

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankankan syariah merupakan lembaga keuangan yang menggunakan prinsip prinsip syariah dalam menghimpun dana dari masyarakat. Perbankan syariah berdiri di Indonesia ketika pemerintah mengeluarkan UU No 7 tahun 1992 dan ditandai dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia. Pemerintah merevisi UU tersebut menjadi UU No 10 pada tahun 1998 tentang peraturan yang memperbolehkan menggunakan pelayanan syariah pada setiap bank konvensional.¹ Di Indonesia perbankan syariah kini berkembang sangat pesat disebabkan oleh penduduk Indonesia mayoritasnya beragama islam sehingga membuat angka minat masyarakat untuk menggunakan layanan perbankan syariah menjadi tinggi. Pertumbuhan jumlah Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia menjadi indikator nyata dari kemajuan industri perbankan berbasis syariah di tanah air. Data yang dihimpun dari laporan statistik perbankan syariah yang dirilis oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat bahwa hingga tahun 2024, telah terdapat sebanyak 14 institusi Bank Umum Syariah yang aktif beroperasi secara resmi di Indonesia. Peningkatan ini mencerminkan tingginya minat masyarakat

¹ Dwi Yuiana Rahayu et,al,. “Analisis Pengaruh Intellectual Capital, Islamicity Performance Index Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas”, *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, Vol.XIX, No.2, (2020), Hal 85-86.

terhadap layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, sekaligus mencerminkan dukungan regulasi yang terus mendorong perkembangan sektor ini secara berkelanjutan.

Salah satu fenomena menarik yang dapat diamati dalam praktik Bank Umum Syariah di Indonesia adalah implementasi program tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR). CSR merupakan wujud komitmen perusahaan dalam memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan sosial dan masyarakat secara luas. Dalam konteks perbankan syariah, praktik CSR tidak hanya dipandang sebagai kewajiban moral atau etika bisnis semata, tetapi juga sebagai perwujudan dari prinsip-prinsip syariah yang menekankan keadilan sosial, keseimbangan ekonomi, dan tanggung jawab terhadap kesejahteraan umat. Bank Aceh Syariah, sebagai lembaga keuangan milik daerah dengan kepemilikan saham dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Aceh (APBA), memiliki kewajiban untuk menyalurkan dana CSR demi kesejahteraan masyarakat Aceh. Namun, muncul dugaan penyelewengan dalam pengelolaan dana CSR Bank Aceh Syariah. Serikat Aksi Peduli Aceh (SAPA) menyoroti kurangnya transparansi dalam alokasi dana CSR yang hanya sebesar 2,5% dari keuntungan tahunan, sekitar Rp10 miliar, yang dianggap tidak sebanding dengan kebutuhan masyarakat. SAPA mengkritik bahwa kinerja Panitia Khusus (Pansus) DPRA sebelumnya yang tidak menindaklanjuti isu ini secara mendalam. Situasi ini

menimbulkan pertanyaan mengenai efektivitas pengawasan dan akuntabilitas dalam pengelolaan dana CSR oleh Bank Aceh Syariah.² Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis transparansi dan akuntabilitas pengelolaan dana CSR serta implikasinya terhadap kepercayaan publik.

Hal ini ditandai dengan minimnya informasi publik mengenai alokasi dana CSR dan ketidakjelasan laporan penggunaan dana tersebut. Kurangnya transparansi ini berpotensi mengurangi kepercayaan publik terhadap institusi keuangan daerah dan dapat menghambat tujuan utama dari program CSR, yaitu meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mengidentifikasi penyebab dan solusi atas permasalahan ini.

Dalam era globalisasi saat ini, keberhasilan perusahaan tidak hanya dinilai dari keuntungan finansial, tetapi juga dari kontribusinya terhadap pembangunan sosial dan lingkungan. Masyarakat kini menaruh perhatian lebih besar terhadap peran perusahaan dalam memberikan manfaat bagi lingkungan sekitar, terutama bagi komunitas yang terdampak langsung oleh aktivitas bisnis perusahaan tersebut. Seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya etika bisnis dan tanggung jawab sosial, lahirlah konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial

² Rasidan, “usut dugaan penyelewengan dan CSR Bank Aceh Syariah, penyidik periksa 13 orang saksi” diakses pada 18 April 2025 <https://aceh.tribunnews.com/2021/09/25/usut-dugaan-penyelewengan-dana-csr-bank-aceh-syariah-penyidik-periksa-13-orang-saksi>

perusahaan. Konsep ini kini menjadi salah satu elemen kunci dalam menilai kualitas kinerja serta integritas sebuah organisasi, terutama dalam sektor keuangan seperti perbankan daerah yang memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi lokal.

CSR dapat dipahami sebagai seperangkat inisiatif yang dilakukan perusahaan untuk menunjukkan kepedulian terhadap dampak sosial maupun lingkungan yang ditimbulkan oleh aktivitas operasionalnya. Pendekatan ini mendorong perusahaan untuk tidak hanya berorientasi pada *single bottom line* yang berfokus pada keuntungan finansial semata, melainkan juga mengadopsi prinsip *triple bottom line* yakni *profit* (kemakmuran ekonomi), *planet* (kelestarian lingkungan), dan *people* (keadilan sosial)³. Gagasan ini menegaskan bahwa sebuah entitas bisnis tidak cukup hanya mengutamakan kepentingan ekonomi atau pemegang saham, tetapi juga harus mempertimbangkan kepentingan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) lainnya, seperti masyarakat, pemerintah, dan lingkungan. Lebih lanjut, kerangka hukum di Indonesia juga turut memperkuat pentingnya CSR. Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007, khususnya pada Pasal 66 dan Pasal 74, memberikan landasan yuridis terkait kewajiban pelaporan dan pelaksanaan tanggung jawab sosial oleh perusahaan. Dalam

³ Ai Desi Indriyani Dan Willy Sri Yuliandari, "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility". *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi* Vol.6, No.1 (2020), hal: 1560.

konteks pelaporan, CSR dinilai dari tingkat pengungkapan CSR yang termuat dalam laporan tahunan atau laporan keberlanjutan perusahaan, merujuk pada pedoman *Global Reporting Initiative* (GRI), kini telah menjadi salah satu indikator penting dalam menilai sejauh mana tanggung jawab sosial dijalankan secara transparan dan berkelanjutan.

Tingkat profitabilitas merupakan salah satu variabel penting yang diyakini berpengaruh terhadap sejauh mana perusahaan mengungkapkan aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR).⁴ Profitabilitas sendiri mengindikasikan sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba dari kegiatan operasionalnya. Umumnya, entitas bisnis dengan kondisi keuangan yang sehat dan perolehan laba yang tinggi memiliki kapasitas lebih besar dalam mengalokasikan dana untuk menjalankan program-program CSR secara lebih komprehensif dan berkelanjutan. Dalam praktiknya, salah satu indikator yang sering digunakan untuk mengukur profitabilitas adalah *Return On Assets* (ROA), yakni rasio yang merefleksikan efisiensi penggunaan aset perusahaan dalam menghasilkan keuntungan.⁵

Mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Nur Isra dan Riesna (2019), ditemukan bahwa profitabilitas memberikan pengaruh yang signifikan

⁴ Idewa Adiyadnya, "*Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perusahaan*", (Bandung: CV. Feniks Muda Sejahtera, 2022), hal: 50

⁵ Beatrix Putri et,al., "Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR", *Jurnal Ilmiah MEA*, Vol.8 No 2 (2024), Hal 593

terhadap tingkat pengungkapan CSR. Perusahaan dengan tingkat laba yang tinggi cenderung memiliki motivasi lebih besar untuk melibatkan diri dalam kegiatan sosial, bukan semata-mata demi mencapai tujuan finansial, tetapi juga untuk meningkatkan reputasi, kepercayaan publik, serta nilai perusahaan di mata para pemangku kepentingan.⁶ Penelitian Catherine dan Astuti (2023) juga menemukan bahwa profitabilitas berdampak positif pada pengungkapan CSR, karena perusahaan ingin menunjukkan stabilitas keuangannya.⁷ Namun, Ardela dan Barlia (2022) menyatakan sebaliknya, bahwa profitabilitas tidak memengaruhi pengungkapan CSR, karena perusahaan dengan laba besar cenderung memprioritaskan keuntungan daripada kegiatan sosial.⁸ CSR juga dapat meningkatkan profitabilitas dengan memanfaatkan sumber daya perusahaan secara efektif.

Selain profitabilitas, salah satu faktor lain yang turut memengaruhi tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah struktur *leverage* perusahaan.⁹ *Leverage* menggambarkan seberapa besar ketergantungan perusahaan terhadap dana pinjaman atau utang dari pihak

⁶ Nur Isra Laili, dan Riesna Apramilda, “Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Kasus Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2015-2019)”, *Realible Accounting Journal* Vol. 2 No. 2, (2023), Hal 34

⁷ Cahterine Amanda Lie dan Astuti Yuli Setyani, “Pengaruh Profitabilitas dan Gender Diversity terhadap Luas Pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*)”. *Seminar Nasional FMI Papua* Vol.1 (22023) Hal 253

⁸ Ardela Intan Paramita Dan Barlia Annis Syahzuni, “Analisis Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility”, *Prosiding The 13th Industrial Research Workshop And National Seminar Bandung* (2022), Hal 1226

⁹ Idewa Adiyadnya, Op.Cit. Hal 57

eksternal, khususnya kreditur, dalam rangka membiayai aset dan operasionalnya. Perusahaan dengan *leverage* tinggi menunjukkan bahwa proporsi pendanaan melalui utang lebih besar dibandingkan modal sendiri, sedangkan perusahaan dengan *leverage* rendah cenderung menggunakan pembiayaan internal yang bersumber dari ekuitas. Tingkat *leverage* ini menjadi indikator penting yang merefleksikan seberapa besar risiko keuangan yang dihadapi oleh perusahaan. Dalam perspektif teori keagenan, perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi biasanya terdorong untuk mengungkapkan informasi yang lebih transparan kepada publik, termasuk mengenai aktivitas CSR. Hal ini bertujuan untuk meminimalkan kekhawatiran para pemegang obligasi atau kreditur atas kemungkinan terjadinya kegagalan dalam memenuhi hak-hak mereka sebagai penyedia dana eksternal.¹⁰ Salah satu alat ukur utama untuk menilai struktur *leverage* perusahaan adalah *Debt to Equity Ratio* (DER), yaitu rasio yang menggambarkan perbandingan antara total utang dengan total ekuitas. Rasio ini berfungsi untuk menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menjamin kewajibannya, baik dalam jangka pendek maupun panjang. Oleh karena itu, struktur *leverage* yang sehat diyakini dapat mendorong tingkat pengungkapan CSR yang lebih baik, sebagai bentuk tanggung jawab dan akuntabilitas perusahaan terhadap semua pemangku kepentingan.

¹⁰ Chandra dkk “Pengaruh Debt To Equity Ratio, Total Assets Turnover, Firm Size, Dan Current Ratio Terhadap Return On Assets”. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen* (2021), 2(1), Hal 57.

Dalam hal ini, penelitian yang dilakukan oleh Anita dan Jeny (2021) mengungkapkan bahwa leverage memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Temuan ini menegaskan bahwa semakin tinggi tingkat *leverage* suatu perusahaan, semakin besar pula dorongan untuk memperluas pelaporan CSR sebagai bentuk kepatuhan, transparansi, serta upaya menjaga kepercayaan dari pihak eksternal, khususnya kreditur.¹¹ Ana dan Nera menemukan bahwa *leverage* berdampak positif pada perusahaan dengan pengungkapan CSR yang luas, tetapi negatif pada perusahaan dengan pengungkapan CSR yang minim.¹² Di sisi lain, terdapat pandangan berbeda yang dikemukakan oleh Ardela dan Barlia (2022), yang menyatakan bahwa tingkat *leverage* tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hal ini disebabkan karena perusahaan dengan *leverage* tinggi cenderung lebih memfokuskan perhatian pada pemenuhan kewajiban finansial kepada kreditur, sehingga pelaksanaan program CSR bukan menjadi prioritas utama dalam strategi operasional mereka.¹³ Perusahaan dengan *leverage* tinggi menggunakan CSR untuk membangun citra positif, menarik

¹¹ Anita Dan Jeny, “Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas, Industry, Umur Perusahaan, Masa Jabatan Perusahaan Audit, Dan Ukuran Perusahaan Audit Terhadap Corporate Social Responsibility”, *Combines* Vol.1 No.1 (2021), Hal 1537

¹² Fitriyah, “Pengaruh Governance, Ukuran Perusahaan Dan *Leverage* Terhadap Responsibility (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Tahun 2014-2017 Di BEI)”, Vol.2 No.2 (2020), Hal 183

¹³ Ardela Dan Barlia Op.Cit., Hal 1226

investor, dan meningkatkan kepercayaan kreditur serta pemegang saham, sekaligus mengurangi risiko reputasi.¹⁴

Adapun faktor ketiga yang turut memengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah keberadaan dewan komisaris independen.¹⁵ Komposisi dewan ini diukur berdasarkan jumlah anggota yang duduk dalam jajaran dewan komisaris perusahaan, khususnya yang bersifat independen dan tidak memiliki keterkaitan langsung dengan pihak internal perusahaan. Menurut *Forum for Corporate Governance in Indonesia* (FCGI), dewan komisaris memiliki peran sentral dalam sistem tata kelola perusahaan, dengan tanggung jawab utama untuk memastikan bahwa strategi perusahaan berjalan sesuai rencana, melakukan fungsi pengawasan terhadap kinerja manajemen, serta menjamin tercapainya prinsip akuntabilitas dalam pengelolaan perusahaan. Berdasarkan teori agensi, dewan komisaris juga dipandang sebagai mekanisme kontrol tertinggi yang bertugas memantau dan mengarahkan perilaku manajemen puncak agar tetap selaras dengan kepentingan para pemangku kepentingan.¹⁶

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Tri dan Paulus (2021) menunjukkan bahwa keberadaan dewan komisaris independen memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, yang dalam hal ini diukur

¹⁴ Ardela Dan Barlia Op.Cit., Hal 1226

¹⁵ Idewa Adiyadnya, Op.Cit. Hal 60

¹⁶ Ibid.

berdasarkan persentase laba yang diperoleh oleh perusahaan.¹⁷ Penelitian lain yang dilakukan oleh Siti et al. juga memperkuat temuan tersebut, dengan menyatakan bahwa komisaris independen secara positif memengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.¹⁸ Namun demikian, tidak semua penelitian menyimpulkan hal yang sama. Studi yang dilakukan oleh M. Rivandi dan Andi (2019) menunjukkan bahwa dewan komisaris tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap pengungkapan CSR. Mereka berpendapat bahwa dewan komisaris lebih memusatkan perhatian pada pengawasan aspek keuangan perusahaan, sementara keterlibatan mereka dalam pengawasan kinerja sosial tidak terlalu menonjol, sehingga keberadaan mereka tidak selalu berdampak langsung terhadap aktivitas CSR perusahaan.¹⁹ Dewan Komisaris Independen memastikan CSR bukan sekadar formalitas dengan mendorong transparansi, akuntabilitas, dan kepatuhan. Integrasi CSR dalam bisnis dapat meningkatkan reputasi dan kinerja jangka panjang perusahaan.

¹⁷ Tri Yulia Mega Putri Dan Paulus Yulius Fanggide, “Pengaruh Kepemilikan Institusional, Dewan Komisaris Independen, Dan Komite Audit Terhadap Corporate Social Responsibility”, *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* Vol.3 No.2 (2021), Hal 104

¹⁸ Siti et.al., “Pengaruh Komisaris Independen Dan Komite Audit Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perusahaan Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012 S.D 2014”, Media.Niti, Diakses 22 Desember 2024 <https://Media.Neliti.Com/Media/Publications/202871-None.Pdf>

¹⁹ Muhammad Rivandi Dan Andi Harita Putra, “Pengaruh Dewan Komisaris Dan Komite Audit Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)”. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 8 No.1 (2019), Hal 139

Faktor keempat yang mempengaruhi CSR adalah usia perusahaan.²⁰ Semakin lama suatu perusahaan beroperasi atau semakin tua usia perusahaan, maka perusahaan tersebut kemungkinan besar akan menyediakan informasi tentang perusahaan yang lebih banyak dan lebih luas dari pada perusahaan yang baru berdiri. Mengetahui usia atau umur suatu perusahaan dapat memberikan gambaran mengenai sejauh mana perusahaan tersebut mampu bertahan dan beradaptasi dalam menghadapi dinamika dunia bisnis yang kompetitif.²¹ Secara teoritis, usia perusahaan diperkirakan memiliki hubungan yang positif dengan tingkat pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR), karena semakin lama perusahaan berdiri, semakin tinggi pula tingkat kedewasaannya dalam memahami pentingnya tanggung jawab sosial terhadap para pemangku kepentingan. Menurut teori legitimasi, perusahaan berusaha memenuhi ekspektasi masyarakat melalui tanggung jawab sosial.²² Usia perusahaan dihitung dari waktu pendirian sesuai akta hingga menjadi sampel penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh Intan dan Maryono (2023) menunjukkan bahwa usia perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, yang berarti bahwa semakin tua usia perusahaan, maka

²⁰ Lela Nurlaela Wati, “model *corporate social responsibility* (CSR)”, (jawa timur: penerbit myra publisher, 2019), hal: 33

²¹ Ibid

²² Sinta Safrianti, “Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Umur Perusahaan Terhadap *Corporate Responsibility Disclosure* Pada Perusahaan Sektor Industri Dasar Dan Kimia Di BEI Pada Tahun 2013-2019”, *Creative Research Management Journal*, Vol. 3 No.1 (2020), Hal 54

kecenderungan untuk mengungkapkan aktivitas CSR dalam laporan tahunan juga semakin besar.²³ Hal senada juga dikemukakan oleh Medy et al. (2022), yang menyatakan bahwa usia perusahaan berpengaruh signifikan secara positif terhadap pelaksanaan CSR. Baik perusahaan yang telah lama berdiri maupun yang baru dirintis sama-sama menyadari bahwa CSR bukan sekadar kewajiban administratif, melainkan merupakan alat strategis yang dapat memperkuat legitimasi perusahaan di mata publik sekaligus mendorong pencapaian keuntungan jangka panjang.²⁴ Namun, temuan yang berbeda disampaikan oleh Brian dan rekan-rekannya (2022), yang menyatakan bahwa umur perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Mereka berargumen bahwa perusahaan yang sudah mapan dan beroperasi dalam jangka waktu lama cenderung tidak lagi mengandalkan laporan tahunan sebagai satu-satunya media untuk menyampaikan aktivitas sosialnya. Sebaliknya, mereka sering menggunakan saluran komunikasi lain seperti situs web perusahaan, majalah internal, atau media digital.²⁵ Meski demikian, secara umum dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang lebih tua cenderung memiliki sistem CSR yang lebih terstruktur dan berpengalaman,

²³ Intan Cahya Addiani Dan Maryono, “ Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Corporate Social Responsibility”, *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, Vol.5 No. 10 (2023).

²⁴ Medy desma et.al. “analisi pengaruh corporate social responsibility dipeengaruhi ukuran perusahaan, umur perusahaan dan profitabilitas”. *Jurnal bisnis dan manjaman* Vol.2 No.1 (2022), hal 60

²⁵ Brian Audika, Fitri Damayanti Dan Dwi Suhartini, “Analisis Kinerja Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Social Responsibility”, *Prosiding Senapan*, Vol. 2 No.1 (2022), Hal 102

mengingat mereka telah melalui berbagai tekanan regulasi, dinamika pasar, serta ekspektasi dari pemangku kepentingan. Sebaliknya, perusahaan yang masih muda sering kali menghadapi keterbatasan sumber daya dan lebih berfokus pada penguatan fundamental bisnis seperti peningkatan pendapatan dan pertumbuhan aset, sehingga pelaksanaan CSR bisa jadi belum menjadi prioritas utama.

Berdasarkan uraian teoritis dan empiris yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa faktor utama yang memengaruhi tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) suatu perusahaan, khususnya pada sektor perbankan syariah. Faktor-faktor tersebut antara lain meliputi profitabilitas, struktur leverage, keberadaan dewan komisaris independen, serta usia perusahaan. Dengan mempertimbangkan pentingnya isu tersebut, peneliti merasa terdorong untuk melakukan studi dengan judul **“Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dewan Komisaris Independen dan Usia Perusahaan terhadap *Corporate social responsibility* Bank Umum Syariah Tahun 2019-2023”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, dapat ditarik beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Bank Umum Syariah selama periode 2019–2023?

2. Apakah *leverage* memiliki pengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Bank Umum Syariah selama periode 2019–2023?
3. Apakah dewan komisaris independen berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Bank Umum Syariah selama periode 2019–2023?
4. Apakah usia perusahaan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Bank Umum Syariah selama periode 2019–2023?
5. Apakah profitabilitas, *leverage*, dewan komisaris independen, dan usia perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Bank Umum Syariah selama periode 2019–2023?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya juga, maka penelitian ini memiliki beberapa tujuan yang akan dicapai sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Bank Umum Syariah periode 2019–2023.
2. Untuk mengkaji pengaruh *leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Bank Umum Syariah periode 2019–2023.
3. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh dewan komisaris independen terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Bank Umum Syariah periode 2019–2023.

4. Untuk mengevaluasi pengaruh usia perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Bank Umum Syariah periode 2019–2023.
5. Untuk menilai pengaruh secara simultan antara profitabilitas, *leverage*, dewan komisaris independen, dan usia perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Bank Umum Syariah periode 2019–2023.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang penulis harapkan dari hasil penelitian ini antara lain:

1. Bagi perbankan syariah, penelitian ini mendukung bank dalam menyusun strategi CSR yang tidak hanya meningkatkan citra, tetapi juga memperkuat loyalitas nasabah. Strategi CSR yang baik juga dapat menarik investor yang mengedepankan prinsip keuangan etis, sehingga meningkatkan keberlanjutan dan daya saing bank.
2. Bagi akademisi, studi ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan pembandingan tentang pengaruh profitabilitas, *leverage*, dewan komisaris independen, dan usia perusahaan terhadap CSR Bank Umum Syariah di Indonesia.
3. Bagi investor, sebagai bahan pertimbangan terkait dengan kegiatan investasi sehingga investor bisa menemukan keputusan yang tepat untuk berinvestasi.
4. Bagi pemerintah, dengan adanya pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi keterlibatan bank syariah

dalam CSR, pemerintah dapat menyusun kebijakan yang lebih tepat sasaran dalam mendorong kontribusi sektor perbankan terhadap pembangunan sosial dan ekonomi.

E. Sistematika Penelitian

Untuk memberikan pemahaman yang terstruktur dan sistematis, proposal penelitian ini disusun ke dalam lima bab utama, yang masing-masing memiliki cakupan pembahasan sebagai berikut:

BAB I – PENDAHULUAN

Bab ini menyajikan pengantar penelitian yang mencakup latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat teoritis dan praktis, serta sistematika penulisan sebagai gambaran alur penyusunan proposal.

BAB II – TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat landasan teori terkait variabel yang diteliti, yaitu profitabilitas, leverage, dewan komisaris independen, usia perusahaan, dan CSR. Selain itu, disajikan hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, serta hipotesis yang diajukan.

BAB III – METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan pendekatan dan desain penelitian, mencakup jenis penelitian, objek studi, serta metode pengumpulan dan analisis data. Di dalamnya juga dijelaskan populasi dan teknik sampling, definisi operasional

variabel, sumber data, metode pengumpulan data, dan teknik analisis untuk menguji hipotesis secara empiris.

BAB IV – HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil pengolahan dan analisis data menggunakan teknik statistik, seperti statistik deskriptif dan regresi data panel. Temuan yang diperoleh dibahas secara mendalam untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis penelitian.

BAB V – PENUTUP

Bab ini berisi simpulan hasil penelitian, keterbatasan studi sebagai refleksi, serta saran bagi akademisi, praktisi, dan peneliti selanjutnya agar temuan penelitian dapat memberikan manfaat yang lebih luas dan aplikatif.



