

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Dunia bisnis merupakan usaha yang dilakukan oleh seseorang untuk mendapatkan laba atau keuntungan. Bisnis terdiri dari berbagai macam tipe dan manajemen dalam bidang ekonomi mendorong setiap bisnis untuk memberikan kontribusi yang positif, sehingga dalam perkembangannya tidak hanya membicarakan mengenai keuntungan saja. Dalam operasionalnya, perkembangan suatu bisnis membawa dampak bagi kondisi lingkungan, sosial dan ekonomi masyarakat, sehingga sangat disayangkan jika ada bisnis yang hanya fokus pada kegiatan ekonomi dan produksi akan tetapi melupakan keadaan masyarakat sekitarnya dan juga melupakan aspek-aspek kelestarian lingkungan.¹ Oleh karena itu, dapat dihindari bahwa operasional suatu bisnis harus memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan sosial masyarakat berupa kegiatan yang bersifat sosial. Kegiatan yang bersifat sosial ini disebut dengan *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu topik etika bisnis yang banyak dibicarakan.²

Isu CSR (*Corporate Social Responsibility*) telah lama diperbincangkan di seluruh dunia semenjak tahun 1950 dan 1960-an di Negara Barat. Pada tahun 1970-an, di mana perusahaan di Amerika mendapat kritikan tajam, karena telah menjadi suatu yang sangat berkuasa dan antisosial. Pada tahun 1990-an, ide CSR ini diterima dan diimplementasikan di seluruh dunia. Walau bagaimanapun

¹Zul Irmayani, "Memperkuat Reputasi Perusahaan Melalui Implementasi CSR," *Jurnal Pro Bisnis*, Vol. 4 No 2 (Agustus, 2011): 55

²Sonny Keraf, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya* (Yogyakarta: Kanisius, 1998), 113.

hasilnya, diskusi mengenai konsep CSR selalu didasari pada perspektif norma, budaya dan keyakinan masyarakat Barat, khususnya Eropa dan Amerika.³

Kajian awal mengenai konsep CSR menjelaskan bahwa konsep CSR adalah konsep yang memberikan perhatian lebih oleh perusahaan sebagai tanggung jawabnya terhadap sistem sosial. Setiap keputusan yang dibuat dan dilaksanakan oleh perusahaan perlu memperhatikan kepentingan masyarakat di sekitarnya. Dimensi lain adanya tanggung jawab sosial perusahaan yaitu kegiatan aktif perusahaan untuk memberdayakan masyarakat dan semua pemegang kepentingan ke arah kualitas kehidupan yang harmonis.⁴

CSR adalah tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan yang etis dan sejalan dengan pembangunan berkelanjutan termasuk kesehatan dan kesejahteraan masyarakat. Murray dan Vogel menilai bahwa praktik tanggung jawab sosial perusahaan adalah usaha yang berpihak kepada sosial. Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) merupakan salah satu tanggung jawab yang dilakukan oleh perusahaan untuk pembangunan ekonomi mapan dalam upaya meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungan.⁵ CSR bisa dikatakan sebagai operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara financial, melainkan juga untuk pembangunan sosial-ekonomi kawasan secara holistik, melembaga dan berkelanjutan.

³Muhammad Yasir Yusuf, *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) Pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS)* (Depok: Kencana, 2017), 1.

⁴Ibid., 31.

⁵Ibid., 3.

Dalam Islam, tanggung jawab sosial bukan merupakan perkara yang asing. Tanggung jawab sosial sudah mulai ada dan dipraktekkan sejak awal Islam yakni sejak 14 abad yang silam. Pembahasan mengenai tanggung jawab sosial sangat sering disebutkan dalam al-Qur'an yang sekarang sering kita sebut dengan ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*). Menurut Khursid, *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) merupakan konsep tanggung jawab sosial perusahaan yang berdimensi ekonomi Islam, legal Islam, etika Islam dan filantropi Islam berdasarkan nilai-nilai keislaman yang ada pada al-Qur'an dan hadits.⁶

Al-Qur'an selalu menghubungkan antara kesuksesan berbisnis dan pertumbuhan ekonomi yang dipengaruhi oleh moral para pengusaha dalam menjalankan bisnis.⁷ Perhatian Islam terhadap keuntungan bisnis tidak mengabaikan aspek-aspek moral dalam mencapai keuntungan sesuai dengan firman Allah SWT. dalam al-Qur'an surah al-Isra' ayat 35. Hal ini menunjukkan bahwa dalam Islam terdapat hubungan yang sangat erat antara ekonomi dan moral, dan keduanya merupakan sesuatu yang tidak boleh dipisahkan.

Praktik ICSR diserahkan kepada manajemen perusahaan berdasarkan panduan undang-undang dan syariah. Makna syariah adalah satu sistem yang mengatur etika dan norma yang melingkupi seluruh aspek kehidupan manusia, yang di antaranya termasuk kehidupan pribadi, sosial, politik, ekonomi, dan intelektual. Syariah menjadi ukuran yang tetap walaupun keadaan di lingkungan

⁶ Indrayani dan Risna, "Pengaruh *Islamic Corporate Sosial Responsibility* (ICSR) dan *Sharia Governance* Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Bank Umum Syariah yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016)" *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Perpajakan Di Indonesia (JAKPI)*, Vol. 6, No. 01 (April, 2018): 68.

⁷Yusuf, *Islamic Corporate Social Responsibility*, 43.

mengalami perubahan.⁸ Oleh karena itu, syariah tidak mungkin dipisahkan dalam pengamalan agama. Masyarakat Madura yang terkenal sangat taat beragama akan menjunjung prinsip-prinsip Islam agar diterapkan dalam setiap aktivitasnya termasuk aktivitas bisnis dalam suatu perusahaan sehingga perusahaan tersebut bisa mencapai tujuannya.

Perusahaan adalah suatu entitas yang dibentuk secara hukum dan mempunyai kekuatan secara hukum oleh individu. Perusahaan sebagai entitas ekonomi biasanya memiliki tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Dalam jangka pendek perusahaan memiliki tujuan untuk mendapatkan laba secara maksimal, sedangkan untuk tujuan jangka panjangnya adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Keberlangsungan hidup suatu perusahaan bergantung pada keuntungan yang diperolehnya. Keuntungan inilah yang kemudian menjadi tujuan utama didirikannya suatu perusahaan.

Persepsi masyarakat tentang perusahaan sangat penting dan bisa mempengaruhi keberadaan perusahaan dalam waktu yang lama. Persepsi masyarakat bisa mengancam keberadaan perusahaan dalam meraih keuntungan. Sekiranya masyarakat tidak puas terhadap perusahaan disebabkan oleh kelakuan perusahaan yang tidak sah dan benar menurut undang-undang maka masyarakat berhak untuk melakukan protes atau somasi terhadap perusahaan tersebut. Islam mengakui bahwa pemilik perusahaan atau penyandang dana memiliki hak untuk mendapatkan keuntungan, tetapi tidak dengan mengorbankan klaim berbagai pemangku kepentingan lainnya.⁹

⁸ Yusuf, *Islamic Corporate Social Responsibility*, 47.

⁹ Johan Arifin dan Eke Ayu Wardani, "Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure, Reputasi, dan Kinerja Keuangan: Studi Pada Bank Syariah di Indonesia", *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, 20, 1 (Juni, 2016): 38.

Perusahaan harus tetap memperhatikan para pemangku kepentingan (*stakeholder*). Saat ini keberlanjutan perusahaan bisa ditopang dengan peduli terhadap dimensi sosial dan lingkungan. Oleh karena itu, orientasi perusahaan tidak bisa hanya untuk mendapatkan laba saja akan tetapi juga harus mementingkan aspek sosial dalam keberlangsungan aktivitas perusahaan tersebut. Dalam perkembangannya, perusahaan terbagi menjadi beberapa bentuk, salah satunya adalah perusahaan perseorangan. Perusahaan perseorangan adalah bisnis yang kepemilikannya dipegang oleh satu orang.¹⁰ Salah satu contohnya adalah perusahaan Tambak Udang yang berada di Desa Legung Barat Kecamatan Batang-Batang Kabupaten Sumenep.

Pemilik perusahaan perseorangan memiliki tanggung jawab tidak terbatas atas harta perusahaan. Perusahaan ini dikelola secara perorangan serta memiliki tanggung jawab penuh terhadap kelangsungan perusahaan dan modalnya berasal dari milik sendiri. Walaupun demikian, untuk keberlangsungan aktivitas perusahaannya maka perlu untuk membuat perusahaan terlihat baik di mata masyarakat. Citra positif tentang perusahaan oleh masyarakat akan membantu membuat *brand* perusahaan meningkat.

Citra atau reputasi merupakan perasaan atau keyakinan yang dimiliki oleh seseorang terhadap sebuah organisasi. Dengan kata lain, reputasi perusahaan adalah evaluasi atas citra organisasi dari masyarakat. Citra perusahaan adalah keseluruhan kesan terhadap sebuah entitas yang ada dalam pikiran masyarakat.¹¹

¹⁰ <http://id.m.wikipedia.org/wiki/Bisnis.html>, pada tanggal 18 April 2020 pukul 22.20.

¹¹ Dian Rhesa Rahmayanti, "Implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam Membangun Reputasi Perusahaan", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11, 1 (Juni, 2014): 99.

Upaya pembentukan citra positif perusahaan juga dilakukan melalui implementasi ICSR, implementasi tersebut terikat dengan peraturan pemerintah seperti yang telah tertera pada peraturan Undang-Undang No.40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas.¹² Selain itu, ICSR merupakan tanggung para pelaku ekonomi dalam Islam untuk hubungan tanggung jawabnya kepada Allah SWT, kepada manusia dan tanggung jawabnya kepada lingkungan sekitar, seperti halnya tanggung jawab yang diterapkan pada perusahaan Tambak Udang yang ada di desa Legung Barat kecamatan Batang-Batang kabupaten Sumenep. Dalam hal ini pula ICSR diharapkan mampu menimbulkan kepedulian masyarakat terhadap nama baik perusahaan.

Perusahaan Tambak Udang yang berada di desa Legung Barat kecamatan Batang-Batang kabupaten Sumenep merupakan perusahaan tambak udang yang sudah menerapkan sistem ICSR, berupa perekrutan karyawan yang diambil dari masyarakat sekitar. Akan tetapi apakah perekrutan karyawan dari masyarakat sekitar sudah cukup untuk memenuhi standar terlaksananya program ICSR sebagai upaya dalam membentuk reputasi suatu perusahaan. Berdasarkan konteks penelitian ini, peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang implementasi ICSR yang dilaksanakan oleh perusahaan tambak udang untuk membentuk reputasi perusahaannya. Maka dari itu peneliti tertarik mengangkat judul “Implementasi *Islamic Corporate Social responsibility (ICSR)* Dalam Membentuk Reputasi Perusahaan Tambak Udang (Studi Kasus di Desa Legung Barat Kecamatan Batang-Batang Kabupaten Sumenep).”

¹² Dian Rhesa Rahmayanti, “Implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam Membangun Reputasi Perusahaan”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11, 1 (Juni, 2014): 94.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian di atas, peneliti menemukan beberapa fokus penelitian, di antaranya adalah:

1. Bagaimana implementasi *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) pada perusahaan Tambak Udang (Studi Kasus di Desa Legung Barat Kecamatan Batang-Batang Kabupaten Sumenep)?
2. Bagaimana respon masyarakat terhadap implementasi *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) pada perusahaan Tambak Udang (Studi Kasus di Desa Legung Barat Kecamatan Batang-Batang Kabupaten Sumenep)?

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, peneliti ingin mencapai beberapa tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui implementasi *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) pada perusahaan Tambak Udang (Studi Kasus di Desa Legung Barat Kecamatan Batang-Batang Kabupaten Sumenep).
2. Untuk mengetahui respon masyarakat terhadap implementasi *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) pada perusahaan Tambak Udang (Studi Kasus di Desa Legung Barat Kecamatan Batang-Batang Kabupaten Sumenep).

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mempunyai nilai kegunaan, yaitu nilai guna secara teoritis dan praktis. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan bacaan serta sebagai referensi yang dapat

memperluas daya pikir dan wawasan dalam ilmu pengetahuan, juga sebagai bukti empiris tentang Implementasi *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* Dalam Membentuk Reputasi Perusahaan Tambak Udang (Studi Kasus di Desa Legung Barat Kecamatan Batang-Batang Kabupaten Sumenep).

Sedangkan secara praktis, kegunaan penelitian ini antara lain:

1. Bagi IAIN Madura, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran tentang Implementasi *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* Dalam Membentuk Reputasi Perusahaan Tambak Udang (Studi Kasus di Desa Legung Barat Kecamatan Batang-Batang Kabupaten Sumenep), serta dapat berfungsi sebagai input atau temuan ilmiah yang dapat menambah koleksi perpustakaan untuk dijadikan bahan bacaan, acuan dan referensi bagi kalangan yang membutuhkan.
2. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman yang akan memperluas daya pikir dan mengetahui tentang Implementasi *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* Dalam Membentuk Reputasi Perusahaan Tambak Udang (Studi Kasus di Desa Legung Barat Kecamatan Batang-Batang Kabupaten Sumenep).
3. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan kontribusi yang baik untuk meningkatkan reputasi perusahaan tambak udang yang berada di desa Legung kecamatan Batang-Batang kabupaten Sumenep.
4. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan, informasi yang aktual maupun faktual mengenai tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sosial kemasyarakatan.

E. Definisi Istilah

Ada beberapa istilah yang peneliti definisikan dalam penelitian ini untuk menghindari kesalahpahaman mengenai maksud dari judul penelitian, di antaranya:

1. Implementasi adalah pelaksanaan; penerapan.¹³
2. *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) adalah tanggung jawab sosial perusahaan yang berdimensi ekonomi Islam, legal Islam, etika Islam dan filantropi Islam berdasarkan nilai-nilai keislaman yang ada pada al-Qur'an dan hadits.¹⁴
3. Reputasi perusahaan adalah keseluruhan kesan terhadap sebuah entitas yang ada dalam pikiran masyarakat.¹⁵
4. Desa Legung Barat adalah sebuah desa pesisir pantai yang berada di kecamatan Batang-Batang kabupaten Sumenep.

Jadi yang dimaksud dari definisi istilah, penulis di sini juga ingin mengetahui implementasi dari *Islamic Corporate Social Responsibility* dalam membentuk reputasi perusahaan tambak udang yang bertempat di desa Legung Barat kecamatan Batang-Batang kabupaten Sumenep.

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Pada dasarnya studi tentang pembahasan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) dan reputasi perusahaan sudah banyak dibahas di beberapa

¹³ <https://kbbi.web.id/implementasi.html>, pada tanggal 26 Mei 2021 pukul 19.23 WIB.

¹⁴ Indrayani dan Risna, "Pengaruh *Islamic Corporate Sosial Responsibility* (ICSR) dan *Sharia Governance* Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Bank Umum Syariah yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016)" *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Perpajakan Di Indonesia (JAKPI)*, Vol.6, No. 01 (April, 2018): 68.

¹⁵ Dian Rhesa Rahmayanti, "Implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam Membangun Reputasi Perusahaan", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11, 1 (Juni, 2014): 99.

karya tulis ilmiah seperti jurnal dan artikel, akan tetapi dalam tesis dan skripsi tidak begitu banyak dibahas mengenai implementasi *Islamic corporate social responsibility* dalam membentuk reputasi perusahaan, yang banyak dibahas adalah implementasi dari *Islamic corporate social responsibility* untuk reputasi perusahaan, yang mana dalam implementasi tersebut dapat dikaji suatu peran mengapa implementasi tersebut harus dilakukan. Dengan demikian untuk mendukung persoalan yang lebih mendalam terhadap permasalahan yang dibahas di atas serta mempermudah mendapatkan gambaran dalam penyusunan kerangka pikir penelitian ini, peneliti melakukan kajian terhadap literatur-literatur yang hampir mirip namun berbeda dengan objek masalah yang diangkat, diantaranya sebagai berikut:

Pertama, Skripsi yang ditulis oleh Reni Irliani pada tahun 2019 yang diteliti dari skripsi ini adalah implementasi *islamic corporate sosial responsibility* (ICSR) dalam mempertahankan reputasi perusahaan, dengan judul skripsi “Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam Mempertahankan Reputasi Perusahaan Berdasarkan Perspektif Syariah (Studi Kasus PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup)” Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode lapangan yang bersifat kualitatif yaitu melakukan pengamatan langsung dengan mewawancarai peserta penelitian atau partisipan dengan mengajukan pertanyaan yang umum dan luas kemudian data tersebut dikumpulkan, dianalisis dalam bentuk penggambaran atau deskripsi atau dapat pula dalam bentuk tema-tema yang kemudian diinterpretasikan untuk menangkap arti yang terdalam. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa implementasi CSR yang dilakukan oleh bank muamalat Indonesia sudah sesuai dengan konsep syariah, salah satu dari

pengaruh implementasi CSR yaitu meningkatnya jumlah nasabah PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup sebanyak 6.045 orang nasabah pada tahun 2017 dibanding dengan tahun 2016 sebanyak 5.542 orang nasabah. Meskipun meningkatnya reputasi dengan cara meningkatnya jumlah nasabah tidak sepenuhnya efek dari CSR namun CSR memiliki peran untuk mempertahankan reputasi perusahaan.¹⁶

Kedua, Skripsi yang ditulis oleh Aprilian Ahmad Afandi pada tahun 2019 yang diteliti dari skripsi ini adalah pengaruh *islamic corporate sosial responsibility* (ICSR) terhadap reputasi perusahaan, dengan judul skripsi “Pengaruh Kinerja Perusahaan dan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) Terhadap Reputasi Perusahaan (Studi Empiris Pada Bank Umum Syariah yang Terdaftar Pada Otoritas Jasa Keuangan Periode 2014-2017)”. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan sumber data yang digunakan adalah data sekunder. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel ICSR selama periode pengamatan berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan. Dapat dikatakan bahwa semakin besar pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh bank umum syariah yang terdaftar di OJK maka akan menaikkan nilai reputasi perusahaan bahkan dikatakan bahwa ICSR merupakan nilai tambah (*add value*) yang dapat berimplikasi pada meningkatnya profitabilitas jangka panjang.¹⁷

¹⁶Reni Erliani, “Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam Mempertahankan Reputasi Perusahaan Berdasarkan Perspektif Syariah (Studi Kasus PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup)”, (Skripsi, IAIN Curup, Curup, 2019).

¹⁷Aprilian Ahmad Afandi, “Pengaruh Kinerja Perusahaan dan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) Terhadap Reputasi Perusahaan (Studi Empiris Pada Bank Umum Syariah Yang Terdaftar Pada Otoritas Jasa Keuangan Periode 2014-2017)”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Lampung, 2019).

Ketiga, Jurnal yang ditulis oleh Johan Arifin dan Eke Ayu Wardani pada tahun 2016 yang diteliti dari jurnal ini adalah pengaruh pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) terhadap reputasi korporasi, serta kinerja keuangan perusahaan yang diproksi dengan *Return on Asset* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE), dengan judul jurnal “*Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure, Reputasi dan Kinerja Keuangan: Studi Pada Bank Syariah di Indonesia*”. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian metode *content* dengan menggunakan cara *purposive judgement sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Islamic Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif secara signifikan terhadap reputasi perusahaan perbankan syariah di Indonesia. Dengan demikian peningkatan kualitas pengungkapan ICSR dalam laporan keuangan di kalangan perusahaan perbankan syariah di Indonesia dianjurkan untuk dilakukan dalam rangka mendorong peningkatan reputasi perusahaan.¹⁸

¹⁸Johan Arifin dan Eke Ayu Wardani, “*Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure, Reputasi, dan Kinerja Keuangan: Studi Pada Bank Syariah di Indonesia*”, *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, 20, 1 (Juni, 2016).

Tabel 2.1

Perbedaan dan Persamaan Dengan Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1	Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Dalam Mempertahankan Reputasi Perusahaan Berdasarkan Perspektif Syariah (Studi Kasus PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup)	Memberikan gambaran peran ICSR terhadap reputasi perusahaan serta metode penelitiannya menggunakan metode lapangan yang bersifat kualitatif yaitu melakukan pengamatan langsung dengan mewawancarai peserta penelitian atau partisipan.	Fokus penelitiannya terhadap implementasi ICSR dan objek penelitiannya pada lembaga keuangan.
2	Pengaruh Kinerja Perusahaan dan <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i> (ICSR) Terhadap Reputasi Perusahaan (Studi Empiris Pada Bank Umum Syariah yang Terdaftar Pada Otoritas Jasa Keuangan Periode 2014-2017)	Memberikan gambaran peran ICSR terhadap reputasi perusahaan.	Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dan objek penelitiannya di bank umum syariah yang terdaftar pada Otoritas Jasa Keuangan.
3	<i>Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure</i> , Reputasi dan Kinerja Keuangan: Studi Pada Bank Syariah di Indonesia	Memberikan gambaran peran ICSR terhadap reputasi perusahaan.	Variabel penelitiannya diproksi dengan <i>Return On Asset</i> (ROA) dan <i>Return On Equity</i> (ROE), dan metode penelitiannya menggunakan metode <i>content</i> dengan menggunakan cara <i>purposive judgement sampling</i> .