

**PENGARUH PENERIMAAN DANA ZISWAF, GWM, DAN BEBAN PROMOSI
TERHADAP ROE DAN FIRM SIZE SEBAGAI VARIABEL MODERASI PERIODE
2018.Q1-2023.Q3**

Habibatus Syauqiyah¹, Eka Wahyu Hestya Budianto²

^{1,2}Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

e-mail:¹habibatusyauqiyah@gmail.com, ²wahyu.ala@uin-malang.ac.id

Abstract

This research aims to understand and test the impact of ziswaf, GWM, and promotion expenses on ROE and firm size, with profitability as a moderating variable. The study applies a sample of financial sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) from 2018Q1 to 2023Q3. The sample selection uses purposive sampling technique, with a total of 115 companies over a 5-year period. The data analysis techniques employed include Panel Data Regression Analysis and Moderated Regression Analysis (MRA) using Eviews 12. The research findings indicate that ziswaf funds significantly and positively influence the ROE in the financial sector during the period 2018-2023. In future research, it is recommended to explore other variables as moderating factors, such as dividend policies, and to include samples from different business sectors to enhance the generalizability of the findings

Keywords : Ziswaf Funds, Gwm, Promotional Expenses, ROE, Firm Size.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh dana ziswaf, GWM, beban promosil terhadap ROE dan firm size dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. penelitian ini mengaplikasikan Sampel penelitian pada perusahaan sektor keuangan yang tercatat dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018Q1-2023Q3. penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 115 perusahaan selama 5 tahun. Teknik analisa data yang lakukan adalah Analisis Regresi Data Panel dan Moderated Regression Analisys (MRA) menggunakan aplikasi Eviews 12. Hasil penelitian menunjukkan dana ziswaf berpengaruh positif signifikan terhadap ROE sektor keuangan periode 2018-2023. Pada penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan variabel lain sebagai variabel moderasi, seperti kebijakan dividen dan menggunakan sampel perusahaan dari sektor lain agar hasil penelitian juga dapat mewakili sektor usaha lain.

Kata Kunci : Dana Ziswaf, Gwm, Beban Promosi, ROE, Firm Size

Accepted: 08 July 2024	Reviewed: 13 January 2025	Published: 24 January 2025
---------------------------	------------------------------	-------------------------------

A. Pendahuluan

kemiskinan sudah menjadi perkara yang awam bagi masyarakat, sebagai faktor penghambat pertumbuhan ekonomi (Maulana et al., 2022). Oleh karena itu, program pengentasan kemiskinan berulang kali menjadi cara untuk memandang "kemiskinan" sebagai faktor keberhasilan program pertumbuhan ekonomi. Bahkan saat ini, perekonomian kapitalis yang berfungsi sebagai "raksasa ekonomi" dunia jelas belum mampu mengatasi permasalahan ketimpangan, khususnya di indonesia (Masharif, 2017). Islam mewajibkan untuk membayar zakat, infak, shadaqah dan wakaf (Ziswaf) dengan tujuan supaya ketimpangan ekonomi bisa teratas, khususnya bagi umat muslim. Keberadaan zakat merupakan inti dari ajaran Islam dan selalu menjadi perhatian, terutama sejak awal berdirinya Islam. Oleh karena itu, seorang Muslim yang enggan membayar zakat bahkan diperangi hingga ia menunaikan kewajiban zakatnya. Hal ini menunjukkan bahwa zakat bukan hanya relevan dari sudut pandang spiritual, tetapi juga memiliki dampak sosial yang signifikan dalam kehidupan umat Islam (Ahmadi, 2017).

ZISWAF dikelola secara tradisional merujuk pada dua bidang: pemberdayaan dan produktif (Mustarin, 2017). Dalam konteks pemberdayaan masyarakat (duafa), penggunaan konsumtif biasanya terkait dengan kebutuhan jangka pendek seperti bansos dan layanan sosial. Namun, dalam bidang produktif, fokusnya lebih pada program-program jangka panjang yang terencana dan terorganisir. Salah satu pendekatan untuk mencapai dampak positif jangka panjang adalah melalui penggabungan program pemberdayaan dengan industri keuangan syariah, termasuk industri keuangan non-bank (IKNB) syariah, keuangan syariah dapat menyediakan produk dan layanan yang sesuai dengan keyakinan nasabah. Sinergi antara ZISWAF dan sistem IKNB Syariah dapat menjadi solusi untuk meningkatkan kemandirian dan kesejahteraan umat Islam. (Ahmadi, 2017).

prinsip bisnis dalam perbankan syariah adalah bisnis kepercayaan. Semakin banyak kepercayaan yang Anda miliki, semakin mudah pula memperoleh kepercayaan dalam mengelola uang Anda, yang otomatis meningkatkan pangsa pasar bank. Dalam dunia perbankan, menjaga kemantapan nasabah kepada bank merupakan sesuatu yang sangat diperlukan. salah satu caranya yaitu dengan mengontrol likuiditas bank. GWM merupakan peraturan yang 'memaksa' bank untuk menjaga kapasitas likuiditas yang baik guna menjamin pembayaran seluruh dana nasabah yang disimpan di bank (Dela, 2018). Instrumen finansial GWM yang diatur dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/3/2018 tentang GWM dalam Rupiah dan Valuta Asing bagi

Bank Umum Konvensional, Bank Umum Syariah (BUS), dan Unit Usaha Syariah (UUS) dianggap bertentangan dengan maqashid syariah. Secara lebih mendalam, instrumen ini cenderung membawa kemafsadatan, yang jelas bertentangan dengan prinsip kemaslahatan. Akibatnya, hal ini juga bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah. (Gunawan, 2022).

Menurut Al Arif (2012), promosi perbankan syariah masih minim hal ini yang menyebabkan minimnya masyarakat dalam mengenal akses layanan perbankan syariah. hambatan utamanya yaitu minimnya aspek pendanaan. Dibandingkan dengan bank konvensional, bank syariah memiliki anggaran iklan yang lebih kecil dan responsnya terhadap pasar masih kurang kuat. Tanpa upaya periklanan yang efektif, akses masyarakat terhadap layanan perbankan syariah tidak akan mencapai potensi optimal. Oleh karena itu, setiap bank, terutama Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), perlu merancang strategi periklanan yang baik untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap produk perbankan syariah dan meningkatkan dana pihak ketiga (DPK) bank tersebut. (Fachrunnisa, 2017).

ROE berfungsi sebagai tolak ukur bagi perusahaan dalam menggunakan modal ekuitasnya untuk memperoleh laba setelah pajak. Rasio ini memuat tentang efektivitas dan keefesienan dalam menejemen pengelolaan modal perusahaan. Semakin tinggi rasio ini, semakin efisien penggunaan modal ekuitas oleh manajemen perusahaan (Arisanti et al., 2023). Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan besarnya aset yang dimilikinya tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan (ROA). Investor tidak yakin bahwa perusahaan besar dapat terus meningkatkan kinerjanya, sehingga pasar tidak mau membayar harga yang tinggi untuk saham perusahaan tersebut karena tidak yakin akan mendapat untung. Keuntungan yang menguntungkan dari perusahaan tersebut (Herawati, 2020).

B. Kajian Teori

Perbankan syariah pada dasarnya merupakan suatu sistem perbankan yang operasionalnya dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip hukum Islam atau syariah dengan berpedoman pada Al-Quran dan Al-Hadits. Sistem ini dibentuk dengan tujuan mematuhi ketentuan hukum Islam, khususnya dalam hal ber-Muamalat, misalnya dengan menghindari praktik-praktik yang mengandung unsur riba dan dengan melakukan kegiatan investasi dengan dasar pembiayaan bagi hasil (Novi, 2020). Dalam perbankan syariah, prinsip yang harus dijalankan oleh bank yaitu prinsip syariah. Prinsip tersebut sudah ada dalam UU No. 21 Tahun 2008. Oleh karena itu, dalam menjalankan aktivitasnya bank syariah

harus sesuai dengan peraturan tersebut. Majelis ulama indonesia merupakan badan yang mengatur asas-asas hukum islam dalam perbankan syariah dengan mengeluarkan fatwa-fatwa seperti asas universalisme, kemanfaatan, keadilan, dan proporsionalitas, serta melarang gharar, riba, maysir, penipuan, dan haram (Sofariah et al., 2022)

Ziswaf

Ziswaf merupakan singkatan dari Zakat, Infaq, Shodaqoh, dan Wakaf. ZISWAF sendiri merupakan sarana distribusi kekayaan dalam sistem ekonomi Islam. Keempat sarana tersebut hanyalah Zakat yang wajib bagi seluruh umat Islam, sedangkan tiga sarana lainnya adalah untuk menunaikan ibadah sosial kepada sesama umat Islam. dalam artian, ZISWAF ini meliki dua makna, yang pertama hablum minallah dan yang kedua hablum minannas (Masharif, 2017). Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat mengatur bahwa Zakat adalah harta yang wajib dibelanjakan oleh seorang muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada yang berhak menurut Hukum Islam.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat , pengelolaan zakat dilakukan oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dan Badan Amil Zakat Swasta (LAZ). Berdasarkan undang-undang, BAZNAS berwenang mengelola dan mengkoordinasikan seluruh lembaga zakat. LAZ saat ini mempunyai kewenangan terkait pengumpulan, pendistribusian, penatausahaan, dan akuntabilitas zakat orang (Beik & Arsianti, 2016;Bastiar & Bahri, 2019)

GWM (Giro Wajib Minimum)

Giro Wajib Minimum (GWM) merupakan peraturan yang menekankan bank untuk menjaga kapasitas likuiditas yang baik guna menjamin pembayaran seluruh dana nasabah yang disimpan di bank (Dela, 2018). Cadangan minimum wajib bank harus dipatuhi untuk menghindari dampak sistemik terhadap sistem perbankan dan perekonomian. Oleh karena itu, ketentuan mengenai GWM perlu disesuaikan dari waktu ke waktu dengan mempertimbangkan likuiditas bank. Ketentuan giro minimum baru diberlakukan untuk meringankan krisis likuiditas. Namun tidak semua bank akan mendapatkan manfaat dari penerapan ini (Tampubolon, 2009)

Beban Promosi

dalam pengertiannya, beban promosi ini memiliki makna yang berbeda diantara keduanya. Beban adalah biaya yang dikorbankan untuk mendapatkan manfaat ekonomis di masa yang akan mendatang (Sujarweni 2019) sedangkan pengertian promosi menurut Keller dalam Hardiana, (2017) promosi adalah suatu hal yang digunakan sebagai media pengenalan produk, pembujuk target

dan peningkatkan penjualan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung mengenai produk dan brand yang mereka tawarkan. sedangkan makna secara keseluruhan, beban promosi merupakan beban penjualan yang di keluarkan oleh wajib pajak, dalam bidang pemasaran (Novita, 2020)

ROE (Return On Equity)

Return On Equity (ROE) merupakan perbandingan antara penghasilan bersih setelah pajak dengan Ekuitas pemilik. ROE juga bisa diartikan sebagai tingkat pengembalian terhadap ekuitas pemilik perusahaan. ROE mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan bagi pemegang saham biasa, dengan mempertimbangkan bunga (biaya utang) dan biaya saham preferen. Pemegang saham mempunyai hak sisa atas laba yang dihasilkan perusahaan, yang pertama-tama digunakan untuk membayar bunga utang, kemudian atas saham preferen, dan terakhir kepada pemegang saham biasa (Sujarweni, 2017; Permananingrum et al., 2019).

Firm Size

Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya suatu perusahaan yang diukur dari besar kecilnya nilai saham, penjualan, atau nilai asetnya. dikatakan juga ukuran perusahaan dinyatakan sebagai faktor penentu struktur keuangan. Definisi ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan adalah ukuran besar kecilnya suatu perusahaan dan dapat diturunkan dari variabel kontekstual yang diukur oleh : nilai modal, penjualan, jumlah karyawan, dan nilai total aset (Riyanto, 2011; Sawir, 2015; Sugiarto, 2019).

Perusahaan yang bisa dikatakan dalam kategori perusahaan besar akan lebih mudah mendapatkan pinjaman dibandingkan dengan perusahaan yang masih berskala kecil. ukuran perusahaan bisa dinyatakan dengan total aset atau total penjualan bersih. Semakin besar total neraca dan penjualan, semakin besar perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan ditentukan berdasarkan total aset Log Natural dengan tujuan mengurangi fluktuasi data yang berlebihan (Hery, 2017; Werner, 2013; Yordania Nggengo et al., 2021)

Pengaruh Penerimaan Dana Ziswaf Terhadap ROE (H1)

Berdasarkan hasil uji data, data dapat dilihat dari tabel koefisien ini menunjukkan bahwa koefisien regresi zakat berpengaruh positif Return on equity (ROE). Hasil penelitian ini menunjukkan hubungan yang positif penting. Artinya seiring meningkatnya distribusi dan zakat maka ada keuntungannya Dampaknya, ekuitas pemegang saham (ROE) pun akan meningkat. Dan sebaliknya Semakin menurunnya penyaluran dana Zakat maka return on equity (ROE) pun semakin menurun. Hal ini cenderung menurun. Penelitian ini konsisten dengan penelitian Ilmi, itu menunjukkan Variabel zakat mempunyai

pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas pengembalian ekuitas (ROE). Jika penyaluran dana zakat meningkat, maka keuntungannya akan terus bertambah. Ekuitas (ROE) juga akan membaik. Hal yang sama berlaku untuk distribusi dan sebaliknya. Ketika dana zakat menurun, ROE juga menurun. Menurut teori Jusmaliani et.al, Di mana Organisasi bisnis memiliki tujuan yang mencakup hasil yang ditargetkan, yaitu Manfaat materi dan manfaat tidak berwujud. Keuntungan dibicarakan oleh para manajer Bisnis dapat menyediakan layanan tidak berwujud. Salah satunya adalah: Perusahaan memiliki reputasi yang baik. Manfaat ini Mempengaruhi kepentingan vital perusahaan. Mewujudkan layanan perbankan Meningkat karena keuntungan materi juga meningkat (Sugiarto, 2016).

penelitian ini menunjukkan bahwa zakat memiliki dampak positif yang signifikan terhadap profitabilitas perusahaan, yang diukur dengan pengembalian ekuitas (ROE).

Pengaruh Penerimaan GWM Terhadap ROE (H2)

GWM (Giro Wajib Minimum) adalah salah satu variabel yang dipertimbangkan. Semakin rendah bunga yang diperoleh bank melalui GWM, maka pendapatan bank akan berkurang, sehingga ROE juga menurun. GWM memiliki dampak negatif terhadap ROE, tetapi dampak tersebut tidaklah besar. Temuan ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Suyanto pada tahun 2006, yang menunjukkan bahwa GWM tidak memberikan efek yang berarti terhadap ROE (Wati, 2009).

Oleh karena itu penelitian ini mengatakan bahwa GWM memiliki dampak negatif terhadap ROE namun tidak memberikan efek yang begitu besar.

Pengaruh Penerimaan Beban Promosi Terhadap ROE (H3)

Berbagai beban iklan yang mempengaruhi perubahan laba bersih Penelitian menunjukkan belanja iklan mempunyai dampak positif Perubahan laba bersih termasuk biaya aktivitas Periklanan meningkatkan minat masyarakat dan karenanya meningkatkan penjualan. jika promosi berhasil meningkatkan penjualan dan laba bersih, maka ROE akan meningkat, pun sebaliknya. Karena ini produk perusahaan, keuntungannya juga akan meningkat. maka hipotesis yang diajukan adalah: Beban iklan berpengaruh positif terhadap perubahan laba bersih (Radella et al., 2021).

Pengaruh Penerimaan Dana Ziswaf Terhadap ROE Dimoderasi Firm Size (H4)

peraturan OJK No. 53/POJK.04/2017 mengatur tentang Besar kecilnya total aset perusahaan terkait standar ukuran perusahaan. Perusahaan kecil dan menengah didirikan berbadan hukum Indonesia dan memiliki total aset tidak

lebih dari Rp 250 miliar. Perusahaan besar umumnya memiliki kebijakan yang memungkinkan mereka untuk membayar zakat dengan lebih mudah. Sebaliknya, perusahaan kecil harus mempertimbangkan setiap pembayaran zakat sebagai bagian dari pengeluaran mereka. Oleh karena itu, ukuran perusahaan dapat berpengaruh terhadap laba perusahaan yang harus dibayarkan sebagai zakat.. Penelitian menunjukkan bahwa ziswaf berpengaruh positif terhadap ukuran perusahaan (firm size) di Indonesia. (Rachmawati et al., 2022; Wardani et al., 2021; Sunarsih, 2023)

Pengaruh Penerimaan GWM Terhadap ROE Dimoderasi Firm Size (H5)

GWM atau legal reserve requirement memiliki pengaruh signifikan terhadap ukuran perusahaan bisa sangat signifikan dan bervariasi tergantung pada berbagai faktor, termasuk jenis perusahaan, industri, dan strategi manajemen kekayaan yang diterapkan (Handayani et al., 2016). Penting untuk diingat bahwa pengaruh GWM terhadap ukuran perusahaan juga tergantung pada strategi dan eksekusi manajemen perusahaan. Bukan hanya memiliki divisi GWM, tetapi bagaimana perusahaan mengelolanya dan beradaptasi dengan perubahan dalam industri dan pasar keuangan juga berperan dalam penentuan ukuran perusahaan.

Pengaruh Penerimaan Beban Promosi Terhadap ROE Dimoderasi Firm Size (H6)

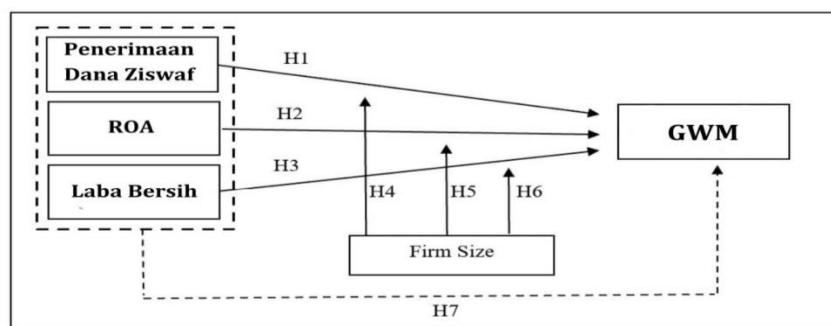
Penerimaan beban promosi memiliki dampak yang signifikan pada ukuran perusahaan. Promosi yang berhasil dapat menghasilkan peningkatan pendapatan dan pangsa pasar, mendorong perluasan operasional, dan bahkan memicu pertumbuhan organik atau inorganik melalui akuisisi atau kemitraan. Akibatnya, perusahaan dapat mengalami peningkatan yang substansial dalam ukuran dan ruang lingkup operasinya sebagai respons terhadap efektivitas promosi yang dilakukan. Penting untuk diingat bahwa dampak penerimaan beban promosi terhadap ukuran perusahaan akan bervariasi tergantung pada berbagai faktor, termasuk industri, strategi promosi yang digunakan, dan kemampuan perusahaan untuk mengelola dan memanfaatkan peluang pertumbuhan yang dihasilkan oleh promosi tersebut (Elina & Handayani, 2021)

Pengaruh Penerimaan Dana Ziswaf, GMW, Dan Beban Promosi Simultan Terhadap ROE (H7)

Pengaruh penerimaan dana ZISWAF, GMW, dan beban promosi terhadap ROE dalam ukuran perusahaan dapat dipahami bahwa pengaruh penerimaan dana ZISWAF, GMW, dan beban promosi terhadap ROE dalam konteks ukuran perusahaan dapat sangat bervariasi tergantung pada manajemen dan pengelolaannya. Manajemen yang efektif dari sumber daya dan strategi

investasi yang cerdas sangat penting untuk memaksimalkan ROE dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dalam ukuran dan kinerja perusahaan. Penerimaan dana Ziswaf, aktivitas GMW, dan manajemen beban promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ROE dalam firm size yang lebih besar. Investasi dana Ziswaf dapat memperluas basis pendapatan perusahaan dan berkontribusi pada peningkatan ROE, sementara aktivitas GMW dapat meningkatkan ROE dengan mengelola kekayaan secara efisien. Di sisi lain, manajemen beban promosi yang efektif dapat meningkatkan pendapatan perusahaan dan dengan demikian meningkatkan ROE. Dengan demikian, integrasi yang holistik antara ketiga faktor ini dapat membantu meningkatkan ROE secara keseluruhan, menghasilkan nilai tambah bagi perusahaan dalam konteks firm size yang lebih besar.

Berikut korelasi antar variabel independen dan variabel dependen:



Gambar 1. Kerangka konseptual
Sumber: Diolah oleh penulis (2024)

C. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diambil dari laporan tahunan perusahaan yang tersedia melalui situs web terkait. Populasi yang difokuskan dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada kuartal ketiga tahun 2023. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan lima perusahaan sektor keuangan sebagai sampel dari tahun 2018Q1 hingga 2023Q3.

Penelitian ini menggunakan model regresi data panel dan analisis regresi moderat (MRA) sebagai teknik analisis data. Pendekatan analitis ini, juga dikenal sebagai pengujian interaksi atau MRA, menjaga integritas sampel dan

memungkinkan dilakukannya pemeriksaan variabel moderasi. Model analisis regresi data panel diwakili oleh persamaan berikut:

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

Dimana:

Y = Nilai Perusahaan (Bank Muamalah)

α = Konstanta

β = Koefisien Regresi

X_1 = Penerimaan Dana ZISWAF

X_2 = Giro Wajib Minimum

X_3 = Beban Promosi

e_i = Error

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi dengan variabel moderasi MRA. Persamaan regresi mencakup komponen interaksi dengan persamaan:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_1 * Z + \beta_5 X_2 * Z + \beta_6 X_3 * Z + \beta_7 * Z + e_i$$

Dimana :

Y = ROE

α = Konstanta

β = Koefisien Regresi

X_1 = Dana ZISWAF

X_2 = Giro Wajib Minimum

X_3 = Beban Promosi

Z = Firm Size

$X_1 * Z$ = Interaksi perkalian antara dana ziswaf dengan firm size

$X_2 * Z$ = Interaksi perkalian antara GWM dengan firm size

$X_3 * Z$ = Interaksi perkalian antara Beban Promosi dengan firm size

D. Hasil dan Pembahasan

1. Analisis Deskriptif

Tabel 1. Descriptive Statistic

	X1	X2	X3	Y	Z
Mean	25082.01	5.261391	26992.48	5.388348	1665.104
Median	18.00000	5.090000	3609.000	2.560000	1651.000
Maximum	669879.0	11.90000	518032.0	28.48000	1958.000
Minimum	0.000000	0.000000	-62.00000	-31.76000	1412.000
Std. Dev.	87500.44	1.938077	72364.27	7.368260	147.4160
Observations	115	115	115	115	115

Tabel 1 menyatakan bahwa keseluruhan sampel dari penelitian ini sebanyak 115 dalam Perusahaan Sektor Keuangan (PSK) yang tercantum

pada BEI 2018-2023. variabel dana ZISWAF (X1) dalam penelitian ini menyatakan bahwa variabel X1 memiliki jumlah rata-rata 25082.01, median 18.00000, nilai maksimal 669879.0, nilai minimal 0.000000, dan standar deviasi 87500.44.

Pada variabel GWM (X2) dalam penelitian ini yang dihitungan dengan metode DER menyatakan variabel memperoleh jumlah rata-rata 5.261391, median 5.090000, nilai maksimal 11.90000, nilai minimal 0.000000, dan standar deviasi 1.938077.

Pada variabel beban promosi (X3) dalam penelitian ini menyatakan bahwa variabel X3 memperoleh jumlah rata-rata 26992.48, nilai tengah 3609.000, nilai maksimal 518032.0, nilai minimal -62.00000, dan standar deviasi 72364.27.

Pada variabel ROE (Y) dalam penelitian ini menyatakan bahwa variabel Y memperoleh jumlah rata-rata 5.388348, median 2.560000, nilai maksimal 28.48000, nilai minimal -31.76000, , dan standar deviasi 7.368260.

Pada variabel firm size (Z) dalam penelitian ini menyatakan bahwa variabel Z menggunakan rumus ROE memiliki jumlah rata-rata 1665.104, median 1651.000, nilai maksimal 1958.000, nilai minimal 1412.000, dan standar deviasi 147.4160.

2. Pemilihan Model Regresi Data Panel

a. Uji Chow

Tujuan dari uji Chow adalah untuk mendapatkan model komputasi yang optimal antara common effect model (CEM) dan fixed effect model (FEM).

sil Uji Chow

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	19.177963	(4,106)	0.0000
Cross-section Chi-square	62.614193	4	0.0000

tabel 2 tersebut menunjukkan bahwa nilai probability cross-section chisquare sebesar 0,0000 berarti kurang dari 0,05. hal tersebut menyatakan uji yang terpilih dalam model ini adalah FEM.

b. Uji Hausman

Tujuan dilakukannya uji Hausman adalah untuk memastikan model perhitungan yang paling sesuai, baik itu fixed effect model (FEM) maupun random effect model (REM). Kriteria tes ini sangat mirip dengan tes Chow.

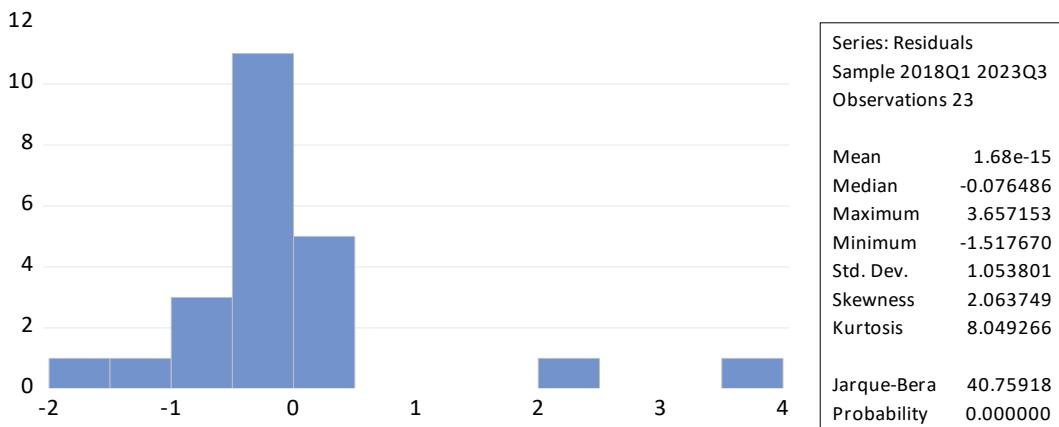
Tabel 3 Hasil Uji Hausman

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	76.711854	4	0.0000

hasil dari uji hausman yang ada dalam tabel 3 tersebut menunjukkan bahwa nilai probabilitas sebesar 0.0000. Sehingga dapat simpulkan uji terbaik dalam model ini adalah FEM.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 4 Uji Normalitas

Sumber: Eviews 12 (Data diolah oleh penulis)

Tabel tersebut memperoleh nilai probabilitas sebesar 0,000000. jika nilai probabilitas kurang dari 0,05, maka dapat simpulkan bahwa data pada penelitian ini terdistribusi tidak normal atau tidak terpenuhi.

a. Uji Multikolinieralitas

Tabel 5 Uji Multikolinieralitas

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
X1	8.93E-09	6.216448	1.351226
X2	0.035887	17.42005	2.131886
X3	1.09E-10	2.062698	1.285077

Uji multikolinieritas dibuktikan dengan nilai korelasi antar variabel independen. jika menunjukkan hasil diatas 10.000, maka terdapat multikolinieritas. sedangkan data dari penelitian ini tidak menunjukkan multikolinieritas atau sudah terpenuhi.

b. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6 Uji Heteroskedastisitas

F-statistic	3.689660	Prob. F(4,18)	0.0231
Obs*R-squared	10.36211	Prob. Chi-Square(4)	0.0348
Scaled explained SS	14.81880	Prob. Chi-Square(4)	0.0051

hasil dari uji tersebut dikatakan mengalami heteroskedastitas karena nilai probabilitasnya tidak lebih dari 0,05.

4. Analisis Registrasi Data Panel

Tabel 7 Analisis Registrasi Data Panel

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-125.3298	22.44198	-5.584613	0.0000
X1	-8.06E-06	8.69E-06	-0.927965	0.3555
X2	0.502369	0.262569	1.913281	0.0584
X3	-7.47E-06	9.68E-06	-0.771979	0.4418

5. Analisis Regresi Moderasi (MRA)

MRA menjadi variabel penentu antara menguat dan melemahnya antara variabel independen dan dependen. Hasil analisisnya adalah sebagai berikut:

Tabel 8

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-120.6538	28.30936	-4.261976	0.0000
X1	0.002513	0.001157	2.172257	0.0322
X2	-1.318144	3.635400	-0.362586	0.7177
X3	-0.000382	0.000358	-1.066245	0.2888
Z	0.073893	0.017152	4.308054	0.0000
Z1	-0.000130	5.98E-05	-2.179272	0.0316
Z2	0.001167	0.002147	0.543614	0.5879
Z3	2.01E-05	1.86E-05	1.077861	0.2836

6. Uji Statistik

a. Uji T

Uji-t dilakukan dengan tujuan mengetahui apakah variabel terikat bebas mempunyai pengaruh secara segmental dengan menggunakan tingkat kemantapan 95% dan ambang infalid 5% atau dengan perhitungan 0,05.

Tabel 9

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-120.6538	28.30936	-4.261976	0.0000
X1	0.002513	0.001157	2.172257	0.0322
X2	-1.318144	3.635400	-0.362586	0.7177
X3	-0.000382	0.000358	-1.066245	0.2888
Z	0.073893	0.017152	4.308054	0.0000
Z1	-0.000130	5.98E-05	-2.179272	0.0316
Z2	0.001167	0.002147	0.543614	0.5879
Z3	2.01E-05	1.86E-05	1.077861	0.2836

Hipotesis 1 (H1): dana ziswaf mengalami impresi terhadap ROE. Tertera nilai koefisien 0.002513 dan nilai probabilitas 0.0322. Tercatat bahwa dana ziswaf mengalami impresi terhadap ROE pada PSK periode 2018Q1-2023Q3.

Hipotesis 2 (H2): GWM tidak mengalami impresi terhadap ROE. Tertera nilai koefisien -1.318144 dan nilai probabilitas 0.7177. Tercatat bahwa GWM mengalami impresi terhadap ROE pada PSK periode 2018Q1-2023Q3.

Hipotesis 3 (H3): beban promosi mengalami impresi terhadap ROE tertara nilai koefisien -0.000382 dan nilai probabilitas 0.2888. Tercatat bahwa probabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh beban promosi terhadap ROE pada PSK periode 2018Q1-2023Q3.

Hipotesis 4 (H4): dana ziswaf mengalami impresi terhadap firm size tertera nilai koefisien -0.000130 dan nilai probabilitas 0.0316. Tercatat bahwa dana ziswaf mengalami impresi terhadap firm size pada PSK periode 2018Q1-2023Q3.

Hipotesis 5 (H5): GWM mengalami impresi terhadap firm size. Tertera nilai koefisien 0.001167 dan nilai probabilitas 0.5879. Tercatat bahwa probabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh GWM terhadap firm size pada PSK periode 2018Q1-2023Q3.

Hipotesis 6 (H6): beban promosi mengalami impresi terhadap firm size. Tertera nilai koefisien 2.01E-05 dan nilai probabilitas 0.283. Tercatat bahwa probabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh beban promosi terhadap firm size pada PSK periode 2018Q1-2023Q3.

Hipotesis 7 (H7): ROE mengalami impresi terhadap firm size. Tertera nilai koefisien 0.073893 dan nilai probabilitas 0.0000. Tercatat bahwa profitabilitas mampu memoderasi pengaruh ROE terhadap firm size pada perusahaan sektor keuangan periode 2018-2023.

b. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen dan dependen saling mempengaruhi. Hasil perhitungan uji F adalah sebagai berikut:

Tabel 10

Prob(F-statistic)	0.000000
-------------------	----------

tingkat stabilitas uji f sebesar 5% atau nilai hitung sebesar 0,05. Kriteria pengujian ini adalah koefisien regresi memadai jika nilai signifikansi $F < 0,05$. Hasil uji F pada tabel 10 di atas menunjukkan nilai signifikansi F sebesar 0,000000. Hasil perhitungan jelas menunjukkan bahwa hasil uji F berada di bawah nilai signifikansi (0,05). Oleh karena itu diperoleh pernyataan bahwa dana ziswaf, GWM, dan biaya promosi secara simultan mempengaruhi ROE disesuaikan dengan ukuran perusahaan.

7. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien ini menentukan tingkat global variabel independen dan membantu dalam model regresi variabel independen.

Tabel 11

Adjusted R-squared	0.557386
--------------------	----------

sesuai dengan Tabel diatas menunjukkan hasil uji regresi data panel terhadap nilai perusahaan sebagai variabel dependen dan menunjukkan nilai adjust R2 sebesar 0,557386. Dapat disimpulkan bahwa variabel dana ziswaf dapat dijelaskan oleh ROE dan ukuran perusahaan sebesar 55,73%. Selebihnya dapat dijelaskan oleh variabel lain di luar model regres.

8. Pembahasan

Pengaruh Penerimaan Dana Ziswaf Terhadap ROE

kriteria penelitian ini tetap menggunakan prinsip 0,05 sebagaimana yang sudah dijelaskan sebelumnya. pada penelitian ini memperoleh nilai probabilitas dana ziswaf sebanyak 0.0322. tertera angka tersebut lebih rendah dari 0,05. namun penelitian ini juga mengacu pada nilai positif dengan diperoleh nilai koefisien 0.002513 dan t-statistic 2.172257. dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa dana ziswaf berpengaruh positif terhadap ROE. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan peneliti diterima. Jadi, H1: Dana Ziswaf berpengaruh positif terhadap ROE.

Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sugiarto, (2016). Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya dapat

disimpulkan bahwa Hasil penelitian ini menunjukkan hubungan yang positif penting. Artinya seiring meningkatnya distribusi dan zakat maka ada keuntungannya Dampaknya, ekuitas pemegang saham (ROE) pun akan meningkat. Dan sebaliknya Semakin menurunnya penyaluran dana Zakat maka return on equity (ROE) pun semakin menurun. Penelitian ini konsisten dengan penelitian Ilmi, itu menunjukkan Variabel zakat mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Pengembalian ekuitas (ROE). Jika penyaluran dana zakat meningkat, maka keuntungannya akan terus bertambah. Ekuitas (ROE) juga akan membaik. Hal yang sama berlaku untuk distribusi dan sebaliknya. Ketika dana zakat menurun, return on equity (ROE) juga menurun.

Pengaruh Penerimaan GWM Terhadap ROE

Pada penelitian ini memperoleh nilai probabilitas GWM sebanyak 0.7177 tertera angka tersebut lebih tinggi dari 0,05. Namun penelitian ini juga menyebutkan nilai negatif dengan nilai koefisien -1.318144 dan nilai t-statistik -0.362586. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa GWM mempunyai dampak negatif terhadap ROE. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan peneliti diterima. Artinya, H2:GWM tidak mempengaruhi ROE secara bersamaan.

Penelitian ini searah dengan pendapat dari buku Malayu, SDM dan Produktivitas, bahwa Implikasi yang signifikan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa GWM mempunyai dampak negatif terhadap pendapatan bank Diukur dalam penelitian ini menggunakan ROE. Dampak ini terlihat pada fungsi cadangan kewajiban secara keseluruhan untuk memenuhi ketentuan Bank Indonesia. Untuk menjamin pembayaran atau pengeluaran tabungan masyarakat. Fungsi ini memberitahu kita jika terjadi perubahan likuiditas suatu bank: Hal ini akan mengubah pendapatan bank. Jika BI memutuskan untuk mengurangi atau menambah jumlahnya Tidak ada yang namanya peredaran uang dengan menggunakan cadangan yang sah. Persentase pengembalian ekuitas bank juga berubah secara langsung. di samping itu Hasil dari arahan penelitian di atas adalah bahwa cadangan minimum menurut undang-undang adalah Hal ini berdampak negatif terhadap ROE. Rasa kepuasan GWM sendiri merupakan salah satu alat milik otoritas Mata uang (BI) memenuhi misinya antara lain menjaga stabilitas rupiah (Wati, 2009)

Pengaruh Penerimaan Beban Promosi Terhadap ROE

Pada penelitian ini memperoleh nilai probabilitas beban promosi sebanyak 0.2888 tertera angka tersebut lebih tinggi dari 0,05. namun

penelitian ini juga mengacu pada negatif dengan diperoleh nilai koefisien -0.000382 dan t-statistic -1.066245. dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa beban promosi berpengaruh negatif terhadap ROE. Maka hipotesis yang diajukan peneliti yaitu H2: beban promosi berpengaruh positif terhadap ROE ditolak.

Penelitian ini tidak sejalan dengan pendapat (Radella et al., 2021) Radella yang mengatakan bahwa beban iklan yang mempengaruhi perubahan laba bersih Penelitian menunjukkan belanja iklan mempunyai dampak positif Perubahan laba bersih. Termasuk biaya aktivitas Periklanan meningkatkan minat masyarakat dan karenanya meningkatkan penjualan. Karena ini produk perusahaan, keuntungannya juga akan meningkat. Berdasarkan analisis dan temuan penelitian sebelumnya, kesimpulan yang diusulkan adalah bahwa adanya iklan akan meningkatkan laba bersih.

Pengaruh Penerimaan Dana Ziswaf Terhadap ROE Dimoderasi Firm Size

pada penelitian ini memperoleh nilai probabilitas dana ziswaf sebanyak 0.0316 tertera angka tersebut lebih rendah dari 0,05. namun penelitian ini juga mengacu pada nilai negatif dengan diperoleh nilai koefisien -0.000130 dan t-statistic -2.179272. dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa beban promosi berpengaruh negatif terhadap ROE dimoderasi oleh firm size. Maka hipotesis yang diajukan peneliti yaitu H4: GWM berpengaruh terhadap ROE dimoderasi firm size ditolak.

Temuan ini bertentangan dengan penelitian (Sunarsih, 2023) yang menyimpulkan bahwa perusahaan kecil dan menengah (UKM) di Indonesia dengan total aset tidak lebih dari Rp 250 miliar memiliki kemampuan berbeda dalam menerapkan kebijakan zakat. Berbeda dengan perusahaan besar yang umumnya mampu membuat kebijakan zakat, perusahaan kecil harus mempertimbangkan dengan cermat setiap pembayaran, termasuk zakat, sebagai bagian dari pengeluaran mereka. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dapat memengaruhi kemampuannya dalam membayarkan zakat. Oleh karena itu, ukuran perusahaan dapat berpengaruh terhadap laba perusahaan dalam membayar zakat.

Pengaruh Penerimaan GWM Terhadap ROE Dimoderasi Firm Size

Pada penelitian ini memperoleh nilai probabilitas GWM sebanyak 0.5879 tertera angka tersebut lebih rendah dari 0,05. Namun, penelitian ini menunjukkan bahwa nilai koefisien yang diperoleh adalah 0.001167 dengan t-statistik sebesar 0.543614, menunjukkan bahwa GWM memiliki pengaruh positif terhadap ROE yang dimoderasi oleh ukuran perusahaan. Oleh karena

itu, hipotesis yang diajukan oleh peneliti, yaitu H5: GWM berpengaruh terhadap ROE dengan moderasi dari ukuran perusahaan, diterima.

Pengaruh GWM terhadap ukuran perusahaan bisa sangat signifikan dan bervariasi tergantung pada berbagai faktor, termasuk jenis perusahaan, industri, dan strategi manajemen kekayaan yang diterapkan (Handayani, I. A. R. P., Putra, 2016) Penting untuk diingat bahwa pengaruh GWM terhadap ukuran perusahaan juga tergantung pada strategi dan eksekusi manajemen perusahaan. Bukan hanya memiliki divisi GWM, tetapi bagaimana perusahaan mengelolanya dan beradaptasi dengan perubahan dalam industri dan pasar keuangan juga berperan dalam penentuan ukuran perusahaan.

Pengaruh Penerimaan Beban Promosi Terhadap ROE Dimoderasi Firm Size

Berdasarkan hasil penelitian ini, diperoleh nilai probabilitas untuk beban promosi sebesar 0.2836, yang merupakan angka lebih besar dari 0,05. Namun, temuan juga menunjukkan arah positif dengan nilai koefisien sebesar 2.01E-05 dan t-statistik sebesar 1.077861. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa beban promosi memiliki pengaruh positif terhadap ROE yang dimoderasi oleh ukuran perusahaan. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan oleh peneliti, yaitu H6: beban promosi berpengaruh positif terhadap ROE dengan moderasi dari ukuran perusahaan, dapat diterima.

Promosi yang berhasil dapat menghasilkan peningkatan pendapatan dan pangsa pasar, mendorong perluasan operasional, dan bahkan memicu pertumbuhan organik atau inorganik melalui akuisisi atau kemitraan. Akibatnya, perusahaan dapat mengalami peningkatan yang substansial dalam ukuran dan ruang lingkup operasinya sebagai respons terhadap efektivitas promosi yang dilakukan. Penting untuk diingat bahwa dampak penerimaan beban promosi terhadap ukuran perusahaan akan bervariasi tergantung pada berbagai faktor, termasuk industri, strategi promosi yang digunakan, dan kemampuan perusahaan untuk mengelola dan memanfaatkan peluang pertumbuhan yang dihasilkan oleh promosi tersebut (Elina & Handayani, 2021)

Pengaruh Penerimaan Dana Ziswaf, GWM, Beban Promosi Simultan Terhadap Roe

Dalam analisis ini, hasil perhitungan yang tercantum dalam Tabel 10 menunjukkan bahwa variabel dana ZISWAF, GWM, dan beban promosi memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap ROE. Nilai signifikansi yang dicatat sebesar $0,000000 < 0,05$ menegaskan temuan ini.

Oleh karena itu, hipotesis H7 yang menyatakan bahwa dana ZISWAF, GWM, dan beban promosi berpengaruh secara simultan terhadap ROE diterima.

Secara khusus, R Square yang diperoleh sebesar 0,557386 mengindikasikan bahwa variabel-variabel independen yang diteliti menjelaskan sekitar 55,73% variasi pada ROE. Sisanya, sekitar 44,27%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model ini. Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mempertimbangkan penggunaan variabel independen tambahan guna mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi ROE.

E. Simpulan

Dana ziswaf memiliki impresi positif dan signifikan terhadap ROE. Artinya seiring meningkatnya distribusi dan zakat maka ada keuntungannya Dampaknya, ekuitas pemegang saham (ROE) pun akan meningkat. Dan sebaliknya Semakin menurunnya penyaluran dana Zakat maka return on equity (ROE) pun semakin menurun.

Diharapkan variabel lain dapat dijadikan variabel pada penelitian selanjutnya. Ini bisa menjadi variabel penyesuaian seperti kebijakan dividen. Penelitian lebih lanjut sedang dilakukan. Namun jangan hanya mempertimbangkan perusahaan di sektor keuangannya saja, tetapi juga lihatlah perusahaan-perusahaan di industri lain agar hasil surveinya juga mencerminkan situasi perekonomian lainnya.

Daftar Rujukan

- Ahmadi, M. (2017). Pengembangan Dana Zakat, Infak, Shadaqah dan Wakaf Terhadap Pertumbuhan Industri Keuangan Non Bank Syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2(2). <https://doi.org/10.30651/jms.v2i2.1134>
- Arisanti, Y., Junaidi, J., Sultan, S., & Muhammadiyah Palopo, U. (2023). Pembiayaan, ROA dan ROE Pada Bank Syariah di Indonesia. *Management, Accounting and Technology (JEMATEch)*, 6(2), 228–236. <https://doi.org/10.32500/jematech.v6i2.4099>
- Bastiar, Y., & Bahri, E. S. (2019). Model Pengkuran Kinerja Lembaga Zakat di Indonesia. *ZISWAF: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 6(1), 43. <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v1i1.5609>
- Dela, M. W. . (2018). *Penerapan Giro Wajib Minimum Yang Ditetapkan Bank Indonesia Pada Perbankan Syariah Di Indonesia*. 1–74.

- <http://repository.uinsu.ac.id/5103/1/GIRO WAJIB MINIMUM FIX.pdf>
- Elina, A., & Handayani, S. (2021). Pengaruh Beban Promosi, Biaya Produksi Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Laba Perusahaan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 18(02), 110–120. <https://doi.org/10.25134/equi.v18i2.4187>
- Fachrunnisa, F. (2017). Biaya Promosi dan Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. *Akuntabilitas*, 10(2), 349–368. <https://doi.org/10.15408/akt.v10i2.6142>
- Gunawan, A. (2022). *Pengaturan Giro Wajib Minimum Bank Syariah Sebagai Sebuah*. 08, 473–485.
- Handayani, I. A. R. P., Putra, I. W. (2016). Pengaruh Risk, Legal Reserve Requirement, Dan Firm Size Pada Profitabilitas Perbankan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 14(2), 1210–1238.
- Herawati. (2020). *Pengaruh Firm Size, Corporate Governance, dan Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan (ROA) pada Bank Umum Syariah di Indonesia*. 123–134.
- Masharif, J. (2017). Arin Setiyowati_Analisis Peranan Pengelolaan Dana ZISWAF Oleh Civil Society Dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat (Studi Kasus Lazismu Surabaya). *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2(1).
- Maulana, A., fasa, i. m., suharto. (2022). pengaruh tingkat kemiskinan terhadap pertumbuhan ekonomi dalam perspektif islam. *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman*, 3(1), 26. <https://doi.org/10.15642/islamica.2008.3.1.26-35>
- Mustarin, B. (2017). Urgensi Pengelolaan Zakat Terhadap Peningkatan Perekonomian Masyarakat. *Jurisprudentie: Jurusan Ilmu Hukum Fakultas Syariah Dan Hukum*, 4(2), 83. <https://doi.org/10.24252/jurisprudentie.v4i2.4054>
- Novi, A. (2020). Bab 6. Bank Syariah. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lain*, 57.
- Novita. (2020). *PENGARUH BEBAN BIAYA DAN BEBAN DISTRIBUSI TEHADAP VOLUME PENJUALAN PADA UD . SANKI UTAMA DI SURABAYA* oleh : Fitri Novita Dwi Saputi Jurusan Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya Jl . Wisata Menanggal No . 24A , Dukuh Menanggal , Gayung. 05(2).
- Permananingrum, E. Y., Achyani, F., & Bawono, A. D. B. (2019). *Corporate Social Responsibility (CSR), Debt To Equity Ratio (DER), Return On Equity (ROE), Price Book Of Value (PBV) Dan Kinerja Perusahaan*.
- Radella, L., Saebani, A., & Maulana, A. (2021). Pengaruh biaya promosi, biaya kualitas, dan pertumbuhan penjualan terhadap perubahan laba bersih. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 31(2), 59–70.
- Sofariah, E., Hadiani, F., & Hermawan, D. (2022). Analisis Kontribusi Perbankan

- Syariah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Journal of Applied Islamic Economics and Finance*, 2(2), 363–369.
<https://doi.org/10.35313/jaief.v2i2.3002>
- Sugiarto. (2016). *pengaruh zakat terhadap return on asset*. 4(1), 1–23.
- Sugiarto. (2019). Pengertian Skala Perusahaan. *Jurnal Auntansi*, 14–41.
- Sunarsih, U. (2023). *pengeluaran zakat Bank Umum Syariah di Indonesia*. 32(2), 75–93.
- Tampubolon, P. R. (2009). Perubahan Giro Wajib Minimum Bank Umum Pada Bank Indonesia Dalam Rupiah Dan Valuta Asing Dikaitkan Dengan Penyaluran Kredit Bank. *Tesis*, 1–152.
- Wati, E. (2009). *Analisis pengaruh BOPO, NIM, GWM, LDR, PPAP dan NPL terhadap ROE pada bank*. 1–17.
- Yordania Nggenggo, Khojana Hasan, & Hartini PP. (2021). Pengaruh Likuiditas Dan Profitabilitas Terhadap Struktur Modal (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2019). *Journal of Public and Business Accounting*, 2(2), 47–62.
<https://doi.org/10.31328/jopba.v2i2.184>