

Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Meningkatkan Reputasi Perbankan Syariah dengan Perspektif Shariah Enterprise Theory (SET)

Alfrida Aprilianti¹, Fatimah Nur Cahyani², Erna Chotidjah Suhatmi³

S1 Akuntansi, Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa Surakarta
Jl. Ki Mangun Sarkoro No.20, Nusukan, Kec. Banjarsari, Kota Surakarta, Jawa Tengah, 57135
Telp. 0271-7470550
E-mail: 220416003@mhs.udb.ac.id

Abstrak

Reputasi perbankan syariah sangat dipengaruhi oleh kemampuan bank dalam menjalankan tanggung jawab sosial yang selaras dengan prinsip syariah. Namun, penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) perbankan syariah masih menunjukkan perbedaan tingkat implementasi dan pengungkapan, khususnya dalam perspektif Shariah Enterprise Theory (SET). Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengkaji penerapan CSR dalam meningkatkan reputasi perbankan syariah berdasarkan perspektif Shariah Enterprise Theory. Metode untuk penelitian menggunakan literature review dengan mengumpulkan artikel-artikel ilmiah yang relevan dengan topik CSR, SET, dan reputasi perbankan syariah. Hasil menunjukkan bahwa CSR berbasis SET, yang mencakup tanggung jawab kepada Allah SWT, manusia, dan lingkungan, berkontribusi positif terhadap peningkatan reputasi perbankan syariah melalui peningkatan kepercayaan masyarakat. Namun, kualitas dan konsistensi pengungkapan CSR masih belum optimal, sehingga diperlukan penguatan implementasi CSR yang lebih menyeluruh dan berorientasi pada nilai amanah.

Kata Kunci: Corporate Social Responsibility, Reputasi Perbankan Syariah, Shariah Enterprise Theory

Abstract

The reputation of Islamic banking is strongly influenced by the bank's ability to carry out social responsibilities in accordance with Sharia principles. However, the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) in Islamic banking still shows differences in the level of implementation and disclosure, particularly from the perspective of Shariah Enterprise Theory (SET). This study aims to examine the application of CSR in improving the reputation of Islamic banking from the perspective of Shariah Enterprise Theory. The research method used was a literature review of scientific articles relevant to the topics of CSR, SET, and the reputation of Islamic banking. The results indicate that SET-based CSR, which encompasses responsibility to Allah SWT, humans, and the environment, contributes positively to improving the reputation of Islamic banking by increasing public trust. However, the quality and consistency of CSR disclosure are still suboptimal, necessitating a more comprehensive and trust-oriented CSR implementation.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Islamic Banking Reputation, Shariah Enterprise Theory

1. Pendahuluan

Perbankan syariah saat ini tidak hanya bersaing dari aspek produk dan profitabilitas, tetapi juga perlu membangun kepercayaan, citra moral, dan reputasi sesuai nilai-nilai Islam. Masyarakat nasabah bank syariah cenderung menaruh ekspektasi lebih tinggi bahwa bank syariah tidak hanya berorientasi bisnis, tetapi juga peduli terhadap kesejahteraan sosial, keadilan, dan kemaslahatan umat. Dalam konteks ini, implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) pada bank syariah menjadi instrumen strategis, bukan sekadar sebagai kegiatan sosial, tetapi sebagai manifestasi dari tanggung jawab nilai Islam terhadap stakeholders.

Di tengah berkembangnya praktik Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai instrumen strategis dalam membangun hubungan baik antara lembaga keuangan dan masyarakat, berbagai tantangan implementatif muncul, termasuk isu transparansi dan akuntabilitas penggunaan dana CSR. Bersumber dari Serambinews.com, fenomena dugaan penyelewengan dana CSR yang melibatkan Bank Aceh Syariah menjadi kasus penting yang mencuat terkait CSR di Indonesia. Penyidik polisi dilaporkan telah memeriksa belasan saksi terkait dugaan penyimpangan penggunaan dana CSR oleh Bank Aceh Syariah, yang memicu sorotan publik terhadap tata kelola CSR di bank syariah dan menimbulkan pertanyaan mengenai keterbukaan dan akuntabilitas pelaksanaannya. Kasus ini menggambarkan bahwa dana CSR, yang seharusnya digunakan untuk tujuan kemaslahatan dan pemberdayaan masyarakat, dapat menimbulkan persepsi negatif apabila pengelolaannya tidak transparan dan akuntabel.

Pendekatan CSR dalam konteks Islam telah dibahas dalam literatur ekonomi Islam yang menekankan prinsip seperti keadilan, ukhuwah, khalifah, dan masalah sebagai landasan moral ekonomi syariah (Muslihati et al., 2018). Oleh karena itu, CSR dalam bank syariah seharusnya lebih dari sekadar pencitraan melainkan bagian dari identitas syariah yang menampilkan komitmen etis dan amanah. Di sinilah Shariah Enterprise Theory (SET) muncul sebagai kerangka konseptual yang relevan untuk menjelaskan praktik CSR dalam entitas syariah. SET menempatkan Allah SWT sebagai pemangku kepentingan tertinggi, diikuti oleh manusia dan alam, sehingga tanggung jawab sosial tidak semata-mata dimaknai sebagai kewajiban kepada pemilik modal, tetapi juga sebagai bentuk pertanggungjawaban vertikal dan horizontal (Anwar & Rajab, 2018). Teori ini menekankan bahwa lembaga syariah tidak hanya bertanggung jawab secara finansial kepada pemegang saham, tetapi secara vertikal kepada Tuhan dan secara horizontal kepada seluruh stakeholders yaitu nasabah, masyarakat, lingkungan, dan umat secara luas. Sebagaimana ditunjukkan dalam penelitian pada perbankan syariah, penerapan SET membuka perspektif bahwa CSR bukanlah aktivitas tambahan, melainkan bagian integral dari bisnis syariah (Anggraeni & Gultom, 2024).

Beberapa studi empiris menunjukkan bahwa CSR atau ICSR (Islamic CSR) memiliki pengaruh positif terhadap reputasi bank syariah. Misalnya, penelitian yang menguji reputasi bank syariah di Indonesia menemukan bahwa ICSR dan zakat sebagai bagian dari social responsibility yang berkontribusi signifikan terhadap reputasi bank (Wardiwiyo et al., 2025). Namun, meskipun demikian, ada juga penelitian yang menunjukkan bahwa pengungkapan CSR pada bank syariah belum selalu mencerminkan komitmen SET secara menyeluruh, terutama dalam aspek lingkungan dan pelaporan transparan (Silvia & Wijaya, 2025).

Oleh karena itu, penelitian ini mengambil judul “Penerapan CSR dalam Meningkatkan Reputasi Perbankan Syariah dengan Perspektif SET”, menggunakan metode literature review untuk mengkaji dan mensintesis temuan-temuan terdahulu, sekaligus mengidentifikasi gap penelitian yang ada agar dapat memberikan rekomendasi pengembangan CSR bank syariah berdasarkan nilai-nilai syariah.

2. Metodologi

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode literature review. Pengertian dari metode literature review adalah sebuah pendekatan penelitian yang berfokus dalam hal mengumpulkan, menganalisis, dan mensintesis literatur yang sudah ada mengenai suatu topik. Dalam metode penelitian ini, dilakukan pencarian literatur yang relevan dari sumber data berupa artikel jurnal nasional dan internasional yang membahas CSR perbankan syariah, Shariah Enterprise Theory, serta reputasi dan kepercayaan masyarakat. Kemudian, literatur tersebut dikaji secara sistematis untuk menyajikan gambaran umum tentang topik tertentu, yang topik dalam artikel ini adalah Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Meningkatkan Reputasi Perbankan Syariah dengan Perspektif Syariah Enterprise Theory (SET).

3. Hasil dan Pembahasan

Tabel 1. Penelitian terdahulu yang relevan

No.	Penulis (tahun)	Judul	Temuan Utama
1.	(Sudirman & Abdullah, 2021)	Corporate Social Responsibility (CSR) Berbasis Syariah Enterprise Theory (SET) Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat	CSR yang berlandaskan Shariah Enterprise Theory (SET) tidak semata-mata berfungsi sebagai sarana penyelesaian konflik sosial, tetapi juga berperan dalam membangun kepercayaan publik terhadap perusahaan. Kepercayaan tersebut selanjutnya mendorong terbentuknya citra positif perusahaan, yang pada akhirnya mendukung terciptanya keberlanjutan (sustainability) dalam jangka Panjang.
2.	(Mansur, 2012)	Pelaporan Social Responsibility Perbankan Syariah Dalam Perspektif Syariah Enterprise Theory (Studi Kasus Pada Laporan Tahunan PT Bank Syariah Mandiri)	Pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri masih tergolong terbatas, bersifat voluntari, serta belum sepenuhnya mencerminkan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Shariah Enterprise Theory (SET).
3.	(Lubis et al., 2018)	Analisis Pelaksanaan Corporate Social Responsibility Pada Perbankan Syariah Dalam Perspektif Syariah Enterprise Theory (Studi Kasus Pada Laporan Tahunan PT Bank Syariah Mandiri Tahun 2015 di Bursa Efek Indonesia)	Pada tahun 2015, Bank Mandiri Syariah telah melaksanakan program Corporate Social Responsibility dengan cukup baik. Ditinjau dari perspektif Syariah Enterprise Theory, hal tersebut menunjukkan adanya komitmen bank dalam menjalankan tanggung jawab sosial secara optimal.
4.	(Makatita et al., 2024)	Shariah Enterprise Theory in CSR Disclosure: Toward Sustainability Reporting	Shariah Enterprise Theory dapat dijadikan kerangka konseptual yang kokoh untuk meninjau kembali praktik CSR agar sejalan dengan prinsip etika Islam serta mendukung tujuan pembangunan berkelanjutan.
5.	(Pramiana & Anisah, 2018)	Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Perspektif Syariah Enterprise Theory	Pelaksanaan Corporate Social Responsibility pada BMT Masalah Kantor Cabang Pembantu telah disesuaikan dengan Syariah Enterprise Theory (SET). BMT Masalah telah merealisasikan akuntabilitas vertikal kepada Allah SWT sebagai bentuk upaya pemenuhan prinsip-prinsip syariah dalam aktivitas koperasi.
6.	(M et al., 2024)	Integrasi Konsep Amanah dalam Syariah Enterprise	Melalui pemahaman atas peran dan tanggung jawab para pemangku

		Theory: Tinjauan Literatur Komprehensif	kepentingan, Shariah Enterprise Theory menekankan prinsip kepercayaan dalam pengelolaan bisnis syariah, sehingga tercipta praktik usaha yang etis, adil, dan berkelanjutan sesuai dengan nilai-nilai Islam.
7.	(Kusumadewi & Muhammad, 2022)	Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Dalam Perspektif Syariah Enterprise Theory (Studi Kasus pada Laporan Tahunan Bank Syariah Mandiri, BTN Syariah, dan BPRS Bhakti Sumekar)	Bank Syariah Mandiri tercatat sebagai bank dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial tertinggi. Namun demikian, berdasarkan dimensi akuntabilitas vertikal kepada Allah dalam kerangka SET, tidak satu pun dari tiga bank syariah yang memperoleh skor maksimal.
8.	(Kusmiati & Ungkari, 2021)	Application of Shariah Enterprise Theory on Disclosure of Corporate Social Responsibility in Sharia Banking	Bank BRISyariah telah menerapkan lima sub-dimensi Shariah Enterprise Theory, meliputi akuntabilitas vertikal kepada Allah serta akuntabilitas horizontal kepada nasabah, karyawan, pemangku kepentingan tidak langsung, dan lingkungan. Meskipun masih terdapat keterbatasan pada aspek pengungkapan akuntabilitas horizontal kepada indirect stakeholders, secara keseluruhan Bank BRISyariah Ranting Kota Palopo telah mengimplementasikan CSR sesuai dengan Indeks Shariah Enterprise Theory.
9.	(Ruddin, 2018)	Analisis Corporate Social Responsibility Perbankan Syariah Berdasarkan Shariah Enterprise Theory	Bank BRISyariah telah melaksanakan ke-lima sub item Shariah Enterprise Theory, yaitu akuntabilitas vertikal kepada Allah, Akuntabilitas horizontal kepada nasabah, karyawan, indirect stakeholders, dan alam. Tetapi masih memiliki kekurangan terhadap pengungkapan Akuntabilitas horizontal Indirect Stakeholders. Namun terlepas dari hal tersebut Bank BRISyariah ranting kota palopo sudah melakukan implementasi CSR sesuai dengan Indeks Shariah Enterprise Theory.
10.	(Anwar & Rajab, 2018)	Analisis Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perbankan Syariah Dalam Perspektif Syariah Enterprise Theory (Studi Kasus di Bank BRI Syariah Palopo)	Shariah Enterprise Theory memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada Bank BRI Syariah Cabang Palopo. Variabel SET mampu menjelaskan sebesar 14% variasi pengungkapan CSR, sementara 86% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

11.	(Irawan & Muarifah, 2020)	& Analisis Corporate Responsibility Dalam Perspektif Sharia Enterprise Theory	Penerapan Social (Csr) Mandiri Kantor Cabang Majalengka telah selaras dengan konsep Sharia Enterprise Theory.	Secara umum, pelaksanaan Corporate Social Responsibility di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Majalengka telah selaras dengan konsep Sharia Enterprise Theory.
-----	---------------------------	---	---	---

Penerapan CSR Perbankan Syariah dalam Perspektif SET

Hasil penelaahan terhadap berbagai artikel ilmiah menunjukkan bahwa perbankan syariah pada umumnya telah mengimplementasikan Corporate Social Responsibility sebagai bagian dari kewajiban moral dan institusional yang melekat pada prinsip syariah. Bentuk CSR yang dominan meliputi penyaluran zakat, infak, sedekah, program sosial kemasyarakatan, pembiayaan usaha mikro, serta kegiatan pendidikan dan kesehatan (Muslihati et al., 2018). Aktivitas-aktivitas tersebut diposisikan sebagai sarana pencapaian keseimbangan antara tujuan ekonomi dan sosial.

Dalam perspektif Shariah Enterprise Theory, CSR tidak hanya dipahami sebagai tanggung jawab kepada pemangku kepentingan manusia, tetapi juga sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada Allah SWT dan alam semesta. Anwar & Rajab (2018) serta Irawan & Muarifah (2020) menegaskan bahwa SET memperluas konsep akuntabilitas perusahaan dari sekadar hubungan keagenan menjadi hubungan transendental. Temuan ini diperkuat oleh Mansur (2012) dan Ruddin (2018) yang menunjukkan bahwa pengungkapan CSR bank syariah secara konseptual telah mengacu pada nilai keadilan, amanah, dan kebermanfaatannya, meskipun implementasinya belum sepenuhnya optimal.

Namun demikian, hasil literature review juga mengungkap adanya variasi tingkat pengungkapan CSR antar bank syariah. Kusmiati & Ungkari (2021) serta Kusumadewi & Muhammad (2022) menemukan bahwa dimensi sosial dan ekonomi relatif lebih dominan dibandingkan dimensi lingkungan dan spiritual. Hal ini mengindikasikan bahwa internalisasi SET dalam praktik pelaporan CSR masih bersifat parsial dan cenderung menyesuaikan dengan standar pelaporan konvensional, bukan sepenuhnya berbasis nilai syariah.

CSR dan Reputasi Perbankan Syariah

Literatur yang dikaji secara konsisten menunjukkan adanya hubungan positif antara penerapan CSR dan reputasi perbankan syariah. Anggraeni & Gultom (2024) membuktikan bahwa CSR berkontribusi signifikan terhadap reputasi bank umum syariah, terutama ketika dikombinasikan dengan pengelolaan zakat yang baik. Temuan ini menegaskan bahwa masyarakat tidak hanya menilai bank syariah dari aspek kinerja keuangan, tetapi juga dari komitmen sosial dan kepatuhan syariahnya.

Hasil serupa ditunjukkan oleh Wardiwiyo et al. (2025) yang menyatakan bahwa Islamic CSR merupakan salah satu determinan utama reputasi bank syariah, selain tata kelola syariah dan pengelolaan dana non-halal. Dalam konteks ini, reputasi dipahami sebagai persepsi kolektif publik terhadap integritas dan kredibilitas bank dalam menjalankan prinsip syariah secara konsisten.

Dalam perspektif SET, reputasi tidak hanya bersifat eksternal, tetapi juga mencerminkan kualitas pertanggungjawaban spiritual perusahaan. Sudirman & Abdullah (2021) menekankan bahwa CSR berbasis SET mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat karena dipersepsikan sebagai wujud amanah dan kejujuran institusional. Transparansi dalam pengungkapan CSR, sebagaimana dikemukakan oleh Silvia & Wijaya (2025), berperan penting dalam memperkuat akuntabilitas keuangan dan sosial, yang pada akhirnya memperbaiki citra dan reputasi perbankan syariah.

Berdasarkan hasil telaah literatur, dapat didiskusikan bahwa meskipun CSR perbankan syariah terbukti berkontribusi terhadap peningkatan reputasi, efektivitasnya sangat bergantung pada kesesuaian implementasi CSR dengan prinsip Shariah Enterprise Theory. CSR yang bersifat

simbolik atau hanya berorientasi pada kepatuhan regulatif berpotensi melemahkan makna substantif SET sebagai kerangka akuntabilitas holistik.

Integrasi konsep amanah dalam SET, sebagaimana dikemukakan oleh M et al. (2024), menjadi elemen kunci untuk memastikan bahwa CSR tidak hanya berfungsi sebagai alat legitimasi, tetapi sebagai manifestasi nilai ibadah dalam praktik bisnis. Selain itu, Makatita et al. (2024) menekankan pentingnya pengembangan CSR berbasis SET menuju sustainability reporting yang lebih komprehensif, sehingga reputasi bank syariah tidak hanya kuat secara jangka pendek, tetapi juga berkelanjutan.

Dengan demikian, hasil dan pembahasan ini menunjukkan bahwa CSR berbasis SET memiliki potensi strategis dalam meningkatkan reputasi perbankan syariah. Namun, masih diperlukan konsistensi implementasi, pendalaman dimensi spiritual dan lingkungan, serta standar pengungkapan yang lebih terintegrasi dengan nilai-nilai syariah agar manfaat reputasional tersebut dapat tercapai secara optimal.

4. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil literature review, dapat disimpulkan bahwa Corporate Social Responsibility berperan penting dalam meningkatkan reputasi perbankan syariah apabila diterapkan sesuai dengan prinsip Syariah Enterprise Theory. Dalam perspektif SET, CSR tidak hanya merupakan tanggung jawab sosial kepada masyarakat, tetapi juga bentuk pertanggungjawaban spiritual kepada Allah SWT dan kepedulian terhadap lingkungan. Hasil menunjukkan bahwa perbankan syariah telah melaksanakan CSR melalui berbagai program sosial dan ekonomi berbasis nilai Islam, namun tingkat dan kualitas pengungkapannya masih bervariasi dan belum sepenuhnya mencerminkan dimensi SET. Meskipun demikian, CSR yang dilaksanakan secara konsisten dan transparan terbukti mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat dan memperkuat reputasi perbankan syariah. Dengan demikian, penerapan CSR berbasis Syariah Enterprise Theory memiliki potensi strategis dalam mendukung reputasi dan keberlanjutan perbankan syariah.

Penelitian mendatang disarankan untuk menggunakan pendekatan empiris, baik kuantitatif maupun mixed methods, guna menguji secara langsung pengaruh CSR berbasis SET terhadap reputasi perbankan syariah. Hal ini penting mengingat sebagian besar penelitian terdahulu masih bersifat deskriptif dan analisis konten, sehingga hubungan kausal antara CSR dan reputasi belum sepenuhnya terkonfirmasi secara statistik.

Daftar Pustaka

- Angraeni, A. O., & Gultom, M. S. (2024). PENGARUH ZAKAT DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP KINERJA KEUANGAN DAN REPUTASI BANK UMUM SYARIAH. *NISBAH: Jurnal Perbankan Syariah*, 10(1), 104–115.
- Anwar, S. M., & Rajab, N. A. (2018). ANALISIS PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERBANKAN SYARIAH DALAM PERSPEKTIF SYARIAH ENTERPRISE THEORY (Studi Kasus di Bank BRI Syariah Palopo). *Jurnal Manajemen*, 4(1), 8–12.
- Irawan, F., & Muarifah, E. (2020). ANALISIS PENERAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DALAM PERSPEKTIF SHARIA ENTERPRISE THEORY. *Minhaj: Jurnal Ilmu Syariah*, 1(2), 149–178.
- Kusmiati, E., & Ungkari, M. D. (2021). Application of Shariah Enterprise Theory on Disclosure of Corporate Social Responsibility in Sharia Banking. *El-Qish: Journal of Islamic Economics*, 1(2), 119–131. <https://doi.org/10.33830/elqish.v1i1.1453.2021>
- Kusumadewi, R., & Muhammad, R. (2022). PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL DALAM PERSPEKTIF SYARIAH ENTERPRISE THEORY (Studi Kasus pada Laporan Tahunan Bank Syariah Mandiri, BTN Syariah, dan BPRS Bhakti Sumekar). *Global Financial Accounting Journal*, 06(01), 131–140.
- Lubis, N., Hardi, Aznuriyandi, & Fradila, I. (2018). Analisis Pelaksanaan Corporate Social Responsibility Pada Perbankan Syariah Dalam Prespektif Syariah Enterprise Theory (Studi Kasus Pada Laporan Tahunan PT Bank Syariah Mandiri Tahun 2015 di Bursa

- Efek Indonesia). *Jurnal Daya Saing*, 4(3), 330–336.
- M, R. A., Bulutoding, L., & Sumarlin. (2024). Integrasi Konsep Amanah dalam Syariah Enterprise Theory : Tinjauan Literatur Komprehensif. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 09(01), 140–148. <https://doi.org/10.37366/jespb.v9i01.1151>
- Makatita, G. A. N., Makatita, A. R., & Lamba, J. G. (2024). Syariah Enterprise Theory in CSR Disclosure : Toward Sustainability Reporting. *Economica: Jurnal Ekomomi Islam*, 15(2), 223–240. <https://doi.org/10.21580/economica.2024.15.2.22596>
- Mansur, S. (2012). PELAPORAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERBANKAN SYARIAH DALAM PERSPEKTIF SYARIAH ENTERPRISE THEORY (Studi Kasus pada Laporan Tahunan PT Bank Syariah Mandiri). *Economic: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*, 2(2), 107–133.
- Muslihati, Siradjuddin, & Syahrudin. (2018). Corporate social responsibility (csr) dalam perspektif ekonomi islam pada bank syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2(1), 29–42.
- Pramiana, O., & Anisah, N. (2018). Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Perspektif Syariah Enterprise Theory. *EKSIS*, 13(2), 169–182.
- Rasidan, 2021, Usut Dugaan Penyelewengan Dana CSR Bank Aceh Syariah Penyidik Periksa 13 Orang Saksi, akses online 28 Desember 2025, URL : <https://aceh.tribunnews.com/2021/09/25/usut-dugaan-penyelewengan-dana-csr-bank-aceh-syariah-penyidik-periksa-13-orang-saksi>
- Ruddin, P. (2018). ANALISIS CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERBANKAN SYARIAH BERDASARKAN SHARIAH ENTERPRISE THEORY. *Jurnal Akuntansi STIE Muhammadiyah Palopo*, 04(02), 31–42.
- Silvia, S. A., & Wijaya, H. (2025). *Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perbankan Syariah sebagai Alat Peningkatan Transparansi dan Akuntabilitas Keuangan*. 1(1), 31–40.
- Sudirman, & Abdullah, M. W. (2021). Corporate Social Responsibility (CSR) Berbasis Syariah Enterprise Theory (SET) Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat. *Ijtihad: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam*, 15(2), 237–256.
- Wardiwyono, S., Hamdun, N. G., & Pambudi, D. S. (2025). Determining Islamic banks ' reputation : Do Islamic CSR , zakat , non-halal fund , and Islamic corporate governance matter ? *Journal of Accounting and Investment*, 26(3), 1173–1191. <https://doi.org/10.18196/jai.v26i3.27686>