

# **Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) dan Profitabilitas Terhadap Reputasi Perusahaan Sektor Farmasi di ISSI Tahun 2018-2022**

**Rivani Septia Ningsih**

*Program Studi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Islam  
UIN Raden Intan Lampung*

Email: [rivaniseptya@gmail.com](mailto:rivaniseptya@gmail.com)

**Tulus Suryanto**

*Program Studi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Islam  
UIN Raden Intan Lampung*

Email: [tulussuryanto@radenintan.ac.id](mailto:tulussuryanto@radenintan.ac.id)

**Dinda Fali Rifan**

*Program Studi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Islam  
UIN Raden Intan Lampung*

Email: [dinda.falirifan@radenintan.ac.id](mailto:dinda.falirifan@radenintan.ac.id)

Received: March 2024, Revised: May 2024, Accepted: June 2024

DOI: <https://doi.org/10.28918/jaais.v5i1.7557>

## **ABSTRACT:**

*This study aims to determine the influence of Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) and Profitability on the reputation of Pharmaceutical sector companies listed on the Indonesian Shar'iah Stock Index (ISSI) in the 2018-2022 period. The method used in this study is a quantitative approach. The type of data used in this study is secondary data. The data obtained is from the financial statements of Faramasi sector companies listed on the Indonesian Shar'iah Stock Index (ISSI) in the 2018-2022 period. The sampling technique uses Purposive Sampling with a sample of 70 companies. The data analysis used was multiple linear regression. The results of this study show that the variable Islamic corporate social responsibility affects the company's reputation. Companies that carry out ICSR disclosure properly according to the rules determined by legal entities will get a positive assessment from stakeholders, be more recognized for their existence and can improve the company's reputation. Variable Profitability affects the company's reputation. Means Profitability shows that the higher the profit generated by a company is considered a positive signal by investors related to the company's better performance so that it can increase the company's reputation. Simultaneously, the variables Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) and Profitability together affect the company's reputation.*

*This means that the company is able to improve the company's reputation, with ICSR activities and high profit increases.*

*Keywords: Islamic Corporate Social Responsibility, Profitability, Corporate Reputation*

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ICSR dan profitabilitas terhadap reputasi perusahaan sektor Farmasi yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) pada periode 2018-2022. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data yang diperoleh yaitu dari laporan keuangan perusahaan sektor Farmasi yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) pada periode 2018-2022. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 70 perusahaan. Analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *islamic corporate social responsibility* berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Perusahaan yang menjalankan pengungkapan ICSR dengan baik sesuai aturan yang sudah ditentukan oleh badan hukum maka perusahaan akan mendapatkan penilaian secara positif dari *stakeholder*, lebih diakui keberadaannya serta dapat meningkatkan reputasi perusahaan. Variabel profitabilitas berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Profitabilitas menunjukkan semakin tinggi laba yang dihasilkan suatu perusahaan dianggap sinyal positif oleh investor terkait kinerja perusahaan yang semakin baik sehingga dapat meningkatkan reputasi perusahaan. Secara simultan variabel *islamic corporate social responsibility* dan profitabilitas bersama-sama berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Suatu perusahaan mampu dalam meningkatkan reputasi perusahaan dengan adanya kegiatan ICSR dan peningkatan laba yang tinggi.

**Kata Kunci :** *Islamic Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Reputasi Perusahaan*

## **PENDAHULUAN**

Perusahaan sebagai salah satu pelaku ekonomi tentunya mempunyai peranan yang sangat penting terhadap kelangsungan hidup perekonomian dan masyarakat luas. Dua aspek penting yang harus diperhatikan yaitu masyarakat dan lingkungan eksternal perusahaan agar terciptanya kondisi yang sinergis antara keduanya, sehingga keberadaan perusahaan membawa perubahan ke arah perbaikan dan peningkatan taraf hidup masyarakat. Meskipun perusahaan telah berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja, kekayaan, produk dan jasa, namun tekanan pada bisnis untuk berperan dalam isu-isu sosial yang melibatkan karyawan, *stakeholder*, masyarakat, lingkungan, dan pemerintah terus meningkat. Tidak salah apabila setiap perusahaan berjuang keras untuk menjalankan roda bisnisnya dalam memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya (Utami & Yusniar, 2020).

Perusahaan farmasi adalah perusahaan bisnis komersial yang berfokus dalam meneliti, mengembangkan dan mendistribusikan obat-obatan yang memiliki surat izin beredar untuk penggunaan alat medis. Perusahaan farmasi juga merupakan salah satu badan usaha besar dan terus berkembang yang memiliki peranan penting dalam menciptakan kesehatan masyarakat. Perusahaan harus bertanggung jawab secara hukum karena sebagai badan hukum, ia memiliki status legal. Selain tanggung jawab hukum, perusahaan memiliki tanggung jawab moral, dalam hal etika dan etika bisnis, tanggung jawab merupakan salah satu prinsip etika yang sangat penting. Selain bertanggung jawab secara etis, perusahaan juga harus bertanggung jawab secara sosial, artinya perusahaan harus menunjukkan kepedulian terhadap orang lain dalam skala yang lebih luas bukan hanya kepentingan perusahaan saja. Selain itu perusahaan harus mengungkapkan *islamic corporate social responsibility* (ICSR) yang menjadi salah satu alasan perusahaan untuk menjaga reputasinya (Afandi & Supaijo, 2019).

Alasan memilih perusahaan sektor Farmasi sebagai objek penelitian dikarenakan adanya berbagai isu kerusakan lingkungan dan beberapa obat yang mengandung bahan beracun yang ditimbulkan oleh industri serta dapat memberikan dampak yang berbahaya terhadap masyarakat yang mengkonsumsi obat tersebut. Perusahaan yang bergerak dalam industri kimia salah satu industri yang menggunakan teknologi-teknologi dan bahan kimia berbahaya serta beracun umumnya mempunyai dampak lingkungan yang paling parah. Salah satunya ada perusahaan yang dicabut izin edarnya oleh pihak badan pengawas obat dan makanan (BPOM) karena memproduksi obat-obatan yang mengandung bahan berbahaya dan beracun. Industri kimia memiliki rentang berisiko tinggi dalam pencemaran lingkungan, jika ada sedikit saja kesalahan dan kebocoran dalam pengelolaan limbah maka sudah dipastikan dampaknya akan sangat besar dan langsung terasa pada masyarakat yang ada disekitar maupun masyarakat yang jauh dari industri tersebut. Salah satu strategi yang dapat diterapkan untuk menghadapi isu kerusakan lingkungan dengan tujuan meminimalisir dampak negatif limbah perusahaan adalah dengan menerapkan pengungkapan *islamic corporate social responsibility* (ICSR). Eksistensi perusahaan ditengah lingkungan masyarakat memiliki dampak positif maupun negatif. Dampak positif yang dihasilkan perusahaan farmasi adalah obat dan juga alat kesehatan yang dapat mewujudkan kesehatan masyarakat, menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan baik daerah maupun negara yang dapat mendukung peningkatan perekonomian. Selain itu juga kegiatan produksi perusahaan farmasi menimbulkan dampak negatif yaitu pencemaran lingkungan seperti limbah cair atau padat dari hasil produksi, juga emisi gas yang dapat membahayakan lingkungan dan dapat menyebabkan kerugian fisik dalam kehidupan masyarakat sekitar perusahaan. Oleh karena itu pemerintah memandang tanggung jawab sosial perusahaan sebagai kewajiban perusahaan karena perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya seringkali menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan (Utami & Yusniar, 2020).

Dalam UU Perseroan Terbatas No.40 Tahun 2007 pasal 1 ayat 3, menyatakan bahwa tanggung jawab sosial sebagai salah satu bentuk komitmen perseroan dalam rangka ikut berperan membangun ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat baik bagi perseroan maupun lingkungan sekitar. Sekarang ini CSR menjadi titik fokus dari berbagai banyak pihak, baik dari pihak penggiat bisnis maupun akademis.(Keuangan, 2016) Aturan lain yang juga memuat *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah UU No. 25 Tahun 2007 Pasal 15 (b) dan Pasal 16 (d) yang membahas tentang penanaman modal.

*Islamic corporate social responsibility* (ICSR) merupakan salah satu bentuk kontribusi yang wajib bagi perusahaan syariah. *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan islami terhadap masyarakat dan lingkungan di mana perusahaan berada. Melalui rangkaian kegiatan konseptual dapat memberikan dampak yang signifikan bagi masyarakat luas, khususnya masyarakat sekitar perusahaan. Perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga harus memperhatikan dan berpartisipasi dalam mewujudkan kesejahteraan rakyat dalam pelestarian lingkungan (Utari, 2020). Perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, tetapi juga harus memberikan manfaat bagi para pemangku kepentingan, termasuk konsumen, pemasok, investor dan masyarakat di lingkungan perusahaan. Dalam lingkup implementasi rencana *islamic corporate social responsibility* (ICSR) pemangku kepentingan dibagi menjadi dua bagian, yaitu internal dan eksternal. Pemangku kepentingan internal adalah karyawan, dan pemegang saham. Pemangku kepentingan eksternal adalah konsumen, lingkungan dan pemasok (Rifan & Ningsih, 2019). Penilaian publik terhadap pencapaian reputasi perusahaan akan menentukan seberapa besar pelaksanaan *islamic corporate social responsibility* (ICSR) dan seberapa baik keberlangsungan usahanya.

*Islamic corporate social responsibility* (ICSR) didasarkan pada nilai-nilai Islam yang terkandung dalam Al-Qur'an dan Sunnah, yang memiliki konsep tanggung jawab sosial perusahaan dalam dimensi ekonomi Islam, hukum Islam, etika Islam dan terkait amal atau kebajikan dalam Islam. *Islamic corporate social responsibility* (ICSR) ditunjukkan untuk menjaga keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang dan kegiatannya mencakup tujuan-tujuan kepentingan bersama. Perusahaan yang bergerak dibidang syariah bertujuan untuk memberikan keadilan tanpa diskriminasi. Perusahaan-perusahaan harus memberikan informasi tentang kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan dari perspektif Islam sesuai dengan standar pengukuran *islamic social reporting* (ISR) untuk memenuhi keputusan ekonomi berdasarkan nilai-nilai moral Islam. Jika sebuah perusahaan berdasarkan hukum syariah dapat menerapkan praktik tanggung jawab sosial perusahaan sesuai dengan prinsip hukum syariah, hal ini dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan dan meningkatkan reputasi perusahaannya (Nuraeni & Rini, 2019).

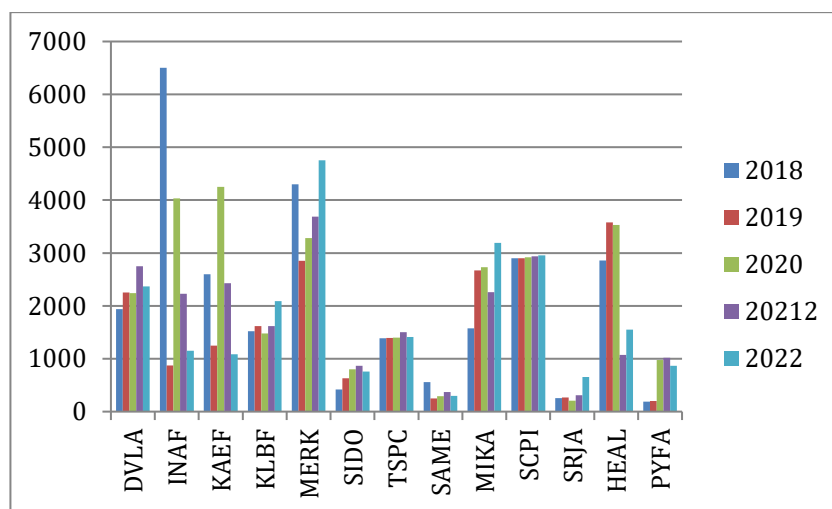
Reputasi yang baik, merupakan salah satu aset yang dapat menjadi modal perusahaan meraih kinerja yang unggul dari pesaing. Keberhasilan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan filantropi yang islami dapat

meraih dukungan dari *stakeholder*, yang mampu memperluas akses terhadap sumber daya dan meningkatkan kinerja perusahaan. Semakin baik reputasinya maka semakin baik perusahaan mendapatkan sumber dayanya seperti menambah para investor. Saat ini perusahaan-perusahaan di Indonesia berlomba-lomba untuk mengelola reputasinya. Oleh karena itu, tidak dapat dipungkiri bahwa reputasi merupakan salah satu faktor utama yang menentukan sukses tidaknya suatu perusahaan (Oktavianus et al., 2022).

Mempertahankan reputasi juga salah satu yang dilakukan perusahaan untuk bersaing dalam dunia usaha. Dari pengungkapan *islamic corporate social responsibility* (ICSR) perusahaan akan mendapatkan keuntungan, karena dianggap perusahaan yang baik akan bertanggung jawab sosial sehingga menumbuhkan kepercayaan investor dan lingkungan masyarakat disekitar perusahaan serta diharapkan dari kegiatan ini adalah benefit berupa reputasi perusahaan. Untuk menentukan keberhasilan perusahaan syariah dapat dilihat dari kinerja perusahaan tiap periode, baik dari kinerja keuangan maupun non keuangan. Faktanya terjadi fluktuasi pada harga saham perusahaan sektor Farmasi yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia yang dapat dilihat pada grafik dibawah ini:

**Grafik 1.1**

**Harga Saham Perusahaan Sektor Farmasi Yang Terdaftar Di ISSI Periode 2018-2022**



Sumber : (Data Diolah 2022)

Berdasarkan grafik 1.1 diatas menunjukkan pertumbuhan harga saham perusahaan sektor Farmasi rata-rata mengalami puncak peningkatan ditahun 2020. Kenaikan yang terjadi sangat tinggi dan signifikan diantaranya INAF naik 38,41%, KAEF naik 40,11%, MERK naik 70,59%, MIKA naik 20,41%, SCPI naik 18,98%, HEAL naik 35,65%, sedangkan yang lainnya mengalami penurunan seperti perusahaan SAME sebesar 0,44% dan SRAJ sebesar -8,64%. Ditahun 2022 beberapa harga saham perusahaan farmasi mengalami penurunan disebabkan menurunnya margin laba perusahaan seiring penurunan kinerja keuangan yang

berdampak pada melemahnya harga saham. Turunnya margin laba perusahaan ini diakibatkan oleh kenaikan harga bahan baku serta industri Farmasi yang tidak dapat menyerap biaya yang disebabkan oleh inflasi yang tidak terkendali ditahun 2022. Walaupun demikian dikatakan bahwa industri Farmasi dapat bertahan pada pandemi dikarenakan permintaan terhadap obat-obatan yang meningkat. Naik turunnya harga saham yang diperdagangkan ditentukan oleh kekuatan pasar, dalam arti tergantung dari kekuatan permintaan dan penawaran saham tersebut. Naik turunnya harga saham di pasar modal menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk dibicarakan berkaitan dengan isu naik turunnya reputasi perusahaan itu sendiri.

Faktor lain yang mempengaruhi reputasi perusahaan yaitu profitabilitas. Apabila kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba rendah maka penilaian terhadap rasio profitabilitas juga akan rendah dan hal ini akan mengakibatkan investor yang ingin menanamkan saham merasa ragu untuk melakukan investasi. *Return on assets* termasuk salah satu rasio profitabilitas. Rasio ini menunjukkan bahwa semakin besar pengembalian aktiva suatu perusahaan, maka semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai perusahaan tersebut dan semakin lebih baik pula posisi perusahaan tersebut dari segi penggunaan asset, sehingga kemungkinan perusahaan dalam kondisi bermasalah semakin kecil yang nantinya akan berpengaruh dalam pertumbuhan laba di masa depan. *Return on assets* sebagai salah satu alat ukur untuk mengukur seberapa efisien manajemen dalam menggunakan aktiva untuk menghasilkan laba. Alasan penggunaan rasio ROA dalam penelitian ini dibandingkan dengan rasio lainnya karena ROA yang berfungsi untuk mengukur kemampuan manajemen dan efisiensi dalam menggunakan aset perusahaan untuk menghasilkan keuntungan serta melaporkan total pengembalian yang diperoleh untuk penyedia (SETYADI & Ayem, 2019).

Profitabilitas menjadi dasar utama dalam menilai kondisi perusahaan. Bagi perusahaan tingginya profitabilitas dapat menjadi cerminan bahwa perusahaan memiliki pencapaian kinerja yang baik dan menjadi tujuan tersendiri untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Dengan adanya profitabilitas yang tinggi, perusahaan dapat menarik perhatian para investor untuk menginvestasikan atau menanamkan dananya kepada perusahaan sehingga perusahaan dapat memperluas usahanya dari dana yang ditanamkan oleh investor. Hadirnya peluang-peluang tersebut harus diimbangi dengan pengelolaan asset dan manajemen yang baik sehingga perusahaan dapat memperbesar tingkat keuntungannya oleh karena itu, perusahaan akan selalu mencari cara untuk meningkatkan profitabilitasnya dimana profitabilitas yang tinggi akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Akbar & Fahmi, 2020).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Syurmita yang meneliti pengaruh zakat, *islamic corporate social responsibility* dan penerapan *good governance* bisnis syariah terhadap kinerja bank umum syariah di Indonesia menyatakan bahwa ICSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan (Syurmita & Fircarina, 2020). Sedangkan penelitian Santoso menunjukkan ICSR berpengaruh negatif dan signifikan terhadap

reputasi perusahaan (Santoso, 2022). Oleh Catur, David yang meneliti pengaruh profitabilitas terhadap reputasi perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan (Wulandari & Efendi, 2022). Sedangkan penelitian yang dilakukan Rini menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara profitabilitas (ROA) terhadap reputasi perusahaan (Rini & Febriani, 2017).

## **TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

*Shariah enterprise theory* (SET) dicetuskan oleh Triyuwono yang merupakan teori yang telah diinternalisasi dengan nilai-nilai Islam dan melandasi akuntansi syariah. Teori *sharia enterprise theory* menjelaskan tentang hubungan pertanggungjawaban perusahaan terhadap masyarakat, lingkungan dan para pelaku yang ada di perusahaan. Dimana dalam kaitannya apabila perusahaan menerapkan program *islamic corporate social responsibility* maka perusahaan tersebut akan mendapatkan penilaian secara positif dari *stakeholder* serta dapat memberikan dampak yang baik terhadap reputasi perusahaan. Selain itu juga perusahaan akan mendapatkan keuntungan di masa mendatang (Latifah, 2020).

*Signalling Theory* (Teori Sinyal) pertamakali dicetuskan oleh Michael Spence merupakan suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. *Signalling Theory* (Teori Sinyal) menjelaskan tentang hubungan yang berkaitan dengan *Return On Asset* (ROA), jika ROA tinggi maka akan menjadi sinyal yang baik bagi para eksternal perusahaan seperti investor, karena dengan ROA yang tinggi akan menunjukkan kinerja didalam perusahaan tersebut baik, maka investor atau pihak eksternal perusahaan akan tertarik untuk menginvestasikan dananya maupun melakukan kerja sama dengan perusahaan serta dapat meningkatkan *value* atau reputasi dari perusahaan tersebut (Bragg & Spence, 1771).

Menurut *The Accounting and Auditing Organization For Islamic Financial Institutions* (AAOIFI) *islamic corporate social responsibility* (ICSR) merupakan segala kegiatan yang dilaksanakan institusi keuangan islam untuk memenuhi kepentingan ekonomi, hokum, religius, etika, serta *discretionary responsibilities* sebagai lembaga *financial intermediary* untuk institusi maupun untuk individu. *Islamic corporate social responsibility* (ICSR) merupakan bentuk upaya yang dilaksanakan perusahaan untuk meningkatkan kualitasnya dengan cara memperkenalkan kegiatan yang bertanggung jawab sosial dan perilaku yang bijak, akan tetapi juga sebagai tombak untuk memperoleh keuntungan tanpa hambatan (Yusuf, 2017).

Profitabilitas merupakan suatu kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan (laba) dari aktivitas bisnisnya. Profitabilitas diukur dengan *return on asset* (ROA) yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola asset untuk mendapatkan laba. Dapat disimpulkan bahwa profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk

mengukur kemampuan dan keberhasilan perusahaan dalam memperoleh laba yang hubungannya dengan penjualan, aktiva maupun investasi (Paramitha & Idayati, 2020).

Reputasi perusahaan merupakan sebagai hasil evaluasi (penilaian) yang menggambarkan citra perusahaan menurut masyarakat. Reputasi sebagai representasi kolektif dari citra yang dimiliki berbagai konstituen, istilah untuk menyebut orang-orang yang terlibat dalam suatu kegiatan organisasi maupun mereka yang dilayani oleh organisasi, yang dibangun dari waktu ke waktu dan didasarkan pada program perusahaan, kinerja perusahaan, dan bagaimana para konstituen mempersepsikan perilaku mereka terhadap perusahaan (Afifah et al., 2021).

### **Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) berpengaruh Terhadap Reputasi Perusahaan**

Suatu perusahaan yang baik ialah perusahaan yang tidak hanya berorientasi kepada profit semata melainkan perusahaan yang ikut andil dalam pengungkapan tanggung jawab sosial kepada lingkungan sekitar perusahaan, masyarakat dimana perusahaan tersebut berdiri. Seperti halnya pengungkapan *islamic corporate social responsibility* (ICSR) yang baik dengan pengelolaan yang berorientasi pada lingkungan, masyarakat, pemangku kepentingan berdasarkan nilai-nilai islam sehingga tidak menyebabkan rusaknya lingkungan dan sadar akan pentingnya pengungkapan ICSR (Rahmawaty & Helmayunita, 2021).

*Shariah enterprise theory* menjelaskan bahwa bentuk pertanggungjawaban utama hanya kepada Allah SWT yang kemudian dikembangkan lagi pada bentuk pertanggungjawaban pada umat manusia dan lingkungan alam semesta (Syurmita & Fircarina, 2020). *Shariah Enterprise theory* merupakan teori yang mengakui bahwa pertanggungjawaban tidak hanya dilakukan kepada perusahaan saja melainkan juga kepada kelompok *stakeholder* yang lebih luas. Sebagai tujuan utama, *Sharia enterprise theory* menjelaskan bahwa Allah adalah sumber amanah utama, sedangkan sumber daya *stakeholder* adalah amanah dari Allah yang di dalamnya melekat sebuah tanggung jawab untuk digunakan dengan cara dan tujuan yang telah ditetapkan oleh sang maha pemberi amanah.

$H_1$  : *Islamic corporate social responsibility (ICSR) berpengaruh terhadap reputasi perusahaan*

### **Profitabilitas berpengaruh Terhadap Reputasi Perusahaan**

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan laba perusahaan dari hasil operasinya. Profitabilitas yaitu salah satu indikator yang mendukung kelangsungan hidup perusahaan. Profitabilitas yang tinggi akan menghasilkan minat dan kepercayaan publik kepada perusahaan tersebut (Stawati, 2020).

*Signalling Theory* menyatakan bahwa manajemen perusahaan untuk memberikan petunjuk atau signal yang baik bagaimana cara pandang pihak manajemen terhadap prospek perusahaan yang menguntungkan dan tidak menguntungkan. Dengan demikian, *Return On Assets* digunakan untuk



mengukur kemampuan manajemen dalam memperoleh profitabilitas dan manajerial efisiensi secara keseluruhan. *Return On Assets* merupakan rasio antara laba setelah pajak dengan total asset, *Return On Assets* ini menunjukkan seberapa banyak perusahaan telah memperoleh laba atas asset yang ditanamkan pada perusahaan. Semakin besar *Return On Assets* menunjukkan semakin besar dan semakin baik posisi perusahaan dalam penggunaan asset untuk menghasilkan laba. Upaya tersebut dapat membangun sentimen positif sehingga berdampak terhadap kenaikan harga saham di pasar modal. Peningkatan harga saham dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata investor (ALDAMA et al., 2021).

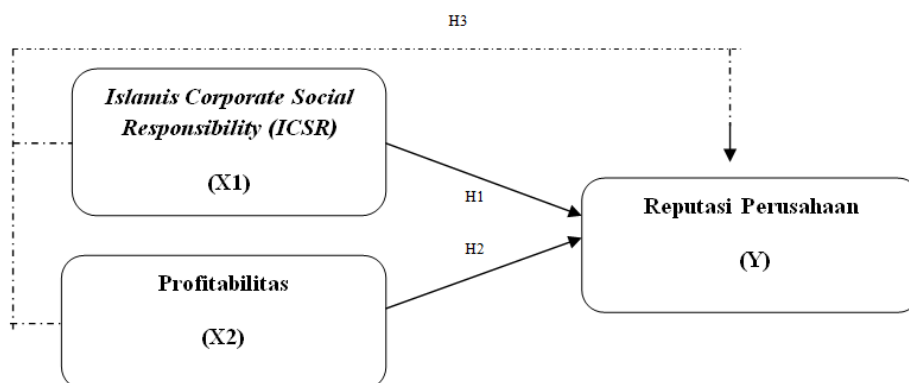
*H<sub>2</sub> : Profitabilitas berpengaruh terhadap reputasi perusahaan*

**Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) dan Profitabilitas berpengaruh Terhadap Reputasi Perusahaan**

*Islamic Corporate Social Responsibility* merupakan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap seluruh pemangku kepentingannya berdasarkan nilai-nilai islam sedangkan Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan berdasarkan aset yang dimilikinya sehingga dapat mencerminkan prospek perusahaan tersebut baik. Praktek *Islamic corporate social responsibility* (ICSR) dapat digunakan untuk membentuk *image* atau reputasi perusahaan, dimana perusahaan tersebut akan lebih terpercaya dan jujur. Sedangkan menurut *signalling theory* menyatakan bahwa manajemen perusahaan untuk memberikan petunjuk atau signal yang baik bagaimana cara pandang pihak manajemen terhadap prospek perusahaan yang menguntungkan dan tidak menguntungkan. Dengan demikian, *Return On Assets* digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen dalam memperoleh profitabilitas dan manajerial efisiensi secara keseluruhan (Yeni Siregar & Rahmanisa, 2019).

*H<sub>3</sub> : Islamic corporate social responsibility (ICSR) dan profitabilitas berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.*

Penelitian ini menganalisis pengaruh *Islamic corporate social responsibility* (ICSR) dan Profitabilitas terhadap reputasi perusahaan. Untuk memahami penelitian ini secara komprehensif, maka kerangka yang digunakan adalah sebagai berikut :



**METODOLOGI PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, metode kuantitatif menggunakan angka dan statistik untuk melakukan analisis (Sugiyono, 2017). Penelitian ini menggunakan reputasi perusahaan sebagai variabel dependen dengan menggunakan *islamic corporate social responsibility* (ICSR) dan profitabilitas sebagai variabel independen. Populasi dalam penelitian ini menggunakan data perusahaan laporan keuangan yang secara keseluruhan tercatat di Indeks Saham Syariah Indonesia pada tahun 2018-2022. Metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah metode purposive sampling. Berdasarkan metode purposive sampling terpilih 14 perusahaan dengan total 70 observasi yang kemudian dianalisis menggunakan SPSS versi 25.

Pada variabel dependen, reputasi perusahaan di ukur dengan menggunakan PBV, kemudian variabel independen *islamic corporate social responsibility* diukur menggunakan *islamic sosial reporting* (ISR) dimana didalamnya terdapat 40 item, dan untuk profitabilitas menggunakan alat ukur ROA. Berikut ini merupakan tabel indikator pengukuran variabel.

**Indikator Pengukuran Variabel**

Jenis Variabel	Indikator	Skala
Reputasi Perusahaan (Y)	$PBV = \frac{\text{Nilai Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$	Rasio
ICSR (X1)	$ICSR = \frac{\text{item yang diungkapkan}}{\text{J. total item pengungkapan}} \times 100\%$	Rasio
Profitabilitas (X2)	$ROA = \frac{\text{Laba bersih sebelum pajak}}{\text{Total asset}} \times 100\%$	Rasio

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini menggunakan sampel seluruh perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia yang konsisten mengungkapkan ICSR dan laporan keuangannya pada tahun 2018-2022. Sampel yang digunakan dalam penelitian pada tahun 2018 hingga 2022 sebanyak 70 data.

**Statistik Deskriptif**

Memberikan penjelasan, statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau penjelasan data dari mean, maksimum, standar deviasi, dan nilai minimum. Tes ini dirancang untuk membuat data lebih mudah dipahami.

**Hasil Uji Statistik Deskriptif**

Variabel	N	Min.	Max.	Mean	Std. Deviation
<i>Islamic Corporate Social Responsibility</i> (ICSR)	70	.48	1.00	.7575	.16226

<i>Profitabilitas</i>	70	-27.93	92.10	9.5107	13.36681
Reputasi Perusahaan	70	.00	58.00	7.1000	13.13161
Valid N ( <i>Listwise</i> )	70				

Sumber : Data diolah, 2023.

**Teknik Analisis Data**

Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS-25 yang digunakan untuk analisis statistik deskriptif dan untuk menguji hipotesis penelitian. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan metode regresi linier berganda dapat dijelaskan cara pengujian data dan hubungan antar variabel. Berikut tabel hasil pengolahan data pada program SPSS-25 sebagai berikut.

**Tabel 2 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

<b>Model Summary</b>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.306 <sup>a</sup>	.093	.066	12.73681	1.735

a.Predictors: (Constant), *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR), *Profitabilitas*

b.Dependent Variabel : Reputasi Perusahaan

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji determinasi pada tabel diatas memiliki nilai *Adjusted R-squared* sebesar 0.066. Nilai tersebut digunakan untuk melihat besarnya pengaruh variabel ICSR dan Profitabilitas secara keseluruhan terhadap reputasi perusahaan. Berdasarkan koefisien determinasi, kemampuan variabel independen (X) dalam penelitian ini mempengaruhi variabel dependen (Y) sebesar 66%. Sedangkan sisanya sebesar 34% dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel independen dalam penelitian ini.

**Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) Terhadap Reputasi Perusahaan**

Berdasarkan uji t menunjukkan bahwa *islamic corporate social responsibility* (ICSR) yang diukur dengan pengungkapan ISR berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Hal tersebut dibuktikan dari hasil uji-t menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1.898 lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $1.898 > 0.1997$ ) dengan nilai signifikan sebesar  $0.022 > 0.05$ , hal ini menunjukkan bahwa jika suatu perusahaan menjalankan pengungkapan *islamic corporate social responsibility* (ICSR) dengan baik sesuai aturan yang sudah ditentukan oleh badan hukum maka perusahaan akan mendapatkan penilaian secara positif dari *stakeholder*, lebih diakui keberadaannya dan bisa membuat perusahaan terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan serta dapat meningkatkan reputasi perusahaan.

Pada variabel *islamic corporate social responsibility* (ICSR) menurut teori *Shariah Enterprise Theory* mengakui bahwa pertanggungjawaban tidak

hanya dilakukan kepada perusahaan saja melainkan juga kepada kelompok *stakeholder* yang lebih luas. Sebagai tujuan utama, *Sharia enterprise theory* menjelaskan bahwa Allah adalah sumber amanah utama, sedangkan sumber daya *stakeholder* adalah amanah dari Allah yang di dalamnya melekat sebuah tanggung jawab untuk digunakan dengan cara dan tujuan yang telah ditetapkan oleh sang maha pemberi amanah.

Hasil penelitian ini didukung oleh (Santoso, 2022) mengenai pengaruh praktik *corporate social responsibility* internal dan eksternal terhadap reputasi perusahaan yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan. Penelitian lainnya yang mendukung dilakukan oleh Erfani (2022) menyatakan ICSR tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan (Widanaputra et al., 2018) mengenai reputasi perusahaan, reputasi manajemen puncak, dan pengungkapan *corporate social responsibility* menghasilkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan, semakin tinggi indeks pengungkapan CSR menyebabkan reputasi perusahaan semakin tinggi.

### **Pengaruh Profitabilitas Terhadap Reputasi Perusahaan**

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Profitabilitas (X2) yang diukur dengan *Return On Asset* (ROA) berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Hasil uji-t menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1.943 yang lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $1.943 > 0.1997$ ) dengan nilai signifikan sebesar  $0.046 < 0.05$ , hal ini menunjukkan apabila profitabilitas atau laba suatu perusahaan tinggi maka semakin menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik dan nilai yang tinggi di pasar, sehingga dengan demikian akan meningkatkan reputasi perusahaan.

Pada variabel *Profitabilitas* berdasarkan *Signalling Theory* yang menyatakan bahwa investor dapat membedakan antara perusahaan yang memiliki nilai profitabilitas yang tinggi ataupun yang rendah hal tersebut karena peningkatan profitabilitas yang tercantum dalam laporan keuangan merupakan upaya memberikan sinyal positif kepada investor yang berkaitan dengan kinerja perusahaan dan pertumbuhan prospek usaha di masa mendatang. Upaya tersebut dapat membangun sentimen positif dari investor sehingga berdampak terhadap kenaikan harga saham di pasar modal. Peningkatan harga saham dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata investor. Profitabilitas menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagi investor dimana kemampuan tersebut akan menentukan seberapa baik perusahaan di mata investor dari segi keuangannya, serta dimata masyarakat dan lingkungan perusahaan tersebut. Pertumbuhan profitabilitas dari setiap periode dianggap sebagai sinyal positif oleh investor terkait kinerja perusahaan yang semakin baik dan prospek usaha yang semakin menjanjikan di masa depan sehingga dapat meningkatkan reputasi perusahaan (ALDAMA et al., 2021).

Hasil penelitian ini didukung oleh (Ali et al., 2021) mengenai pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan (studi empiris pada perusahaan Sektor industri barang konsumsi di bursa efek Indonesia tahun 2017-2019) mendapatkan hasil bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan yang akan memberikan

nilai positif pada reputasi perusahaan tersebut. Penelitian lain yang mendukung penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan oleh Ali (2021), dimana Profitabilitas yang diproksikan dengan Return On Assets (ROA) juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan.<sup>1</sup> Akan tetapi ada hasil penelitian yang berbeda yang tidak sesuai dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan oleh Hamidah dan (Hamidah & Umdiana, 2017) mengenai pengaruh profitabilitas dan *investment opportunity set* (ios) terhadap nilai perusahaan dengan harga saham sebagai variabel intervening mendapatkan hasil bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan positif terhadap reputasi perusahaan.

### **Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) dan Profitabilitas Terhadap Reputasi Perusahaan**

Berdasarkan hasil penelitian pada hasil uji simultan (Uji F) dapat dijelaskan bahwa variabel *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) dan *profitabilitas* berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Hal ini didasarkan pada hasil uji F dengan membandingkan taraf signifikan dengan taraf  $< 0.05$  dimana hasil menunjukkan bahwa  $0.016 < 0,05$  yang berarti bahwa *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) dan *profitabilitas* berpengaruh terhadap reputasi perusahaan Farmasi yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) tahun 2018-2022.

Berpengaruhnya *islamic corporate social responsibility* (ICSR) dan *profitabilitas* secara bersama-sama menjelaskan bahwa kedua variabel tersebut mampu dalam meningkatkan reputasi perusahaan, karena semakin seimbangya citra suatu perusahaan yang baik dan tingkat laba yang tinggi maka semakin menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik. Praktek *Islamic corporate social responsibility* (ICSR) dapat digunakan untuk membentuk *image* atau reputasi perusahaan, dimana perusahaan tersebut akan lebih terpercaya dan jujur (Syurmita & Fircarina, 2020). Sedangkan menurut teori sinyal yang menyatakan bahwa peningkatan profitabilitas yang tercantum dalam laporan keuangan merupakan upaya memberikan sinyal positif kepada investor berkaitan dengan kinerja perusahaan dan pertumbuhan prospek usaha di masa mendatang. Upaya tersebut dapat membangun sentimen positif dari investor dan dapat meningkatkan nilai perusahaan dimata investor (Wulandari & Efendi, 2022).

Semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka semakin menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik dan nilai yang tinggi di pasar, sehingga dengan demikian akan meningkatkan reputasi perusahaan. Peningkatan daya tarik perusahaan menjadikan perusahaan tersebut semakin diminati investor, karena tingkat pengembalian akan semakin besar. Hal ini juga akan berdampak terhadap harga saham dari perusahaan tersebut sehingga nilai perusahaan akan semakin baik dengan adanya peningkatan ROA (Paramitha & Idayati, 2020).

Adapun hipotesis penelitian ini didukung oleh (Bawono, 2022) mengenai peran *islamic corporate governance* dan *islamic corporate social*

*responsibility* terhadap reputasi perusahaan serta kinerja keuangan menyatakan bahwa ICSR *Islamic corporate social responsibility* memiliki pengaruh positif terhadap reputasi perusahaan. Penelitian lain yang mendukung penelitian terdahulu yaitu (Kusumawati & Rosady, 2018) dengan jumlah sampel sebanyak 96 sampel. Dengan hasil penelitian yang diperoleh yaitu *profitabilitas* (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan. Namun terdapat hasil penelitian yang berbeda yaitu penelitian yang dilakukan oleh Utami mendapatkan hasil bahwa CSR dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan (Utami & Yusniar, 2020).

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan data yang diperoleh dan tujuan pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa ICSR berpengaruh terhadap reputasi perusahaan, hal ini menunjukkan bahwa jika suatu perusahaan menjalankan pengungkapan *islamic corporate social responsibility* sesuai aturan yang sudah ditentukan oleh badan hukum maka perusahaan akan mendapatkan penilaian secara positif dari *stakeholder*, lebih diakui keberadaannya dan membuat perusahaan terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan serta dapat meningkatkan reputasi perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh terhadap reputasi perusahaan, yang berarti profitabilitas menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagi investor. Semakin tinggi keuntungan atau laba yang dihasilkan suatu perusahaan maka dianggap sebagai sinyal positif oleh investor terkait kinerja perusahaan yang semakin baik dan prospek usaha yang semakin menjanjikan di masa depan sehingga dapat meningkatkan reputasi perusahaan.

Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) dan Profitabilitas berpengaruh terhadap reputasi perusahaan artinya perusahaan mampu dalam meningkatkan reputasi perusahaan, karena semakin seimbang citra suatu perusahaan yang baik dan tingkat laba yang tinggi maka semakin menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik.

Implikasi dari penelitian ini dapat terlihat bahwa dengan pengungkapan ICSR di perusahaan sektor farmasi dapat berpengaruh terhadap reputasi perusahaan sehingga perusahaan dapat terus meningkatkan kinerjanya melalui item-item yang ada di dalam indikator ICSR. Selain itu, kinerja keuangan yang dihasilkan oleh perusahaan juga dapat meningkatkan reputasi perusahaan bagi para pemangku kepentingan. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel selain dari variabel *Islamic Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas untuk mengukur reputasi perusahaan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Afandi, A. A., & Supaijo, N. W. N. (2019). Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) Terhadap Reputasi Perusahaan (Studi Empiris pada Bank Umum Syariah di Indonesia yang Terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan Indonesia Periode 2014-2017). *Adzkiya: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 7.
- Afifah, N., Astuti, S. W. W., & Irawan, D. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan Reputasi Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(3), 346–364.
- Akbar, F., & Fahmi, I. (2020). Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan likuiditas terhadap kebijakan dividen dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 5(1), 62–81.
- Aldama, R. A., Herwiyanti, E., & Srejeke, K. (2021). Peran Mediasi Reputasi Pada Hubungan Pengungkapan Csr Terhadap Profitabilitas Bank Di Asean Dari Perspektif Green Banking. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 23(1), 49–64.
- Ali, J., Faroji, R., & Ali, O. (2021). Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan:(Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019). *Jurnal Neraca Peradaban*, 1(2), 128–135.
- Bawono, M. S. (2022). Peran Islamic Corporate Governance dan Islamic Corporate Social Responsibility terhadap Reputasi Perusahaan Serta Kinerja Keuangan. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 4(4), 5468–5481.
- Bragg, J., & Spence, J. (1771). The diary of John Bragg: in the Whitehaven Public Library and Museum, Cumberland. (*No Title*).
- Hamidah, G., & Umdiana, N. (2017). Pengaruh Profitabilitas dan Investment Opportunity Set (IOS) terhadap Nilai Perusahaan dengan Harga Saham sebagai Variabel Intervening. *JAK (Jurnal Akuntansi) Kajian Ilmiah Akuntansi*, 4(1).
- Keuangan, O. J. (2016). Undang-undang no. 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas. Retrieved from Sustainable Finance: [Http://Www.ojk. Go. Id/Sustainable](http://www.ojk.go.id/Sustainable).
- Kusumawati, R., & Rosady, I. (2018). Pengaruh Struktur Modal dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Manajerial sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 9(2), 147–160.
- Latifah, E. (2020). Shari'ah Enterprise Theory (Amanah) Pada Pendekatan Behavioral Accounting Dalam Menilai Shari'ah Microfinance (Studi Kasus Pada Koperasi Syariah Lamongan). *Shidqia Nusantara Jurnal*

- Keuangan Dan Perbankan*, 1(1), 61–75.
- Nuraeni, A., & Rini, R. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan Islamic social reporting. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 4(1), 77–83.
- Oktavianus, L. C., Randa, F., Jao, R., & Praditha, R. (2022). Kinerja Keuangan dan Reputasi Perusahaan: Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 13(2), 218–227.
- Paramitha, D. K., & Idayati, F. (2020). Pengaruh profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan terhadap manajemen laba. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 9(2).
- Rahmawaty, A. S., & Helmayunita, N. (2021). Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) dan Sharia Governance Terhadap Kinerja Bank Umum Syariah. *JURNAL EKSPLORASI AKUNTANSI*, 3(4), 876–892.
- Rifan, D., & Ningsih, N. (2019). Islamic Corporate Social Responsibility Towards Asset Optimization in Indonesia Sharia Commercial Banks. *The First International Conference On Islamic Development Studies 2019, ICIDS 2019, 10 September 2019, Bandar Lampung, Indonesia*.
- Rini, W. F., & Febriani, D. (2017). Dampak Implementasi Enterprise Resources Planning (ERP) Atas Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aset (Akuntansi Riset)*, 9(1), 15–28.
- Santoso, T. A. (2022). *PENGARUH PRAKTIK CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY INTERNAL DAN EKSTERNAL TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN*. Badan Penerbit Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Setyadi, A., & Ayem, S. (2019). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, komite audit dan capital intensity terhadap agresivitas pajak (studi pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI periode tahun 2013-2017). *Jurnal Akuntansi Pajak Dewantara*, 1(2), 228–241.
- Stawati, V. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis: Jurnal Program Studi Akuntansi*, 6(2), 147–157.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, CV.
- 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.
- Utami, R., & Yusniar, M. W. (2020). Pengungkapan Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) dan Good Corporate Governance (GCG) terhadap



- Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening). *EL MUHASABA: Jurnal Akuntansi (e-Journal)*, 11(2), 162–176.
- Utari, A. S. (2020). Factors Affecting Corporate Social Responsibility With Islamic Social Reporting Methods. Badan Penerbit *Iqtishaduna*, 11(1), 18–36.
- Widanaputra, A. A. G. P., Widhyadanta, I. S., & Ratnadi, N. D. (2018). Reputasi Perusahaan, Reputasi Manajemen Puncak, dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 13(2), 75–84.
- Wulandari, C., & Efendi, D. (2022). Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan corporate social responsibility sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 11(6).
- Yeni Siregar, N., & Rahmanisa, A. (2019). Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Reputasi Dan Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Sosial (JIES)*, 8(2), 75–85.
- Yusuf, M. Y. (2017). *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) Pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS) Teori Dan Praktik*. Badan Penerbit Kencana Cetakan.