

# Pengaruh Pendapatan Non Halal, Zakat, dan Dewan Pengawas Syariah terhadap Reputasi Bank Syariah: Studi Perbandingan Bank Umum Syariah di Indonesia dan Malaysia Periode 2018-2024

Wiwit Putri Utami<sup>1</sup>, Wahyu Iryana<sup>2</sup>, Rahmat Fajar Ramdani<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia. E-Mail: [wiwitputriutami10@gmail.com](mailto:wiwitputriutami10@gmail.com)

<sup>2</sup>Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia. E-Mail: [wahyu@radenintan.ac.id](mailto:wahyu@radenintan.ac.id)

<sup>3</sup>Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia. E-Mail: [rahmatfajar@radenintan.ac.id](mailto:rahmatfajar@radenintan.ac.id)

**Abstract:** The growth of the Islamic banking industry requires these institutions to not only focus on their financial performance, but also maintain their reputation as a reflection of social legitimacy and public trust. This study aims to analyze the effect of non-halal income, zakat, and the Sharia Supervisory Board (DPS) on the reputation of Islamic Commercial Banks (BUS) in Indonesia and Malaysia for the period 2018–2024. This study uses a comparative quantitative approach with a purposive sampling method targeting 7 BUS in Indonesia and 6 BUS in Malaysia and analyzed using multiple linear regression. The results show that in Indonesia, non-halal income has no significant effect on reputation, while zakat and DPS have a positive and significant effect. In Malaysia, non-halal income has a negative and significant effect on reputation, while zakat and DPS have a positive and significant effect. These results indicate that compliance with sharia and corporate governance play an important role in building the reputation of Islamic banks, with differences in influence influenced by regulatory characteristics and supervisory systems in each country.

**Keywords:** Non-halal income; Zakat; Sharia Supervisory Board; Reputation; Comparative Studies;

**Abstrak:** Pertumbuhan industri perbankan syariah mengharuskan lembaga-lembaga tersebut tidak hanya berfokus pada kinerja keuangan mereka, tetapi juga menjaga reputasi mereka sebagai cerminan legitimasi sosial dan kepercayaan publik. Studi ini bertujuan untuk menganalisis dampak pendapatan non halal, zakat, dan Dewan Pengawas Syariah (DPS) terhadap reputasi Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia dan Malaysia untuk periode 2018–2024. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif komparatif dengan metode purposive sampling yang ditargetkan pada 7 BUS di Indonesia dan 6 BUS di Malaysia dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa di Indonesia, pendapatan non halal tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap reputasi, sedangkan zakat dan DPS memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Di Malaysia, pendapatan non halal memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap reputasi, sedangkan zakat dan DPS memiliki pengaruh positif dan signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa kepatuhan terhadap syariah dan tata kelola perusahaan memainkan peran penting dalam membangun reputasi bank syariah, dengan perbedaan pengaruh yang dipengaruhi oleh karakteristik regulasi dan sistem pengawasan di masing-masing negara.

**Kata Kunci:** Pendapatan non halal; Zakat; Dewan Pengawas Syariah; Reputasi; Studi Perbandingan;

| Received: 31/02/2026

| Revised: 25/4/2026

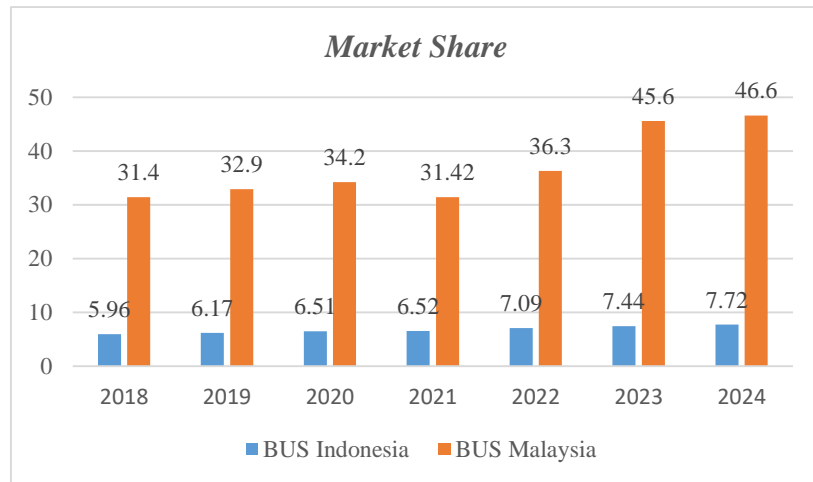
| Accepted: 29/04/2026

## 1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan aset perbankan syariah global dalam Sepuluh tahun terakhir telah mengalami peningkatan signifikan yang menjadikan bukti bahwa industri keuangan syariah telah berkembang pesat. Berdasarkan laporan yang diterbitkan oleh Islamic Financial Service Board (IFSB), industri keuangan global pada tahun 2024 mencatat pertumbuhan tahunan yang kuat sebesar 14,9% serta mencapai total aset sebesar USD 3,88 Triliun. Di tengah arus globalisasi, pertumbuhan aset tersebut menunjukkan bahwa selain menjadi pilihan bagi umat islam bank syariah juga semakin dikenal di kalangan Masyarakat non-muslim (Putera & Nisa, 2024). Sejalan dengan meningkatnya perkembangan perbankan syariah, tantangan yang dihadapi tidak hanya berkaitan dengan pencapaian kinerja keuangan, tetapi juga mencakup upaya menjaga kepercayaan masyarakat melalui pengelolaan reputasi yang konsisten dan berkelanjutan.

Reputasi merupakan aset tak berwujud yang sangat menentukan keberlanjutan bank syariah. Reputasi dapat dilihat dari praktik bisnis yang tidak etis, kesalahan internal, atau kegagalan dalam memenuhi kewajiban terhadap nasabah dan masyarakat (Budianto, 2023). Selain itu, reputasi juga menjadi dasar penilaian apakah suatu bank layak menjadi mitra kerja sama, di mana reputasi memainkan peran yang sangat penting dalam membangun kemitraan antara bank dan nasabah. Salah satu indikator yang dapat mengukur reputasi bank syariah adalah market share. Market share atau pangsa pasar menjadi indikator penting yang dapat diamati oleh investor maupun analis untuk menilai kinerja suatu perusahaan. Perubahan pangsa pasar, baik peningkatan maupun penurunan, mencerminkan tingkat daya saing relatif produk dan layanan yang ditawarkan. Perusahaan yang mampu mempertahankan pangsa pasarnya berarti berhasil menjaga pertumbuhan pendapatan sejalan dengan perkembangan pasar secara keseluruhan. Sebaliknya, apabila perusahaan berhasil memperluas pangsa pasar, maka hal tersebut menunjukkan bahwa pertumbuhannya berlangsung lebih cepat dibandingkan para pesaing di industri yang sama (Sumarsid et al., 2023). Semakin tinggi pangsa pasar maka akan dapat berkontribusi pada perekonomian nasional dan persepsi kepercayaan masyarakat akan perbankan syariah juga akan meningkat (Aminin et al., 2023).

Saat ini, masih terdapat masyarakat yang memandang bahwa tidak ada perbedaan signifikan antara bank syariah dan bank konvensional. Banyak masyarakat yang masih meragukan keunggulan bank syariah, baik dari segi keuntungan finansial maupun dari segi kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah, sehingga pangsa pasar bank syariah masih stagnan di bawah angka 10% (Rohman, 2025). berikut ini perkembangan market share perbankan syariah di indonesia dan Malaysia:



**Gambar 1.** Perkembangan market Share Perbankan Syariah di Indonesia dan Malaysia

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan dan BNM Annual Reports

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan perkembangan market share perbankan syariah di Indonesia dan Malaysia dari tahun 2018-2024. Perbedaan perkembangan market share antara Indonesia dan Malaysia tersebut menunjukkan bahwa walaupun market share perbankan syariah di Indonesia lebih kecil dibandingkan Malaysia, namun perkembangannya cenderung meningkat. Sementara itu, market share di Malaysia lebih besar tetapi cenderung naik-turun dari tahun ke tahun. Perubahan market share tersebut dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu pendapatan non-halal, zakat, dan Dewan Pengawas Syariah (DPS).

Bank syariah memiliki perbedaan signifikan dengan bank konvensional yaitu dilarangnya riba pada setiap transaksi keuangan maupun non keuangan. Hal tersebut yang membuat masyarakat beranggapan bahwa bank syariah lebih berkah. Namun, tidak bisa dipungkiri bahwa dana yang diterima bank syariah berasal dari pendapatan non-halal yaitu dari penerimaan jasa giro atau bunga yang berasal dari bank konvensional (Syam & Widyananto, 2024). Pendapatan non-halal umumnya timbul akibat keadaan darurat yang tidak dapat dihindari. Jenis pendapatan ini dicantumkan dalam laporan sumber dan penggunaan dana kebajikan, dan dijelaskan secara rinci dalam catatan atas laporan keuangan mengenai penyebab pendapatan non-halal dan penggunaan dana tersebut (Sholihah, 2021).

Sementara itu, perbankan syariah masih menunaikan kewajibannya sebagai perusahaan yaitu dengan membayar zakat. Fungsi zakat dalam sudut pandang bank syariah tidak hanya sebagai bentuk pemenuhan kewajiban agama, melainkan sebagai cara bank syariah dalam menjaga citra perusahaannya, sehingga mampu menciptakan reputasi yang baik dari stakeholder. Zakat juga dianggap sebagai aspek tabaru (aspek sosial perusahaan), yang berarti bahwa perusahaan harus melakukan kewajiban zakat untuk menciptakan keseimbangan dalam operasinya (Saputra et al., 2025).

Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang merupakan bagian dari tata kelola perusahaan (Corporate Governance) berperan penting untuk menjamin terpenuhinya keinginan seluruh pemangku kepentingan dengan melakukan pengawasan atas kepatuhan bank terhadap prinsip syariah, peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta penerapan nilai-nilai etika Islam sebagai dasar dalam operasional perbankan syariah (Kurniawan et al., 2024). Hal tersebut dilakukan untuk

menjaga kepercayaan Masyarakat dan menjalankan fungsi amanah agar DPS dapat menjalankan tugasnya dengan baik.

Penelitian yang dilakukan oleh Indria Puspitasari Lenap, dkk (2021), zakat berpengaruh terhadap reputasi karena keberadaan zakat mencerminkan kepatuhan bank terhadap prinsip-prinsip syariah dan merupakan bentuk tanggung jawab sosial terhadap masyarakat (stakeholder). Sedangkan pendapatan non-halal tidak berpengaruh terhadap reputasi karena meskipun pendapatan non-halal dapat merusak kepercayaan masyarakat, tetapi sebagian besar orang tidak terlalu memperhatikan atau memahami masalah kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah, maka dari itu dampaknya terhadap reputasi bank-bank tersebut belum terlihat secara jelas (Lenap et al., 2021). Penelitian yang dilakukan oleh Tria Noviani, dkk (2022) menunjukkan bahwa pendapatan non-halal yang termasuk dana kebajikan berpengaruh positif terhadap reputasi dikarenakan pendapatan non-halal yang disalurkan untuk kepentingan sosial dan kemudian bank mengungkapkan dan menyalurkan dana tersebut secara transparan, publik akan menilai bank memiliki komitmen sosial yang kuat sesuai prinsip syariah (Noviani et al., 2022). Penelitian yang dilakukan oleh Puji Suciarti dan Novi Lailiyul Wafiroh (2023) tentang zakat dan pendapatan non halal terhadap reputasi menunjukkan bahwa zakat tidak berdampak pada reputasi dikarenakan zakat tidak dibagikan secara teratur setiap tahun dan jumlahnya tidak terlalu besar, maka dari itu zakat tidak memiliki pengaruh yang cukup untuk meningkatkan citra bank di mata masyarakat. Sedangkan dana non halal berdampak negatif pada reputasi, dikarenakan sebagian besar umat Islam menginginkan lembaga keuangan yang sepenuhnya mematuhi prinsip-prinsip syariah (Suciarti & Wafiroh, 2023).

Adapun penelitian mengenai Dewan Pengawas Syariah yang dilakukan oleh Muhibuddin, dkk (2023) hasilnya menunjukkan bahwa Islamic Corporate Governance (ICG) tidak berpengaruh terhadap reputasi, dikarenakan implementasinya belum optimal. Selain itu, ICG lebih bersifat teknis dan tidak mudah dipahami oleh masyarakat umum, sehingga tidak dapat secara langsung memengaruhi citra dan kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah (Muhibuddin, Umiyati, Riza Eko Suswanto, 2023). Kondisi tersebut menunjukkan perlunya penguatan peran dan fungsi Dewan Pengawas Syariah, terutama dalam meningkatkan transparansi serta penyampaian informasi kepada publik, sehingga pelaksanaan tata kelola syariah tidak hanya sebatas pemenuhan formal, tetapi juga dapat memberikan dampak dan manfaat yang dirasakan oleh masyarakat secara luas. penelitian yang dilakukan oleh Siti Maysyaroh, dkk (2024) sharia governance implementation berpengaruh positif terhadap reputasi, hal tersebut dikarenakan adanya tata klola syariah bertujuan untuk memastikan bahwa semua kegiatan, produk, dan kebijakan bank sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Jika kepatuhan syariah diterapkan dengan benar, masyarakat akan memandang bank sebagai lembaga yang jujur, bertanggung jawab, dan dapat dipercaya, yang pada gilirannya akan memperkuat reputasi bank di mata publik (Maysyaroh et al., 2024).

Dalam penelitian ini, peneliti tidak hanya berfokus pada bank syariah di Indonesia tetapi juga menambahkan objek penelitian yaitu bank syariah yang ada di Malaysia, yang di mana kedua negara tersebut merupakan pusat pertumbuhan industri perbankan syariah di Asia Tenggara dan memiliki praktik tata kelola yang berbeda serta mempunyai perkembangan pangsa pasar yang berbeda. Selain itu, masih terdapat perbedaan dari hasil penelitian sebelumnya. Maka dari itu peneliti tertarik untuk mengambil judul "Pengaruh Pendapatan

Non-Halal, Zakat, dan Dewan Pengawas Syariah Terhadap Reputasi Bank Syariah: Studi Perbandingan Indonesia dan Malaysia”.

## 2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. pendekatan kuantitatif dapat diartikan sebagai pendekatan berbasis positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dengan pengambilan sampel secara acak, pengumpulan data menggunakan instrumen, dan analisis data secara statistik untuk menguji hipotesis (Sugiyono, 2016). Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian komparatif dengan tujuan membandingkan kondisi Bank Umum Syariah di dua negara yaitu Indonesia dan Malaysia. Penelitian komparatif adalah penelitian yang membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda, atau pada waktu yang berbeda (Sugiyono, 2013). Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menguji hubungan antarvariabel, tetapi juga menguji perbedaan atau persamaan variabel independen terhadap variabel dependen pada negara yang berbeda.

Penelitian ini terdiri dari dua objek penelitian yaitu bank syariah di Indonesia dan Malaysia. Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh Bank Umum Syariah yang berada di Indonesia dan Malaysia. Adapun Bank Umum Syariah di Indonesia yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yaitu berjumlah 14 BUS, dan Bank Umum Syariah di Malaysia menurut data dari Bank Negara Malaysia (BNM) yaitu 16 BUS. Adapun teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Adapun kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel yaitu:

1. Bank syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Negara Malaysia (BNM)
2. Bank syariah yang memiliki laporan keuangan tahunan lengkap selama periode penelitian.
3. Menyajikan informasi mengenai pendapatan non-halal, zakat, dan informasi mengenai Dewan Pengawas Syariah.

**Table 1. Daftar Sampel**

BUS Indonesia		BUS Malaysia	
1	PT Bank Aceh Syariah	1	Bank Islam Malaysia Berhad
2	PT Bank Muamalat	2	Bank Muamalat Malaysia Berhad
3	PT Bank Victoria Syariah	3	Maybank Islamic Berhad
4	PT Bank Mega Syariah	4	Am Bank Islamic Berhad
5	PT Bank BCA Syariah	5	HSBC Amanah Malaysia Berhad
6	PT Bank BJB Syariah	6	Alliance Islamic Bank Berhad
7	PT Bank Panin Dubai Syariah		

Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda sebagai teknik analisis data dengan bantuan software SPSS 26. Analisis regresi linier berganda digunakan dengan tujuan untuk memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen dan untuk memahami pengaruh masing-masing atau secara bersamaan dari variabel independen

terhadap variabel dependen. Analisis diawali dengan statistik deskriptif untuk menggambarkan kondisi pendapatan non halal, zakat, dewan pengawas syariah, dan reputasi bank syariah. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Uji hipotesis dilakukan secara parsial melalui uji t, disertai koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk melihat kemampuan model menjelaskan reputasi bank syariah. Tahap akhir yaitu uji beda untuk mengetahui perbedaan signifikan antara bank umum syariah di Indonesia dan Malaysia. Dalam penelitian ini terdapat dua model regresi yaitu BUS di Indonesia dan BUS di Malaysia dengan model regresi sebagai berikut:

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

Dimana:

- Y = Reputasi  
 $\alpha$  = Konstanta  
 $\beta$  = Koefisien arah regresi  
 $X_1$  = Pendapatan Non-Halal  
 $X_2$  = Zakat  
 $X_3$  = Dewan Pengawas Syariah  
 $e$  = Error

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Bank Umum Syariah di Indonesia

##### Uji Statistik Deskriptif

Tabel 2.

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Dev
PNH	49	1012433	49946927	11531049,55	11725436,001
Zakat	49	1552198	96697934	24502490,43	27243497,205
DPS	49	2	3	2,35	0,481
Reputasi	49	0,00	4,32	0,9809	1,43361

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2026

Hasil uji statistik deskriptif pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa variabel reputasi (Y) yang memiliki 49 sampel memiliki nilai minimum 0,00 yang diperoleh dari laporan keuangan bank Mega Syariah dan nilai maximum 4,32. Adapun nilai rata-rata variabel dependen yaitu 0,98909 dan memiliki standar deviasi sebesar 1,43361. Nilai minimum pada pendapatan non halal ( $X_2$ ) sebesar 1012433, nilai maximum sebesar 49946927, rata-rata sebesar 11531049,55, dan standar deviasi sebesar 11725436,001. Nilai minimum pada variabel zakat ( $X_3$ ) sebesar 1552198, nilai maximum sebesar 96697934, rata-rata variabel zakat yaitu 24502490,43, dan standar deviasi sebesar 27243497,205. Variabel DPS ( $X_3$ ) memiliki nilai minimum sebesar 2 dan nilai maximum sebesar 3, nilai rata-rata variabel DPS sebesar 2,35 dan standar deviasi sebesar 0,481.

##### Uji Asumsi Klasik

###### 1. Uji Normalitas

Tabel 2.

Test Statistic	0.097
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2026

Tabel tersebut menunjukkan bahwa hasil uji normalitas yang menggunakan Kolmogorov Smirnov sebesar 0,200 yang dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Nilai asymp. Sig. 2-tailed 0,200 > 0,05 menandakan bahwa data tersebut terdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

Tabel 3.

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	PNH	0.387	2.586
	Zakat	0.388	2.580
	DPS	0.996	1.004

a. Dependent Variable: Reputasi

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2026

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel pendapatan non halal memiliki nilai tolerance 0,387 dan VIF 2,586. Variabel zakat memiliki nilai tolerance 0,388 dan VIF 2,580. variabel DPS memiliki nilai tolerance 0,999 dan VIF 1,004. Seluruh variabel independen memiliki nilai tolerance nilai > 0,1 dan nilai VIF < 10 yang menandakan bahwa variabel independen terbebas dari gejala multikolinearitas.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.873	1.367		-2.101	0.048
	PNH	-9.699E-9	0.000	-0.118	-0.408	0.687
	Zakat	6.053E-9	0.000	0.162	0.349	0.731
	DPS	1.951	2.022	0.375	0.965	0.346

a. Dependent Variable: ABSRES2

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2026

Berdasarkan hasil uji gletser variabel pendapatan non halal memiliki nilai signifikansi 0,687, variabel zakat memiliki nilai signifikansi 0,731, dan variabel DPS memiliki nilai signifikansi 0,346. Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh signifikansi variabel independen > 0,05 atau variabel independen terbebas dari gejala teroskdastisitas.

## 4. Uji Autokorelasi

Tabel 5.

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.939 <sup>a</sup>	0.882	0.874	0.50806	2.072
a. Predictors: (Constant), DPS, Zakat, PNH					
b. Dependent Variable: Reputasi					

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2026

Berdasarkan hasil uji autokorelasi dengan Durbin-Watson, nilai DW diperoleh sebesar 2,072. Nilai DW tersebut berada diantara nilai DU dan 4-DU ( $1,6723 < 2,072 < 2,3277$ ). Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak dapat autokorelasi dalam model regresi dan model dapat digunakan untuk tahap analisis selanjutnya.

### Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6.

Variabel	Koefisien	Signifikansi
PNH	1,191E-8	0,243
Zakat	4,433E-8	0,000
DPS	1,540	0,000

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2026

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda didapatkan model regresi sebagai berikut:

$$\text{Reputasi} = -1,527 + 1,191\text{E-}8 \text{ PNH} + 4,433\text{E-}8 \text{ Zakat} + 1,540 \text{ DPS}$$

Koefisien regresi pada variabel PNH memiliki nilai koefisien sebesar 1,191E-8 yang berarti bahwa setiap kenaikan PNH sebesar satu satuan akan meningkatkan reputasi sebesar 1,191E-8 diasumsikan variabel lain konstan. Namun pengaruh PNH pada reputasi tidak signifikan. Koefisien regresi pada variabel zakat sebesar 4,433E-8 yang berarti bahwa setiap kenaikan zakat sebesar satu satuan akan meningkatkan reputasi sebesar 4,433E-8 diasumsikan variabel lain konstan. Variabel DPS memiliki nilai koefisien regresi sebesar 1,540 yang berarti bahwa setiap kenaikan satu satuan akan meningkatkan reputasi sebesar 1,540.

### Uji Hipotesis

#### 1. Uji T

Tabel 7.

Variabel	Koefisien	T hitung	Sig.	Keputusan Ho
PNH	1,191E-8	1,184	0,243	Ditolak
Zakat	4,433E-8	10,253	0,000	Diterima
DPS	1,540	4,088	0,000	Diterima

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2026

Berdasarkan tabel tersebut, variabel pendapatan non halal memiliki nilai signifikansi sebesar 0,243 dan t hitung  $1,184 < 1,679$  (t tabel). Artinya, pendapatan non halal tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi. Variabel zakat dan DPS memiliki nilai signifikansi

sebesar 0,000 dan  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel, artinya zakat dan DPS berpengaruh signifikan terhadap reputasi.

### Koefisien Determinasi

Tabel 8.

Model Summary <sup>b</sup>			
R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
0,939	0,882	0,874	0,50806

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2026

Berdasarkan tabel tersebut, nilai adjusted R Square sebesar 0,874 yang menunjukkan bahwa variabel pendapatan non halal, zakat, dan DPS dapat menjelaskan reputasi sebesar 87,4%. 12,6% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti.

### Bank Umum Syariah di Malaysia

#### Uji Statistik Deskriptif

Tabel 9.

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PNH	42	1720	612000	76104,52	124671,266
Zakat	42	104	53377	9233,43	12769,539
DPS	42	5	6	5,33	0,477
Reputasi	42	0,92	9,58	4,1168	3,11627

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2026

Hasil uji statistik deskriptif pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa variabel reputasi (Y) yang memiliki 42 sampel memiliki nilai minimum 0,92, nilai maximum 9,58, rata-rata variabel dependen yaitu 4,1168 dan memiliki standar deviasi sebesar 3,11627. Pendapatan non halal (X1) memiliki nilai minimum sebesar 1720, nilai maximum sebesar 612000, rata-rata sebesar 76104,52 dan standar deviasi sebesar 124671,266. Variabel zakat (X2) memiliki nilai minimum sebesar 104, nilai maximum sebesar 53377, rata-rata variabel zakat yaitu 9233,43 dan standar deviasi sebesar 12769,539. Variabel DPS (X3) memiliki nilai minimum sebesar 5 dan nilai maximum sebesar 6. Adapun nilai rata-rata variabel DPS sebesar 5,33 dan standar deviasi sebesar 0,477.

#### Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

Tabel 10.

Test Statistic	0,128
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,083 <sup>c</sup>

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2026

Tabel tersebut menunjukkan bahwa hasil uji normalitas yang menggunakan Kolmogorov Smirnov memperoleh nilai asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,083 yang dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Nilai asymp. Sig. 2-tailed 0,083  $>$  0,05 menandakan bahwa data tersebut terdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

Tabel 11.

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	PNH	0.944	1.060
	Zakat	0.818	1.222
	DPS	0.808	1.237

a. Dependent Variable: Reputasi

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2026

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel pendapatan non halal memiliki nilai tolerance 0,944 dan VIF 1,060. Variabel zakat memiliki nilai tolerance 0,818 dan VIF 1,222. variabel DPS memiliki nilai tolerance 0,808 dan VIF 1,237. Seluruh variabel independen memiliki nilai tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10 yang menandakan bahwa variabel independen terbebas dari gejala multikolinearitas.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 12.

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.728	1.916		-0.901	0.373
	PNH	-1.588E-6	0.000	-0.178	-1.209	0.234
	Zakat	2.538E-5	0.000	0.292	1.844	0.073
	DPS	0.541	0.371	0.232	1.460	0.152

a. Dependent Variable: ABSRES

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2026

Berdasarkan hasil uji gletser variabel pendapatan non halal memiliki nilai signifikansi 0,234, variabel zakat memiliki nilai signifikansi 0,073, dan variabel DPS memiliki nilai signifikansi 0,152. Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh signifikansi variabel independen > 0,05 atau variabel independen terbebas dari gejala teroskdastisitas.

## 3. Uji Autokorelasi

Tabel 13.

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.838 <sup>a</sup>	0.702	0.678	1.76794	1.989

a. Predictors: (Constant), DPS, PNH, Zakat

b. Dependent Variable: Reputasi

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2026

Berdasarkan hasil uji autokorelasi dengan Durbin-Watson, nilai DW diperoleh sebesar 1,989. Nilai DW tersebut berada diantara nilai DU dan 4-DU ( $1,6723 < 1,989 < 2,3277$ ). Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak dapat autokorelasi dalam model regresi dan model dapat digunakan untuk tahap analisis selanjutnya.

### Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 14.

Variabel	Koefisien	Signifikansi
PNH	-5.326E-6	0,025
Zakat	0,000	0,000
DPS	2,858	0,000

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2026

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda didapatkan model regresi sebagai berikut:

$$\text{Reputasi} = -11,927 + -5.326E-6 \text{ PNH} + 0,000 \text{ Zakat} + 2,858 \text{ DPS}$$

Koefisien regresi pada variabel PNH memiliki nilai koefisien sebesar -5.326E-6 yang berarti bahwa setiap kenaikan PNH sebesar satu satuan akan menurunkan reputasi sebesar -5.326E-6. Koefisien regresi pada variabel zakat sebesar 0,000 yang berarti bahwa setiap kenaikan zakat sebesar satu satuan akan meningkatkan reputasi sebesar 0,000 diasumsikan variabel lain konstan. Variabel DPS memiliki nilai koefisien regresi sebesar 2,858 yang berarti bahwa setiap kenaikan satu satuan akan meningkatkan reputasi sebesar 2,858. Secara umum, variabel zakat dan DPS sangat berpengaruh dalam membangun reputasi bank syariah, sedangkan meningkatnya pendapatan non halal justru dapat berdampak negatif terhadap reputasi bank syariah.

### Uji Hipotesis

#### 1. Uji T

Tabel 15.

Variabel	Koefisien	T hitung	Sig	Keputusan Ho
PNH	-5,326E-8	-2,336	0,025	Diterima
Zakat	0,000	5,458	0,000	Diterima
DPS	2,858	4,440	0,000	Diterima

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2026

Berdasarkan tabel tersebut, variabel pendapatan non halal memiliki nilai signifikansi sebesar 0,025 dan t hitung  $-2,336 < 1,686$  (t tabel). Artinya, pendapatan non halal berpengaruh negative signifikan terhadap reputasi. Variabel zakat dan DPS memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 dan t hitung  $> t$  tabel, artinya zakat dan DPS berpengaruh signifikan terhadap reputasi.

### Uji Koefisien Determinasi

Tabel 16.

Model Summary <sup>b</sup>			
R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate

0,838	0,702	0,678	1,76794
-------	-------	-------	---------

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2026

Berdasarkan tabel tersebut, nilai adjusted R Square sebesar 0,678 yang menunjukkan bahwa variabel pendapatan non halal, zakat, dan DPS dapat menjelaskan reputasi sebesar 67,8%. 32,2% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti.

## Pengaruh Pendapatan Non Halal terhadap Reputasi Bank Syariah di Indonesia dan Malaysia

### 1. Pengaruh Pendapatan Non Halal terhadap Reputasi Bank Syariah di Indonesia

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, pendapatan non halal memiliki tingkat signifikansi 0,243 yang artinya pendapatan non halal tidak berpengaruh secara signifikan terhadap reputasi. Hal ini dapat terjadi karena masyarakat dan stakeholder memahami bahwa pendapatan non halal masih dapat muncul dalam praktik perbankan. Namun, kepercayaan publik tidak langsung berkurang jika pendapatan tersebut dikelola dan dilaporkan secara transparan sesuai dengan peraturan syariah dalam laporan sumber dan penggunaan dana kebajikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Indria Puspitasari Lenap, dkk (2021) yang menyatakan bahwa adanya pendapatan non halal dalam laporan keuangan perusahaan menunjukkan bahwa bank syariah, terutama di Indonesia, belum sepenuhnya mematuhi ketentuan syariah. Disisi lain, banyak nasabah yang belum tahu bahwa dana yang dititipkan dapat menghasilkan pendapatan non halal (Lenap et al., 2021).

### 2. Pengaruh Pendapatan Non Halal dan Reputasi Bank Syariah di Malaysia

Berdasarkan hasil penelitian, Pendapatan non halal memiliki nilai signifikansi 0,025 dan memiliki koefisien negatif, yang artinya pendapatan non halal berpengaruh negatif terhadap reputasi bank syariah di Malaysia. Semakin tinggi pendapatan non halal maka akan menurunkan reputasi pada bank syariah. Temuan tersebut dikarenakan adanya pendapatan non halal menunjukkan bahwa bank syariah belum sepenuhnya menerapkan prinsip syariah yang dimana pandangan masyarakat terhadap bank syariah adalah menjalankan transaksi yang terbebas dari riba, tetapi faktanya bank syariah masih memperoleh pendapatan yang tidak sesuai dengan prinsip syariah. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Puji Suciarti dan Novi Lailiyul Wafiroh (2023) yang menyatakan bahwa keberadaan dana non halal yang dilaporkan dalam laporan sumber dan penggunaan dana kebajikan, menunjukkan bahwa bank-bank syariah belum sepenuhnya menjalankan kegiatan bisnisnya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (Suciarti & Wafiroh, 2023).

## Pengaruh Zakat terhadap Reputasi Bank Syariah di Indonesia dan Malaysia

### 1. Pengaruh Zakat terhadap Reputasi Bank Syariah di Indonesia

Berdasarkan hasil penelitian, zakat memiliki nilai signifikansi 0,000 yang berarti zakat berpengaruh positif terhadap reputasi bank syariah di Indonesia. Zakat yang dibayarkan oleh bank akan membangkitkan persepsi masyarakat terhadap bank tersebut. Masyarakat akan memandang bahwa bank syariah telah melaksanakan kewajibannya sebagai bank Islam yaitu membayar zakat. Berdasarkan teori legitimasi, distribusi zakat merupakan bentuk respons organisasi terhadap ekspektasi masyarakat muslim, yang tidak hanya mengharapkan bank-bank syariah untuk berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memainkan peran aktif dalam meningkatkan kesejahteraan sosial. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tria Noviani, dkk (2022) yang menyatakan bahwa keberadaan dana zakat, yang

kemudian diungkapkan dalam laporan keuangan, akan berdampak dan berpengaruh terhadap reputasi bank syariah, di mana bank syariah sebagai bank yang didasarkan pada prinsip islam, harus mengungkapkan dana zakat secara jujur dan transparan. Hal ini juga merupakan bentuk pemenuhan kewajiban bank syariah sebagai lembaga perantara yang menjalankan fungsi sosialnya (Noviani et al., 2022).

## 2. Pengaruh Zakat terhadap Reputasi Bank Syariah di Malaysia

Berdasarkan hasil penelitian, zakat memiliki nilai signifikansi 0,000 yang berarti zakat berpengaruh positif terhadap reputasi bank syariah di Malaysia. Zakat yang dibayarkan mencerminkan komitmen nyata bank syariah terhadap prinsip-prinsip keadilan sosial, kepatuhan terhadap syariah, dan tanggung jawab sosial. Dilihat dari sudut pandang teori legitimasi, pembayaran dan pengungkapan zakat berfungsi sebagai sarana untuk memperoleh dan mempertahankan legitimasi sosial, karena hal ini menunjukkan bahwa kegiatan bank tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga sejalan dengan nilai-nilai moral dan agama masyarakat. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Fitri Sagantha (2024) pentingnya perusahaan membayarkan zakat dengan baik untuk mempertahankan reputasi perusahaan, karena reputasi sangat penting bagi perusahaan agar dapat lebih maju dan berkembang (Fitri Sagantha, 2024).

## Pengaruh Dewan Pengawas Syariah terhadap Reputasi Bank Syariah di Indonesia dan Malaysia

### 1. Pengaruh Dewan Pengawas Syariah terhadap Reputasi Bank Syariah di Indonesia

Berdasarkan hasil penelitian, DPS memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti zakat berpengaruh positif terhadap reputasi bank syariah di Indonesia. DPS berfungsi sebagai mekanisme tata kelola utama yang memastikan kepatuhan operasional bank terhadap prinsip-prinsip syariah. Keberadaan dan efektivitas DPS memperkuat kredibilitas bank di mata nasabah dan pemangku kepentingan, karena menunjukkan bahwa semua produk, transaksi, dan aktivitas bisnis telah melalui proses pengawasan dan fatwa sesuai dengan ketentuan syariah. Dari sudut pandang teori legitimasi, DPS berfungsi sebagai instrumen kelembagaan untuk menjaga keseimbangan antara nilai-nilai sosial dan agama masyarakat dengan praktik bisnis perbankan. Pengawasan syariah yang ketat dapat mengurangi kesenjangan legitimasi antara ekspektasi masyarakat terhadap bank syariah dan kinerja bank yang sebenarnya. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Indria Puspitasari Lenap, dkk (2021) DPS memainkan peran penting dalam penyusunan laporan mengenai tingkat kepatuhan terhadap syariah. Reputasi suatu perusahaan dipahami sebagai hasil logis dari kualitas tata kelola perusahaan yang diterapkan dalam suatu organisasi (Lenap et al., 2021).

### 2. Pengaruh Dewan Pengawas Syariah terhadap Reputasi Bank Syariah di Malaysia

Berdasarkan hasil penelitian, DPS memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti DPS berpengaruh positif pada reputasi bank syariah di Malaysia. Hal tersebut dikarenakan perannya dalam memastikan dan menyampaikan kepatuhan syariah bank kepada publik, meningkatkan transparansi, dan memperkuat kepercayaan pemangku kepentingan. Pelaksanaan DPS yang efektif membantu bank meminimalkan celah legitimasi dan mempertahankan legitimasi sosial. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Maysyaroh, dkk (2024) Jika DPS berfungsi secara efektif, masyarakat akan memandang bank sebagai lembaga yang sah secara sosial dan agama, yang pada gilirannya memperkuat reputasi bank bank syariah (Maysyaroh et al., 2024).

## Perbedaan Pengaruh Pendapatan Non Halal, Zakat, dan Dewan Pengawas Syariah terhadap Reputasi Bank Syariah di Indonesia dan Malaysia

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, terdapat perbedaan pengaruh pendapatan non halal terhadap reputasi bank syariah di Indonesia dan Malaysia. Pengaruh pendapatan non halal di Indonesia memiliki nilai signifikansi 0,243 yang artinya pendapatan non halal tidak berpengaruh terhadap reputasi bank syariah di Indonesia. Sedangkan pada bank syariah di Malaysia, pendapatan non halal memiliki nilai signifikansi 0,025 dan memiliki koefisien negatif, yang artinya pendapatan non halal berpengaruh negatif terhadap reputasi bank syariah di Malaysia. Di Indonesia, sistem pengawasan yang relatif terdesentralisasi berarti bahwa pendapatan non halal tidak memainkan peran besar dalam penilaian reputasi bank, meskipun ada peraturan perbankan syariah dan fatwa DSN-MUI. Masyarakat dan pemangku kepentingan cenderung menilai reputasi bank syariah berdasarkan aspek lain seperti tata kelola, CSR, dan kinerja sosial, sehingga dampak negatif pendapatan non halal terhadap reputasi tidak sebesar di Malaysia. Indah Puspitasari Lenap, dkk (2021) menyatakan bahwa pendapatan non halal tidak berpengaruh terhadap reputasi karena publik lebih menilai reputasi dari aspek zakat, CSR, dan kualitas layanan bank syariah. Di Malaysia, kerangka hukum dan pengawasan untuk perbankan syariah lebih terstruktur dan komprehensif, terutama setelah disahkannya Islamic Financial Services Act (IFSA) 2013, kerangka kerja tata kelola syariah di Malaysia mewajibkan lembaga keuangan Islam untuk memastikan bahwa semua kegiatan operasionalnya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah melalui manajemen risiko, pemeriksaan, dan audit syariah. Ketentuan ini diatur dalam Pasal 28 ayat (1) dan (2) Undang-Undang Layanan Keuangan Islam (IFSA) 2013, yang mewajibkan pelaporan segera atas pelanggaran kepada Komite Syariah dan Bank Negara Malaysia, penghentian kegiatan yang melanggar hukum, dan penyampaian rencana tindakan korektif dalam waktu 30 hari. Ketidakpatuhan terhadap ketentuan ini dapat mengakibatkan hukuman berat, termasuk denda dan sanksi pidana (Haris et al., 2025). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sartini Wardiwiyo, dkk (2025) menunjukkan bahwa pendapatan non halal di Malaysia dan negara-negara dengan pemerintahan syariah yang kuat cenderung mengurangi reputasi dan kepercayaan publik terhadap lembaga keuangan syariah (Wardiwiyo et al., 2025).

## 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pendapatan non halal tidak memiliki pengaruh terhadap reputasi bank syariah di Indonesia, namun justru memberikan pengaruh negatif di Malaysia. Perbedaan ini terjadi karena adanya perbedaan aturan atau regulasi terkait lembaga keuangan syariah di masing-masing negara. Di sisi lain, zakat terbukti memberikan pengaruh positif terhadap reputasi bank syariah baik di Indonesia maupun Malaysia. Hal ini karena pembayaran zakat menunjukkan bahwa bank menjalankan prinsip syariah dengan baik sehingga dapat menjaga kepercayaan para pemangku kepentingan. Selain itu, Dewan Pengawas Syariah juga berpengaruh positif terhadap reputasi bank syariah di kedua negara, karena perannya dalam mengawasi agar kegiatan bank tetap sesuai dengan prinsip syariah. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan pengaruh pendapatan non halal terhadap reputasi bank syariah di Indonesia dan Malaysia yang disebabkan oleh perbedaan regulasi di kedua negara tersebut.

## REFERENSI

- Aminin, H., Hasyim, F., & Muharrami, R. S. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Berpotensi pada Perkembangan Market Share Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(3).
- Budianto, E. W. H. (2023). PEMETAAN PENELITIAN RISIKO REPUTASI PADA PERBANKAN SYARIAH DAN KONVENSIONAL: STUDI BIBLIOMETRIK VOSVIEWER DAN LITERATURE REVIEW. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, 8(1), 94. <https://doi.org/10.15548/al-masraf.v8i1.425>
- Fitri Sagantha. (2024). PENGARUH ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN DANA ZAKAT TERHADAP REPUTASI DAN PROFITABILITAS. *Journal of Science and Social Research*, 4307(May), 613–618.
- Haris, M. H., Athirah, N., & Azmi, M. (2025). Management of Shariah Non - Compliance Income ( SNCI ) in Islamic Financial Institution. *IX(2454)*, 4114–4121. <https://doi.org/10.47772/IJRISS>
- Kurniawan, A., Ak, M. S., Syarif, A. H., & Safitri, D. (2024). Pengaruh Islamic Corporate Governance Dan Manajemen Laba Terhadap Nilai Perusahaan Di Bank Umum Syari ' ah Periode 2018 -2021. *Indonesian Conference of Zakat - Proceedings*, 10, 97–102. <https://doi.org/https://doi.org/10.37706/iconz.2022.452>
- Lenap, I. P., Karim, N. K., & Sasanti, E. E. (2021). Pendapatan Non-Halal, Zakat, Dewan Pengawas Syariah dan Reputasi Perbankan Syariah di Indonesia. *JAS (Jurnal Akuntansi Syariah)*, 5(1), 31–43. <https://doi.org/10.46367/jas.v5i1.312>
- Maysyaroh, S., Rusydiana, A. S., & Febriani, D. (2024). Zillennial Perceptions of Sharia Governance Implementation and Its Implications on the Reputation , Trust , and Loyalty of Islamic Banks Persepsi Zillennial Terhadap Implementasi Sharia Governance Serta Maysyaroh et al / *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Te. Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 11(1), 105–120. <https://doi.org/10.20473/vol11iss20241pp105-120>
- Muhibuddin, Umiyati, Riza Eko Suswanto, D. I. H. (2023). Islamic Social Reporting, Islamic Corporate Governance, Zakat Performing Ratio on the Reputation of Islamic Commercial Banks in Indonesia. *Akuntansi: Jurnal Akuntansi Integratif*, 9(1), 51–62. <https://doi.org/https://doi.org/10.29080/jai.v9i1.1206>
- Noviani, T., Yuningrum, H., & Vanni, K. M. (2022). The Influence of Benevolence Funds and Zakat Funds on the Reputation of Islamic Commercial Banks for the 2016-2020 Period. *Indonesian Conference of Zakat - Proceedings*, 186–203. <https://doi.org/https://doi.org/10.37706/iconz.2022.452>
- Putera, A. M., & Nisa, F. L. (2024). Tantangan Dan Peluang Perbankan Syariah Dalam Menghadapi Dinamika Pasar Keuangan Global. *Economics And Business Management Journal (EBMJ)*, 3(02), 444–450.
- Rohman, H. F. (2025, February 18). Tantangan Bank Syariah. <https://News.Uad.Ac.Id/Tantangan-Bank-Syariah/>.
- Saputra, M. Y., Eliza, A., & Rifan, D. F. (2025). PENGARUH KINERJA KEUANGAN DAN ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP PENGELUARAN ZAKAT PERUSAHAAN DENGAN SIZE BANK SEBAGAI VARIABEL MODERASI. *Jurnal Keuangan Dan Manajemen Terapan*, 6(2).

- Sholihah, R. A. (2021). Pengungkapan Pendapatan Non Halal pada Laporan Keuangan Bank Umum Syariah. AKTSAR: Jurnal Akuntansi Syariah, 4(1), 67. <https://doi.org/10.21043/aktsar.v4i1.9690>
- Suciarti, P., & Wafiroh, N. L. (2023). Zakat Funds, Non-Halal Funds, Islamic Social Reporting On The Islamic Commercial Banks Performance And Reputation. JAS (Jurnal Akuntansi Syariah), 7(1), 42–57. <https://doi.org/10.46367/jas.v7i1.1105>
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Alfabeta.
- Sumarsid, Asti, E. G., Pangestuti, I. S., & Tartiani, Y. A. T. (2023). Manajemen Strategi. Mitra Wacana Media.
- Syam, A. H. B., & Widyananto, A. (2024). Analisis Pengelolaan Dana Non-Halal Bank Syariah Indonesia. At-Tamwil: Journal of Islamic Economics and Finance, 3(2), 98–108. <https://doi.org/10.33558/attamwil.v3i2.7201>
- 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.