonesia. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(2), 87-97.
- Wahyuni, S. F. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 1(1), 109-s117.
- Peraturan Pemerintah No.47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. *Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial*.

Untung, H. B. 2016. Corporate Social Responsibility. *Jakarta: Sinar Grafika.*

SEBI No. 9/24/DPbS Tahun 2007

Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas

Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat

Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah

Kamus Besar Bahasa Indonesia

Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 2021 (www.ojk.go.id)

Bank BNI Syariah. Laporan Keuangan Tahunan 2014-2020. Diakses pada Januari 2021. www.bankbsi.co.id

Bank BRI Syariah. Laporan Keuangan Tahunan 2014-2020. Diakses pada Januari 2021. www.bankbsi.co.id

Bank Muamalat Indonesia. Laporan Keuangan Tahunan 2014-2020. Diakses pada Januari 2021. www.muamalat.co.id

Bank Panin Dubai Syariah. Laporan Keuangan Tahunan 2014-2020. Diakses pada Januari 2021. www.paninbanksyariah.co.id

Bank Syariah Mandiri. Laporan Keuangan Tahunan 2014-2020. Diakses pada Januari 2021. www.bankbsi.co.id

Bank Victoria Syariah. Laporan Keuangan Tahunan 2014-2020. Diakses pada Januari 2021. www.bankvictorisyariah.co.id

LAMPIRAN

Lampiran 1: Jadwal Penelitian

No	Bulan Kegiatan	Desember				Februari				Maret				April				Juni				Oktober				November			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Proposal			x	x	x	x	x																					
2	Konsultasi					x	x	x	x	x																			
3	Pendaftaran Ujian Seminar Proposal												x																
4	Ujian Seminar Proposal															x													
5	Revisi Proposal																												
6	Pengumpulan Data																x												
7	Analisis data																			x	x								
8	Penulisan Akhir Naskah Skripsi																				x	x	x						
9	Pendaftaran Munaqasah																								x				
10	Munaqasah																										x		
11	Revisi Skripsi																												x

Lampiran 2: Data Penelitian

Tabel Data Sebelum dan Sesudah *Outlier*

NO	Sebelum <i>Outlier</i>			Sesudah <i>Outlier</i>		
	FS	FE	ROA	FS	FE	ROA
1	0.79	3.85	0.17	-0.24	1.35	-1.77
2	0.58	4.82	0.20	-0.54	1.57	-1.61
3	0.42	1.06	1.49	-0.87	0.06	0.4
4	0.32	1.49	0.11	-1.14	0.4	-2.21
5	0.29	5.04	0.08	-1.24	1.62	-2.53
6	0.32	0.62	0.05	-1.14	-0.48	-3
7	0.23	0.71	0.03	-1.47	-0.34	-3.51
8	0.63	5.33	1.27	-0.46	1.67	0.24
9	0.64	6.4	1.43	-0.45	1.86	0.36
10	0.67	5.89	1.27	-0.4	1.77	0.24
11	0.53	5.46	1.37	-0.63	1.7	0.31
12	0.49	4.65	1.42	-0.71	1.54	0.35
13	0.57	4.39	1.82	-0.56	1.48	0.6
14	0.67	3.18	1.33	-0.4	1.16	0.29
15	0.59	2.74	0.08	-0.53	1.01	-2.53
16	0.25	3.51	0.76	-1.39	1.26	-0.27
17	0.33	1.79	0.95	-1.11	0.58	-0.05
18	0.45	1.73	0.51	-0.8	0.55	-0.67
19	0.25	1.68	0.43	-1.39	0.52	-0.84
20	0.19	1.77	0.31	-1.66	0.57	-1.17
21	0.18	1.53	0.81	-1.71	0.43	-0.21
22	1.14	0.002	0.17	0.13	-6.21	-1.77
23	0.75	1.37	0.56	-0.29	0.31	-0.58
24	0.97	1.18	0.59	-0.03	0.17	-0.53
25	0.66	1.4	0.59	-0.42	0.34	-0.53
26	1.48	1.45	0.88	0.39	0.37	-0.13
27	1.13	1.99	1.69	0.12	0.69	0.52
28	1.04	1.61	1.65	0.04	0.48	0.5
29	0.24	3.19	1.99	-1.43	1.16	0.69
30	0.20	2.48	1.14	-1.61	0.91	0.13
31	0.12	1.62	0.37	-2.12	0.48	-0.99
32	0.26	0.71	-10.77	-3.22	-0.01	-1.35
33	0.04	0.99	0.26	-2.21	0.11	-1.39
34	0.11	1.12	0.25	-3.51	0.1	-2.81

35	0.03	1.10	0.06	-1.71	-0.12	-1.02
36	0.13	2.34	-1.87	-1.66	0.1	-1.14
37	0.20	1.13	-2.36			
38	0.15	1.00	-2.19			
39	0.18	0.89	0.36			
40	0.19	1.10	0.32			
41	0.11	0.64	-0.09			
42	0.04	1.49	-1.26			

Sumber: data diolah, 2022

Lampiran 3: Hasil Uji Analisis Data

Tabel Hasil Uji Statistik Deskriptif (sebelum outlier)

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
FUNGSI SOSIAL	42	.03	1.48	.4419	.34299
FUNGSDI EDUKASI	42	.00	6.40	2.2962	1.67189
ROA	42	-10.77	1.99	.1960	1.98919
Valid N (listwise)	42				

Sumber: SPSS 23, 2022

Tabel Hasil Uji Normalitas (sebelum *outlier*)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		42
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.82649592
Most Extreme Differences	Absolute	.210
	Positive	.204
	Negative	-.210
Test Statistic		.210
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: SPSS 23, 2022

Tabel Hasil Uji Statistik Deskriptif (Sesudah *Outlier*)

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
FUNGSI SOSIAL	36	-3.51	.39	-1.0098	.88043
FUNGSI EDUKASI	36	-6.21	1.86	.5312	1.32636
ROA	36	-3.51	.69	-.7771	1.15465
Valid N (listwise)	36				

Sumber: SPSS 23, 2022

Tabel Hasil Uji Normalitas (Sesudah *Outlier*)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		36
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.99422957
Most Extreme Differences	Absolute	.85
	Positive	.085
	Negative	-.085
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: SPSS 23, 2022

Tabel Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.430	.270		-1.592	.121		
FUNGSI SOSIAL	.499	.197	.381	2.539	.016	1.000	1.000
FUNGSI EDUKASI	.296	.130	.340	2.269	.030	1.000	1.000

a. Dependent Variable: ROA

Sumber: SPSS 23, 2022

Tabel Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.00171
Cases < Test Value	18
Cases >= Test Value	18
Total Cases	36
Number of Runs	11
Z	-2.536
Asymp. Sig. (2-tailed)	.078

b. Median

Sumber: SPSS 23, 2022

Tabel Uji Glejser

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.689	.174		3.971	.000
FUNGSI SOSIAL	-.034	.126	-.046	-.267	.791
FUNGSI EDUKASI	.050	.084	.103	.594	.556

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: SPSS 23, 2022

Tabel Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.065	2	6.033	5.754	.007 ^b
	Residual	34.597	33	1.048		
	Total	46.662	35			

a. Dependent Variable: ROA

b. Predictors: (Constant), FUNGSI EDUKASI, FUNGSI SOSIAL

Sumber: SPSS 23, 2022

Tabel Hasil Uji R2

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.508 ^a	.259	.214	1.02391	1.199

a. Predictors: (Constant), FUNGSI EDUKASI, FUNGSI SOSIAL

b. Dependent Variable: ROA

Sumber: SPSS 23, 2022

Tabel Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.430	.270		-1.592	.121
FUNGSI SOSIAL	.499	.197	.381	2.539	.016
FUNGSI EDUKASI	.296	.130	.340	2.269	.030

a. Dependent Variable: ROA

Sumber: SPSS 23, 2022

Tabel Hasil Uji T Statistik

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.430	.270		-1.592	.121
FUNGSI SOSIAL	.499	.197	.381	2.539	.016
FUNGSI EDUKASI	.296	.130	.340	2.269	.030

a. Dependent Variable: ROA

Sumber: SPSS 23, 2022

Lampiran 4: Daftar Riwayat Hidup

Data Pribadi

Nama : Miranda Khoirunnisaa Qothrunnadaa
Tempat dan Tanggal Lahir : Sukoharjo, 28 Agustus 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Sonorejo, RT 02/03 Sonorejo, Sukoharjo
No. HP : 089523132956
Email : khoirunisamiranda@gmail.com

Pendidikan

2006 – 2012 : MI Negeri Jetis Sukoharjo
2012 – 2015 : SMP Negeri 5 Sukoharjo
2015 – 2018 : SMK Negeri 1 Sukoharjo

Lampiran 5 : Hasil Cek Plagiasi

DONE BISMILLAH SKRIPSI MIRANDA_085754.docx		
ORIGINALITY REPORT		
21 %	18 %	7 %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS
		14 %
		STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES		
1	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	11 %
2	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	2 %
3	Submitted to Canada College Student Paper	1 %
4	repo.iain-tulungagung.ac.id Internet Source	1 %
5	Submitted to Tabor College Student Paper	1 %
6	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1 %
7	ejournal.stiesyariahbengkalis.ac.id Internet Source	<1 %
8	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	<1 %
9	adoc.pub Internet Source	<1 %
10	Febiana Sulasti, Sidik Bakhtiar. "Pengaruh Corporate Social Responsibility dengan Causing Branding dan Venture Philanthropy Terhadap Profitability", Kompartemen: Jurnal Ilmiah Akuntansi, 2020 Publication	<1 %