



Pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR), Kepatuhan Syariah, dan Pengelolaan Dana Zakat terhadap Kepuasan Nasabah pada Perbankan Syariah di Indonesia yang terdaftar di BEI

Rani Sasi Rahmadhani, Imelda Dian Rahmawati*

Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Correspondence: Imelda Dian
Rahmawati
Email: imeldadian@umsida.ac.id

Received: 28-04-2026
Accepted: 09-05-2026
Published: 13-06-2026



Copyright: © 2026 by the authors.
Submitted for open access publication
under the terms and conditions of the
Creative Commons Attribution (CC BY)
license
(<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: *Economic development and the banking industry in the modern era emphasize not only profit but also sustainability, ethics, and social responsibility. One form of social responsibility in Islamic banking is the consistent implementation of corporate zakat and Corporate Social Responsibility (CSR). The purpose of this study is to examine the significant impact of CSR implementation on customer satisfaction at national Islamic banks in Indonesia listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). This research method uses a quantitative approach using a questionnaire distributed through Google Forms. The results of this study explain that Corporate Social Responsibility (CSR), Sharia Compliance, and Zakat Fund Management have a positive and significant influence on customer satisfaction in Islamic banks, both partially and simultaneously. Customer satisfaction is not solely determined by the quality of banking services but is also influenced by the consistent implementation of ethical values, adherence to Sharia principles, and social commitments carried out by Islamic banks. Zakat Fund Management is the most dominant variable influencing customer satisfaction. This research is beneficial for the development of Islamic finance literature that incorporates social, religious, and customer satisfaction dimensions as non-financial measures.*

Keywords: *Corporate Social Responsibility (CSR); Sharia Compliance; Zakat Fund Management; Customer Satisfaction*

Abstrak: Perkembangan ekonomi dan industri perbankan di era modern tidak hanya menekankan pada pencapaian keuntungan semata, melainkan juga pada aspek keberlanjutan, etika, dan tanggung jawab sosial. Salah satu bentuk tanggung jawab sosial dalam perbankan syariah adalah penerapan zakat perusahaan dan CSR secara konsisten. Tujuan penelitian ini guna menelaah pelaksanaan CSR berdampak signifikan pada kepuasan nasabah bank syariah nasional di Indonesia yang telah terdaftar di BEI. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik penyebaran kuesioner melalui Google forms. Hasil penelitian ini menjelaskan *Corporate Social Responsibility* (CSR), Kepatuhan Syariah, dan Pengelolaan Dana Zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah bank syariah, baik secara parsial maupun simultan. Kepuasan nasabah tidak hanya ditentukan oleh kualitas layanan perbankan semata, tetapi juga dipengaruhi oleh penerapan nilai-nilai etika, kepatuhan terhadap prinsip syariah, serta komitmen sosial yang dijalankan oleh bank syariah secara konsisten. Pengelolaan Dana Zakat merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi Kepuasan Nasabah. Penelitian ini bermanfaat terhadap pengembangan literatur keuangan syariah yang menggabungkan dimensi sosial, religius, dan kepuasan nasabah sebagai ukuran non-keuangan.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility (CSR); Kepatuhan Syariah; Pengelolaan Dana Zakat; Kepuasan Nasabah*

Pendahuluan

Perkembangan ekonomi dan industri perbankan di era modern tidak hanya

menekankan pada pencapaian keuntungan semata, melainkan juga pada aspek keberlanjutan, etika, dan tanggung jawab sosial. Konsep bisnis yang berkelanjutan (*sustainable business*) mendorong perusahaan, termasuk lembaga keuangan seperti perbankan, untuk menjalankan kegiatan operasionalnya dengan memperhatikan kepentingan sosial dan lingkungan. Hal ini mampu memberi dukungan pada bank yang utamanya bank syariah, untuk menunjukkan bahwa komitmen yang diberi bank sebagai institusi keuangan dalam bentuk pembangunan yang adil dan inklusif[1]. Prinsip-prinsip operasional pada perbankan syariah yang harus berpedoman pada nilai-nilai Islam yang lebih mengedepankan keadilan (*al-'adl*), keseimbangan (*al-mizan*) serta tanggung jawab sosial. Maka dari itu penerapan CSR, kepatuhan pada prinsip syariah dan mengelola dana zakat yang transparan sehingga mampu berjalan dengan efektif yang merupakan indikator penting saat menilai seberapa baik perbankan syariah telah melaksanakan perannya dengan menyeluruh.

Penerapan tanggung jawab sosial, kepatuhan terhadap prinsip syariah, serta pengelolaan dana zakat yang baik mencerminkan komitmen bank syariah dalam memenuhi kepentingan para pemangku kepentingan dan menjaga keberlanjutan institusi keuangan berbasis nilai-nilai etika dan keadilan sosial[2].



Gambar 1. Pertumbuhan Perbankan Syariah di Indonesia
(Sumber: Kompasiana.com)

Menurut Gambar 1 yang diambil dari Kompasiana.com yang ditulis Aprilia Rosita mengenai pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia, sistem perbankan syariah dibangun berdasarkan larangan dalam Islam terhadap riba (bunga pinjaman) dan investasi pada aktivitas yang dianggap haram. Berbeda dengan perbankan konvensional, perbankan

syariah memastikan investasinya bebas dari praktik-praktik yang bertentangan dengan prinsip Islam, seperti bisnis makanan dan minuman haram atau hiburan yang tidak sesuai syariah. Sejarah pertumbuhan perbankan syariah berawal dari zaman Nabi Muhammad SAW, bukan sebagai lembaga perbankan modern, melainkan melalui transaksi keuangan berbasis akad syariah. Contohnya yaitu akad mudharabah antara Nabi Muhammad SAW dan Khadijah, di mana dana dikelola dalam kegiatan perdagangan. Keuntungan dari perdagangan tersebut kemudian dibagikan kepada pemilik modal sesuai dengan kesepakatan awal dalam akad. Sistem ini menjadi dasar bagi perkembangan perbankan syariah yang mengutamakan prinsip keadilan dan transparansi dalam pengelolaan dana [3].

Untuk memperkuat analisis empiris, penelitian ini juga memanfaatkan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan (*annualreport*) dan laporan keberlanjutan bank-bank syariah yang dipublikasikan melalui Bursa Efek Indonesia (BEI). Data tersebut digunakan untuk menilai sejauh mana bank syariah memberikan pengaruh yang signifikan antara pengimplementasian tanggung jawab sosial dan kepatuhan syariah secara objektif melalui pengungkapan laporan resmi perusahaan.

Lembaga keuangan syariah di Indonesia berkembang pesat, menarik perhatian untuk memahami perbedaan utama dengan lembaga keuangan konvensional. Perbedaan mendasar terletak pada jenis akad yang digunakan, di mana perbankan syariah menerapkan akad berdasarkan hukum Islam, seperti al-'uqud [4]. Sebagai lembaga intermediasi, bank syariah menghimpun dana dan menyalurkannya sesuai prinsip syariah, dengan risiko tertentu dalam pembiayaan [5]. Untuk menarik nasabah, berbagai bank syariah nasional menawarkan kemudahan pembiayaan konsumtif, seperti fasilitas mitraguna tanpa agunan yang memudahkan nasabah dalam memenuhi kebutuhan konsumtif [6].

Salah satu bentuk tanggung jawab sosial dalam perbankan syariah adalah penerapan zakat perusahaan dan CSR secara konsisten. Kedua aspek ini sejatinya merupakan bentuk kontribusi sosial bank terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Dalam konteks ini, zakat bukan hanya kewajiban ibadah individu maupun perusahaan, tetapi juga menjadi bagian dari manajemen strategis untuk membangun reputasi dan kepercayaan publik. Zakat yang dikelola dan didistribusikan secara profesional, transparan, dan tepat sasaran akan meningkatkan citra institusi serta memberikan manfaat nyata bagi masyarakat, terutama kelompok yang membutuhkan. Berdasarkan teori sinyal (*signalling theory*), pelaksanaan zakat oleh perusahaan mulai dari pembayaran, pengelolaan, pendistribusian, hingga pengungkapannya dalam laporan tanggung jawab sosial dapat memberikan sinyal positif kepada publik [7].

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wulandari dan Hasbiyah (2025) turut memperkuat urgensi kajian ini. Mereka meneliti pengaruh signifikan zakat perbankan dan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) terhadap kinerja keuangan bank umum syariah yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017–2023. Dengan pendekatan kuantitatif dan analisis regresi data panel menggunakan software EViews, mereka menemukan bahwa zakat perbankan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan, sementara ICSR secara parsial tidak berpengaruh. Namun,

secara simultan, kedua variabel tersebut terbukti berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa zakat memainkan peran penting dalam menciptakan nilai bagi perusahaan, baik secara ekonomi maupun sosial. Meskipun CSR dalam bentuk ICSR belum memberikan pengaruh langsung terhadap kinerja keuangan, kombinasi antara keduanya memiliki potensi untuk memperkuat posisi bank secara keseluruhan [8]. Hal ini membuka ruang baru bagi penelitian lebih lanjut untuk mengkaji tidak hanya implikasi finansial dari zakat dan CSR, tetapi juga dampaknya terhadap kepuasan nasabah sebagai salah satu indikator kinerja non-keuangan yang krusial dalam konteks perbankan syariah.

Sementara itu, Penelitian yang kedua oleh Rizki, Nurindrasari, dan Fatimah (2021) menemukan bahwa ROE dan ICSR memiliki pengaruh signifikan terhadap pengeluaran zakat perusahaan, sedangkan ROA dan NOM tidak berpengaruh signifikan secara parsial. Secara simultan, variabel kinerja keuangan dan ICSR memengaruhi zakat perusahaan [9]. Adapun penelitian ketiga oleh Budianto dan Dewi (2022) memetakan topik-topik CSR dalam perbankan syariah dan konvensional melalui pendekatan bibliometrik menggunakan VOSviewer dan literature review. Hasilnya menunjukkan 8 kluster dan 229 item topik dengan 4 tema utama CSR, memberikan gambaran menyeluruh bagi peneliti selanjutnya dalam mengisi celah riset terkait CSR di industri perbankan [10].

Penelitian terdahulu oleh Wulandari dan Hasbiyah (2025) fokus pada pengaruh zakat dan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) terhadap kinerja keuangan, sementara Rizki et al. (2021) meneliti bagaimana kinerja keuangan dan ICSR memengaruhi pengeluaran zakat perusahaan. Penelitian Budianto dan Dewi (2022) lebih bersifat konseptual dengan memetakan topik CSR dalam perbankan syariah dan konvensional menggunakan pendekatan bibliometrik. Ketiga penelitian tersebut lebih menyoroti aspek finansial atau tema konseptual CSR dan zakat. Berbeda dengan itu, penelitian saat ini berfokus pada dampak implementasi CSR, kepatuhan syariah, dan pengelolaan zakat terhadap kepuasan nasabah, yang merupakan indikator non-keuangan dan belum banyak dikaji.

Penelitian ini bermanfaat secara akademis sebagai kontribusi terhadap pengembangan literatur keuangan syariah yang menggabungkan dimensi sosial, religius, dan kepuasan nasabah sebagai ukuran non-keuangan. Kepuasan nasabah merupakan indikator kunci keberhasilan lembaga jasa keuangan karena mencerminkan kualitas layanan, tingkat kepercayaan, serta keberlanjutan hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah [11]. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi dasar bagi manajemen Bank Syariah Indonesia dalam merumuskan strategi CSR dan pengelolaan zakat yang berorientasi pada kepuasan nasabah. Maka berdasarkan latar belakang dan berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul: "Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Kepatuhan Syariah, dan Pengelolaan Dana Zakat terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah di Indonesia yang Terdaftar di BEI."

Literature Review

Kategori SDGs:

Penelitian ini berkaitan dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan SDGs ke-8, <https://sdgs.un.org/goals/goal8> yaitu Mempromosikan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, inklusif dan berkelanjutan, kesempatan kerja yang penuh dan produktif, serta pekerjaan yang layak bagi semua. karena berfokus pada peran institusi keuangan syariah nasional dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif melalui peran CSR yang berdampak sosial, kepatuhan pada prinsip syariah yang mendorong tata kelola ekonomi yang etis serta pengelolaan dana zakat yang produktif dan berdaya guna. Hal ini sesuai dengan inti dari tujuan SDGs ke-8.

Grand Theory

Penelitian ini menggunakan tiga teori utama yaitu Stakeholder Theory, Signalling Theory, dan Maqasid al- Shariah Theory untuk menjelaskan pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), Kepatuhan Syariah, dan Pengelolaan Dana Zakat terhadap Kepuasan Nasabah di bank syariah yang terdaftar di BEI. Pengelolaan Dana Zakat menunjukkan kepedulian sosial sesuai maqasid al-shariah, dan Kepatuhan Syariah menunjukkan tanggung jawab sosial bank kepada stakeholder. Variabel dependen kepuasan pelanggan (Y) dan variabel independen CSR (X1), Kepatuhan Syariah (X2), dan Pengelolaan Dana Zakat (X3) digunakan untuk mengukur kualitas layanan: keadilan, transparansi, dan kepercayaan.

Variabel Penelitian Variabel Dependen (Y)

1. Kepuasan Nasabah (Y)

Menurut Tjiptono (2019), kepuasan merupakan hasil dari evaluasi pasca pembelian atau penggunaan jasa, di mana hasil (outcome) yang diterima nasabah sesuai dengan harapan yang diinginkan. Dalam lembaga keuangan syariah, kepuasan tidak hanya didasarkan pada faktor pelayanan dan produk, tetapi juga pada kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah, transparansi, serta nilai kebermanfaatn sosial[12]. Bank syariah yang mampu memenuhi aspek spiritual dan fungsional secara seimbang akan menciptakan pengalaman positif bagi nasabahnya[13].

Kepuasan nasabah merupakan faktor strategis dalam membangun hubungan jangka panjang antara bank syariah dan nasabahnya, sekaligus menjadi indikator keberhasilan implementasi tanggung jawab sosial dan kepatuhan syariah lembaga tersebut. Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya, terdapat empat indikator utama yang digunakan untuk mengukur kepuasan nasabah bank syariah, yaitu sebagai berikut[14]:

- a. Kemantapan dalam menggunakan layanan
- b. Mengacu pada keyakinan dan rasa percaya nasabah terhadap profesionalitas serta integritas bank syariah dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan prinsip Islam.
- c. Kesesuaian layanan dengan keinginan pelanggan
- d. menguraikan seberapa baik produk dan layanan bank dapat memenuhi

- ekspektasi pelanggan tentang kualitas, kecepatan pelayanan, dan nilai keislaman.
- e. Kualitas pelayanan dan kenyamanan transaksi
 - f. Berkaitan dengan kemudahan, keramahan, keamanan, dan keakuratan pelayanan yang diberikan oleh pegawai bank syariah dalam setiap interaksi.
 - g. Keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain
 - h. Mencerminkan loyalitas nasabah untuk menyarankan layanan bank syariah kepada keluarga, teman, atau kolega karena tingkat kepuasan yang tinggi terhadap layanan yang diterima.

Variabel independent (X)

1. *Corporate Social Responsibility* (X₁)

CSR dalam Islam memiliki dimensi spiritual karena berakar pada ajaran ukhuwah (persaudaraan) dan maslahah (kemaslahatan). Ketika lembaga keuangan syariah menjalankan tanggung jawab sosial secara transparan dan berkeadilan, maka kepercayaan masyarakat akan meningkat [15]. Dalam konteks penelitian ini, CSR menjadi salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan nasabah bank syariah di Indonesia yang terdaftar di BEI. Menurut penelitian sebelumnya, empat metrik utama dapat digunakan untuk mengevaluasi pelaksanaan CSR di bank syariah:

- a. Terlibat secara sosial dan peduli lingkungan menjelaskan bagaimana bank syariah terlibat dalam kegiatan sosial, kemanusiaan dan lingkungan.
- b. Memberdayakan ekonomi masyarakat, hal ini sebagai upaya bank untuk membantu masyarakat melalui pelatihan, pembiayaan mikro dan dukungan ekonomi produktif.
- c. Transparansi dan akuntabilitas kegiatan CSR, keterbukaan bank dalam melaporkan program CSR pada media publik seperti laporan tahunan atau sustainability report.
- d. Pengaruh positif pada reputasi dan kepercayaan pelanggan, maka pelaksanaan CSR yang baik mampu meningkatkan citra positif dan kesetiaan client padan bank syariah.

2. Keputusan syari'ah (X₂)

Dalam perbankan syariah, kepatuhan ini mencakup produk, sistem, dan perilaku karyawan yang sesuai dengan prinsip syariah [16]. Menurut Nurfadila dan Hasanah (2022), bank syariah yang memiliki tingkat kepatuhan tinggi tidak hanya menghindari riba, gharar, dan maisir, tetapi juga memastikan bahwa semua transaksi dilakukan dengan jelas, transparan, dan saling menguntungkan.

Peran Dewan Pengawas Syariah (DPS) sangat penting dalam memastikan implementasi kepatuhan syariah berjalan dengan baik. DPS bertugas mengawasi seluruh kegiatan operasional bank agar sesuai dengan ketentuan syariah, memberikan fatwa atas produk baru, dan menilai kinerja keuangan dari sisi syariah. Semakin kuat pengawasan DPS, semakin tinggi pula tingkat kepercayaan dan

kepuasan nasabah terhadap bank tersebut [17]. Empat indikator kepatuhan syariah yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Kesesuaian produk dan akad dengan prinsip syariah, Semua produk pembiayaan, tabungan, dan investasi sesuai dengan ketentuan DSN-MUI
 - b. Pengawasan aktif dari Dewan Pengawas Syariah (DPS), DPS secara berkala memantau dan memberikan rekomendasi terhadap kegiatan operasional bank.
 - c. Transparansi dan kejujuran dalam transaksi informasi terkait dengan biaya, resiko dan akan yang disampaikan secara terbuka pada nasabah.
 - d. Penerapan prinsip keadilan dan larangan riba, gharar, serta maisir sehingga Bank beroperasi berdasarkan asas saling ridha, keadilan, dan keberkahan.
3. Pengelolaan Dana Zakat (X_3)

Rahmawati (2021) menyatakan bahwa lembaga keuangan syariah mengelola zakat untuk memenuhi tuntutan agama dan meningkatkan ekonomi masyarakat. Untuk mempertahankan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pengelola zakat, termasuk bank syariah yang bertindak sebagai amil, transparansi dan akuntabilitas sangat penting [18]. Dalam penelitian ini, pengelolaan dana zakat digunakan untuk menilai sejauh mana bank syariah menjalankan tanggung jawab sosial dan spiritualnya secara terukur [19]. Semakin baik kualitas pengelolaan zakat, semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah karena mereka menilai bank tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada keberkahan dan manfaat sosial.

Empat indikator pengelolaan dana zakat yang digunakan dalam penelitian ini adalah

- a. Transparansi laporan zakat, Bank secara rutin melaporkan jumlah dana zakat yang terkumpul dan disalurkan.
- b. Ketepatan sasaran penerima zakat, Dana zakat disalurkan sesuai dengan delapan asnaf (penerima zakat) sebagaimana ketentuan syariah.
- c. Akuntabilitas serta profesionalitas manajemen, Dana zakat dikelola dengan cara jujur, amanah dan dapat dipertanggungjawabkan.
- d. Dampak sosial pada kesejahteraan masyarakat, penyaluran zakat mampu meningkatkan kesejahteraan dan pemberdayaan ekonomi umat.

Pengembangan Hipotesis

Hipotesis Penelitian yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Kepuasan Nasabah (H1)

Berdasarkan teori signalling, informasi dan aktivitas non-keuangan Perusahaan dapat menjadi sinyal bagi pihak eksternal dalam menilai kualitas dan komitmen Perusahaan. CSR merupakan bentuk sinyal positif yang menunjukkan tanggung jawab social dan etika Perusahaan. Dalam perbankan syariah, CSR sejalan dengan nilai keadilan dan kemaslahatan sehingga berpotensi meningkatkan

kepercayaan dan kepuasan nasabah.

Penelitian Burze dan Yasar menunjukkan bahwa sinyal non-keuangan Perusahaan berpengaruh terhadap persepsi pemangku kepentingan [20]. Selanjutnya penelitian dari Salsabila et al. menyatakan bahwa penerapan nilai fiqih muamalah dalam aktivitas ekonomi Islam, termasuk tanggung jawan sosial, memberikan pengaruh positif terhadap persepsi pengguna jasa [21]. Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu, CSR dipandang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

H1 :Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada perbankan syariah di Indonesia.

2. Pengaruh Kepatuhan Syariah terhadap Kepuasan Nasabah (H2)

Kepatuhan syariah merupakan aspek fundamental dalam perbankan syariah yang mengacu pada kesesuaian operasional bank dengan prinsip islam. Konsep Maqasid Asy-Syariah menekankan pencapaian kemaslahatan melalui keadilan, transparansi, dan perlindungan harta. Penerapan kepatuhan syariah yang konsisten dapat meningkatkan kepercayaan dan rasa aman nasabah, sehingga berdampak pada kepuasan mereka.

Penelitian dari Alwi et al. menunjukkan bahwa penerapan Maqasid Asy-Syariah dalam perbankan syariah berkontribusi positif terhadap penilaian dan persepsi nasabah terhadap kinerja bank [22]. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa kepatuhan syariah memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah.

H2 :Tingkat Kepatuhan Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada perbankan syariah di Indonesia.

3. Pengaruh Pengelolaan Dana Zakat terhadap Kepuasan Nasabah (H3)

Dalam perspektif teori signalling, pengelolaan dana zakat dapat menjadi sinyal sosial yang mencerminkan komitmen bank syariah terhadap tanggung jawab keumatan. Pengelolaan zakat yang transparan dan akuntabel dapat membentuk citra positif dan meningkatkan kepercayaan nasabah.

Penelitian Aprinita menunjukkan bahwa zakat perbankan dan Islamic *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap kinerja bank umum syariah di Indonesia [23]. Berdasarkan teori dan penelitian tersebut mengindikasikan bahwa pengelolaan dana zakat berkontribusi positif terhadap citra dan kinerja bank, yang pada akhirnya berpotensi meningkatkan kepuasan nasabah.

H3 : Pengelolaan Dana Zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada perbankan syariah di Indonesia.

4. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), Kepatuhan Syariah, dan Pengelolaan Dana Zakat terhadap kepuasan Nasabah (H4)

Ketika perbankan syariah bekerja sama dengan berbagai elemen non-keuangan, hasilnya adalah kepuasan pelanggan yang tinggi. Aspek-aspek ini

mencerminkan nilai etika, religius, dan tanggung jawab sosial yang dipegang oleh lembaga keuangan. Menurut teori signalling, implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR), kepatuhan terhadap prinsip syariah, dan pengelolaan dana zakat yang transparan dan akuntabel merupakan sinyal yang baik bagi pelanggan tentang kredibilitas dan komitmen bank syariah. Bank syariah dipandang sebagai lembaga profesional yang amanah, adil, dan berorientasi pada kemaslahatan umat ketika ketiga elemen tersebut diterapkan secara konsisten. Kondisi ini akan menumbuhkan kepercayaan nasabah, yang pada gilirannya akan menghasilkan tingkat kepuasan nasabah yang lebih tinggi.

Selain itu, menurut Teori Pemangku Kepentingan dan Teori Maqasid al-Shariah, kemampuan bank syariah untuk memenuhi kebutuhan semua pemangku kepentingan dan mencapai tujuan kemaslahatan menentukan keberhasilannya. CSR mencerminkan tanggung jawab sosial kepada masyarakat, kepatuhan syariah menunjukkan konsistensi penerapan nilai Islam, dan pengelolaan dana zakat merepresentasikan komitmen sosial dan spiritual bank. Penelitian terdahulu oleh Wulandari dan Hasbiyah serta Rizki et al. membuktikan bahwa kombinasi variabel sosial dan religius secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bank syariah. Oleh karena itu, dapat diasumsikan bahwa CSR, kepatuhan syariah, dan pengelolaan dana zakat secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Nasabah bank syariah dipengaruhi oleh berbagai peran sosial keumatan, tanggung jawab sosial, dan kepatuhan terhadap prinsip syariah. CSR, kepatuhan syariah, dan pengelolaan dana zakat mencerminkan integritas dan nilai dasar bank syariah. Berdasarkan teori signalling, sinergi ketiga elemen ini dapat menjadi sinyal yang kuat tentang kredibilitas dan kualitas bank. Ketika ketiga elemen ini diterapkan secara bersamaan, kepercayaan dan persepsi positif nasabah akan meningkat, yang pada gilirannya berdampak pada kepuasan nasabah.

H4 : *Corporate Social Responsibility* (CSR), Kepatuhan Syariah, dan Pengelolaan Dana Zakat secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Untuk mengetahui seberapa sistematis hubungan antar variabel yang telah ditentukan, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif digunakan karena memungkinkan pengujian hubungan antar variabel secara objektif melalui data numerik dan analisis statistik, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada populasi yang lebih luas. Ini dipilih karena pendekatan ini dapat memberikan gambaran objektif tentang pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen melalui data numerik yang dapat dianalisis secara statistik [24]. Kepuasan Nasabah (Y) adalah variabel dependen utama dalam penelitian ini. Variabel independen yang dianalisis meliputi *Corporate Social Responsibility* (X1), Kepatuhan Syariah (X2), dan

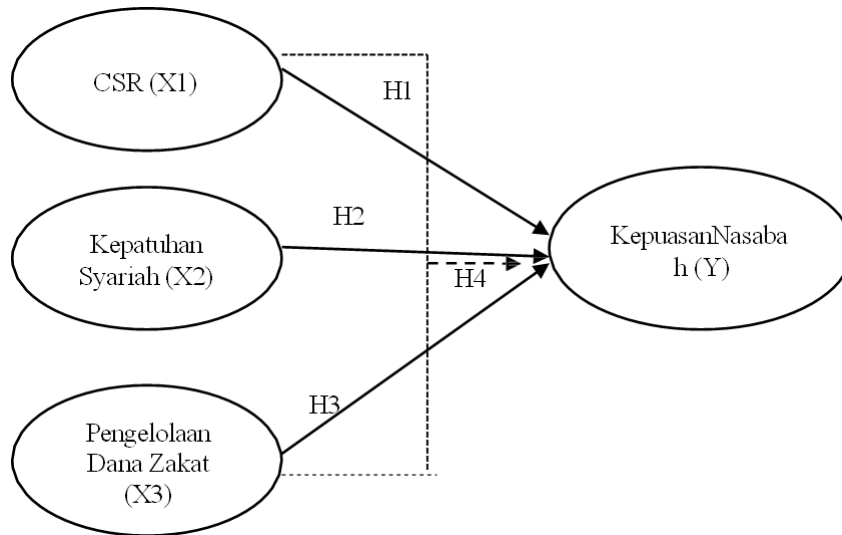
Pengelolaan Dana Zakat (X3). Dengan menggunakan metode statistik inferensial, peneliti dapat melakukan ini. Sehingga dapat dijelaskan secara rinci sebagai berikut :

1. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan komitmen berkelanjutan suatu lembaga untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, sambil meningkatkan kualitas hidup karyawan, masyarakat, dan lingkungan sekitar. Dalam konteks perbankan syariah, CSR tidak hanya dipandang sebagai kegiatan filantropi, tetapi juga sebagai implementasi nilai-nilai Islam yang menekankan keadilan sosial (*social justice*) dan kesejahteraan umat.[25]
2. Kepatuhan syariah adalah tingkat kesesuaian seluruh aktivitas lembaga keuangan syariah dengan prinsip-prinsip Islam yang diatur dalam Al-Qur'an, hadis, dan fatwa Dewan Syariah Nasional–Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Dalam perbankan syariah, kepatuhan ini mencakup kesesuaian produk, sistem operasional, serta perilaku pegawai terhadap prinsip syariah yang berlaku.[15]
3. Pengelolaan dana zakat merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial dan spiritual bank syariah yang mencerminkan komitmen lembaga terhadap nilai-nilai maqasid al-shariah, yaitu mewujudkan kesejahteraan dan keadilan sosial bagi umat.

Tahapan pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan menggunakan teknik penyebaran kuesioner, yang disusun berdasarkan indikator setiap variabel dan diukur menggunakan skala Likert lima poin. Skala ini memungkinkan responden untuk memberikan penilaian secara bertingkat terhadap pernyataan yang disediakan, mulai dari "sangat tidak setuju" hingga "sangat setuju." Penyebaran kuesioner dilakukan secara online melalui Google Forms, karena metode ini dinilai efisien, mudah diakses, dan memiliki jangkauan luas untuk menjangkau responden dari berbagai wilayah di Indonesia. Selain itu, untuk memperkuat validitas data, penyebaran kuesioner difokuskan pada nasabah aktif bank syariah yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), seperti Bank Syariah Indonesia (BSI), Bank Mega Syariah, Bank Aladin Syariah, dan Bank Muamalat Indonesia. Kuesioner disebarluaskan melalui berbagai platform digital, seperti WhatsApp, Instagram, dan Telegram, guna menjangkau target populasi yang relevan dan memastikan keberagaman responden. Metode ini dinilai efektif karena memungkinkan pengumpulan data dalam jumlah besar dengan waktu yang relatif singkat serta mendukung reliabilitas hasil penelitian yang berbasis pada persepsi dan pengalaman aktual nasabah bank syariah di Indonesia.

Kerangka Konseptual

Dari uraian mengenai pengaruh signifikan CSR, kepatuhan syariah, dan pengelolaan dana zakat terhadap kepuasan nasabah bank syariah nasional di Indonesia yang terdaftar di BEI. Maka penulis membuat gambar kerangka konseptual agar lebih jelas. Adapun kerangka konseptual penelitian dapat digambarkan pada gambar seperti berikut :



Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah bank syariah khususnya di wilayah Sidoarjo yang meliputi Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS). Berdasarkan data yang dikutip dari penelitian oleh Kurniawan (2025), total populasi potensial yang dapat dijadikan dasar penelitian berjumlah 4500-5000 rekening nasabah bank syariah nasional. Karena populasi tersebut cukup besar, maka pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. [26]

Teknik pengumpulan data

Peneliti mempergunakan metode pengumpulan data primer melalui penyebaran kuesioner secara online menggunakan google form. Metode ini dipilih karena dianggap efektif, mudah diakses responden dan memudahkan peneliti menjangkau partisipan dari berbagai wilayah di Indonesia dalam waktu yang lebih singkat dan dengan biaya yang lebih rendah.

Kuesioner yang digunakan disusun berdasarkan indikator dari setiap variabel penelitian, yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR), Kepatuhan Syariah, Pengelolaan Dana Zakat, dan Kepuasan Nasabah. Setiap indikator dikembangkan menjadi beberapa pernyataan tertutup yang diukur menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari: Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S) dan Sangat Setuju (SS). Skala ini digunakan agar responden dapat memberikan penilaian secara bertingkat terhadap tingkat persetujuan mereka terhadap setiap pernyataan yang diajukan.

Bank Syariah Indonesia (BSI), Bank Mega Syariah, Bank Muamalat Indonesia, dan

Bank Aladin Syariah adalah beberapa bank syariah nasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Platform digital seperti WhatsApp, Instagram, Telegram, dan e-mail digunakan untuk mengirimkan survei. Nasabah yang telah menjadi subjek penelitian selama setidaknya satu tahun dan memahami bagaimana bank syariah mengelola dana zakat, kepatuhan syariah, dan tanggung jawab sosial.

Sebelum menyebarkan kuesioner secara luas, peneliti melakukan uji coba (*try out*) kepada sejumlah kecil responden untuk memastikan bahwa setiap itemnya mudah dipahami dan bahwa mereka dapat mengukur variabel penelitian dengan tepat. Setelah dinyatakan layak, kuesioner disebar kepada responden yang memenuhi kriteria melalui teknik purposive sampling, di mana hanya responden yang memiliki atribut tertentu yang relevan dan terkait dengan tujuan penelitian yang dipilih.

Oleh karena itu, metode pengumpulan data yang menggunakan Google Form dinilai paling cocok untuk penelitian ini karena mampu menghasilkan data yang akurat, mudah diakses, dan representatif tentang populasi nasabah bank syariah di Indonesia.

Teknik Pengambilan Sampel

Sampel dianggap dapat mewakili populasi penelitian secara keseluruhan karena masing-masing kelompok populasi memiliki karakteristik tertentu. Menurut Sugiyono (2019), pengambilan sampel dilakukan dalam kasus di mana peneliti tidak dapat melakukan penelitian menyeluruh pada seluruh populasi karena masalah waktu, biaya, dan tenaga [27]. Oleh karena itu, agar temuan penelitian dapat digeneralisasikan dengan baik, pemilihan sampel harus dilakukan dengan hati-hati. Penelitian ini menggunakan pengambilan sampel purposive. Pilihan purposive sampling digunakan karena hanya responden yang memiliki pengalaman langsung dengan subjek penelitian dan memenuhi kriteria tertentu yang dapat memberikan informasi yang akurat tentang subjek penelitian. Metode pengambilan sampel ini termasuk dalam kategori pengambilan sampel yang tidak memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel. Dalam penelitian ini, kriteria responden berikut digunakan:

1. Klien aktif bank syariah nasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), seperti Bank Syariah Indonesia (BSI), Bank Mega Syariah, dan Bank Muamalat Indonesia.
2. Telah menjadi nasabah bank selama minimal satu tahun dan memiliki pengalaman menggunakan layanan dan produk bank.
3. Memahami dan memahami bagaimana perusahaan bertanggung jawab sosial (CSR), kepatuhan syariah, dan pengelolaan zakat dilakukan oleh bank syariah tempat mereka menjadi nasabah.

Karena populasi penelitian sangat luas dan tersebar di berbagai wilayah Indonesia, metode purposive sampling digunakan. Metode ini dipilih karena kriteria seleksi diperlukan untuk memastikan bahwa responden yang dipilih sesuai dengan kebutuhan penelitian. Metode ini memungkinkan peneliti untuk memastikan bahwa informasi yang mereka kumpulkan berasal dari klien yang benar-benar memahami sistem dan praktik perbankan syariah. Rumus Slovin digunakan untuk menghitung ukuran sampel penelitian ini, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = jumlah populasi (4.750)

e = batas kesalahan atau tingkat presisi yang digunakan (dalam penelitian ini sebesar 5% atau 0,05)

$$n = \frac{4.750}{1 + 4.750 \cdot 0,05^2}$$

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan teori dari Slovin diatas jumlah responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sebanyak 369 orang. Pengambilan sampel dilakukan secara proporsional dari beberapa bank syariah nasional di BEI, dengan penyebaran kuesioner melalui Google Form atau wawancara langsung kepada nasabah yang sesuai kriteria. Teknik purposive sampling digunakan agar data yang diperoleh relevan, valid, dan mewakili populasi penelitian, sekaligus menjaga keseimbangan representasi dari berbagai jenis bank syariah.

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan menggunakan Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) sebagai alat bantu pengolahan data statistik. SPSS dipilih karena memiliki kemampuan yang komprehensif dalam menganalisis data kuantitatif berbasis kuesioner serta sesuai untuk menguji hubungan kausal antar variabel melalui pendekatan regresi linier berganda [27]. Pendekatan ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen, yaitu *Corporate Social Responsibility (CSR)*, Kepatuhan Syariah, dan Pengelolaan Dana Zakat, terhadap variabel dependen Kepuasan Nasabah secara parsial maupun simultan.

Analisis menggunakan SPSS dinilai tepat karena data penelitian berskala interval yang diperoleh dari pengukuran skala Likert, jumlah sampel relatif besar, serta tujuan penelitian yang berfokus pada pengujian pengaruh dan signifikansi hubungan antar variabel. Tahapan analisis data dalam penelitian ini meliputi uji kualitas instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, serta pengujian hipotesis, yang dijelaskan secara sistematis sebagai berikut.

Uji Kualitas Instrumen Penelitian

Pengujian ini terdiri dari Uji Validitas dan Uji Reliabilitas, Uji validitas bertujuan untuk mengukur sejauh mana butir-butir pertanyaan dalam kuesioner mampu mengukur konstruk yang dimaksud. Pengujian validitas dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment pada SPSS dengan membandingkan nilai r-hitung dan r-tabel. Suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel pada tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, item yang valid menunjukkan bahwa pernyataan tersebut mampu merepresentasikan variabel penelitian secara tepat. Uji reliabilitas

digunakan untuk menilai konsistensi internal instrumen penelitian. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan Cronbach's Alpha. Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,70$, yang menunjukkan bahwa instrumen memiliki tingkat keandalan yang baik dan dapat digunakan secara konsisten dalam pengukuran.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis regresi linier berganda, data penelitian terlebih dahulu diuji untuk memastikan terpenuhinya asumsi klasik, sehingga hasil analisis dapat dinyatakan valid dan tidak bias. Pengujian ini meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, dan Uji Heteroskedastisitas. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal. Pengujian dilakukan menggunakan uji Kolmogorov– Smirnov (K-S) dan didukung dengan analisis grafik Normal P–P Plot. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang kuat antar variabel independen. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance. Model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas apabila nilai VIF < 10 dan nilai Tolerance $> 0,10$. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Pengujian dilakukan menggunakan uji Glejser atau dengan melihat pola pada grafik Scatterplot. Model regresi dikatakan memenuhi asumsi homoskedastisitas apabila nilai signifikansi $> 0,05$ dan tidak terdapat pola tertentu pada grafik scatterplot.

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Model regresi dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y	= Kepuasan Nasabah
X_1	= <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)
X_2	= Kepatuhan Syariah
X_3	= Pengelolaan Dana Zakat
α	= konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$	= koefisien regresi
e	= error term

Koefisien regresi menunjukkan arah dan kekuatan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap kepuasan nasabah. Nilai koefisien yang positif menunjukkan pengaruh searah, sedangkan nilai negatif menunjukkan pengaruh berlawanan.

Uji Hipotesis

Pengujian ini terdiri dari Uji t (Parsial), Uji F (Simultan) dan Uji Koefisien Determinasi

(R²). Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Menurut Ghazali, 2014 hipotesis diterima apabila nilai signifikansi < 0,05 atau nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel[28]. Uji ini digunakan untuk menguji hipotesis H1, H2, dan H3. Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel CSR, Kepatuhan Syariah, dan Pengelolaan Dana Zakat secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah. Hipotesis diterima apabila nilai signifikansi < 0,05, yang menunjukkan bahwa seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai R² yang semakin mendekati 1 menunjukkan bahwa model regresi memiliki daya jelaskan yang semakin kuat.

Untuk mengetahui variabel independen yang paling dominan memengaruhi Kepuasan Nasabah, dilakukan dengan membandingkan nilai Standardized Coefficients (Beta) pada hasil regresi SPSS. Variabel dengan nilai beta terbesar dan signifikan secara statistik dianggap sebagai variabel yang memiliki pengaruh paling dominan, sehingga hipotesis H4 dapat diuji secara empiris. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima poin, yaitu:

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Netral (N)
- 4 = Setuju (S)
- 5 = Sangat Setuju (SS)

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat responden terhadap suatu fenomena sosial secara bertingkat, sehingga memudahkan pengukuran variabel penelitian secara kuantitatif [38]. Penggunaan skala ini memungkinkan peneliti memperoleh data persepsi responden secara objektif dan terukur, sehingga hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR), Kepatuhan Syariah, Pengelolaan Dana Zakat, dan Kepuasan Nasabah dapat dianalisis secara statistik menggunakan SPSS.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil pengolahan data terhadap 369 responden, uji kualitas instrumen menunjukkan bahwa seluruh indikator pada variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR), Kepatuhan Syariah, Pengelolaan Dana Zakat, dan Kepuasan Nasabah memiliki nilai signifikansi di bawah 0,05, sehingga seluruh item pernyataan dinyatakan valid. Selain itu, hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha pada seluruh variabel berada di atas batas minimum yang dipersyaratkan, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan konsisten dalam mengukur konstruk penelitian.

Selanjutnya, hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa model regresi telah memenuhi kriteria normalitas, bebas dari gejala heteroskedastisitas, serta tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen. Dengan terpenuhinya seluruh asumsi tersebut, model regresi dinyatakan layak digunakan untuk pengujian hipotesis. Menurut Hair et al., model regresi yang telah memenuhi asumsi klasik dan menunjukkan signifikansi

statistik dapat digunakan untuk menarik kesimpulan kausal yang valid antara variabel independen dan dependen. Oleh karena itu, hasil pengujian dalam penelitian ini dapat dijadikan dasar yang kuat dalam menjelaskan hubungan antara CSR, kepatuhan syariah, pengelolaan zakat, dan kepuasan nasabah [29].

Tabel 1: Hasil Uji t (Parsial)

Model	Unstandardized		Standardized		
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	6.280	1.203		5.222	.000
Corporate Sosial Responsibility	.128	.056	.118	2.284	.023
Kepatuhan Syariah	.288	.049	.299	5.853	.000
Pengelolaan Dana Zakat	.331	.050	.332	6.554	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dengan nilai signifikansi 0,023 ($< 0,05$). Ini menunjukkan bahwa persepsi dan kepuasan nasabah bank syariah dapat ditingkatkan melalui CSR yang efektif. Selain itu, telah ditunjukkan bahwa variabel Kepatuhan Syariah berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$), menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip syariah secara konsisten merupakan komponen penting dalam membangun kepercayaan dan kepuasan nasabah.

Selain itu, variabel Pengelolaan Dana Zakat menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dengan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda, variabel pengelolaan dana zakat merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah dibandingkan dengan variabel lainnya. Hal ini dapat ditunjukkan oleh nilai *standardized coefficients* (Beta) dimana nilai dari variabel pengelolaan dana zakat lebih besar yaitu 0,332, dibandingkan dengan kepatuhan syariah (0,299) dan CSR (0,118). Temuan ini menunjukkan bahwa pengelolaan zakat yang transparan, akuntabel, dan berdampak sosial memberikan sinyal positif kepada nasabah dan berkontribusi besar dalam meningkatkan kepuasan mereka.

Tabel 2: Hasil Uji F (Simultan)

Model	Sum of Squares	df	MeanSquare	F Sig.
Regression	1.010.992	3	336.997	80.245 .000 ^b
Residual	1.537.051	366	4.200	
Total	2.548.043	369		

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (constant), Pengelolaan Dana Zakat, Kepatuhan Syariah, Corporate Social Responsibility

Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$), yang membuktikan bahwa CSR, Kepatuhan Syariah, dan Pengelolaan Dana Zakat secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Persamaan regresi

yang dihasilkan menunjukkan seluruh koefisien bernilai positif, dengan Pengelolaan Dana Zakat sebagai variabel yang memiliki pengaruh terbesar terhadap Kepuasan Nasabah.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Kepuasan Nasabah (H1)

Akumulasi Skor		Ratio
Bank Syariah Indonesia	276	41%
Bank Aladin Syariah	130	19%
Bank Mega Syariah	166	25%
Bank Muamalat	104	15%
Total	676	

Sebelum masuk pada pembahasan pengaruh CSR terhadap Kepuasan Pelanggan, menarik untuk disajikan Bank Syariah yang memiliki tingkat CSR paling baik diantara Bank Syariah yang lain. Berdasarkan perbandingan rasio total skor yang ditampilkan diatas, diperoleh bawah Bank Syariah dengan tingkat CSR tertinggi adalah Bank Syariah Indonesia dengan ratio 41%. Selain itu, Apabila dilihat dari skala pelaporan dan angka yang terverifikasi publik, Bank Syariah Indonesia (BSI) paling tinggi/terbesar dalam hal realisasi dana CSR dan transparansi pelaporan secara kuantitatif. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa Bank Syariah dengan tingkat CSR paling tinggi adalah Bank Syariah Indonesia (BSI).

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) memperoleh nilai signifikansi sebesar $0,023 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Hasil ini menunjukkan bahwa pelaksanaan CSR yang dilakukan oleh bank syariah mampu memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan tingkat kepuasan nasabah. Dengan kata lain, semakin baik kualitas dan keberlanjutan program CSR yang dijalankan, maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh nasabah.

Jika dikaitkan dengan karakteristik sampel penelitian, mayoritas responden berada pada rentang usia produktif 21–30 tahun dan 31–40 tahun, dengan latar belakang pekerjaan didominasi oleh karyawan swasta dan mahasiswa. Kelompok ini umumnya memiliki tingkat kesadaran sosial yang cukup tinggi serta cenderung memperhatikan peran sosial lembaga keuangan yang mereka gunakan. Oleh karena itu, program CSR yang bersentuhan langsung dengan kebutuhan masyarakat seperti program literasi keuangan syariah, pemberdayaan UMKM, bantuan pendidikan, serta kegiatan sosial kemanusiaan menjadi faktor yang relevan dalam membentuk persepsi positif dan kepuasan nasabah.

Perbankan syariah melihat CSR sebagai implementasi nilai-nilai Islam yang menekankan keadilan sosial (social justice) dan kemaslahatan umat, bukan hanya tindakan amal. Berdasarkan teori sinyal, implementasi CSR yang konsisten, transparan, dan akuntabel akan memberikan sinyal positif kepada pelanggan mengenai komitmen etis dan sosial bank. Sinyal-sinyal ini membangun citra bank sebagai institusi yang bertanggung jawab dan berfokus pada kesejahteraan masyarakat, yang menghasilkan kepuasan nasabah yang lebih tinggi.

Menurut Carroll, tanggung jawab sosial perusahaan mencakup aspek ekonomi, etis, dan filantropis, yang memengaruhi persepsi pemangku kepentingan, termasuk nasabah.

Sen dan Bhattacharya juga menegaskan bahwa konsumen cenderung menunjukkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi terhadap perusahaan yang memiliki komitmen sosial kuat, terutama ketika manfaat program CSR dapat dirasakan secara langsung [30]. Meskipun demikian, koefisien regresi CSR yang relatif lebih kecil dibanding variabel lainnya menunjukkan bahwa CSR berperan sebagai faktor pendukung kepuasan, bukan faktor utama, dalam konteks perbankan syariah [31].

Pengaruh Kepatuhan Syariah terhadap Kepuasan Nasabah (H2)

Akumulasi Skor		Ratio
Bank Syariah Indonesia	216	32%
Bank Aladin Syariah	137	20%
Bank Mega Syariah	178	26%
Bank Muamalat	104	15%
Total	635	

Sebelum masuk pada pembahasan pengaruh Kepatuhan Syariah terhadap Kepuasan Pelanggan, menarik untuk disajikan Bank Syariah yang memiliki tingkat Kepatuhan syariah paling baik diantara Bank Syariah yang lain. Berdasarkan perbandingan rasio total skor yang ditampilkan diatas, diperoleh bahwa Bank Syariah dengan tingkat Kepatuhan Syariah tertinggi adalah Bank Syariah Indonesia dengan ratio 32%. Selain itu, Apabila dilihat dari skala pelaporan dan angka yang terverifikasi publik, Bank Syariah Indonesia (BSI) paling tinggi/terbesar dalam hal Kepatuhan Syariah dan transparansi pelaporan secara kuantitatif. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa Bank Syariah dengan tingkat Kepatuhan Syariah paling tinggi adalah Bank Syariah Indonesia (BSI).

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel Kepatuhan Syariah memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, yang berarti kepatuhan syariah berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Temuan ini menegaskan bahwa kepuasan nasabah bank syariah sangat dipengaruhi oleh sejauh mana bank menerapkan prinsip-prinsip syariah secara konsisten dalam seluruh aktivitas operasionalnya [32].

Berdasarkan karakteristik responden, sebagian besar nasabah berada pada usia produktif dan aktif melakukan transaksi perbankan, seperti menabung, transfer, serta penggunaan produk pembiayaan. Pada kelompok ini, kepatuhan syariah menjadi faktor fundamental karena nasabah tidak hanya mempertimbangkan aspek layanan, tetapi juga memastikan bahwa setiap transaksi yang dilakukan telah sesuai dengan prinsip Islam. Kejelasan akad, transparansi biaya, serta pengawasan Dewan Pengawas Syariah (DPS) menjadi indikator penting yang membentuk rasa aman dan kepercayaan nasabah.

Menurut Chapra, kepatuhan syariah merupakan fondasi utama keberlangsungan lembaga keuangan Islam karena menjamin bahwa seluruh aktivitas ekonomi berjalan sesuai prinsip keadilan, transparansi, dan kemaslahatan umat. Kepatuhan ini menciptakan spiritual assurance, yaitu rasa aman secara spiritual yang dirasakan nasabah ketika bertransaksi di bank syariah. Ketika prinsip syariah diterapkan secara konsisten dan dapat dipahami oleh nasabah, tingkat kepuasan dan kepercayaan terhadap bank syariah akan meningkat [33].

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan Maqasid al-Shariah Theory yang menempatkan kemaslahatan umat sebagai tujuan utama aktivitas lembaga keuangan syariah. Kepatuhan syariah bukan sekadar kepatuhan administratif terhadap regulasi, melainkan sarana untuk mewujudkan keadilan dan perlindungan bagi seluruh pihak yang terlibat dalam transaksi. Oleh karena itu, semakin tinggi persepsi nasabah terhadap kepatuhan syariah bank, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang mereka rasakan.

Pengaruh Pengelolaan Dana Zakat terhadap Kepuasan Nasabah (H3)

Akumulasi Skor	Ratio
Bank Syariah Indonesia	287 42%
Bank Aladin Syariah	169 25%
Bank Mega Syariah	179 26%
Bank Muamalat	130 19%
Total	765

Sebelum masuk pada pembahasan pengaruh Pengelolaan Dana Zakat terhadap Kepuasan Pelanggan, menarik untuk disajikan Bank Syariah yang memiliki tingkat Pengelolaan Dana Zakat paling baik diantara Bank Syariah yang lain. Berdasarkan perbandingan rasio total skor yang ditampilkan diatas, diperoleh bahwa Bank Syariah dengan tingkat Pengelolaan Dana Zakat tertinggi adalah Bank Syariah Indonesia dengan ratio 42%. Selain itu, Apabila dilihat dari skala pelaporan dan angka yang terverifikasi publik, Bank Syariah Indonesia (BSI) paling tinggi/terbesar dalam hal Pengelolaan Dana Zakat dan transparansi pelaporan secara kuantitatif. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa Bank Syariah dengan tingkat Pengelolaan Dana Zakat paling tinggi adalah Bank Syariah Indonesia (BSI).

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Pengelolaan Dana Zakat memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengelolaan dana zakat berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Temuan ini mengindikasikan bahwa kualitas tata kelola zakat yang dilakukan oleh bank syariah memiliki peran strategis dalam membentuk kepuasan nasabah [34].

Dalam perspektif perbankan syariah, pengelolaan dana zakat merupakan bentuk nyata tanggung jawab sosial dan spiritual bank. Zakat tidak hanya berfungsi sebagai kewajiban ibadah, tetapi juga sebagai instrumen redistribusi kekayaan yang bertujuan mengurangi kesenjangan sosial dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, pengelolaan zakat yang profesional, transparan, dan tepat sasaran akan meningkatkan legitimasi bank syariah di mata nasabah.

Jika dikaitkan dengan sampel penelitian yang didominasi oleh nasabah usia produktif, pengelolaan zakat yang baik memberikan kemudahan bagi nasabah dalam menunaikan kewajiban zakat secara aman dan terpercaya. Distribusi zakat yang menyasar kelompok fakir dan miskin, program pemberdayaan ekonomi mustahik, bantuan pendidikan, serta kegiatan sosial lainnya akan memperkuat persepsi bahwa dana zakat yang dihimpun benar-benar memberikan dampak sosial yang nyata [35].

Berdasarkan Signalling Theory, proses penghimpunan, pengelolaan, pendistribusian,

serta pengungkapan dana zakat yang dilakukan secara transparan akan memberikan sinyal positif kepada publik dan nasabah. Beik dan Arsyianti menyatakan bahwa pengelolaan zakat yang akuntabel dan berdampak nyata terhadap kesejahteraan masyarakat akan meningkatkan kepercayaan dan kepuasan nasabah terhadap lembaga keuangan syariah. Kepercayaan yang terbentuk inilah yang kemudian mendorong peningkatan kepuasan nasabah secara signifikan.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), Kepatuhan Syariah, dan Pengelolaan Dana Zakat terhadap kepuasan Nasabah (H4)

Akumulasi Skor		Ratio
Bank Syariah Indonesia	218	32%
Bank Aladin Syariah	128	19%
Bank Mega Syariah	171	25%
Bank Muamalat	133	20%
Total	650	

Sebelum pembahasan mengenai variabel yang paling dominan, terlebih dahulu disajikan hasil identifikasi Bank Syariah yang memiliki tingkat kepuasan nasabah paling tinggi dibandingkan bank syariah lainnya, berdasarkan penilaian responden dalam penelitian ini. Berdasarkan perbandingan rasio total skor yang telah dipaparkan sebelumnya, diketahui bahwa Bank Syariah dengan tingkat kepuasan nasabah tertinggi adalah Bank Syariah Indonesia (BSI), dengan rasio sebesar 32%.

Selain itu, apabila ditinjau dari skala pelaporan serta ketersediaan data yang terverifikasi secara publik, Bank Syariah Indonesia (BSI) juga menunjukkan kinerja paling unggul, baik dalam aspek kepuasan nasabah maupun transparansi pelaporan secara kuantitatif. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Bank Syariah yang memiliki tingkat kepuasan nasabah paling tinggi dalam penelitian ini adalah Bank Syariah Indonesia (BSI).

Berdasarkan hasil analisis regresi, variabel Pengelolaan Dana Zakat memiliki koefisien regresi terbesar dibandingkan variabel CSR dan Kepatuhan Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan dana zakat merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi Kepuasan Nasabah bank syariah.

Dominasi variabel ini dapat dijelaskan secara konseptual dan empiris. Pertama, pengelolaan zakat memiliki keterkaitan langsung dengan aspek ibadah dan dampak sosial, sehingga memberikan kepuasan emosional dan spiritual yang lebih kuat bagi nasabah. Kedua, pengelolaan zakat yang transparan dan berdampak nyata lebih mudah dipahami dan diverifikasi oleh nasabah dibandingkan aspek kepatuhan syariah yang bersifat teknis. Hal ini membuat sinyal yang ditangkap nasabah menjadi lebih kuat. Ketiga, dalam kerangka Maqasid al-Shariah, zakat berperan penting dalam mewujudkan keadilan sosial dan kesejahteraan umat. Ketika bank syariah mampu mengelola zakat secara amanah dan profesional, nasabah akan menilai bahwa bank tersebut tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada kemaslahatan. Persepsi ini memperkuat kepercayaan dan pada akhirnya meningkatkan kepuasan nasabah.

Dengan demikian, temuan ini menguatkan pandangan bahwa kinerja non-keuangankhususnya pengelolaan dana zakatmemiliki peran strategis dalam menciptakan kepuasan nasabah pada industri perbankan syariah[36].

Daftar Pustaka

- [1] Bank Syariah Indonesia., "Laba Tumbuh 22,83%, BSI Perluas Manfaat Untuk Masyarakat Melalui Program Optimalisasi Zakat,' Berita, 11 Februari 2025." [Online]. Available: <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/laba-tumbuh-2283-bsi-perluas-manfaat-untuk-m>."
- [2] R. E. Freeman, *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Pitman. Boston, 1984.
- [3] A. Rosita, "Pertumbuhan Perbankan Syariah di Indonesia,' Kompasiana, 22-Jan-2021." [Online]. Available: https://www.kompasiana.com/amp/apriliosita/6009a3bdd541df16f73a9fd4/pertumbuhan-perbankan-syariah-di-indonesia?utm_source".
- [4] Niswatin and H. V. Alam, "Peningkatan Kesadaran Berzakat, Infaq dan Bersedakah Bagi Masyarakat Melalui KKN Tematik Desa Membangun," *Mopolayio: Jurnal Pengabdian Ekonom*, vol. 1, no. 1, 2021.
- [5] K. F. Pausther, N. Niswatin, and La Ode Rasuli, "Pendistribusian Zakat dalam Perspektif Amanah pada BAZNAS Provinsi Gorontalo," *AKTSAR Jurnal Akuntansi Syariah*, vol. 4, no. 2, 2021.
- [6] B. S. Indonesia, "Dukung transformasi digital organisasi pengelola zakat, dana Ziswaf di BSI tembus Rp2,03 triliun. Berita, 28 mei 2025," Online. [Online]. Available: [available: https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/dukung-transformasi-digital-organisasi-pen](https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/dukung-transformasi-digital-organisasi-pen)".
- [7] R. T. Lestari, "Pengaruh Zakat dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan (Studi pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2014–2018)," 2021.
- [8] A. W., Hasbiyah., Wulandari, and R. Diansafitri, "Implementasi Zakat Perbankan Dan Islamic *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan," *Integrative Perspectives of Social and Science Journal*, vol. 2, no. 01, pp. 1251–1260, 2025.
- [9] A. F., Annisa. Alike, T. Rizki, and D. Nurindrasari, "Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Islamic *Corporate Social Responsibility* (ICSR) Terhadap Pengeluaran Zakat Perusahaan (Studi Kasus Bank Umum Syariah Di Indonesia Tahun 2017-2021):(Studi Kasus Bank Umum Syariah di Indonesia Tahun 2017-2021)," *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial*, vol. 7, no. 1, pp. 67–80, 2023.
- [10] And N. D. T, Dewi., Budiarto, and E. W. Hesty, "Pemetaan topik penelitian seputar *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perbankan syariah dan konvensional," studi bibliometrik VOSviewer dan literature review, 2023.
- [11] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management*, 15th ed. Pearson Education, 2016.
- [12] F. Tjiptono, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian: Pengembangan model kepuasan, loyalitas, dan e-service quality*. Yogyakarta: Penerbit Andi (ANDI), 2019.

- [13] R. Hidayat, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Medan," *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, vol. 21, no. 2, pp. 145–156, 2020.
- [14] N. D. Sari and Purnomo, "Kepuasan Nasabah terhadap Kinerja Pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kota Surabaya," *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Islam*, vol. 8, no. 3, pp. 211–223, 2022.
- [15] A. F. Ramadhani and Rachman, "Analisis Penerapan CSR pada Perbankan Syariah di Indonesia," *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, vol. 10, no. 3, pp. 201–213, 2021.
- [16] S. N. Nurfadila and Hasanah, "Kepatuhan Syariah sebagai Faktor Kunci Kepercayaan Nasabah Bank Syariah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Perbankan Islam*, vol. 10, no. 3, pp. 201–213, 2021.
- [17] M. H. Hasan and Yusuf, "Implementasi Kepatuhan Syariah pada Produk Pembiayaan Perbankan Syariah di Indonesia," *Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum*, vol. 9, no. 1, pp. 65–76, 2021.
- [18] Rahmawati, D. Rizka, Septiarini, and D. Ferrisa, "The Factors That Affect Zis Fundraising On Zakat Management Organization In 2016-2019 (Faktor-faktor yang Memengaruhi Pengumpulan Dana ZIS pada Organisasi Pengelola Zakat Tahun 2016-2019)," *jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan (JESTT)*, vol. 8, no. 5, pp. 559–569, 2021.
- [19] N. E. Amalia and Putri, "Transparansi dan Akuntabilitas Pengelolaan Zakat sebagai Upaya Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat," *Jurnal Akuntansi Syariah*, vol. 8, no. 4, pp. 244–257, 2022.
- [20] T. M. T. K. Burze Yasar, "An empirical test of signalling theory," *Management Research Review* 13 November 2020, vol. 43, no. 11, 2020, doi: <https://doi.org/10.1108/MRR-08-2019-0338>.
- [21] H. A. S. M. R. A. Nawal Riska Salsabila¹, Nurah Andini Rahmani Rizki², "Media Riset Bisnis Manajemen Akuntansi Penerapan Fiqih Muamalah Pada Ekonomi Islam," *Media Riset Bisnis Manajemen Akuntansi*, vol. 1, no. 1, pp. 50–61, 2025.
- [22] & F. M. Alwi, M., Kara, M., Abdullah, M. W., "Konsep Maqasid As Syariah Dalam Perbankan Syariah. Al-Amwal," *Journal of Islamic Economic Law*, vol. 7, no. 2, pp. 56–80, 2022.
- [23] N. Aprinita, "Pengaruh Zakat Perbankan dan Islamic Corporate Sosial Responsibility Terhadap Kinerja Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2013-2018," UIN Raden Intan Lampung, 2019.
- [24] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- [25] A. Wibowo, "Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Bank Syariah Indonesia," *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, vol. 11, no. 2, pp. 88–98, 2021.
- [26] M. R. Kurniawan and Masruchin, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai-Nilai Syariah Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bsi Kcp Ahmad Yani Sidoarjo," *Jurnal Tabarru'*, vol. 8, no. 1, 2025.

-
- [27] Sugiyono, Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta, 2019.
- [28] N. Ardi and Isnayanti, "Structural Equation Modelling-Partial Least Square to Determine the Correlation of Factors Affecting Poverty in Indonesian Provinces," in IOP Conference Series: Materials Science and Engineering, Institute of Physics Publishing, May 2020. doi: 10.1088/1757- 899X/846/1/012054.
- [29] J. F. Hair, W. C. Black, B. J. Babin, and R. E. Anderson, Multivariate Data Analysis, 7th ed. Pearson Education, 2014.
- [30] Sugiyono, Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R dan D / Sugiyono. Bandung: Alfabeta, 2017, 2017.
- [31] Otoritas Jasa Keuangan (OJK), "Laporan Tahunan OJK: Perkembangan Kredit UMKM dan Stabilitas Sektor Keuangan," Jakarta, 2023.
- [32] M. U. Chapra, The Future of Economics: An Islamic Perspective. Leicester: The Islamic Foundation, 2000.
- [33] Otoritas Jasa Keuangan (OJK), "Roadmap Pengembangan Perbankan Syariah Indonesia," Jakarta, 2020.
- [34] Y. Al-Qardhawi, Fiqh al-Zakah. Cairo: Muassasah al-Risalah, 1999.
- [35] I. S. Beik and L. D. Arsyianti, Ekonomi Pembangunan Syariah. Jakarta: Rajawali Pers, 2019.
- [36] P. Kotler and K. Lane. Keller, Marketing Management, 13th ed. Pearson Prentice Hall, 2009.
- [37] M. A. Dusuki and N. I. Abdullah, "aqasid al-Shariah, Maslahah, and *Corporate Social Responsibility*," American Journal of Islamic Social Sciences, vol. 24, no. 1, pp. 25–45, 2007.