

## *Financial Performance, Maqashid Syariah dan Corporate Reputation: Moderasi Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)*

Wiwit Siska Indahyani<sup>1</sup>, Driana Leniwati<sup>2</sup>, Agung Prasetyo Nugroho  
Wicaksono<sup>3</sup>

Universitas Muhammadiyah Malang<sup>1,2,3</sup>, Jl. Raya Tlogomas No. 246, Malang, 65141,  
Indonesia

✉ Corresponding Author:

**Nama Penulis:** Driana Leniwati

E-mail: driana@umm.ac.id

| Submit 23 Oktober 2023 | Diterima 24 April 2024 | Terbit 19 Juli 2024 |

### **Abstract**

**Purpose:** This research aims to prove and test empirically how financial performance and Maqashid Syariah impact a company's reputation with Islamic corporate social responsibility (ICSR) as a moderating variable. This study focuses on Sharia Commercial Bank companies registered in Indonesia from 2019 to 2020.

**Method:** This research used a random sample method and took 28 samples from companies over two years. Data analysis uses the panel data regression testing method and the Eviews10 analysis tool.

**Results:** The results of this research show that financial performance has an effect on corporate reputation, and Maqashid Syariah has no effect. Furthermore, Islamic Corporate Social Responsibility can control the relationship between financial performance and corporate reputation, but cannot control the relationship between Maqashid Syariah and corporate reputation.

**Implications:** This research provides implications for the development of accounting science, especially company performance relating to ICSR, and practical contributions in considering ICSR in creating a company reputation.

**Novelty:** The novelty of this research is testing Maqashid Syariah with ICSR as moderation in determining Corporate Reputation with the consideration that the highest form of human responsibility is being responsible to Allah SWT. Therefore, by including Maqashid Syariah and ICSR it will provide novelty in its implications for science and practice.

**Keywords:** financial performance; maqashid syariah; corporate reputation; islamic corporate social responsibility (ICSR)

### **Abstrak**

**Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menguji secara empiris bagaimana *financial performance* dan *Maqashid Syariah* berdampak pada *corporate reputation* dengan *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* sebagai variabel moderasi. Studi ini berfokus pada perusahaan Bank Umum Syariah yang terdaftar di Indonesia dari tahun 2019 hingga 2020.

**Metode:** Penelitian ini menggunakan metode random sampling dan mengambil 28 sampel dari perusahaan selama dua tahun. Analisis data menggunakan metode pengujian regresi data panel dan menggunakan alat analisis Eviews10.

**Hasil:** Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *financial performance* berpengaruh terhadap *corporate reputation*, dan *Maqashid Syariah* tidak berpengaruh. Selanjutnya, *Islamic Corporate Social Responsibility* dapat mengontrol hubungan antara *financial performance* dan *corporate reputation*, tetapi tidak dapat mengontrol hubungan antara *Maqashid Syariah* dan *corporate reputation*.

**Implikasi:** Penelitian ini memberikan implikasi kepada pengembangan keilmuan akuntansi khususnya *financial performance* yang mengaitkan dengan ICSR dan kontribusi praktis di dalam memberikan pertimbangan ICSR di dalam membentuk *corporate reputation*.

**Kebaruan:** Kebaruan dari penelitian ini adalah menguji *Maqashid Syariah* dengan ICSR sebagai moderasi di dalam menentukan *corporate reputation* dengan pertimbangan bahwa bentuk tanggung jawab tertinggi manusia adalah kepada Allah SWT. Oleh karena itu dengan memasukkan *Maqashid Syariah* dan ICSR akan memberikan kebaruan didalam implikasi pada keilmuan dan praktek

**Kata kunci:** *financial performance; maqashid syariah; corporate reputation; islamic corporate social responsibility (ICSR)*

## PENDAHULUAN

*Corporate reputation* merupakan penilaian masyarakat yang menggambarkan citra perusahaan yang dapat ditujukan untuk menarik minat pelamar, membangun pangsa pasar yang luas, dan menarik investor (T. Islam et al. 2021; Pham and Tran 2020). Tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat juga dapat meningkatkan citra perusahaan salah satunya perbankan (Ikram et al. 2020; Javed et al. 2020; Latif, Pérez, and Sahibzada 2020). Reputasi yang baik dapat mempengaruhi dukungan masyarakat terhadap bank tersebut.

Bank dan Lembaga keuangan merupakan sumber kepercayaan masyarakat; mereka juga dapat menunjukkan kepada masyarakat seberapa baik mereka dapat mengelola dana yang dipercayakan kepada mereka (T. Islam et al. 2021). Fenomena yang muncul di Indonesia adalah semakin banyak lembaga keuangan dan bank yang bermunculan sehingga masyarakat Indonesia semakin sulit untuk menilai terutama dalam memilih lembaga keuangan dan bank yang dapat dipercaya. Oleh karena itu setiap Lembaga keuangan maupun bank harus mempertimbangkan pesaingnya saat merencanakan strategi atau aktivitas bisnis mereka untuk mencapai tujuan mereka.

Seperti yang ditunjukkan oleh peneliti sebelumnya, *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* berasal dari *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang bertujuan untuk mendukung keberlanjutan perusahaan (Koleva 2021; Wan Jusoh and Ibrahim, 2020). (Ibrahim and Ismail. (2020) ; J. H. Islam, Wanto, and Hidayat (2021); Muhamad et al. (2022) menemukan bahwa faktor-faktor *Islamic Social Reporting* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Maqashid Syariah*. Hal yang sama dilakukan oleh Mardiyah, Pramono, dan Yasid (2020), *Islamic Social Responsibility* berdampak positif pada kinerja bank di sektor perbankan syariah di Indonesia dari tahun 2013 hingga 2017. Mereka menjelaskan bahwa tingkat pengungkapan *Islamic Social Responsibility (ISR)* terkait dengan kinerja bank yang lebih baik. Menurut Setiawan, Swandari, dan Dewi (2019), pada

perusahaan syariah yang terdaftar di JII dari 2013 hingga 2016, pengungkapan ISR mempengaruhi nilai perusahaan. Investor tidak hanya mempertimbangkan *financial performance* untuk menilai perusahaan akan tetapi ISR juga menjadi bahan pertimbangan

Bank juga terlibat dalam kegiatan operasionalnya dengan *triple bottom lines* bisnisnya, yang meliputi aspek ekonomi (*profit*), sosial (*people*), dan lingkungan (*planet*) (Alhaddi 2015; Gimenez, Sierra, and Rodon 2012; Loviscek 2021). ICSR adalah kegiatan dalam institusi keuangan Islam yang bertanggung jawab secara religius pada bank syariah dan meliputi ekonomi, hukum, etika, dan religius (Line 2019; Rudyanto 2022; Valentinov 2020). Dengan menggunakan teori perusahaan Sharia yang sejalan dengan keputusan perusahaan, untuk mengungkapkan laporan pertanggungjawaban secara sukarela perusahaan akan dipandang sebagai entitas yang bertanggung jawab secara sosial. Laporan pertanggungjawaban perusahaan syariah ini tidak hanya bertanggung jawab terhadap para pemilik, tetapi juga terhadap orang lain. Tidak seperti sebelumnya, tetapi sekarang mencakup *stakeholder*, sosial, dan kemasyarakatan.

*Financial performance* adalah hasil dari kondisi keuangan perusahaan selama periode tertentu, yang mencakup aspek penghimpunan dana dan penyaluran dana. Manajemen perusahaan bertanggung jawab untuk mengelola dana investor sehingga mereka dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat dan mencari dana dari investor lain untuk membantu mengembangkan bisnis mereka. Setiap tahun, perusahaan membuat laporan pertanggung jawaban yang menunjukkan *financial performance* kepada investor pada tahun tersebut. Laporan tahunan termasuk laporan financial performance yang menggambarkan kondisi *financial performance* perusahaan selama periode waktu tertentu. Laporan keuangan ini juga dapat digunakan untuk menarik investor untuk menanamkan modal. Analisis rasio, termasuk ROA dan ROE, dapat digunakan untuk menilai *financial performance*.

*Maqashid syariah* adalah keuntungan paling penting dari setiap syariat, yang terdiri dari lima hal yaitu menjaga agama (Ad-Din), jiwa (An-Nafs), akal (Al-Aql), keturunan (An-Nasl), dan harta (Al-Mal). Untuk menyesuaikan tujuan perbankan syariah, UU No. 21 Tahun 2008 Pasal 3 menyatakan bahwa yang menjadi prioritas utama pembangunan adalah kesejahteraan semua masyarakat. Sedangkan tujuan yang harus dicapai perusahaan adalah kesejahteraan *shareholder*, *stakeholder*, dan lingkungan sosial.

*Maqashid syariah* menjadi acuan dan pedoman semua aktivitas operasi perbankan syariah (Setiyanto 2019). Saat ini banyak dibicarakan tentang *Islamic Social Reporting* (ISR) karena perlunya pengungkapan tanggung jawab sosial di perbankan syariah. ISR adalah jenis tanggung jawab sosial yang dibuat oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions*), dan kemudian dikembangkan oleh para peneliti tanggung jawab sosial perusahaan. Diharapkan indeks ISR akan menjadi dasar pengungkapan CSR

yang sesuai dengan perspektif Islam. Salah satu contoh inisiatif CSR Bank Syariah Mandiri adalah laporan tahunan Bank Syariah Mandiri 2016 yang menampilkan keenam indikator dalam *Islamic Social Reporting*. Indikator tersebut meliputi tema pendanaan dan investasi, produk dan jasa, karyawan, masyarakat, lingkungan, dan tata kelola perusahaan.

*Islamic Corporate Social Responsibility* adalah konsep akuntabilitas perusahaan dalam bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan tanggung jawab perusahaan terhadap Allah SWT dengan berdasar kepada ajaran agama. Adapun konsep tersebut meliputi transparansi kegiatan bisnis atau perusahaan dengan menyajikan informasi yang relevan dalam pengambilan keputusan dengan mempertimbangkan kebutuhan spiritual dan kepatuhan terhadap syariah (Abadi, Mubarok, and Sholihah 2020). *Corporate Social Responsibility* dalam perspektif Islam merupakan konsekuensi inheren dari ajaran islam itu sendiri yaitu masalah sehingga bisnis bukan sekedar mencari keuntungan semata (Rizfani and Lubis 2019). ICSR tidak mempengaruhi *financial performance* (Djuanda et al., 2020). *Financial performance*, ketersediaan sumber daya, dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan Islam di bank syariah harus dikaitkan dengan reputasi sehingga akan menghasilkan perusahaan yang sesuai dengan prinsip-prinsip islam dan nilai-nilai syariah yang merupakan keuntungan dari sistem perbankan syariah.

*Shariah Enterprise Theory* (SET) mengatakan bahwa kekuasaan ekonomi dipegang oleh banyak tangan, yaitu stakeholder. *Enterprise theory* (ET) juga mengakui bahwa hanya pemilik dan *stakeholder* yang bertanggung jawab. SET ini memperkuat ET dimana melihat bentuk pertanggungjawaban utamanya berdasarkan kepada ajaran agama yaitu manusia memiliki pertanggungjawaban kepada Allah atas Amanah kelimpahan sumber daya diberikan oleh Sang Maha Pemberi Amanah selain bertanggung jawab kepada umat manusia dan lingkungan alam.

Berdasarkan pada penjelasan di atas maka peneliti perlu untuk menguji pengaruh *financial performance*, *Maqashid Syariah* terhadap *corporate reputation* dengan ICSR sebagai variabel moderasi dengan studi empiris perusahaan bank umum di Indonesia tahun 2019-2020. Penelitian ini memberikan kontribusi kepada pengembangan keilmuan akuntansi khususnya *financial performance* yang mengaitkan dengan ICSR dan kontribusi praktis di dalam memberikan pertimbangan ICSR di dalam membentuk *corporate reputation*.

*Corporate reputation* merupakan aset yang dapat menjadi modal suatu perusahaan. Salah satu reputasi diciptakan dengan melaksanakan kegiatan filantropi yang islami yang dapat memperoleh dukungan dari *stakeholder*, mampu memperluas ketersediaan sumber daya serta meningkatkan kinerja perusahaan. Hasil pengujian (Afandi, Supaijo, and Ningsih 2019) *financial performance* yang diukur dengan ROE tidak berpengaruh signifikan terhadap *corporate reputation* yang diukur menggunakan *market share*. Namun demikian

semakin tinggi reputasi dan *financial performance* maka perusahaan dituntut untuk melakukan atau meningkatkan citra perusahaan yang semakin baik. Berdasarkan paparan tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

**H<sub>1</sub>: *Financial Performance* berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Reputation***

Sesuai dengan SET, perusahaan dituntut tidak hanya mencari keuntungan (*profit*) melainkan perusahaan memiliki tanggung jawab dalam berpartisipasi dalam pengungkapan kinerja yang berbasis nilai-nilai Islam dengan model kinerja berbasis *Maqashid Syariah*. Akan tetapi pengukuran *Index Maqashid Syariah* tidak disosialisasikan dan digunakan sepenuhnya oleh perbankan syariah di Indonesia sehingga tidak semua bank syariah menyajikan kriteria *Maqashid Syariah* dalam Laporan Keuangan (Mifrahi and Fakhrunnas 2018). Padahal, pengungkapan *Maqashid Syariah* dalam laporan keuangan akan menjadikan suatu perusahaan tersebut mendapatkan reputasi yang baik dengan menunjukkan kepedulian terhadap penegakan syariah di bidang keuangan di Indonesia. Dengan *corporate reputation* yang positif akan lebih menarik minat pasar yang luas, harga yang tinggi, dan investasi. Berdasarkan paparan tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

**H<sub>2</sub>: *Maqashid Syariah* berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Reputation***

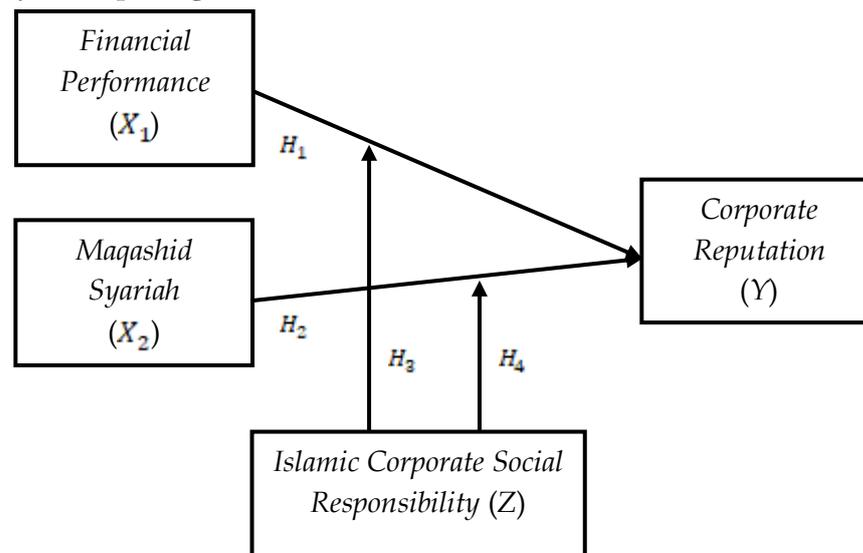
*Financial performance* merupakan kondisi keuangan perusahaan yang dianalisis menggunakan rasio-rasio keuangan. *Financial performance* menggambarkan kegiatan perusahaan. Dengan pengukuran menggunakan rasio *Return of Asset (ROA)* dan *Return of Ekuitas (ROE)* terbukti dalam penelitian (Afandi et al. 2019) bahwa *financial performance* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)*. Penelitian Arifin and Wardani (2016) mengatakan *Islamic Corporate Social Responsibility* juga berpengaruh positif secara signifikan terhadap *corporate reputation*, namun *Islamic Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap ROA sebaliknya ICSR berpengaruh terhadap ROE. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholder*. Berdasarkan paparan tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

**H<sub>3</sub>: *Financial Performance* berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Reputation* melalui *Islamic Corporate Social Responsibility*.**

*Corporate reputation* melalui kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* memberikan dampak positif bagi karyawan dan masyarakat dan kemudian mendukung perusahaan. Banyak penelitian yang mengungkapkan hasil yaitu ICSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate reputation*, namun pada penelitian *Maqashid Syariah* terhadap *corporate reputation* melalui *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* belum banyak diteliti. Penelitian yang dilakukan Heni and Emawati (2022) menemukan bahwa variabel ICSR terhadap *Maqashid Syariah* tidak berpengaruh signifikan sedangkan menurut (Afandi et al.

2019) variabel ICSR berpengaruh positif signifikan terhadap *corporate reputation*. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah,  
**H<sub>4</sub>: Maqashid Syariah berpengaruh signifikan terhadap Corporate Reputation melalui Islamic Corporate Social Responsibility.**

Ruang lingkup penelitian ini adalah untuk menguji *Financial Performance*, *Maqashid Syariah* terhadap *Corporate Reputation* dengan *Islamic Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderasi. Maka kerangka konsep penelitian ini dapat ditunjukkan pada gambar 1.



**Gambar 1. Kerangka Konseptual**  
Sumber: Data Diolah (2023)

## METODE

Jenis penelitian yang dilakukan merupakan penelitian kuantitatif asosiatif. Metode penelitian kuantitatif asosiatif menurut (Ulum, Juanda, and Leniwati 2021) bertujuan untuk menganalisis hubungan antar suatu variabel dengan variabel lain, dengan berupa hubungan biasa (korelasi) ataupun hubungan kausalitas (sebab akibat). Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan Bank Umum Syariah di Indonesia tahun 2019-2020. Sampel penelitian diambil menggunakan metode *purposive sampling*. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini memberikan informasi lengkap tentang variabel yang digunakan dalam penelitian dan didasarkan pada perusahaan yang menggunakan mata uang rupiah dan berbahasa Indonesia dalam laporan keuangan selama dua tahun. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang dikumpulkan melalui teknik dokumentasi seperti mencatat ulang, *fotocopy*, serta mengunduh data yang merujuk pada laporan keuangan tahunan perusahaan Bank Umum Syariah yang diperoleh dari *website* masing-masing perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi data

panel dan *Moderated Regression Analysis* (MRA) dengan menggunakan Eviews10 sebagai alat analisis data.

### **Analisis Statistik Deskriptif**

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk menggambarkan data yang diolah menggunakan tabel data statistik yang digunakan untuk menentukan hasil pengukuran *mean* (rata-rata), nilai minimum, nilai maksimum dan standar deviasi.

### **Uji Data melalui Regresi Data Panel**

Regresi data panel mengacu pada kumpulan pengamatan tentang individu selama periode waktu tertentu. Hal ini dapat dicapai melalui penelitian lintas individu dalam kurun waktu tertentu. Model regresi data panel terdapat tiga macam model regresi yaitu model *Common Effect Model* (CEM), *Fixed Effect Model* (FEM), dan *Random Effect Model* (REM).

### **Penentuan Model Regresi Data Panel**

Pemilihan model penelitian terbaik dari model CEM, FEM, dan REM dapat dilakukan dengan validasi melalui Uji Chow. Uji Chow merupakan pengujian yang dilakukan untuk mencari perbandingan antara Uji *Common Effect Model* (CEM) dengan *Fixed Effect Model* (FEM). Jika *Fixed Effect Model* (FEM) yang terpilih, maka dilakukan Uji Hausman untuk menentukan model uji terbaik antara *Fixed Effect Model* (FEM) dengan *Random Effect Model* (REM). Jika model *Fixed Effect Model* (FEM) yang terpilih dalam Uji Hausman, maka uji *Fixed Effect Model* (FEM) menjadi pilihan terbaik, dan akan dilakukan uji asumsi klasik. Sebaliknya, jika uji *Random Effect Model* (REM) yang terpilih, maka pengujian selanjutnya yaitu uji *Lagrange Multiplier* tanpa melakukan uji asumsi klasik.

### **Pengujian Hipotesis**

Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) untuk menguji seberapa besar variasi variabel dependen dapat diterangkan oleh variabel independen.

Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial digunakan untuk menguji apakah suatu variabel dependen dapat dipengaruhi oleh variabel independent secara individu.

### ***Analysis Moderated Regression Analysis* (MRA)**

Analisis MRA digunakan untuk menguji hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen yaitu menggunakan model persamaan regresi berganda yang mengandung unsur interaksi yaitu adanya perkalian dua atau lebih variabel independen.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian yang dilakukan pada perusahaan Bank Umum Syariah yang terdiri dari seluruh sektor yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2019-2020 yaitu sebanyak 28 perusahaan. Pemilihan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling* dimana dengan adanya

penetapan kriteria tertentu. Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan pada bab sebelumnya, objek penelitian menghasilkan sampel sebanyak 14 perusahaan Bank Umum Syariah selama satu tahun amatan sehingga didapatkan sebanyak 28 sampel selama tahun 2019 hingga 2020. Data tersebut dapat dilihat pada tabel 1.

**Tabel 1. Hasil Pengambilan Sampel**

No	Kriteria Sampel	Jumlah
1	Perusahaan Bank Umum Syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan tahun 2019-2020 dengan menggunakan mata uang rupiah dan berbahasa indonesia	14
2	Perusahaan Bank Umum Syariah yang tidak menerbitkan laporan keuangan tahunan dan tidak memiliki kelengkapan data selama tahun 2019-2020	(0)
3	Jumlah Sampel Perusahaan	14
4	Jumlah Pengamatan (Jumlah Sampel x 2 tahun)	28

Sumber: Data Diolah (2023)

**Tabel 2. Hasil Uji Statistika Deskriptif**

Variabel	Obs.	Mean	Std. dev.	Min.	Max.
ROA	28	2.111	3.398	-1.260	13.590
ROE	28	7.066	9.105	-12.740	31.200
<i>Mahasid Syariah</i>	28	4.437	6.525	0.091	26.235
<i>Corporate</i>	28	0.076	0.093	0.000	0,270
<i>ICSR (Z)</i>	28	0,511	0,076	0,328	0,620

Sumber: Data Diolah (2023)

### Uji Regresi Data Panel

Model regresi data panel memiliki tiga macam estimasi model yang dapat digunakan untuk menganalisis data, model yang digunakan untuk melihat hasilnya dengan tiga model yaitu *Common Effect Model*, *Fixed Effect Model*, dan *Random Effect Model*. Maka dari itu penelitian ini menguji dengan melihat model yang paling sesuai dengan penelitian. Pertama, melakukan Uji Chow terlebih dahulu dengan melihat model regresi data panel yang terbaik antara *Common Effect Model* (CEM) dengan *Fixed Effect Model* (FEM). Jika model yang terpilih *Fixed Effect Model* akan dilakukan uji selanjutnya yaitu Uji Hausman dengan membandingkan antara *Fixed Effect Model* (FEM) dengan *Random Effect Model* (REM).

### Uji Chow

Uji Chow digunakan untuk dapat melihat model regresi data panel yang terbaik dengan membandingkan antara *Common Effect Model* dengan *Fixed Effect Model*, jika model yang terpilih *Fixed Effect Model* (FEM) akan dilanjutkan dengan melihat Uji Hausman. Berikut hasil pengujian uji chow dapat dilihat pada tabel 3.

**Tabel 3. Hasil Uji Chow**

	Test	Probability
<i>Corporate Reputation</i>	<i>Cross-Section Chi-Square</i>	0.0000

Sumber: Data Diolah (2023)

Dapat dilihat dalam penyajian tabel 4 melalui pendekatan *Corporate Reputation* mendapatkan nilai probabilitas *chi-square* sebesar 0.0000 diartikan sebagai  $< 0.1$  maka  $H_1$  diterima, dari hasil ini menunjukkan model yang terbaik yaitu *Fixed Effect Model*.

### Uji Hausman

Uji Hausman digunakan untuk melihat model yang terbaik antara *Fixed Effect Model* dengan *Random Effect Model*. Uji ini menguji apakah terdapat hubungan *error* pada model penelitian dengan melihat variabel independen. Uji hausman dilakukan dengan pendekatan *Corporate Reputation*. Berikut hasil hasil pengujian uji hausman dapat dilihat pada tabel 4.

**Tabel 4. Hasil Uji Hausman**

	Test	Probability
<i>Corporate Reputation</i>	<i>Cross-Section Random</i>	0.898

Sumber : Data Diolah (2023)

Berdasarkan data pada tabel 4 melalui pendekatan *Corporate Reputation* dengan melihat *cross-section random* menghasilkan nilai probabilitas sebesar 0.8985. Hal ini menyatakan  $0.8985 > 0.1$  maka  $H_0$  diterima, hal tersebut menunjukkan model yang paling tepat adalah *Random Effect Model*.

### Uji Lagrange Multiplier (LM)

Uji Langrange Multiplier (LM) merupakan uji yang bertujuan untuk membandingkan antara uji *Common Effect Model* (CEM) dengan uji *Random Effect Model* (REM). Uji LM dilakukan dengan pendekatan *Corporate Reputation*. Berikut hasil hasil pengujian uji *Lagrange Multiplier* (LM) dapat dilihat pada tabel 5.

**Tabel 5. Hasil Uji Breusch-Pagan Langrange Multiplier**

Null (no rand. Effect)	Cross-section	Booth Value
Alternative	One-sided	
Breusch-Pagan		0.000

Sumber: Data Diolah (2023)

Dengan melihat hasil uji pada tabel 5 diatas cara memilih model terbaik dengan melihat *cross-section*. Taraf signifikan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 0.1 atau 10%. Jika nilai *cross-section Breusch-Pagan*  $>$  dari taraf signifikansi, maka  $H_0$  diterima artinya model terbaik adalah *Common Effect Model*. Begitupula sebaliknya, jika nilai *cross-section Breusch-Pagan*  $<$  dari taraf

signifikansi maka  $H_a$  diterima atau model yang terbaik adalah *Random Effect Model*.

Berdasarkan data pada tabel 5 melalui pendekatan *Corporate Reputation* dengan melihat *cross-section* menghasilkan nilai probabilitas sebesar 0.0008. Hal ini menyatakan  $0.0008 < 0.1$  maka  $H_a$  diterima, hal tersebut menunjukkan model yang paling tepat adalah *Random Effect Model*.

### Uji Hipotesis

Berdasarkan pengujian model regresi data panel melalui Uji Chow, Uji Hausman, dan Uji LM diantara ketiga model yang dapat digunakan dan paling tepat yaitu model *Random Effect Model*. Metode pendugaan regresi data panel pada *Random Effect Model* menggunakan *Generalized Least Square (GLS)*. Metode GLS sudah memperhitungkan heterogenitas yang terdapat pada variabel independen secara eksplisit sehingga dengan menggunakan metode GLS dianggap mampu menghasilkan hasil yang memenuhi kriteria *Best Linier Inbiased Estimator (BLUE)*. Penelitian dengan menggunakan data panel secara teknis dapat mengatasi masalah multikolinearitas dan heterokedastisitas dengan adanya penggabungan antara data *cross-section* dan data *time series* sehingga tidak perlu dilakukan pengujian asumsi klasik. Berikut hasil pengujian melalui *Random Effect Model* dapat dilihat pada tabel 6.

**Tabel 6. Hasil Uji *Random Effect Model***

<i>Corporate Reputation</i>	0.076	0.568	
<i>Financial Performance:</i>			
ROA	-0.021	0.008	Berpengaruh
ROE	0.006	0.019	Berpengaruh
<i>Maqashid Syariah</i>	-0.000	0.868	Tidak Berpengaruh
ICSR	-0.003	0.983	Tidak Berpengaruh
<i>Weighted Statistics</i>			
<i>Adj. R Squared</i>	0.213		
<i>F-statistic</i>	2.837		
<i>Prob. (F-statistic)</i>	0.047		

Sumber: Data Diolah (2023)

Berdasarkan data pada tabel 6 dinyatakan nilai koefisien determinasi (*Adj. R-Square*) pada pendekatan *Corporate Reputation* adalah sebesar 0.213 yang menunjukkan bahwa variabel *Financial Performance*, *Maqashid Syariah* dan *Islamic Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap *Corporate Reputation* penyebaran variabel dependen belum tepat pada satu variabel.

Uji Statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh akan adanya

pengaruh variabel bebas secara individual dalam menerapkan suatu variasi variabel berbeda yang bersifat konstan. Pengujian ini didasarkan dengan melihat seberapa besar nilai probabilitas variabel bebas apabila dibandingkan dengan taraf signifikansi secara parsial.

Berdasarkan hasil uji data pada tabel 6 dapat dilihat bahwa nilai probabilitas t-statistic variabel *Financial Performance* pada pendekatan *Corporate Reputation* menghasilkan nilai sebesar 0.008 pada ROA sedangkan pada ROE 0.019 dan memiliki nilai koefisien sebesar -0.021 pada ROA sedangkan pada ROE menghasilkan nilai koefisien sebesar 0.006 yang diartikan sebagai penunjuk bahwa adanya pengaruh negatif antara *Financial Performance* pada ROA terhadap *Corporate Reputation* sedangkan pada *Financial Performance* pada ROE terhadap *Corporate Reputation* berpengaruh positif. Dapat dilihat bahwa nilai probabilitas t-statistic yang dihasilkan pada variabel *Financial Performance* ROA sebesar 0.008 dan ROE sebesar 0.019 yang menunjukkan angka lebih kecil dibandingkan dengan taraf signifikansinya sebesar 10% atau yang dinyatakan dalam decimal sebesar 0.1 maka dapat diambil kesimpulan H1 dapat diterima. Dengan demikian, maka variabel independen yaitu *Financial Performance* dengan 28 sampel perusahaan yang digunakan memiliki pengaruh terhadap *Corporate Reputation*.

Berdasarkan hasil uji data pada tabel 6 dapat dilihat bahwa nilai probabilitas t-statistic *Maqashid Syariah* pada pendekatan *Corporate Reputation* menghasilkan nilai sebesar 0.868 dan memiliki nilai koefisien sebesar -0.000 yang diartikan sebagai penunjuk bahwa tidak adanya pengaruh antara *Maqashid Syariah* terhadap *Corporate Reputation*. Dapat dilihat bahwa nilai probabilitas t-statistic yang dihasilkan pada variabel *Maqashid Syariah* sebesar 0.868 yang menunjukkan angka lebih besar dibandingkan dengan taraf signifikansinya yaitu 10% atau 0.1 maka dapat diambil kesimpulan H2 tidak diterima. Dengan demikian, maka variabel independen yaitu *Maqashid Syariah* dengan 28 sampel perusahaan yang digunakan tidak berpengaruh terhadap *Corporate Reputation*.

### ***Moderated Regression Analysis (MRA)***

Penelitian ini menggunakan *Moderated Regression Analysis (MRA)* atau dikenal dengan uji interaksi yang mengandung unsur interaksi atau adanya perkalian dua atau lebih variabel independen. Pengujian moderasi ditunjukkan pada tabel 8.

Berdasarkan tabel 8 dapat diidentifikasi bahwa nilai probabilitas t-statistic variabel *Financial Performance* dengan *Islamic Corporate Social Responsibility* sebagai moderasi pada pendekatan *Corporate Reputation* menghasilkan nilai sebesar 0.003 pada ROA dan ROE 0.116 dan memiliki nilai *coefficient* sebesar pada ROA 0.097 dan ROE sebesar -0.021 yang diartikan sebagai penunjuk bahwa berpengaruh antara *Financial Performance* pada pengukuran ROA (*Return on Asset*) terhadap *Corporate Reputation* dan ROE (*Return on Equity*) tidak berpengaruh terhadap *Corporate Reputation* dengan *Islamic Corporate Social*

Wiwit Siska Indahyani<sup>1</sup>, Driana Leniwati<sup>2</sup>, Agung Prasetyo Nugroho Wicaksono<sup>3</sup>:  
*Financial Performance, Maqashid Syariah dan Corporate Reputation: Moderasi Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)*

*Responsibility* sebagai pemoderasi. Dapat dilihat mengenai nilai probabilitas t-statistic sebesar pada ROA 0.003 dan ROE 0.116 menunjukkan angka lebih besar daripada nilai signifikansinya sebesar 10% atau dinyatakan dalam desimal sebesar 0.1. Dengan demikian, maka variabel moderasi *Islamic Corporate Social Responsibility* dengan 28 sampel perusahaan dapat memoderasi hubungan antara *Financial Performance* pada pengukuran ROA (*Return on Asset*) terhadap *Corporate Reputation* sedangkan variabel moderasi *Islamic Corporate Social Responsibility* tidak dapat memoderasi hubungan antara *Financial Performance* pada pengukuran ROE (*Return on Equity*) terhadap *Corporate Reputation*.

**Tabel 8. Hasil Uji Moderated Regression Analysis**

Variabel	Koefisien	Probabilitas	Kesimpulan
Interaksi X <sub>1</sub> Z	-0.097	0.003	Berpengaruh
Interaksi X <sub>1</sub> I <sub>Z</sub>	-0.021	0.080	Tidak Berpengaruh
<i>Adj. R Squared</i>	0.331		
<i>F-statistic</i>	5.934		
<i>Prob.(F-statistic)</i>	0.001		

Sumber: Data Diolah (2023)

**Tabel 9. Hasil Uji Moderated Regression Analysis Corporate Reputation**

Variabel	Koefisien	Probabilitas	Kesimpulan
Interaksi X <sub>2</sub> Z	-0.008	0.794	Tidak Berpengaruh
<i>Adj. R Squared</i>	-0.041		
<i>F-statistic</i>	0.642		
<i>Prob.(F-statistic)</i>	0.595		

Sumber: Data Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 9 dapat diidentifikasi bahwa nilai probabilitas t-statistic variabel *Maqashid Syariah* dengan *Islamic Corporate Social Responsibility* sebagai moderasi pada pendekatan *Corporate Reputation* menghasilkan nilai 0.794 dan memiliki nilai *coefficient* sebesar -0.008 yang diartikan sebagai penunjuk bahwa tidak adanya pengaruh antara *Maqashid Syariah* terhadap *Corporate Reputation* dengan *Islamic Corporate Social Responsibility* sebagai pemoderasi. Dapat dilihat mengenai nilai probabilitas t-statistic sebesar 0.794 menunjukkan angka lebih besar daripada nilai signifikansinya sebesar 10% atau dinyatakan dalam desimal sebesar 0,1 dan terlihat nilai *coefficient* menunjukkan nilai positif, maka dapat diambil kesimpulan H2 variabel tidak memoderasi hubungan antara *Islamic Corporate Social Responsibility* dengan sampel 28 perusahaan perbankan umum syariah tidak dapat memoderasi antara *Maqashid Syariah* terhadap *Corporate Reputation*

### **Pengaruh *Financial Performance* terhadap *Corporate Reputation***

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa *Financial Performance* baik dari pengukuran ROA (*Return on Asset*) dan ROE (*Return on Equity*) berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Reputation*. Bila kemampuan perusahaan dalam

menghasilkan laba dari aktiva yang digunakan tinggi, maka perusahaan tersebut berpeluang besar dalam meningkatkan pertumbuhan modal sendiri. Sedangkan tingkat profitabilitas tinggi akan mendorong para manajer memberikan informasi yang lebih rinci karena mereka ingin meyakinkan para investor bahwa perusahaannya mampu menghasilkan profit yang tinggi.

Disisi lain, periode pengamatan dalam pengamatan 2 tahun ke belakang perbankan Indonesia mengalami tren kenaikan dalam pertumbuhan ekonomi. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Afandi et al. 2019) yang menyatakan bahwa ROE (*Return on Equity*) tidak berpengaruh signifikan terhadap *corporate reputation* yang menggunakan *market share*. Namun pada teori *Stakeholder*, pengungkapan sebuah informasi keuangan, sosial hingga lingkungan merupakan dapat memenuhi kebutuhan informasi bagi para *stakeholder*. Sehingga *corporate reputation* melihat *financial performance* yang dapat mempengaruhi pertumbuhan *profitabilitas* sehingga masyarakat akan memilih perusahaan tersebut.

#### **Pengaruh *Maqashid Syariah* terhadap *Corporate Reputation***

Berdasarkan hasil uji ditemukan bahwa *Maqashid Syariah* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Reputation*. Pengukuran *Maqashid Syariah Index* untuk mengukur kinerja tidak hanya dengan membandingkan tingkat antar keduanya yaitu *financial performance* dan non keuangan, tetapi lebih untuk mendapatkan sebuah pengukuran kinerja bank syariah yang kompetitif yang mencakup aspek keuangan dan syariahnya.

Hasil dari pengukuran *Maqashid Syariah Index* terbilang mendapatkan nilai rendah seperti pada Pendidikan Individu sebanyak 6 perusahaan dari sampel 14 perusahaan perbankan syariah tidak mengungkapkan dan menyalurkan biaya-biaya yang bermanfaat seperti Hibah Pendidikan, Penelitian atau Pendidikan Karyawan. Sehingga berdasarkan uji penelitian disimpulkan bahwa *Maqashid Syariah* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Reputation*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Mifrahi and Fakhrunnas 2018) yang menyatakan bahwa bank Syariah kurang di dalam mengungkapkan kinerja maqashid syariah. Seharusnya menurut teori SET, konsep *Maqashid Syariah* yang merupakan tujuan syariah secara keseluruhan untuk mencapai masalah, dimana segala indikator harus terpenuhi demi tercapainya tujuan syariah. Dengan pengungkapan ini diharapkan dapat mengangkat citra perusahaan dengan cara mensosialisasikan *financial performance* melalui penegakan syariah dalam bidang keuangan di Indonesia kepada *stakeholder*.

#### **Pengaruh *Financial Performance* terhadap *Corporate Reputation* melalui *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* sebagai Variabel Moderasi**

Berdasarkan hasil uji ditemukan bahwa *financial performance* berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Reputation* dengan *Islamic Corporate Social*

*Responsibility* sebagai variable Moderasi. *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) mampu memoderasi hubungan antara *financial performance* dengan pengukuran ROA (*Return on Asset*) dan *Corporate Reputation* sedangkan pada pengukuran ROE (*Return on Equity*) tidak berpengaruh.

Hal ini menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial atau *Islamic Corporate Social Responsibility* dalam bentuk pengukuran ISR (*Islamic Social Reporting*) mampu memperkuat hubungan ROA dengan *Corporate Reputation*. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan Arifin and Wardani, (2016) dimana *financial performance* berpengaruh terhadap *corporate reputation* dalam indikator ROE (*Return on Equity*) maupun ROA (*Return on Asset*). Begitu pula, penelitian Afandi et al. (2019) mengatakan bahwa *financial performance* berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* untuk mendapatkan reputasi yang baik dimata *Stakeholder* maupun *Shareholder*. Sesuai teori ET, ICSR tidak hanya sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan masyarakat melainkan bentuk tanggung jawab terhadap stakholder yang sangat penting keberadaannya bagi suatu perusahaan. Perusahaan yang baik tidak hanya menghasilkan profit yang besar namun juga dapat mensejahterakan pihak pihak yang terlibat dan memiliki hubungan dengan perusahaan yakni para stakeholder, salah satunya dengan memenuhi kewajiban dan tanggung jawab sosial perusahaan melalui *Islamic Corporate Social Responsibility*. Oleh karena itu, *Islamic Corporate Social Responsibility* dapat memoderasi hubungan *Financial Performance* dalam pengukuran ROA (*Return on Asset*) dengan *Corporate Reputation*.

### **Pengaruh Maqashid Syariah terhadap Corporate Reputation melalui Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) sebagai Variabel Moderasi**

Berdasarkan hasil uji menunjukkan bahwa *Islamic Corporate Social Responsibility* tidak dapat memoderasi hubungan antara *Maqashid Syariah* terhadap *Corporate Reputation*. Variabel ICSR tidak dapat digunakan sebagai variabel moderasi untuk *Maqashid Syariah* karena *Islamic Social Reporting* bukan merupakan variable moderator *predictor*. Hal ini dibuktikan dengan nilai *Maqashid syariah index* yang ditunjukkan dengan nilai yang masih rendah dikarenakan beberapa perusahaan perbankan syariah belum mengalokasikan dananya untuk hibah pendidikan, penelitian/pengembangan dan masih ada perbankan syariah yang belum menyalurkan dana zakat. Oleh karena itu *Islamic Social Reporting* tidak dapat dijadikan sebagai variabel moderator untuk keseluruhan, seperti dalam penelitian ini *Islamic Corporate Social Responsibility* tidak dapat memoderasi hubungan *Maqashid Syariah* dengan *Corporate Reputation* dengan nilai *Maqashid Syariah* yang masih rendah.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji dan analisis dapat diambil kesimpulan yaitu, Pertama, *Financial Performance* berpengaruh terhadap *Corporate Reputation*. Kedua, *Maqashid Syariah* tidak berpengaruh terhadap *Corporate Reputation*. Ketiga, *Islamic Corporate Social Responsibility* mampu memoderasi hubungan antara *Financial Performance* pada pengukuran ROA terhadap *Corporate Reputation* sedangkan pada pengukuran ROE tidak dapat memoderasi terhadap *Corporate Reputation*. Keempat, *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* tidak memoderasi hubungan antara *Maqashid Syariah* terhadap *Corporate Reputation*. Adapun saran untuk penelitian selanjutnya agar menjadi bahan masukan sebagai berikut: Diharapkan peneliti selanjutnya tidak hanya terfokus pada perusahaan Bank Umum Syariah, tetapi dapat menggunakan objek sektor perusahaan lain untuk mengetahui apakah terdapat hasil penelitian yang sama mengenai variabel *Financial Performance* dan *Maqashid Syariah* terhadap *Corporate Reputation* dengan *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* sebagai variabel moderasi. Selain itu variabel lain seperti *Economic Social Governance (ESG)* dan pengungkapan *Sustainability Report (SR)* dapat menjadi alternatif variabel karena sangat erat kaitannya dengan *Corporate Reputation*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, Muhammad Taufiq, Muhammad Sultan Mubarak, and Ria Anisatus Sholihah. 2020. "Implementasi Islamic Social Reporting Index Sebagai Indikator Akuntabilitas Sosial Bank Syariah." *Al-Insyiroh: Jurnal Studi Keislaman* 6(1):1-25. doi: 10.35309/alinsyiroh.v6i1.3813.
- Afandi, Aprilian Ahmad, Supaijo, and Nur Wahyu Ningsih. 2019. "Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) terhadap Corporate Reputation (Studi Empiris Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia Yang Terdaftar Di Otoritas Jasa Keuangan Indonesia Periode 2014- 2017)." *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah* 7(1):39-58.
- Alhaddi, Hanan. 2015. "Triple Bottom Line and Sustainability: A Literature Review." *Business and Management Studies*. doi: 10.11114/bms.v1i2.752.
- Arifin, Johan, and Eke Ayu Wardani. 2016. "Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure, Reputasi, dan Financial Performance." *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia* 20(1):1-11.
- Gimenez, Cristina, Vicenta Sierra, and Juan Rodon. 2012. "Sustainable Operations: Their Impact on the Triple Bottom Line." *International Journal of Production Economics* 140(1):149-59. doi: 10.1016/j.ijpe.2012.01.035.
- Heni, Marheni, and Liya Emawati. 2022. "Islamic Corporate Governance, Islamic Social Reporting dan Maqashid Syariah Pada Bank Syariah Di Indonesia." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8(1):146. doi: 10.29040/jiei.v8i1.4267.
- Ibrahim, Wan Hakimah Wan, and Abdul Ghafar Ismail. 2020. "Do Regulation, Maqasid Shariah and Institutional Parameter Improve Islamic Bank Efficiency?" *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance* 6(1):135-62. doi: 10.21098/jimf.v6i1.1195.
- Ikram, Muhammad, Robert Sroufe, Muhammad Mohsin, Yasir Ahmed Solangi, Syed Zulfiqar Ali Shah, and Farrukh Shahzad. 2020. "Does CSR Influence

- Firm Performance? A Longitudinal Study of SME Sectors of Pakistan.” Journal of Global Responsibility* 11(1):27–53. doi: 10.1108/JGR-12-2018-0088.
- Islam, Jurnal Hukum, Deri Wanto, and Rahmad Hidayat. 2021. “Al-Istinbath.” 6(2):427–54.
- Islam, Tahir, Rauf Islam, Abdul Hameed Pitafi, Liang Xiaobei, Mahmood Rehmani, Muhammad Irfan, and Muhammad Shujaat Mubarak. 2021. “The Impact of Corporate Social Responsibility on Customer Loyalty: The Mediating Role of Corporate Reputation, Customer Satisfaction, and Trust.” *Sustainable Production and Consumption* 25:123–35. doi: 10.1016/j.spc.2020.07.019.
- Javed, Muzhar, Muhammad Amir Rashid, Ghulam Hussain, and Hafiz Yasir Ali. 2020. “The Effects of Corporate Social Responsibility on Corporate Reputation and Firm Financial Performance: Moderating Role of Responsible Leadership.” *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 27(3):1395–1409. doi: 10.1002/csr.1892.
- Koleva, Petya. 2021. “Towards the Development of an Empirical Model for Islamic Corporate Social Responsibility: Evidence from the Middle East.” *Journal of Business Ethics* 171(4):789–813. doi: 10.1007/s10551-020-04465-w.
- Latif, Khawaja Fawad, Andrea Pérez, and Umar Farooq Sahibzada. 2020. “Corporate Social Responsibility (CSR) and Customer Loyalty in the Hotel Industry: A Cross-Country Study.” *International Journal of Hospitality Management* 89(May):102565. doi: 10.1016/j.ijhm.2020.102565.
- Line, Bottom. 2019. “Measuring the Managerial Performance of Islamic Banking Using the Concept of Pentuple.” 6(9):53–74.
- Loviscek, Vittoria. 2021. “Triple Bottom Line toward a Holistic Framework for Sustainability: A Systematic Review.” *Revista de Administracao Contemporanea* 25(3 Special Issue):1–11. doi: 10.1590/1982-7849rac2021200017.en.
- Mifrahi, Mustika Noor, and Faaza Fakhrunnas. 2018. “Islamic Bank Performance Based on Maqasid Based Performance Evaluation Model (MPEM).” *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam* 4(2):93–103. doi: 10.20885/jeki.vol4.iss2.art6.
- Muhamad, Siti Fariha, Fahru Azwa Mohd Zain, Nur Syafiqah A. Samad, Azira Hanani Azira, and Mohd Rushdan Yasoa’. 2022. “Measuring Sustainable Performance of Islamic Banks: Integrating the Principles of Environmental, Social and Governance (ESG) and Maqasid Shari’ah.” *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* 1102(1). doi: 10.1088/1755-1315/1102/1/012080.
- Pham, Hanh Song Thi, and Hien Thi Tran. 2020. “CSR Disclosure and Firm Performance: The Mediating Role of Corporate Reputation and Moderating Role of CEO Integrity.” *Journal of Business Research* 120(July):127–36. doi: 10.1016/j.jbusres.2020.08.002.
- Rizfani, Khaerun Nissa, and Deni Lubis. 2019. “Pengungkapan Islamic Social Reporting Pada Perusahaan Di Jakarta Islamic Index.” *Al-Muzara’ah* 6(2):103–16. doi: 10.29244/jam.6.2.103-116.
- Rudyanto, Astrid. 2022. “Redefining the Concept of Local Wisdom-Based CSR and Its Practice.”
- Ulum, Ihyaul Ulum, Ahmad Juanda, and Driana Leniwati. 2021. *Metode Penelitian Akuntansi*. Edisi 3. Malang: Aditya Media Group.
- Valentinov, Vladislav. 2020. “East of Nature . Accounting for the Environments of Social Sciences.” 176(May). doi: 10.1016/j.ecolecon.2020.106734.

**Wiwit Siska Indahyani<sup>1</sup>, Driana Leniwati<sup>2</sup>, Agung Prasetyo Nugroho Wicaksono<sup>3</sup>:**  
*Financial Performance, Maqashid Syariah dan Corporate Reputation: Moderasi Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)*

---

Wan Jusoh, Wan Noor Hazlina, and Uzaimah Ibrahim. 2020. "Corporate Social Responsibility of Islamic Banks: Malaysian Practitioners' Outlook." *Journal of Islamic Accounting and Business Research* 11(3):889-904. doi: 10.1108/JIABR-03-2017-0042.