

**PENGARUH PENGUNGKAPAN ISLAMIC CORPORATE SOSIAL  
RESPONSIBILITY TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN  
DAN KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN  
(Studi Empiris pada Perusahaan Bank Syariah Periode 2013-2015)**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk memenuhi Tugas  
dan Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana*



*Disusun Oleh:*

**SHEYLA TRI INDRAWATI**

**Nomor Pokok Mahasiswa : A.2013.1.32528**

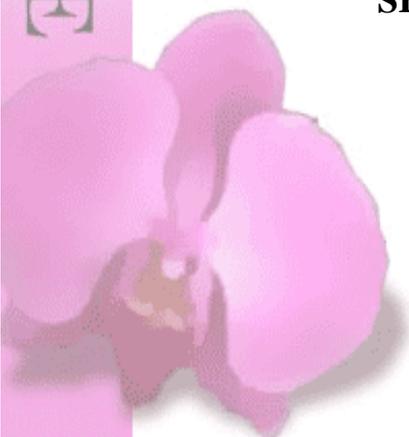
**Jurusan : Akuntansi**

**Prodi : Akuntansi**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
MALANGKUÇEWARA  
MALANG**

**2017**

**MCE**



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Islamic Corporate Sosial Responsibility* terhadap reputasi perusahaan dan kinerja keuangan perusahaan bank syariah yang ada di Indonesia. ROA dan ROE digunakan sebagai pengukuran untuk melihat kinerja keuangan perusahaan. Sedangkan PBV (Price Book Value) digunakan untuk mengukur reputasi perusahaan. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 12 perusahaan bank syariah yang ada di Indonesia, dan laporan keuangan yang diambil masing-masing perusahaan yaitu selama 3 tahun yaitu mulai tahun 2013-2015 Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa *Islamic Corporate Sosial Responsibility* berpengaruh positif secara signifikan terhadap reputasi perusahaan dan *Islamic Corporate Sosial responsibility* juga berpengaruh positif secara signifikan terhadap kinerja keuangan.

**Kata Kunci :** icsr, reputasi perusahaan, kinerja keuangan perusahaan



**Galeri Investasi BEI**  
**STIE MALANGKUÇEWARA**  
Jl. Terusan Candi Kalasan Blimbing Malang  
Telp. (0341) 491813 , Fax. (0341) 495619  
E-mail : [info@stie-mce.ac.id](mailto:info@stie-mce.ac.id)



### SURAT KETERANGAN

Nomor : 0676.3/BAAK—RESEARCH/VII/2017

Yang bertanda tangan dibawah ini Kepala Galeri Investasi BEI STIE Malangkuçewara Malang, menerangkan bahwa:

Nama : SHEYLA TRI INDRAWATI  
NIM : A.2013.1.32528  
Program Studi : AKUNTANSI  
Perguruan Tinggi : STIE Malangkuçewara

telah melakukan riset di Galeri Investasi BEI STIE Malangkuçewara Malang untuk bahan penyusunan skripsi yang berjudul:

**PENGARUH PENGUNGKAPAN ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN DAN KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN**

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 25 Juli 2017  
Kepala Bagian Galeri Investasi  
BEI STIE Malangkuçewara



**Dra. Dwi Danesty Deccasari., MM**  
NIK-P3.M:202.710.209

**MCE**

## TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PENGARUH PENGUNGKAPAN ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN DAN KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN

Tempat/Obyek Penelitian : POJOK GALERI INVESTASI BEI STIE MALANGKUÇEÇWARA

Diajukan Oleh : SHEYLA TRI INDRAWATI

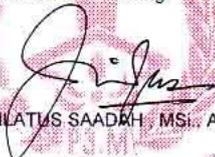
Nomor Pokok : A.2013.1.32528

Program Studi : AKUNTANSI

Perguruan Tinggi : SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) MALANGKUÇEÇWARA

Malang, 21 Agustus 2017

Dosen Pembimbing

  
Dra. LAILATUS SAADAH, MSi., Akt

Mengetahui,  
Ketua,



Mengetahui,  
Ketua,  
Drs. BUNYAMIN, MM, Ph.D

NIK : 202.710.182

MCE

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sheyla Tri Indrawati  
NPK : A.2013.1.32528  
Prodi : Akuntansi  
Alamat : Jln. Simpang Mekaragung 1/IV Malang  
No Tlp/HP : 082 210025139

dengan ini menyatakan bahwa judul skripsi saya yaitu:  
"Pengaruh Pengungkapan Islamic Corporate Social Responsibility  
terhadap Reputasi Perusahaan dan Kinerja Keuangan Perusahaan"

benar bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 28 Agustus 2017  
Yang membuat pernyataan,



# DAFTAR RIWAYAT HIDUP

## DATA PRIBADI

Nama Lengkap : Sheyla Tri Indrawati  
Tempat, tanggal lahir : Lumajang, 26 Desember 1994  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Alamat : Jln. Simpang Mega mendung 1/IV Malang  
NO.HP : 082210025134  
Email : [Syelaindrawati@yahoo.com](mailto:Syelaindrawati@yahoo.com)

## LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

### Pendidikan Formal

2013 – 2017 : STIE Malangkuçeçwara Malang  
2010 – 2013 : SMA Negeri Pronojiwo  
2007 – 2010 : SMP Negeri 01 Ampelgading  
2001 – 2007 : SDN Pronojiwo 01

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penelitian ini selesai tepat pada waktunya. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya, hingga kepada umatnya sampai akhir zaman, amin.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana jurusan akuntansi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Malangkuçęwara Malang. Judul yang saya ajukan adalah “ Pengaruh pengungkapan Islamic Corporate Sosial Responsibility Terhadap Reputasi Perusahaan dan Kinerja Keuangan perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Perbankan Syariah Yang ada Di Indoensia Periode 2013-2025).

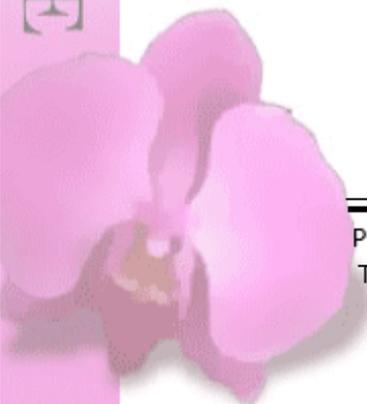
Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan penulis senang hati menyampaikan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang selalu memberikan kemudahan kepada saya.
2. Drs. Bunyamin, MM, Ph.D. selaku ketua STIE Malangkuçęwara
3. Dra . lailatus Saadah, MSi selaku dosen pembimbing
4. Ibuku tercinta dan keluarga Bpk. Handoyo yang selalu mendoakan dan memberikan semangat yang luar biasa.
5. Aay terima kasih untuk segala dukungannya.
6. Mala, Nevong dan sahabat-sahabat kerjaku yang tidak bisa disebutkan satu persatu terima kasih untuk segala bantuan dan doanya.

Akhir kata penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Karena itu, penulis memohon saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaannya dan semoga bermanfaat bagi kita semua. Amin

Malang, Juli 2017

Sheyla Tri Indrawati



## DAFTAR ISI

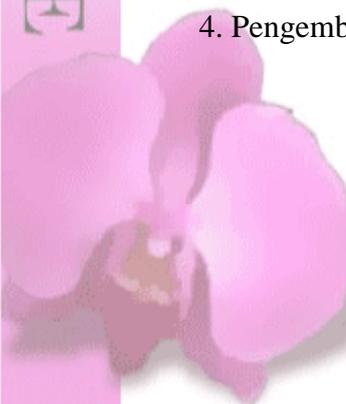
	Halaman
COVER.....	i
ABSTRAKSI.....	ii
SURAT PENELITIAN.....	iii
TANDA PERSETUJUAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
CURRICULUM VITAE.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii

### BAB I PENDAHULUAN

1. Latar Belakang.....	1
2. Rumusan Masalah.....	5
3. Tujuan Penelitian.....	5
4. Manfaat Penelitian.....	5

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

1. Kerangka Teori / Konsep.....	7
a. Islamic Corporate Social Responsibility.....	7
b. Reputasi Perusahaan.....	9
c. Kinerja Keuangan Perusahaan.....	12
2. Penelitian Terdahulu.....	16
3. Kerangka Pikir Peneliti.....	17
4. Pengembangan Hipotesis.....	18



### **BAB III METODE PENELITIAN**

1. Jenis Penelitian .....	21
2. Variabel Peubah Dan Pengukur .....	21
a. Variabel Independent .....	21
b. Variabel Dependent .....	22
3. Populasi Dan Sampel.....	23
4. Metode Pengumpulan Data .....	23
5. Metode Analisis Data .....	24

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

1. Gambaran Bank Syariah Di Indonesia.....	27
2. Fungsi Bank Syariah.....	27
3. Uji Asumsi Klasik.....	31
a. Uji Normalitas .....	31
b. Uji Heterokedastisitas.....	32
c. Uji Autokorelasi.....	34
4. Uji Hipotesis.....	35
5. Interpretasi Hasil.....	37

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

1. Kesimpulan.....	39
2. Saran .....	40

<b>DAFTAR PUSATAKA .....</b>	<b>41</b>
------------------------------	-----------

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel 2 Kriteria Pengambilan Sampel .....	29
Tabel 3 Daftar Bank Syariah Di Indonesia .....	30
Tabel 4 Hasil Uji Autokorelasi Hipotesis 1 .....	34
Tabel 5 Hasil Uji Autokorelasi Hipotesis 2 .....	34
Tabel 6 Uji Hipotesis 1 .....	35
Tabel 7 Uji Hipotesis 2 .....	36

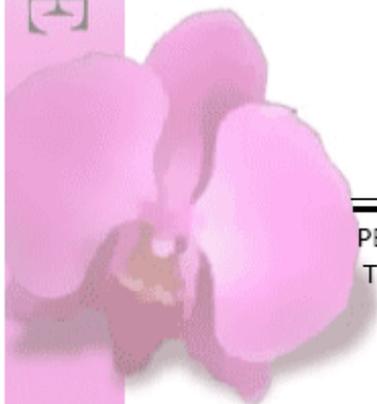
## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Kerangka Pikir Peneliti.....	18
Gambar 2 Hasil Uji Normalitas Hipotesis.....	31
Gambar 3 Hasil Uji Normalitas Hipotesis.....	32
Gambar 4 Hasil Uji Heterokedastisitas Hipotesis 1 .....	33
Gambar 5 Hasil Uji Heterokedastisitas Hipotesis 2 .....	33

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Hasil Output SPSS

MCE



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

*Islamic Corporate Social Responsibility* menjadi tema yang sering dibicarakan tidak hanya di negara-negara dengan mayoritas muslim, tetapi telah menjadi objek penelitian di berbagai negara termasuk negara yang notabene penduduknya adalah menganut kepercayaan lain dan tidak menjalankan hukum Syariah sebagai dasar etika dalam bisnis. Keberadaan perusahaan dalam masyarakat dapat memberikan aspek yang positif dan negatif. Di satu sisi, perusahaan menyediakan barang dan jasa yang diperlukan oleh masyarakat, namun disisi lain tidak jarang masyarakat mendapatkan dampak buruk dari aktivitas perusahaan. Banyak kasus ketidakpuasan publik yang bermunculan, baik yang berkaitan dengan pencemaran lingkungan, perlakuan tidak adil kepada pekerja, kaum minoritas dan perempuan, penyalahgunaan wewenang, keamanan, dan kualitas produk serta eksploitasi besar-besaran terhadap energi dan sumber daya alam yang menyebabkan kerusakan alam.

Di dalam perusahaan konvensional, pusat perhatian hanya terbatas kepada seseorang yang mempunyai minat dan kepentingan financial atau kepentingan-kepentingan yang lain, seperti karyawan, staff, pelanggan (stakeholder) dan pemegang obligasi (bondholders), yang secara langsung memberikan kontribusinya bagi perusahaan, sedangkan pihak lain sering diabaikan. Berbagai kritik muncul bagi konsep perusahaan konvensional, karena konsep tersebut dianggap tidak dapat mengakomodasi kepentingan masyarakat secara luas. Hal ini mendorong munculnya konsep baru yang disebut sebagai *Corporate Social Responsibility (CSR)*. *CSR* merupakan wacana yang paling umum dibicarakan didunia bisnis di



Indonesia, hal ini dilihat dari banyaknya perusahaan yang mengungkapkan isu CSR dalam laporan keuangan tahunan mereka.

Isu mengenai tanggung jawab social perusahaan (CSR) mulai ada sejak tahun 1960-an, ketika tingkat kesejahteraan dan level pendidikan mulai meningkat yang diikuti dengan meningkatnya pluralisme dan individualisme. Hal ini menimbulkan anggapan bahwa organisasi bisnis harus memiliki tanggung jawab terhadap lingkungan dan social. Kelompok-kelompok kepentingan sosial meminta tanggung jawab perusahaan yang lebih besar berkaitan dengan masalah-masalah sosial seperti lingkungan, hak minoritas, pendidikan, keamanan, dan kesehatan. (Wulandari, 2009).

CSR merupakan bentuk tanggungjawab sosial yang dirberikan oleh suatu perusahaan terhadap masyarakat. Tetapi baru-baru ini muncullah *ICSR* (*Islamic Corporate Social Responsibility*) teori ini berbeda dengan teori-teori yang sudah ada yaitu seperti teori barat, pandangan Islam tentang CSR mengambil pendekatan yang agak holistik. Menawarkan pemandangan spiritual integralistik berdasarkan ajaran Qur'an dan Sunnah, serta menyediakan kerangka filosofis alternatif yang lebih baik untuk interaksi manusia dengan alam dan sesamanya (Ahmad, 2002). Pedoman dalam *Islamic Corporate Social Responsibility* yaitu cara pandang pemangku kepentingan yang mengedepankan ridha Ilahitelah menjadikan Al-Qur'an dan As-Sunnah (perbuatan dan perkataan Nabi Muhammad S.A.W.) sebagai pedoman dalam melaksanakan CSR. Dimana pernyataan ini ditemukan didalam Al-Qur'an, "Dan carilah apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan kebahagiaanmu dari (kenikmatan) duniawi, dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan jangan kamu berbuat kerusakan apapun di muka bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan" (QS. Al-Qashash: 77). Bentuk-bentuk perusahaan terhadap lingkungan adalah hal yang bertentangan dengan hukum Islam maka sebuah perusahaan tidak boleh melanggar ketentuan yang telah ditetapkan tersebut.

Menurut Muwazir et al. (2006) perusahaan dianggap memiliki tanggung jawab terhadap orang lain, termasuk masyarakat dan lingkungan, karena mereka adalah entitas yang memiliki hubungan dengan Tuhan, masyarakat dan pemangku kepentingan. Oleh karena itu, perusahaan diwajibkan untuk memenuhi aturan dan peraturan Islam untuk kegiatan mereka agar diberkati oleh Allah. Hal itu sudah jelas bahwa *CSR* sangat lah penting untuk dilakukan dan diterapkan oleh semua perusahaan khususnya yang ada di Indonesia. Tetapi, alangkah baiknya apabila dengan menerapkan *ICSR*. Namun tergantung keyakinan dan ajaran dari masing-masing perusahaan.

*ICSR* sudah jelas dan mampu membedakan halal dan haram. seperti halnya membantu masyarakat dalam peternakan babi, menyumbangkan sebagian dana perusahaan untuk penanaman buah anggur yang kemudian diolah menjadi minuman yang memabukkan, hal ini sudah jelas tidak diperbolehkan dan aktivitas seperti ini tidak sesuai dengan syariah, oleh karena itu *ICSR* benar-benar diterapkan sesuai dengan syariat islam dan alquran. Tetapi penerapan *ICSR* ada yang berbeda hal ini disesuaikan dengan tujuan dan penganut agama disuatu perusahaan. namun, jika ada perusahaan yang tidak menerapkan *ICSR (Islamic Corporate Social Responsibility)* bukan merupakan kesalahan dari perusahaan tersebut, melainkan perbedaan hukum disetiap agama dan perbedaan tujuan bisnis.

*ICSR* selalu dihubungkan dengan perusahaan *islamic* seperti halnya perbankan syariah, khususnya yang ada di Indonesia, karena pada dasarnya perbankan syariah sudah sesuai dengan syari'ah atau kaidah islam begitu pula dengan *islamic Corporate Sosial Responsibility* yang mengedepankan ajaran alquran dan alhadist.

Reputasi perusahaan merupakan suatu nilai yang diberikan kepada individu, institusi atau negara. Reputasi tidak bisa diperoleh dalam waktu singkat karena harus dibangun bertahun-tahun untuk menghasilkan sesuatu yang bisa dinilai oleh publik. Perusahaan di Indonesia belakangan ini

berlomba-lomba dalam mengelola reputasinya. Hal ini tidak bisa dipungkiri, dengan munculnya kasus Enron, Arthur Andersen dan masih banyak lainnya menjadi pemicu akan pentingnya mengelola reputasi perusahaan. Untuk mendapatkan reputasi yang baik maka diperlukan pengukuran reputasi. Kualitas reputasi perusahaan akan menentukan perilaku stakeholders terhadap perusahaan tersebut, yang nantinya akan mempengaruhi pencapaian sasaran perusahaan. Oleh karena itu, tidak dapat dipungkiri bahwa reputasi menjadi salah satu faktor penentu utama bagi kesuksesan ataupun kegagalan perusahaan dalam mencapai tujuannya.

Kinerja keuangan perusahaan merupakan gambaran kondisi keuangan perusahaan pada suatu periode tertentu baik menyangkut aspek penghimpunan dana maupun penyaluran dana, yang biasanya diukur dengan indikator kecukupan modal, likuiditas, dan profitabilitas (Jumingan, 2001:239). Pengukuran kinerja keuangan perusahaan digunakan untuk melakukan perbaikan di atas kegiatan operasionalnya agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Tujuan dari pengukuran kinerja keuangan perusahaan yaitu, untuk mengetahui tingkat likuiditas, tingkat solvabilitas, tingkat rentabilitas, dan tingkat stabilitas.

Kinerja keuangan perusahaan sangat penting sekali, misalkan bagi investor informasi mengenai keuangan perusahaan dapat digunakan untuk melihat apakah mereka akan mempertahankan investasi mereka di perusahaan tersebut atau mencari alternatif lain. ICSR dan reputasi perusahaan juga tidak kalah penting, oleh karena itu harus dilaporkan dengan baik dan benar di dalam laporan keuangan perusahaan. Hal ini bertujuan untuk kepentingan dan kemajuan perusahaan. Sehingga penulis tertarik untuk mengambil judul Pengaruh Pengungkapan ICSR (Islamic Corporate Sosial Responsibility) Terhadap Reputasi Perusahaan dan Kinerja Keuangan Perusahaan.

## 2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka masalah dalam penelitian ini adalah:

- a) Apakah ICSR berpengaruh terhadap reputasi perusahaan Bank Syariah yang go publik?
- b) Apakah pengungkapan ICSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan Bank Syariah yang go publik?

## 3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

- a) Menjelaskan apakah pengungkapan ICSR berpengaruh terhadap reputasi perusahaan Bank Syariah yang go publik?
- b) Menjelaskan apakah pengungkapan ICSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan Bank Syariah yang go publik?

## 4. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang praktis bagi:

- a) Manfaat teoritis dan Aplikatif

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan ilmiah tentang implementasi pengungkapan *Islamic Corporate Sosial Responsibility*. Hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh pengungkapan *islamic corporate sosial responsibility* terhadap reputasi perusahaan dan kinerja keuangan perusahaan.

b) Manfaat Praktis

1) Bagi Pihak Perusahaan (Bank Syariah)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan terkait tentang *islamic corporate sosial responsibility*, sehingga perusahaan juga mendapatkan penilaian dari masyarakat.

2) Bagi Masyarakat Umum

Dengan adanya *islamic corporate sosial responsibility* maka masyarakat dapat memberikan penilaian kepada masing-masing bank serta dapat mengetahui bank syariah yang memiliki tanggung jawab sosial paling baik.

## BAB II

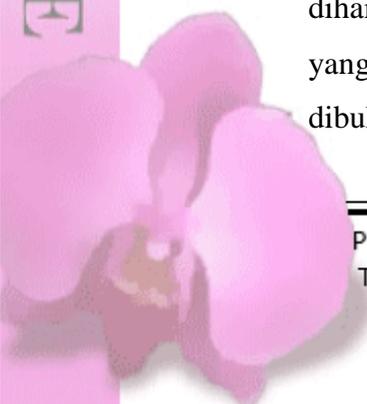
### TINJAUAN PUSTAKA

#### 1. Kerangka Teori / Konsep

##### a. *Islamic Corporate Social Responsibility*

Perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungannya tempat perusahaan beroperasi. Hal ini sejalan dengan *legitimacy theory* yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice*, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan (Tilt, 1994, dalam Haniffa et al, 2005). Jika terjadi ketidakselarasan antara sistem nilai perusahaan dan sistem nilai masyarakat, maka perusahaan dalam kehilangan legitimasinya, yang selanjutnya akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan (Lindblom, 1994, dalam Haniffa et al, 2005). Pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis (Guthrie dan Parker, 1990).

Mengingat pentingnya *ICSR*, diharapkan organisasi islam selektif dalam hal yang berkaitan dengan pemilihan anggota manajemen dan dewan dalam hal kualifikasi tertentu dan keyakinan agama dalam melaksanakan inisiatif pengungkapan *ICSR* (Baydoun dan Willet, 1997). Bank Syariah diharapkan menggambarkan tingkat tanggung jawab sosial perusahaan yang tinggi dan jelas dalam praktik pelaporan sosial mereka sebagai dibuktikan dalam laporan tahunan mereka (Zubairu et al., 2011).



*ICSR* merupakan salah satu cara pendekatan terhadap masyarakat sekitar bagi suatu perusahaan atau organisasi dalam meningkatkan perekonomian, mengatasi masalah lingkungan, yang dapat menguntungkan bagi masyarakat dan juga bagi perusahaan atau organisasi itu sendiri. Beberapa tahun terakhir ini banyak negara yang membicarakan mengenai pentingnya akan *ICSR*, hal ini bertujuan untuk menangani masalah-masalah seperti polusi yang diakibatkan oleh adanya suatu perusahaan, pengangguran dan kemiskinan yang terjadi di mana-mana. Namun, yang lebih menarik masyarakat adalah mengenai krisis keuangan khususnya perbankan. Oleh karena itu sekarang disepakati bahwa kurangnya etika dan moralitas bisnis yang rendah memiliki konsekuensi mengalami penurunan yang tidak hanya terjadi pada keuangan, tetapi juga sosial dan lingkungan. Khususnya, Bank Syariah sebagai lembaga keuangan yang melakukan kegiatan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, diharapkan mampu mencerminkan tujuan Islam dalam ekonomi sosial dan harus menggabungkan kedua keuntungan dan tanggung jawab sosial ke dalam tujuan mereka karena mereka seharusnya memiliki identitas etika (Haniffa dan Hudaib, 2007).

Perusahaan yang telah melaksanakan semua tanggungjawab sosial akan disosialisasikan kepada publik salah satunya yaitu dengan mengungkapkan laporan keuangan (annual report). Laporan ini menggambarkan mengenai kinerja perusahaan secara keseluruhan baik mengenai informasi keuangan maupun informasi non keuangan yang perlu diketahui oleh para pemegang saham, calon investor, pemerintah atau bahkan masyarakat. Oleh karena itu, pengungkapan informasi yang dilakukan perusahaan di dalam laporan tahunan akan menjadi salah satu bahan pertimbangan bagi investor untuk melakukan investasi pada perusahaan yang bersangkutan. Apabila dalam laporan keuangan perusahaan tersebut dirasa baik dan sesuai maka akan banyak calon investor yang ingin berinvestasi pada perusahaan tersebut.

Dengan adanya pengungkapan laporan keuangan (annual report) ini akan menguntungkan bagi perusahaan dan calon investor, pemerintah, dan masyarakat. Sehingga pengungkapan laporan keuangan (annual report) kepada publik sangatlah penting. Tujuan laporan keuangan adalah untuk melaporkan aktivitas-aktivitas perusahaan yang mempengaruhi komunitas, yang mana dapat ditentukan dan dijelaskan atau diukur, dan penting bagi perusahaan dalam lingkungan sosialnya (Belkaoui, 2007). Meskipun *ICSR* dapat meningkatkan reputasi perusahaan sekaligus kinerja keuangan seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Arshad, Othman, dan Othman (2012). Tetapi tujuan pemangku kepentingan didalam perusahaan maupun bank berbasis Syariah diharapkan bukanlah hanya mengejar faktor keuntungan semata namun merupakan realisasi murni sebagai khalifah yang bertanggung jawab dimuka bumi. Menurut Chapra (1992) didalam Islam, kegiatan usaha tidak diasumsikan hanya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan material kegiatan tetapi itu harus dilakukan untuk memenuhi tanggung jawab agama.

#### **b. Reputasi Perusahaan**

Beberapa pendapat mengenai reputasi perusahaan, diantaranya Dowling (1994) mendefinisikan reputasi perusahaan sebagai hasil evaluasi (penilaian) yang menggambarkan citra perusahaan menurut masyarakat. Argenti dan Druckenmiller (2004) menyebut reputasi sebagai representasi kolektif dari citra yang dimiliki berbagai konstituen, istilah untuk menyebut orang-orang yang terlibat dalam suatu kegiatan organisasi maupun mereka yang dilayani organisasi, yang dibangun dari waktu ke waktu dan didasarkan pada program perusahaan, kinerja perusahaan, dan bagaimana para konstituen mempersepsikan perilaku mereka terhadap perusahaan.

Menurut Frombun, reputasi adalah keseluruhan evaluasi dari pencapaian organisasi (Laksana, 2012). Reputasi merupakan sumber daya keunggulan

bersaing dimana tanpa persaingan keras reputasi tidak akan jadi masalah (Frombun dalam Hardjana,2008). Charles Frombun menyatakan bahwa reputasi adalah sebuah cara utama seseorang untuk memperoleh informasi mengenai produk yang harus dibeli,kemana mereka ingin melamar pekerjaan,dan pembelian saham (Argenti dalam Laksana,2012). Sebuah perusahaan yang memiliki reputasi yang baik akan sangat mudah mendapatkan bibit unggul untuk sumber daya manusia,harga yang kompetitif dari para suplier,dan jumlah sales yang tidak sedikit. Selain itu,reputasi juga memperluas daya tarik perusahaan dan memungkinkan para manajer untuk memberikan harga yang lebih tinggi terhadap produk atau jasa yang ditawarkan (Laksana,2012). Reputasi terdiri atas identitas yang telah terbentuk,citra keseluruhan yang dibentuk publik,dan keseluruhan antara identitas perusahaan dengan citra yang dipegang oleh konstituen. Sementara itu Dowling menambahkan faktor pengalaman dan penilaian terhadap perusahaan juga dapat mempengaruhi reputasi perusahaan (Laksana,2012).

Reputasi perusahaan yang buruk atau negatif akan menjatuhkan perusahaan itu sendiri,karena jika investor atau masyarakat menilai bahwa reputasi perusahaan tersebut tidak sesuai maka tidak akan ada lagi investor yang berinvestasi terhadap perusahaan tersebut.Dan jika masyarakat sudah menilai buruk terhadap suatu perusahaan tersebut maka tidak akan ada lagi kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan itu.Sehingga reputasi perusahaan sangatlah penting untuk di bangun dan dibentuk oleh suatu perusahaan.

Khoirunnisa (2006) menambahkan bahwa perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan akan lebih memperhatikan pertanggungjawaban sosialnya kepada masyarakat, hal ini dapat meningkatkan citra perusahaan dan mempengaruhi tingkat penjualan. Branco & Rodriguez (2006) mencatat bahwa perusahaan yang mempunyai profil *ICSR* yang tinggi mampu mengadakan dan meningkatkan interaksi mereka dengan



konsumen, pemasok, investor dan hasilnya meningkatkan tingkat reputasi mereka.

Tujuan perusahaan didirikan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan atau adanya pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan yang mudah terlihat adalah adanya penilaian yang tinggi dari eksternal perusahaan terhadap aset perusahaan maupun terhadap pertumbuhan pasar saham. Nilai perusahaan merupakan harga yang sedia dibayar seandainya perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan dapat tercermin melalui harga saham. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi tingkat pengembalian kepada investor dan itu berarti akan semakin tinggi pula nilai perusahaan, hal ini bertujuan untuk memaksimalkan kemakmuran pemegang saham (Gultom dan Syarif, 2008).

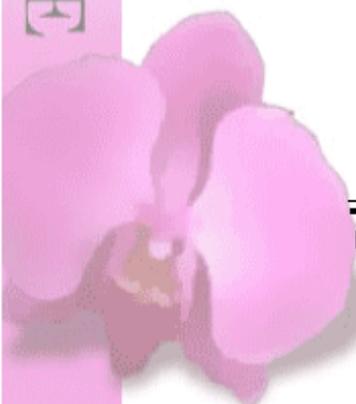
Price to book value (PBV) merupakan salah satu indikator dalam menilai perusahaan. PBV menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan dan juga menunjukkan seberapa jauh perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan. Perusahaan yang berjalan baik umumnya mempunyai PBV diatas 1, yang menunjukkan nilai pasar lebih tinggi dari nilai bukunya. PBV menunjukkan seberapa jauh sebuah perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan relative dengan jumlah modal yang diinvestasikan, sehingga semakin tinggi rasio PBV menunjukkan semakin berhasil perusahaan menciptakan nilai bagi pemegang saham (Ang, 1997 dalam Nathaniel 2008).

Menurut Bringham dan Ehrhardt (2002), formula untuk menghitung price to book value ditunjukkan dengan rumus sebagai berikut

$$\text{Price to book value} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$$

Nilai buku saham dapat dihitung dari

$$\text{Book value per share} = \frac{\text{Total Modal}}{\text{Jumlah Saham yang Beredar}}$$



### c. *Kinerja Keuangan Perusahaan*

Pengertian kinerja perusahaan adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu perusahaan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya pencapaian tujuan perusahaan secara legal, tidak melanggar hukum dan tidak bertentangan dengan moral dan etika (Rivai dan Basri, 2004). Kinerja keuangan merupakan salah satu alat ukur untuk melihat kesuksesan dalam menjalankan perusahaan. Beberapa penelitian berusaha untuk menilai kinerja dan profitabilitas bank syariah. Penelitian tersebut ada yang fokus terhadap kinerja keuangan digunakan untuk menilai keberhasilan perusahaan dalam menciptakan laba, seperti hasil penelitian yang dilakukan Masood et al. (2009).

Ukuran yang sangat lazim dipakai dalam suatu penelitian perusahaan untuk menilai kinerjanya dinyatakan dalam rasio keuangan. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba. Bagi investor jangka panjang, rasio profitabilitas dapat digunakan untuk melihat keuntungan yang benar-benar akan diterima dalam bentuk deviden (Martono dan Agus, 2004) dalam (Triatmodjo, 2009). Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam operasinya (profitabilitas) merupakan fokus utama dalam penilaian prestasi perusahaan karena laba perusahaan selain merupakan indikator kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban bagi penyandang dananya juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan di masa yang akan datang. Tingkat profitabilitas dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan investasi untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan tingkat pengembalian atas investasi yang dilakukan atas perusahaan tersebut. Misalnya profitabilitas dapat digunakan untuk mengukur efisiensi penggunaan modal dalam suatu perusahaan melalui

perbandingan laba dengan investasi yang digunakan dalam investasi (Triatmodjo, 2009).

Pengertian kinerja lainnya dikemukakan oleh Simanjuntak (2005) yang mengemukakan kinerja adalah tingkat pencapaian hasil atas pelaksanaan tugas tertentu. Kinerja perusahaan adalah tingkat pencapaian hasil dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan. Manajemen kinerja adalah keseluruhan kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan kinerja perusahaan atau organisasi, termasuk kinerja masing-masing individu dan kelompok kerja di perusahaan tersebut. Sedangkan dari sudut pandang kegunaan kinerja itu sendiri, Sondang Siagian (2002) menjelaskan kegunaannya bagi organisasi, hasil penilaian kinerja sangat penting dalam kaitannya dengan pengambilan keputusan tentang berbagai hal seperti identifikasi kebutuhan program pendidikan dan pelatihan, rekrutmen, seleksi, program pengenalan, penempatan, promosi, sistem balas jasa, serta berbagai aspek lain dalam proses manajemen sumber daya manusia. Berdasarkan kegunaan tersebut, maka penilaian yang baik harus dilakukan secara formal berdasarkan serangkaian kriteria yang ditetapkan secara rasional serta diterapkan secara objektif serta didokumentasikan secara sistematis.

Deegan, Rankin, dan Tobin (2002) telah menyoroti bahwa CSR telah menjadi *driver* penting dalam mempengaruhi opini para pemangku kepentingan mengenai pemenuhan kewajiban perusahaan. Maignan, Ferrell, dan Farrell (2005) menunjukkan bahwa para pemangku kepentingan merujuk kepada mereka yang secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi atau dipengaruhi oleh kegiatan perusahaan. Dalam mengkomunikasikan kegiatan CSR, banyak perusahaan yang menggunakan laporan tahunan mereka sebagai media pengungkapan. Perusahaan dituntut untuk mempertahankan atau bahkan meningkatkan kinerjanya agar tetap dapat bertahan dalam masa krisis maupun persaingan yang semakin ketat. Kinerja perusahaan pada akhir periode harus



dievaluasi untuk mengetahui perkembangan perusahaan dan melihat kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisinya dalam persaingan yang seringkali juga berpengaruh terhadap kinerja perusahaan yang bersangkutan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang bagus akan direspon positif oleh para investor melalui fluktuasi harga saham yang semakin naik dari periode ke periode dan sebaliknya jika perusahaan memiliki kinerja lingkungan yang buruk maka akan muncul keraguan dari para investor terhadap perusahaan tersebut dan direspon negatif dengan fluktuasi harga saham perusahaan di pasar yang semakin menurun dari tahun ke tahun (Almilia dan Wijayanto, 2007).

Salah satu informasi dalam penilaian kinerja keuangan perusahaan adalah berupa rasio-rasio keuangan perusahaan untuk periode tertentu. Rasio keuangan dirancang untuk membantu mengevaluasi laporan keuangan. Rasio keuangan dapat didefinisikan sebagai suatu hubungan atau perimbangan (*mathematical relationship*) antara suatu jumlah tertentu dengan jumlah lain (Munawir, 1999 dalam Anggraini, 2005). Rasio yang digunakan dalam penelitian ini adalah ROA dan ROE.

Return On Asset ( ROA) merupakan rasio yang menunjukkan hasil (return) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROA merupakan suatu ukuran tentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya. Disamping itu hasil pengembalian investasi menunjukkan produktivitas dari seluruh dana perusahaan, baik modal pinjaman maupun modal sendiri. Menurut Kasmir (2008, hal 201) Return On Asset merupakan rasio yang menunjukkan hasil (return) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROA dalam analisa keuangan mempunyai arti yang sangat penting sebagai salah satu alat analisis guna mengukur seberapa efisien manajemen dalam menggunakan aktiva untuk menghasilkan laba. ROA menjadi suatu informasi kepada investor tentang seberapa besar laba yang dihasilkan dari modal yang telah ditanamkan. Perusahaan yang menghadapi kompetisi yang tajam dalam dunia usaha

akan menerapkan strategi perputaran aktiva atau *return on asset* (Husnan, 2013).

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa Return On Asset ( ROA) adalah rasio yang menunjukkan seberapa banyak laba yang bisa diperoleh dari seluruh kekayaan yang dimiliki perusahaan. Rumus ROA menurut Lukman Syamsuddin (2009,hal 63) yaitu :  $ROA = \frac{Laba\ Bersih}{Total\ Asset}$  Dari rumus tersebut dapat dijelaskan bahwa seberapa besar pengembalian atas investasi yang dihasilkan oleh perusahaan dengan membandingkan laba usaha dengan total asset atau operating asset. Oleh karena itu, semakin besar rasio semakin baik karena berarti semakin besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.

ROE ( Return On Equity ) adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dengan menggunakan modal sendiri menghasilkan laba bersih yang tersedia bagi pemilik atau investor. Maya (2008) dalam Indrawan (2011) menjelaskan bahwa ROE merupakan alat yang paling sering digunakan investor dalam pengambilan keputusan investasi. ROE dapat memberikan gambaran mengenai tiga hal pokok, yaitu: (a) Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (*profitability*), (b) Efisiensi perusahaan dalam mengelola *asset (assets management)*, (c) Utang yang dipakai dalam melakukan usaha (*financial leverage*). Hasil dari ekuitas (*return on equity*), merupakan perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan ekuitas. Menurut Putri (2014), pemilihan, ROA dan ROE sebagai *proxy* dari kinerja keuangan karena, ROA dan ROE dianggap sesuai dalam mencerminkan usaha perusahaan dalam menghasilkan laba dari sumber daya yang dimiliki dan dapat menciptakan nilai bagi pemegang saham suatu perusahaan. Sedangkan menurut Lukman Syamsuddin (2009,hal 64 ) menyatakan ROE merupakan suatu pengukuran dari penghasilan (*income*) yang tersedia bagi pemilik

perusahaan ( baik pemegang saham biasa maupun pemegang saham *preferen*) atas modal yang mereka investasikan didalam perusahaan.

Berdasarkan menurut para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa rasio ini merupakan perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini memperlihatkan sejauh mana perusahaan mengelola modal sendiri secara efektif. Dengan demikian ROE dapat dihitung dengan rumus :

$$ROE = \frac{\text{Laba Usaha Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas}} \times 100\%$$

## 2. Penelitian Terdahulu

Perusahaan perbankan yang berbasis syariah di Indonesia saat ini berkembang sangat pesat, ditambah dengan masalah pengungkapan praktik CSR menjadisemakin menonjol dalam akuntansi sosial dan penilaian masyarakat terhadap suatu perusahaan tersebut.

**Tabel 1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Fitri dan Hartanti (2010)	Pengaruh Pengungkapan Corporate Sosial Responsibility terhadap bank Konvensional dan Bank syariah.	Corporate Sosial Responsibility sebagai variable Independen, variable dependen yaitu Bank Konvensional dan Bank Syariah.	Pengungkapan Corporate Sosial Responsibility bank konvensional lebih baik dibandingkan dengan bank syariah.
2	(Haniffa,2002).Othman,et al.(2009)	Praktik Pelaporan Corporate Sosial Responsibility Perusahaan Syariah yang Listing di Bursa Efek Malaysia	Variabel independen Corporate Sosial Responsibility dan variable Dependen Perusahaan syariah dan menggunakan indeks ISR	Penelitian ini memperlihatkan bahwa kebanyakan masih pada tahap konseptual. Karena belum adanya standart yang bias diadopsi perusahaan dalam

			sebagai indikator dalam mengungkapkan pelaporan berbasis syariah.	penerapan CSR.
3	Mansur(2012)	Pelaporan Corporate Sosial Responsibility Perbankan Syariah dalam Perspektif Syariah Enterprise theory di Bank Syariah Mandiri.	Variabel Independen Corporate Sosial responsibility dan SET sebagai pengukuran dalam Bank Syariah Mandiri.	Menjelaskan bahwa pengungkapan Corporate Sosial responsibility yang dilakukan oleh Bank syariah Mandiri masih belum sesuai dengan konsep Syariah Enterprise Theory (SET),terutama pada bagian akuntabilitas horizontal terhadap alam.

Berdasarkan pemamparan diatas penelitian ini menguji pengaruh Pengungkapan *Islamic Corporate Sosial Responsibility* Terhadap reputasi Perusahaan dan Kinerja Keuangan perusahaan pada bank syariah yang ada di Indonesia,perbedaan dari penelitian terdahulu terletak pada perusahaan yang diteliti,dimana peneliti terdahulu membandingkan dengan perbankan syariah yang ada di Malaysia.Penelitian ini memilih perbankan syariah yang ada di Indonesia yang bertujuan untuk menguji pengaruh ICSR tersebut terhadap reputasi perusahaan dan kinerja keuangan perusahaan yang diproxikan menggunakan ROA dan ROE.

### 3. Kerangka Pikir Peneliti

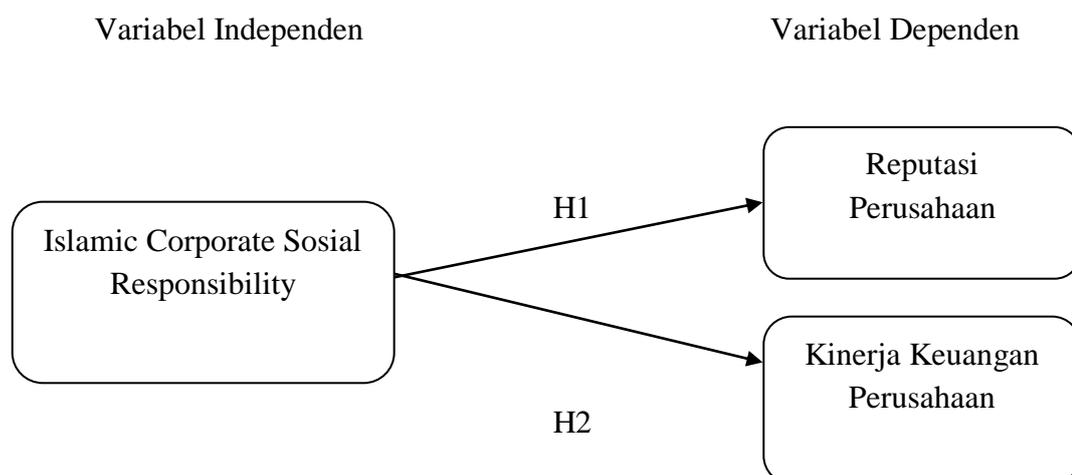
Dari penelitian terdahulu, diketahui bahwa Islamic Corporate Sosial Responsibility berpengaruh terhadap Reputasi Perusahaan dan kinerja Keuangan Perusahaan (Eka ayu Wardani,2015). Mengingat pentingnya CSR maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul yang sama.

Model penelitian ini menerangkan kerangka teori dan menjelaskan variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu ICSR sebagai variabel independen,

PENGARUH PENGUNGKAPAN ISLAMIC CORPORATE SOSIAL RESPONSIBILITY TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN DAN KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN ( Studi Empiris pada Perusahaan Bank Syariah Periode 2013-2015 )  
 Author : SHEYLA TRI INDRAMATI NPK : A.2013.1.32528

serta reputasi perusahaan sebagai variabel dependen ( $Y_1$ ) diukur dengan menggunakan PBV yang merupakan salah satu indikator untuk menilai perusahaan. PBV menunjukkan seberapa jauh sebuah perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan relative dengan jumlah modal yang diinvestasikan, sehingga semakin tinggi rasio PBV menunjukkan semakin berhasil perusahaan menciptakan nilai bagi pemegang saham (Ang, 1997 dalam Nathaniel 2008)., dan kinerja keuangan perusahaan sebagai variabel dependen ( $Y_2$ ) yang diukur dengan menggunakan ROA dan ROE.ROA menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari setiap satu rupiah asset yang digunakan.ROE mengukur pengembalian atas ekuitas saham biasa atau tingkat pengembalian atas investasi pemegang saham. Dari penjelasan diatas maka kerangka berpikir peneliti yaitu:

**Gambar 1 Kerangka Pikir Peneliti**



#### 4. Pengembangan Hipotesis

Perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan apabila dilihat dari perspektif ekonomi (Verecchia,1983,dalam Basamalah et al,2005). Dengan menerapkan CSR,diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang

(Kiroyan,2006). Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang menerapkan CSR mengharapkan akan direspon positif oleh para pelaku pasar. Literatur mengenai pengungkapan sukarela yang ada memberikan pemahaman bahwa pengungkapan informasi tersebut digunakan dalam penilaian perusahaan dan *corporate finance* (Core,2001)

Menurut Drever et al.(2007) pengungkapan yang lebih informatif akan meningkatkan nilai perusahaan melalui pengungkapan laporan keuangan. Sebagaimana perkembangannya, tuntutan terhadap transparansi dan akuntabilitas sebuah perusahaan saat ini tidak hanya ditunjukkan dengan laporan keuangan, tetapi juga laporan pertanggungjawaban sosial, oleh karena itu banyak dari perusahaan menggunakan laporan pertanggungjawaban sosialnya sebagai cara untuk meningkatkan nilai perusahaannya dan menjaga reputasi perusahaannya dari waktu ke waktu.

Menurut Louisot dan Rayner (2010), reputasi merupakan suatu aset tak berwujud perusahaan saat ini yang memiliki kemampuan dalam menciptakan future value bagi perusahaan di masa depan. Louisot dan Rayner (2010) berpendapat bahwa reputasi memiliki dampak pada keputusan stakeholder dalam membina hubungan jangka panjang dengan perusahaan serta menurunkan biaya modal. Beberapa pengaruh penting reputasi terhadap keputusan para stakeholder yang dimaksud adalah mempertahankan pemegang saham dan membangun motivasi para karyawan. Dengan demikian, reputasi perusahaan yang baik akan menjaga likuiditas modal perusahaan dan meningkatkan kinerja karyawan, yang mana hal tersebut akan berdampak pula pada kinerja perusahaan. Berdasarkan pernyataan tersebut, hipotesis peneliti yaitu:

**H1: Pengungkapan ICSR berpengaruh positif secara signifikan terhadap Reputasi Perusahaan**

CSR perusahaan sering kali dihubungkan dengan kinerja keuangan. Manajer diharapkan peka terhadap pentingnya strategi CSR dan menjalankan aktivitas CSR yang kemudian diungkapkan dalam laporan keuangan tahunan demi memperoleh kepercayaan stakeholder. Kepercayaan yang didapat oleh perusahaan berupa penyertaan dana dari stakeholder atau calon nasabah akan mendorong perusahaan untuk meningkatkan kinerja keuangan mereka. Semakin meningkatnya aktivitas CSR diharapkan untuk memperbaiki kepercayaan stakeholder serta memperbaiki kinerja perusahaan dengan cara mengubah aset perusahaan menjadi pendapatan bagi perusahaan. Tsoutsoura (2004) dengan penelitiannya untuk menganalisis hubungan CSR dan kinerja keuangan. Penelitian tersebut menemukan bahwa CSR berhubungan positif dan signifikan dengan kinerja keuangan, Hipotesis dari uraian tersebut yaitu:

**H2: Pengungkapan ICSR berpengaruh positif secara signifikan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan**

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 1. JENIS PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yaitu untuk mendapatkan informasinya berdasarkan angka-angka. Penelitian ini mengulang dari penelitian sebelumnya (Eka Ayu wardani) 2015. Tetapi didalam penelitian ini mengambil sampel laporan keuangan di tahun 2012 sampai dengan 2015, sedangkan untuk penelitian sebelumnya sampel laporan keuangan dari tahun 2011 sampai dengan 2013. Peneliti melakukan sampel ditahun yang berbeda karena ingin mengetahui apakah ada perbedaan hasil yang significant ataukah tetap sama dari penelitian sebelumnya.

#### 2. VARIABEL PEUBAH DAN PENGUKUR

Penelitian ini menggunakan satu variable independen dan dua variabel dependen, yaitu:

##### a. Variabel Independen(X)

Variabel Independen dalam penelitian ini adalah *Islamic Corporate Sosial Responsibility (ICSR)* yang merupakan suatu bentuk tanggungjawab sosial yang diberikan oleh perusahaan terhadap masyarakat yang sesuai dengan kaidah dan ajaran islam. Variabel ini diukur dengan menggunakan index pengungkapan sosial yang merupakan variabel *dummy*. Rumus perhitungan *ICSR* adalah sebagai berikut:

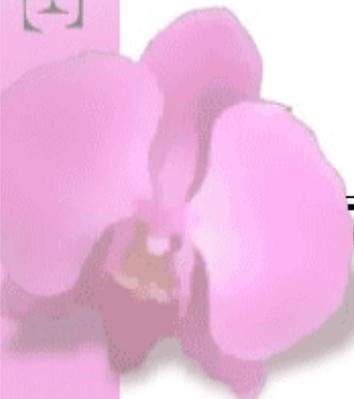
$$ICSR_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Dimana:

ICSR<sub>j</sub> : *Islamic Corporate Social Responsibility Index* perusahaan j

n<sub>j</sub> : jumlah *item* untuk perusahaan j,

n<sub>j</sub> = 38 X<sub>ij</sub> : 1 = jika *item* i diungkapkan; 0 = jika *item* i tidak diungkapkan. Sehingga  $0 \leq I_j \leq 1$ . j j n ICSRD Ij X



## b. Variabel Dependen

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel dependen yaitu:

### 1. Reputasi Perusahaan ( $Y_1$ ).

Tujuan perusahaan didirikan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan atau adanya pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan yang mudah terlihat adalah adanya penilaian yang tinggi dari eksternal perusahaan terhadap aset perusahaan maupun terhadap pertumbuhan pasar saham. Nilai perusahaan merupakan harga yang sedia dibayar seandainya perusahaan terjual. Menurut Bringham dan Ehrhardt (2002), formula untuk menghitung price to book value yaitu :

$$\text{Price to book value} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$$

Nilai buku saham dapat dihitung dari

$$\text{Book value per share} = \frac{\text{Total Modal}}{\text{Jumlah Saham yang Beredar}}$$

### 2. Kinerja Keuangan Perusahaan ( $Y_2$ )

Variabel Dependen yang ditunjukkan dengan kinerja keuangan perusahaan sebagai  $Y_2$ , variabel ini diproxikan dengan ROA dan ROE. Variabel ROA menunjukkan seberapa banyak laba bersih yang dapat diperoleh dari keseluruhan aset yang dimiliki oleh perusahaan, Lukman Syamsuddin (2009, hal 63).

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}}$$

ROE mengukur pengembalian atas ekuitas saham biasa, atau tingkat pengembalian atas investasi pemegang saham, Maya (2008) dalam Indarwan (2011).

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Usaha Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas}} \times 100\%$$

### 3. POPULASI DAN SAMPEL

Didalam penelitian ini menggunakan metode sampel dimana peneliti mengambil semua perusahaan bank syariah yang ada di Indonesia yaitu sebanyak 12 perusahaan, karena jumlah populasinya berjumlah 12 perusahaan / bank syariah yang ada di Indonesia. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling yaitu teknik menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representative (Sugiyono, 2010).

Dalam penentuan sampel penelitian ini adalah Bank Umum Syariah yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a) Perusahaan Bank Syariah di Indonesia yang menerbitkan annual report di website masing-masing mulai tahun 2013-2015.
- b) Perusahaan Bank Syariah di Indonesia yang tidak melakukan program CSR ditahun 2013-2015.
- c) Perusahaan Bank Syariah di Indonesia yang melakukan program CSR dan yang tidak mengungkapkan CSR ditahun 2013-2015.
- d) Perusahaan Bank Syariah di Indonesia yang tidak mengalami kerugian ditahun 2013-2015.

### 4. METODE PENGUMPULAN DATA

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Menurut Sekaran (2011), data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada dan tidak perlu dicari sendiri oleh peneliti. Data yang digunakan adalah annual report 2013, 2014, 2015. Data berupa laporan tahunan yang dipublikasikan

oleh perusahaan diperoleh di website masing-masing perusahaan dan data yang ada di Bank Indonesia, artikel ilmiah, dan buku teks yang relevan.

## 5. METODE ANALISIS DATA

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, dimana semua data diolah dengan menggunakan SPSS atau statistik. Metode analisis dari penelitian ini yaitu uji asumsi klasik kemudian dilakukan pengujian hipotesis.

### a. Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi tidak bias dan konsisten, uji ini meliputi:

#### 1) Uji normalitas

Uji normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, Apakah sebaran tersebut berdistribusi normal ataukah tidak. Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengujian data melalui rumus Kolmogorov – Smirnov yang merupakan pengujian normalitas sederhana dan tidak dapat menimbulkan perbedaan persepsi diantara satu pengamat dengan pengamat yang lain. Dasar pengambilan keputusan dari teknik ini yaitu apabila nilai probabilitas  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima, namun jika nilai probabilitasnya  $\leq 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.

#### 2) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas adalah uji yang menilai apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Uji ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Jika variansi dari residual satu pengamatan ke

pengamatn lain tetap,maka disebut **Homoskedastisitas** dan jika berbeda disebut **Heteroskedastisitas**. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Dala uji ini menggunakan grafik Scatterplot,yaitu jika membentuk grafik yang teratur (bergelombang,menyempit dan kemudian menyebar) maka dapat disimpulkan bahwa terjadi heteroskedastisitas,begitu pula sebaliknya,jika tidak ada pola yang jelas,serta titik-titik menyebar,maka indikasinya adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan sebuah analisis statistik yang digunakan untuk mengetahui adakah korelasi variabel yang ada didalam model prediksi dengan perubahan waktu.Uji ini menggunakan metode Darbin Watson.Hasil perhitungan akan dibandingkan dengan Tabel Dubin-Watson pada tingkat kepercayaan tertentu (penelitian ini menggunakan  $\alpha=5\%$ ). Ketentuan pengambilan keputusan dari pengujian ini yaitu:

- a) Jika  $d$  lebih kecil dari  $dL$  atau lebih besar dari  $(4-dL)$  maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- b) Jika terletak antara  $dU$  dan  $(4-dU)$ ,maka hipotesis nol diterima,yang berarti tidak ada autokorelasi.
- c) Jika  $d$  terletak antara  $dL$  dan  $dU$  atau diantara  $(4-dU)$  dan  $(4-dL)$ ,maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

### b. Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan suatu prosedur yang dilakukan dengan tujuan memutuskan apakah menerima atau menolak hipotesis mengenai parameter populasi.Model analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah model regresi sederhana. Persamaan regresi sederhana tersebut ialah:

$$Y_1 = \alpha + \beta X + e$$

$$Y_2 = \alpha + \beta X + e$$

Keterangan :

$Y_1$  : Reputasi Perusahaan

$Y_2$  : Kinerja Keuangan perusahaan

$\alpha$  :: Konstanta

$\beta$  :: Koefisien Regresi Model

$X$ :: *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure*

$e$  :: Error term model (variabel residual)

Didalam uji hipotesis peneliti melakukan pengujian Uji t atau biasa dikenal dengan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Uji t parsial bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel (Y). Dasar pengambilan keputusan untuk Uji t parsial ini dalam analisis regresi adalah:

- 1) Jika nilai hitung  $>$  t tabel maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
- 2) Jika nilai t hitung  $<$  t tabel maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

Berdasarkan nilai signifikansi maka:

- a. Jika nilai sig  $<$  0,05 maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- b. Jika nilai sig  $>$  0,05 maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **1. Gambaran Bank Syariah Di Indonesia**

Bank syariah Indonesia lahir sejak 1992. Bank syariah pertama di Indonesia ialah Bank Muamalat Indonesia. Perkembangan Bank Muamalat Indonesia masih tergolong stagnan pada tahun 1992 hingga 1999. Namun sejak adanya krisis moneter yang melanda Indonesia pada tahun 1997 dan 1998, maka para bankir melihat bahwa Bank Muamalat Indonesia (BMI) tidak terlalu terkena dampak krisis moneter. Para bankir berpikir bahwa BMI, satu-satunya bank syariah di Indonesia yang tahan terhadap krisis moneter. Pada tahun 1999, berdirilah Bank Syariah Mandiri yang merupakan konversi dari Bank Susila Bakti. Bank Susila Bakti tersebut merupakan bank konvensional yang dibeli oleh Bank Dagang Negara, yang kemudian dikonversi jadi Bank Syariah Mandiri, bank syariah kedua Indonesia.

Pendirian Bank Syariah Mandiri (BSM) menjadi pertarungan bagi bankir syariah. Bila Bank Syariah Mandiri berhasil, maka bank syariah di Indonesia dapat berkembang. Sebaliknya, bila Bank Syariah Mandiri gagal maka besar kemungkinan bank syariah di Indonesia akan gagal. Hal ini disebabkan karena Bank Syariah Mandiri merupakan bank syariah yang didirikan oleh BUMN milik pemerintah. Ternyata Bank Syariah Mandiri dengan cepat mengalami perkembangan. Dengan pendirian Bank Syariah Mandiri ini kemudian diikuti oleh pendirian beberapa bank syariah atau unit usaha syariah lainnya..

#### **2. Fungsi Bank Syariah**

Bank syariah memiliki tiga fungsi utama yaitu fungsi bank syariah untuk menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi, fungsi bank syariah untuk menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan



dana dari bank, dan juga fungsi bank syariah untuk memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan syariah. Ketiga fungsi tersebut ialah:

**a. Fungsi Bank Syariah untuk Menghimpun Dana Masyarakat**

Fungsi bank syariah yang pertama adalah menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana. Bank syariah mengumpulkan atau menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dengan menggunakan akad al-wadiah dan dalam bentuk investasi dengan menggunakan akad al-mudharabah. Al-wadiah adalah akad antara pihak pertama (masyarakat) dengan pihak kedua (bank), dimana pihak pertama menitipkan dananya kepada bank dan pihak kedua, bank menerima titipan untuk dapat memanfaatkan titipan pihak pertama dalam transaksi yang diperbolehkan dalam islam. Al-mudharabah merupakan akad antara pihak pertama yang memiliki dana kemudian menginvestasikan dananya kepada pihak lain yang mana dapat memanfaatkan dana yang investasikan dengan tujuan tertentu yang diperbolehkan dalam syariat islam.

**b. Fungsi Bank Syariah sebagai Penyalur Dana Kepada Masyarakat**

Fungsi bank syariah yang kedua ialah menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan. Masyarakat dapat memperoleh pembiayaan dari bank syariah asalkan dapat memenuhi semua ketentuan dan persyaratan yang berlaku. Menyalurkan dana merupakan aktivitas yang sangat penting bagi bank syariah. Dalam hal ini bank syariah akan memperoleh return atas dana yang disalurkan. Return atau pendapatan yang diperoleh bank syariah atas penyaluran dana ini tergantung pada akadnya. Bank syariah menyalurkan dana kepada masyarakat dengan menggunakan bermacam-macam akad, antara lain akad jual beli dan akad kemitraan atau kerja sama usaha. Dalam akad jual beli, maka return yang diperoleh bank atas penyaluran dananya adalah dalam bentuk margin keuntungan. Margin keuntungan merupakan selisih antara harga jual kepada nasabah dan harga beli bank. Pendapatan yang diperoleh dari

aktivitas penyaluran dana kepada nasabah yang menggunakan akad kerja sama usaha adalah bagi hasil.

**c. Fungsi Bank Syariah memberikan Pelayanan Jasa Bank**

Fungsi bank syariah disamping menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat, bank syariah memberikan pelayanan jasa perbankan kepada nasabahnya. Pelayanan jasa bank syariah ini diberikan dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya. Pelayanan jasa kepada nasabah merupakan fungsi bank syariah yang ketiga. Berbagai jenis produk pelayanan jasa yang dapat diberikan oleh bank syariah antara lain jasa pengiriman uang (transfer), pemindahbukuan, penagihan surat berharga dan lain sebagainya. Aktivitas pelayanan jasa merupakan aktivitas yang diharapkan oleh bank syariah untuk dapat meningkatkan pendapatan bank yang berasal dari fee atas pelayanan jasa bank. Beberapa bank berusaha untuk meningkatkan teknologi informasi agar dapat memberikan pelayanan jasa yang memuaskan nasabah. Pelayanan yang dapat memuaskan nasabah ialah pelayanan jasa yang cepat dan akurat. Harapan nasabah dalam pelayanan jasa bank ialah kecepatan dan keakuratannya. Bank syariah berlomba-lomba untuk berinovasi dalam meningkatkan kualitas produk layanan jasanya. Dengan pelayanan jasa tersebut, maka bank syariah mendapat imbalan berupa *fee* yang disebut *fee based income*.

Berdasarkan paparan diatas maka peneliti berminat untuk melakukan penelitian di bank Syariah Indonesia, sehingga diperoleh sampel sbb:

**Tabel 2 Kriteria Pengambilan Sampel**

Kriteria	Tahun			Total Sampel
	2013	2014	2015	
Perusahaan bank syariah di Indonesia yang menerbitkan annual report di website masing-masing mulai tahun 2013-2015.	12	12	12	36
Perusahaan bank syariah di Indonesia yang tidak melakukan program CSR ditahun 2013-2015	(12)	(12)	(12)	(12)
Perusahaan bank syariah di Indonesia yang melakukan program CSR ditahun 2013-2015.	12	12	12	12
Perusahaan bank syariah di Indonesia yang tidak mengalami kerugian di tahun 2013-2015.	(12)	(12)	(12)	(36)
Total sampel dalam perusahaan	12	12	12	36

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representative (Sugiyono, 2010). Dalam pengambilan sampel tersebut terdapat beberapa kriteria yang harus dipenuhi oleh setiap perusahaan, yaitu:

- 1) Perusahaan bank syariah di Indonesia yang menerbitkan *annual report* di website masing-masing mulai tahun 2013-2015.
- 2) Perusahaan bank syariah di Indonesia yang melakukan program CSR ditahun 2013-2015.
- 3) Perusahaan bank syariah yang tidak mengalami kerugian ditahun 2013-2015.

Dari kriteria tersebut maka didapatkan sampel sebanyak 30 perusahaan bank syariah di Indonesia yang sesuai dengan kriteria yang sudah ditetapkan oleh peneliti.

**Tabel 3 Daftar Bank Syariah Di Indonesia**

1	Bank Muamalat Indonesia
2	Bank Syariah Mandiri
3	Bank Mega Syariah
4	BRI Syariah
5	Bank Jabar Banten Syariah
6	BCA Syariah
7	Bank Victoria Syariah
8	Bank Syariah Bukopin
9	Maybank Syariah Indonesia
10	Panin Syariah
11	BNI Syariah
12	Tabungan Pensiunan Nasional Syariah

Sumber: Data diolah

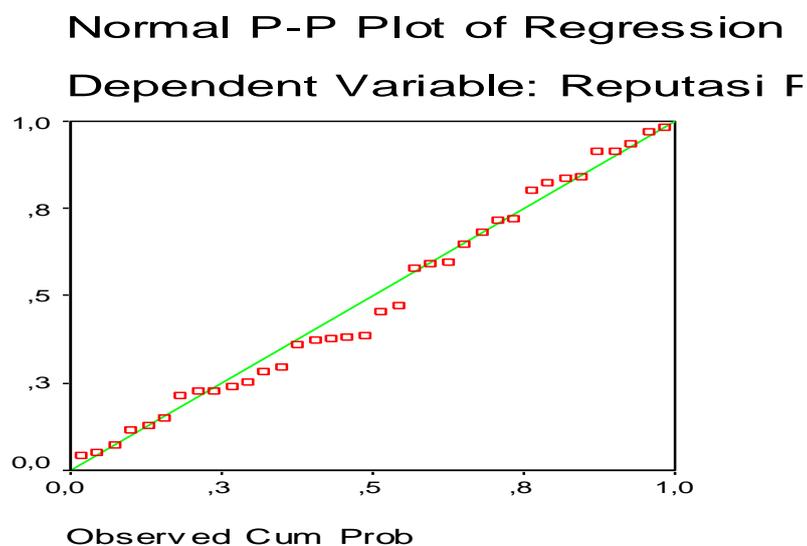
### 3. Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini uji asumsi klasik dilakukan sebanyak dua kali, pengujian pertama yaitu, menguji antara Islamic corporate sosial responsibility dengan reputasi perusahaan dan yang kedua dengan menguji antara Islamic corporate sosial responsibility dengan kinerja keuangan perusahaan.

#### a. Uji Normalitas

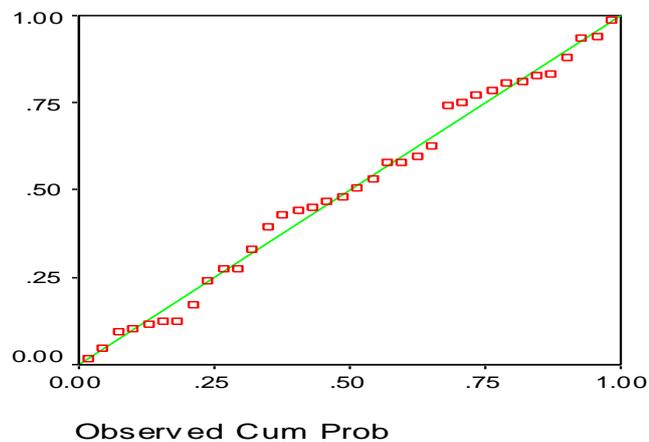
Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran atau variabel tersebut berdistribusi normal ataukah tidak. Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengujian data melalui teknik P-Plot of regression dimana data dikatakan berdistribusi normal apabila data tersebut menyebar mengikuti garis diagonalnya. Namun, jika data tersebut menyebar tidak mengikuti garis diagonalnya maka dikatakan data tersebut berdistribusi tidak normal.

**Gambar 2 Hasil Uji Normalitas Hipotesis 1**



### Gambar 3 Hasil Uji Normalitas Hipotesis 2

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residuals  
Dependent Variable: Kinerja Keuangan



Dari gambar tersebut dapat dijelaskan bahwa data berdistribusi normal, karena data menyebar mengikuti garis diagonalnya.

Hasil dari uji normalitas hipotesis yang kedua data menyebar mengikuti garis diagonalnya yang artinya data tersebut juga berdistribusi normal.

#### b. Uji Heterokedastisitas

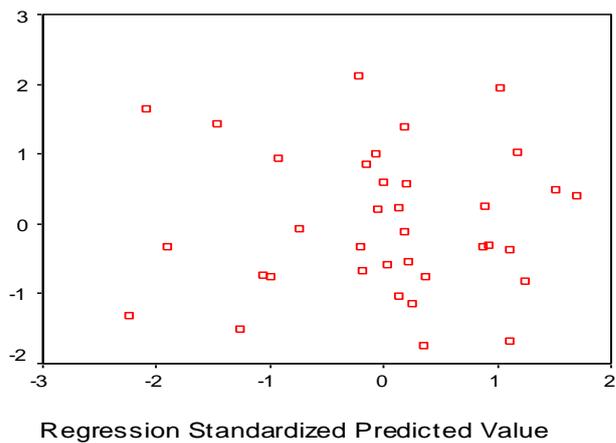
Uji heterokedastisitas adalah uji yang menilai apakah ada varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Uji ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan model regresi. Jika variansi dari residual satu pengamatan lain tetap maka disebut **Homokedastisitas** dan jika berbeda maka disebut **Heterokedastisitas**. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau yang tidak heterokedastisitas. Dalam penelitian ini uji heterokedastisitas diuji dengan menggunakan teknik Scatterplot, yaitu apabila data menyebar membentuk pola yang beraturan maka dapat dikatakan bahwa data tersebut heterokedastisitas. Namun jika data

menyebarkan tidak beraturan dan membentuk pola tersendiri maka data tersebut dikatakan homokedastisitas atau tidak heterokedastisitas

**Gambar 4 Hasil Uji Heterokedastisitas Hipotesis 1**

Scatterplot

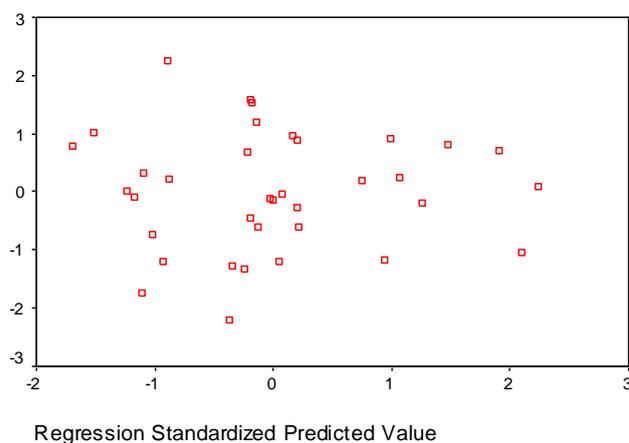
Dependent Variable: Reputasi Peru



**Gambar 5 Hasil Uji Heterokedastisitas Hipotesis 2**

Scatterplot

Dependent Variable: Kinerja Keuangan



Dari gambar tersebut sudah terlihat bahwa data menyebar dan membentuk pola yang beraturan sehingga dapat dikatakan bahwa data tersebut tidak terjadi heterokedastisitas.

Hasil uji hipotesis kedua data tersebut menyebar dengan membentuk pola yang beraturan, sehingga data tersebut dapat dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas atau bebas dari homokedastisitas.

### c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan sebuah analisis statistik yang dapat digunakan untuk mengetahui ada atau tidak korelasi variabel yang ada didalam model prediksi dengan perubahan waktu. Salah satu cara mengujinya yaitu dengan menggunakan tabel darbin Watson. Hasil perhitungan akan dibandingkan dengan Tabel Dubin-Watson pada tingkat kepercayaan tertentu (penelitian ini menggunakan  $\alpha=5\%$ ). Ketentuan pengambilan keputusan dari pengujian ini yaitu:

- d) Jika  $d$  lebih kecil dari  $dL$  atau lebih besar dari  $(4-dL)$  maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- e) Jika terletak antara  $dU$  dan  $(4-dU)$ , maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
- f) Jika  $d$  terletak antara  $dL$  dan  $dU$  atau diantara  $(4-dU)$  dan  $(4-dL)$ , maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

**Tabel 4 Hasil Uji Autokorelasi Hipotesis 1**

#### Model Summary

Model	Durbin-Watson
1	1,856 <sup>a</sup>

a. Predictors: (Constant), ICSR

b. Dependent Variable: Reputasi Perusahaan

**Tabel 5 Hasil Uji Autokorelasi Hipotesis 2**

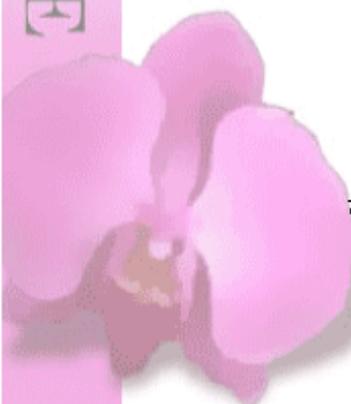
#### Model Summary

Model	Durbin-Watson
1	1.799 <sup>a</sup>

a. Predictors: (Constant), ICSR

b. Dependent Variable: Kinerja Keuangan

Menentukan nilai  $dL$  dan  $dU$  dengan melihat tabel Durbin Watson, pada  $\alpha=5\%$ ,  $k = 1$  dan  $t/n = 30$ , terdapat autokorelasi positif. Nilai



dL pada  $k = 1$  dan  $t/n = 30$  berdasarkan tabel Durbin Watson adalah sebesar :1,3520 sedangkan nilai dU sebesar 1,4894. Jadi nilai  $4-dU = 2,5106$  dan  $4-dL = 2,648$ . Karena nilai DW terletak antara dU dan  $4-dU$  ( $1,48936 < 1,856 < 2,5106$ ) maka hasilnya tidak ditemukannya autokorelasi pada hipotesis yang pertama.

Nilai Durbin Watson hitung adalah sebesar 1,799. Dimana nilai tersebut kurang dari dL pada  $k = 1$  dan  $t/n = 30$ , terdapat autokorelasi positif. Nilai dL pada  $k = 1$  dan  $t/n = 30$  berdasarkan tabel Durbin Watson adalah sebesar :1,3520 sedangkan nilai dU sebesar 1,4894. Jadi nilai  $4-dU = 2,5106$  dan  $4-dL = 2,648$ . Karena nilai DW terletak antara dU dan  $4-dU$  ( $1,4894 < 1,799 < 2,5106$ ) maka hasilnya tidak ditemukannya autokorelasi pada hipotesis yang kedua.

#### 4. UJI HIPOTESIS

Uji hipotesis merupakan suatu prosedur yang dilakukan dengan tujuan memutuskan apakah menerima atau menolak hipotesis mengenai parameter populasi. Model analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah model regresi sederhana. Persamaan regresi sederhana tersebut ialah:

$$Y_1 = \alpha + \beta X$$

$$Y_2 = \alpha + \beta X + e$$

Keterangan :

$Y_1$  : Reputasi Perusahaan

$Y_2$  : Kinerja Keuangan perusahaan

$\alpha$  :: Konstanta

$\beta$  :: Koefisien Regresi Model

$X$  :: *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure*

Dalam uji hipotesis dengan menggunakan regresi sederhana maka didapatkan :

**Tabel 6 Uji Hipotesis 1**

Model	R	R square	Unstandarized Coefficienst B	Standarized B
1	,353	,125	35,691(Constant) 16968,551 (ICSR)	,353

Sumber : Lampiran

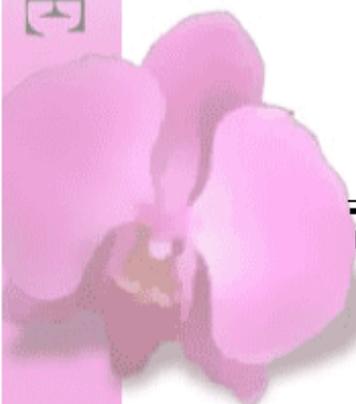
Dari tabel diatas didapatkan,

- a.R merupakan koefisien korelasi dalam penelitian ini hipotesis sat menghasilkan R sebesar 0,353.
- b.R square merupakan koefisien determinasi. Dalam penelitian ini hipotesis 1 menghasilkan R Square ( $R^2$ ) adalah  $0,125 = 12,5 \%$ . Artinya, besarnya pengaruh variabel X terhadap  $Y_1$  adalah sebesar 12,5 % dan besarnya variabel lain yang mempengaruhi variabel Y adalah sebesar 87,5 %.
- c.Persamaan regresi  $Y_1 = 35,691 + 16968,551 X$  menyatakan bahwa jika tidak ada kenaikan dari variabel X, nilai variabel Y adalah 35,691. Koefisien regresi sebesar 16968,551 menyatakan bahwa setiap penambahan satu nilai pada variabel akan memberikan kenaikan skor sebesar 16968,551.
- d.Nilai Beta menunjukkan besarnya pengaruh variabel X dengan variabel Y,di mana dalam tabel tersebut nilai Beta adalah 35,691.
- e.Nilai sig.sebesar 0,035 menunjukan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari variabel X terhadap Y karena  $0,035 < 0,05$  di mana 0,05 merupakan taraf signifikan.

**Tabel 7 Uji Hipotesis 2**

Model	R	R square	Unstandarized Coefficienst B	Standarized B
1	,419	,176	-1,662(Constant) 17,923 (ICSR)	,419

- a. R merupakan koefisien korelasi dalam penelitian ini hipotesis sat menghasilkan R sebesar 0,419.
- b. R square merupakan koefisien determinasi. Dalam penelitian ini hipotesis 2 menghasilkan R Square ( $R^2$ ) adalah  $0,176 = 17,6 \%$ . Artinya, besarnya pengaruh

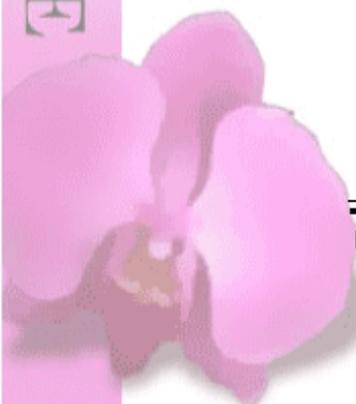


variabel X terhadap  $Y_1$  adalah sebesar 17,6 % dan besarnya variabel lain yang mempengaruhi variabel Y adalah sebesar 82,4 %.

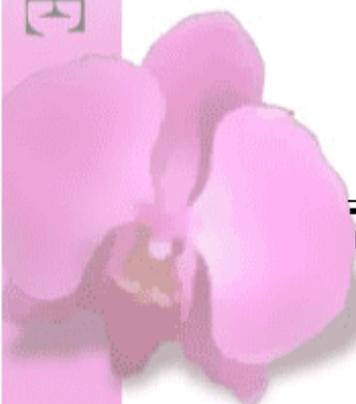
- c. Persamaan regresi  $Y_1 = (-1,662) + 17,923$  menyatakan bahwa jika tidak ada kenaikan dari variabel X, nilai variabel Y adalah -1,662. Koefisien regresi sebesar 17,923 menyatakan bahwa setiap penambahan satu nilai pada variabel akan memberikan kenaikan skor sebesar 17,923.
- d. Nilai Beta menunjukkan besarnya pengaruh variabel X dengan variabel Y, di mana dalam tabel tersebut nilai Beta adalah -1,662.
- e. Nilai sig. sebesar 0,011 menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari variabel X terhadap Y karena  $0,011 < 0,05$  di mana 0,05 merupakan taraf signifikan.

## 5. Interpretasi Hasil

Dalam penelitian ini menghasilkan data yang bersifat signifikan seperti yang terdapat dalam hasil uji signifikansi pada tabel 10 dalam lampiran untuk hipotesis 1 yaitu pengungkapan *Islamic corporate social responsibility* berpengaruh positif secara signifikan terhadap reputasi perusahaan menunjukkan (nilai) Sig sebesar 0,035 dan R Square menghasilkan 12,5% sehingga variabel tersebut dapat dikatakan berpengaruh secara signifikan, dapat dikatakan secara signifikan karena nilai Sig. sebesar 0,035 tersebut kurang dari 0,05, di mana 0,05 merupakan taraf signifikan untuk pengambilan keputusan. Hasil hipotesis 2 yaitu pengungkapan *Islamic corporate social responsibility* berpengaruh positif secara signifikan terhadap kinerja keuangan, menunjukkan (nilai) Sig. pada tabel 13 dalam lampiran sebesar 0,011 dibandingkan dengan



$\alpha = 0,05$  nilai Sig. lebih kecil daripada  $\alpha$  ( Sig.  $\leq \alpha$  ), yaitu  $0.035 \leq 0,05$  dan  $0,011 \leq 0,05$ . Artinya hipotesis diterima dan hipotesis tersebut dapat dikatakan berpengaruh positif. Dengan demikian, hal ini menunjukkan bahwa variabel X berpengaruh secara signifikan terhadap variabel  $Y_1$  dan  $Y_2$ . Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian sebelumnya Wardani, Eke Ayu (2013) yang mengasikkan bahwa pengaruh pengungkapan *Islamic corporate social responsibility* berpengaruh positif secara signifikan terhadap reputasi perusahaan.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 1. Kesimpulan

Hasil penelitian mengenai Pengaruh Pengungkapan *Islamic Corporate Sosial Responsibility* terhadap reputasi Perusahaan dan Kinerja Keuangan Perusahaan pada perusahaan bank syariah di Indonesia periode 2013-2015 yang diteliti oleh penulis yaitu bahwa

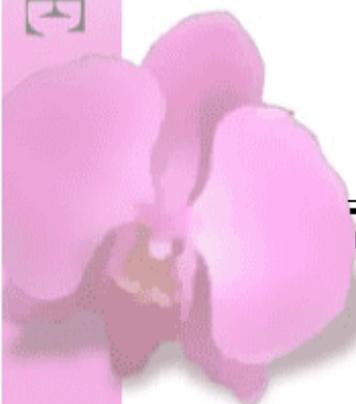
- a. *Islamic Corporate Sosial Responsibility* berpengaruh positif secara signifikan terhadap Reputasi Perusahaan. Nilai Sig sebesar  $0,035 \leq 0,05$  yang merupakan taraf signifikan untuk pengambilan keputusan dan , R Square 12,5 %. Hasil ini didukung oleh penelitian sebelumnya Wardani (2013).
- b. *Islamic Corporate Sosial responsibility* berpengaruh positif secara signifikan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. Nilai Sig.  $0,11 \leq 0,05$  yang merupakan taraf signifikan dalam penga,bilan keputusan dan, R Square 17,5 %. Hasil ini kurang sependapat dengan penelitian sebelumnya Wardani (2013).

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian ini didukung oleh Penelitian Wardani (2013) untuk hipotesis 1 yaitu Pengaruh pengungkapan *Islamic Corporate Sosial Responsibility* Terhadap Reputasi Perusahaan namun, untuk hipotesis yang kedua yaitu Pengaruh *Islamic Corporate Sosial Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan tidak sependapat karena dalam penelitian Wardani (2013) kinerja keuangan diproyeksi dengan ROA dan ROE sehingga hasilnya Pengaruh *Islamic Corporate Sosial Responsibility* berpengaruh negative terhadap ROA tetapi tidak signifikan dan *Islamic Corporate Sosial Responsibility* berpengaruh positif terhadap ROE.

## 2. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan peneliti tersebut maka saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan:

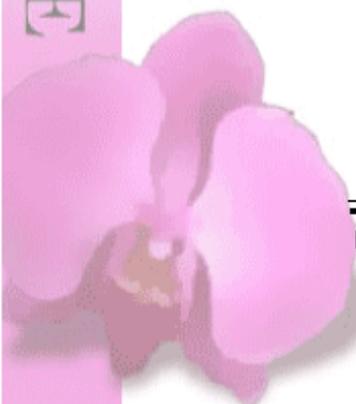
- a. Menambah periode dalam melakukan penelitian supaya hasil yang diteliti lebih akurat.
- b. Memilih proxy untuk pengukuran dengan menggunakan rumus yang terbaru untuk memudahkan peneliti dalam mengolah data.



## DAFTAR PUSTAKA

- Deegan, Rankin, and Tobin. 2002. *An examination of the corporate social and environmental disclosures of BHP from 1983-1997: a test of legitimacy theory*, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 15(3), 312-343.
- Fauziah, Ella Fitria (2012). Pengaruh Corporate Sosial Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan perusahaan Yang terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2012. (*Effect of Corporate Social Responsibility Disclosure on Financial Performance Companies Listed in Indonesia Stock Exchange in 2010- 2012*). Diunduh pada 09 September 2016, dari <http://multiparadigma.lecture.ub.ac.id/>
- Ghozali, I. 2005. Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS. *Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro*.
- Kasirin Untung, Gustani. Akuntansi Keuangan. Diunduh pada 13 Juli 2017 dari <http://akuntansikeuangan.com/about/amp/>
- Nita,Sambayang fauziah.2012. Gambaran Umum Bank Syariah. Diunduh pada 13 Juli 2017, dari <https://tugas2kampus.wordpress.com/2013/10/10/gambaran-umum-bank-syariah/>
- Raharjo,Sahid.(2015).Uji heterokedastisitas dengan grafik Scatterplot SPSS. Diunduh pada 12 Juli 2017, dari <http://www.konsistensi.com/2015/01/ujiheterokedastisitas-dengan-grafik.html>
- Raharjo,Sahid.(2015).Uji heterokedastisitas dengan grafik Scatterplot SPSS. Diunduh pada 12 Juli 2017, dari <http://www.konsistensi.com/2014/02/uji-autokorelasi-dengan-durbin-watson.html>
- Riyadi,Slamet.2016.Rasio Profitabilitas Bank (ROA dan ROE). Diunduh pada 10 Semtember 2019, dari <https://dosen.perbanas.id/rasio-profitabilitas-bank-roa-dan-roe/>
- Sarjono, Haryadi dan Julianta, Winda ( 2011). SPSS vs Lisrel Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset. Jakarta. Salemba Empat.
- Sulistiyowati CA.2011. Mengukur Nilai perusahaan. Diunduh pada 13 Juli 2017,darie-[journal.uajy.ac.id/1295/3/2EA16787.pdf](http://journal.uajy.ac.id/1295/3/2EA16787.pdf).

- Trisnawati,Rina (2011). Pengukuran Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Perbankan Syariah Di Indonesia. Diunduh pada 09 September 2016, dari <http://multiparadigma.lecture.ub.ac.id/>
- Wardani, Eka Ayu (2013) Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure* Terhadap Reputasi Perusahaan dan Kinerja Keuangan Perusahaan. Diunduh pada 09 September 2016, dari <http://multiparadigma.lecture.ub.ac.id/>





### Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi

Semester GASAL Tahun Akademik 2016/2017

Nomor : 0908/BAAK/X/2016

Setelah memperhatikan Surat Ketua Program Studi tentang usulan dosen pembimbing skripsi dengan ini Ketua STIE Malangkuçewara Malang menetapkan :

Nama : Dra. LAILATUS SAADAH, MSi.  
Sebagai : Dosen Pembimbing 1  
Nama : --  
Sebagai : Dosen Pembimbing 2

Untuk mahasiswa berikut

Nama : SHEYLA TRI INDRAWATI  
Nomor Pokok : A.2013.1.32528  
Skripsi yang diajukan  
Bidang Kajian : TEORI AKUNTANSI  
Pokok Bahasan : HUMAN RESOURCHE ACCOUNTING  
Tempat/Obyek : -  
Judul Skripsi : -

Demikian surat penetapan ini dikeluarkan untuk dilaksanakan dengan sebaiknya.  
Penetapan ini berlaku sejak dikeluarkan.

Dikeluarkan di : Malang  
Pada Tanggal : 06/10/2016  
Ketua Program Studi Akuntansi,



Dra. RR. WIDANARNI PUDJIASTUTI, Ak., MSi., CA  
NIK-P.3M : 202.710.246



# STIE Malangkuçęwara

(Accounting Business Management)

Jl. Terusan Candi Kalasan - Malang Telp. 0341-491813

## KARTU BIMBINGAN SKRIPSI BAB I s.d. BAB III

BLN/TGL	BAB	PERMASALAHAN	PARAF
Bulan :			
10/10/2016		Konsultasi judul	[Signature]
22/11/2016		Konsultasi Prop	
30/11/2016		Seminar proposal	
Bulan :			
7/12/2016		Konsultasi Bab I - III	[Signature]
Bulan :			
31/01/2017		Konsultasi revisi bab I - III	
16/03/2017		Revisi bab I - III	
Bulan :			
22/03/2017		Konsultasi bab I - III	
Bulan: Mei			
19		Konsultasi Bab I - III	[Signature]
14 Juni		Konsultasi Bab I - III	
20 Juli		Acc. Bab I - III	

Dosen Pembimbing 1

Dosen Pembimbing 2

### Catatan:

Bobot Penilaian skripsi oleh pembimbing sebesar 50% dengan kriteria penilaian:

1. Ide/inovasi penelitian
2. Pemahaman konsep/teori
3. Pemahaman Metodologi
4. Kemampuan Analisis
5. Sistematika Penulisan

MCFE

PENGARUH PENGUNGKAPAN ISLAMIC CORPORATE SOSIAL RESPONSIBILITY  
TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN DAN KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN

( Studi Empiris pada Perusahaan Bank Syariah Periode 2013-2015 )

Author : SHEYLA TRI INDRAWATI NPK : A.2013.1.32528



### Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi

Semester GASAL Tahun Akademik 2016/2017

Nomor : 0908/BAAK/X/2016

Setelah memperhatikan Surat Ketua Program Studi tentang usulan dosen pembimbing skripsi dengan ini Ketua STIE Malangkeçwara Malang menetapkan :

Nama : Dra. LAILATUS SAADAH, MSi., Akt  
Sebagai : Dosen Pembimbing 1  
Nama : ---  
Sebagai : Dosen Pembimbing 2

Untuk mahasiswa berikut

Nama : SHEYLA TRI INDRAWATI  
Nomor Pokok : A.2013.1.32528  
Skripsi yang diajukan  
Bidang Kajian : TEORI AKUNTANSI  
Pokok Bahasan : HUMAN RESOURCHE ACCOUNTING  
Tempat/Obyek : POJOK GALERI INVESTASI BEI STIE  
MALANGKEÇWARA  
Judul Skripsi : PENGARUH PENGUNGKAPAN ISLAMIC CORPORATE  
SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP REPUTASI  
PERUSAHAAN DAN KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN

Demikian surat penetapan ini dikeluarkan untuk dilaksanakan dengan sebaiknya.  
Penetapan ini berlaku sejak dikeluarkan.

Dikeluarkan di : Malang  
Pada Tanggal : 20/07/2017  
Ketua Program Studi Akuntansi,



Dra. RR. WIDANARNI PUDJIASTUTI, Ak., MSi., CA  
NIK-P.3M : 202.710.246



(Accounting Business Management)

Jl. Terusan Candi Kalasan - Malang Telp. 0341-491813

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI  
BAB IV s.d. BAB V

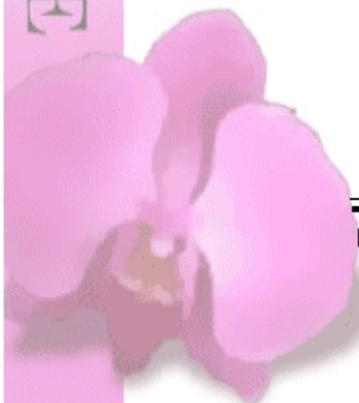
BLN/TGL	BAB	PERMASALAHAN	PARAF
		Bulan : Juli	
10 - Juli		Konsultasi Bab IV	
24 - Juli		" Bab IV + V	
25 - Juli		" Bab IV - V	
25 - Juli		Atc. Bab IV + V	
		Bulan :	
		Bulan :	
		Bulan :	
		Bulan :	

Dosen Pembimbing 1

Dosen Pembimbing 2  
 \_\_\_\_\_

- Catatan:  
 Bobot Penilaian skripsi oleh pembimbing sebesar 50% dengan kriteria penilaian:
6. Ide/inovasi penelitian
  7. Pemahaman konsep/teori
  8. Pemahaman Metodologi
  9. Kemampuan Analisis

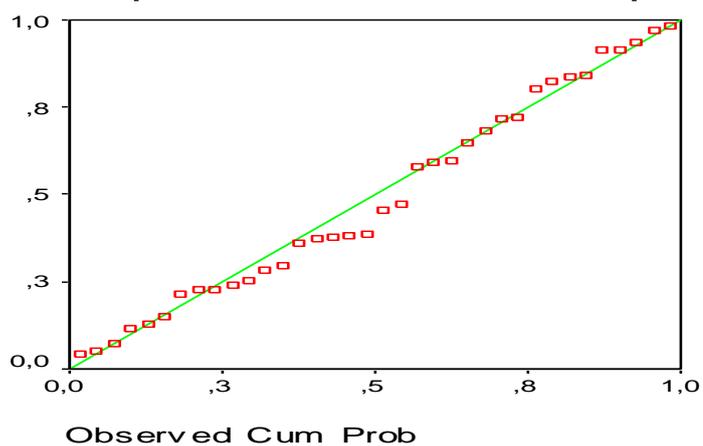
MCFE



## LAMPIRAN

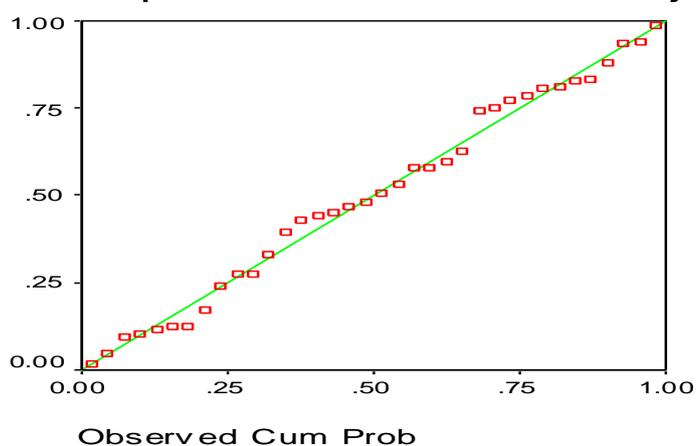
**Gambar 1 Hasil Uji Normalitas Hipotesis 1**

**Normal P-P Plot of Regression  
Dependent Variable: Reputasi F**

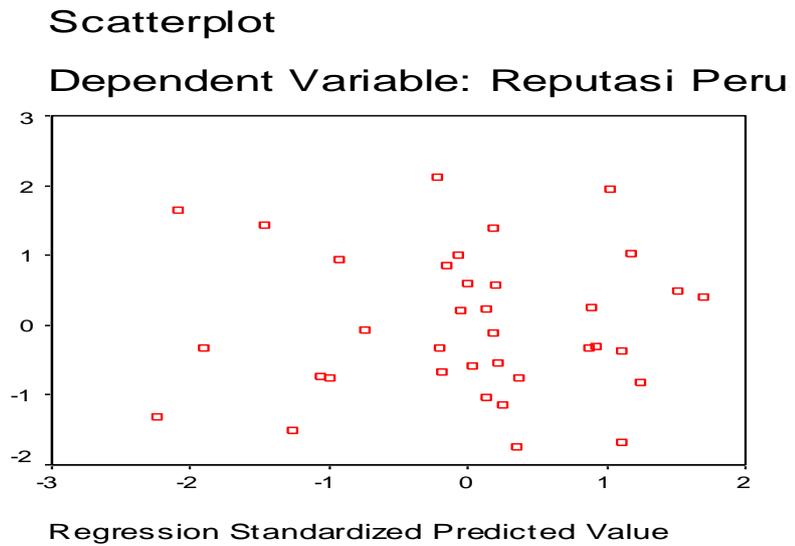


**Gambar 3 Hasil Uji Normalitas Hipotesis 2**

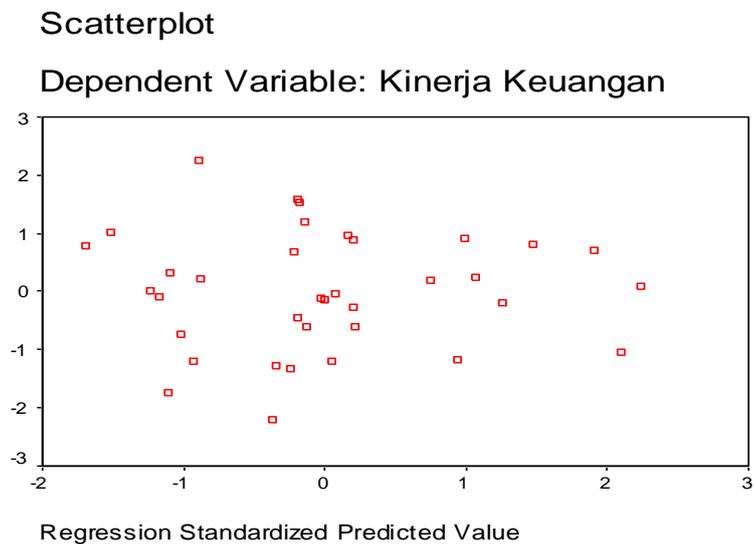
**Normal P-P Plot of Regression Stand  
Dependent Variable: Kinerja Keuangan**



**Gambar 4 Hasil Uji Heterokedastisitas Hipotesis 1**



**Gambar 5 Hasil Uji Heterokedastisitas Hipotesis 2**



**Tabel 8 Hasil Uji Auto Korelasi Hipotesis 1**

**Model Summary**

Model	Durbin-Watson
1	1,856 <sup>a</sup>

- a. Predictors: (Constant), ICSR
- b. Dependent Variable: Reputasi Perusahaan

**Tabel 9 Hasil Uji Autokorelasi Hipotesis 2**

**Model Summary**

Model	Durbin-Watson
1	1.799 <sup>a</sup>

- a. Predictors: (Constant), ICSR
- b. Dependent Variable: Kinerja Keuangan

**Tabel 9 Hasil Uji Regresi Hipotesis 1**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,353 <sup>a</sup>	,125	,099	22228,66086

- a. Predictors: (Constant), ICSR

**Tabel 10 Hasil Uji Regresi Hipotesis 1**

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2391432913	1	2391432913	4,840	,035 <sup>a</sup>
	Residual	16799854357	34	494113363,4		
	Total	19191287270	35			

- a. Predictors: (Constant), ICSR
- b. Dependent Variable: Reputasi Perusahaan

**Tabel 11 Hasil Uji Regresi Hipoteis 1****Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	35,691	6165,121		,006	,995
	ICSR	16968,551	7713,100	,353	2,200	,035

a. Dependent Variable: Reputasi Perusahaan

**Tabel 12 Hasil uji Regresi Hipotesis 2****Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,419 <sup>a</sup>	,176	,151	19,18684

a. Predictors: (Constant), ICSR

**Tabel 13 Hasil uji Regresi Hipotesis 2****ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2667,979	1	2667,979	7,247	,011 <sup>a</sup>
	Residual	12516,581	34	368,135		
	Total	15184,560	35			

a. Predictors: (Constant), ICSR

b. Dependent Variable: Kinerja Keuangan

**Tabel 14 Hasil uji Regresi Hipotesis 2****Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,662	5,321		-,312	,757
	ICSR	17,923	6,658	,419	2,692	,011

a. Dependent Variable: Kinerja Keuangan