

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Data dan Sampel

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dari perusahaan asuransi syariah dan perbankan syariah periode pengamatan tahun 2014-2015. Data-data tersebut berupa laporan keuangan yang dipublikasikan melalui *website* masing-masing perusahaan. Data diperoleh dari: Website masing-masing perusahaan, yaitu berupa laporan tahunan (*annual report*), laporan keuangan yang telah diaudit, serta foto-foto kegiatan CSR perusahaan.

Populasi dalam hal ini adalah keseluruhan perusahaan asuransi syariah dan perbankan syariah. Pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*.

Tabel 4.1 berikut ini menyajikan prosedur pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4.1
Prosedur Pemilihan Sampel

No	Kriteria	Jumlah Perusahaan
1	Perusahaan asuransi dan perbankan syariah periode 2014-2015	66
2	Tidak mempublikasikan laporan keuangan	(12)
3	Tidak memiliki kelengkapan data (2014-2015) - Tidak membayar zakat - Tidak memiliki laporan CSR atupun foto kegiatan CSRnya	(39) (2)
4	Jumlah sampel yang digunakan	13
5	Jumlah observasi (6x2)	26

Tabel 4.1 menunjukkan jumlah keseluruhan perusahaan asuransi syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan pada saat pengumpulan data adalah 66 perusahaan. Perusahaan yang termasuk dalam kelompok industri asuransi dan

perbankan syariah dan tidak mempublikasikan laporan keuangan tahun 2014-2015 adalah sebanyak 13 perusahaan. Perusahaan asuransi syariah dan perbankan yang selama 2012-2014 tidak memiliki kelengkapan data yang dibutuhkan selama periode pengamatan sebanyak 39 perusahaan, yakni tidak membayar zakat sebanyak 39 perusahaan dan tidak mempublis laporan csr ataupun foto kegiatan csr sebanyak 2 perusahaan. Perusahaan yang diambil sebagai sampel sebanyak 13 perusahaan selama 2 tahun pengamatan. Dengan demikian jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 26 sampel.

4.1.2 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata (mean), median, dan standar deviasi. Berikut ini tabel yang menyajikan statistik data-data yang diperoleh

Tabel 4.2 Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Zakat	26	,01933	9,59298	1,1600471	1,98313238
ICSR	26	,26300	,78947	,6132472	,13601943
Reputasi	26	,29410	,88235	,6968314	,14475688
Kinerja Perusahaan	26	,00174	,28790	,0843235	,08286852
Valid N (listwise)	26				

Sumber: Data sekunder diolah tahun 2017 (SPSS V 22)

Berdasarkan hasil tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa statistik deskriptif dari masing-masing variabel penelitian. Jumlah sampel setiap variabel ada 26 sampel dari 55 perusahaan asuransi syariah dan 11 perbankan syariah. Pada variabel Zakat (X1) memiliki nilai minimum 0,01933 yang dimiliki oleh PT. Bank Panin Syariah, nilai maksimum sebesar 9,59298 yang dimiliki oleh PT. Bank Syariah Mandiri, dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 1,1600471 dan standar deviasi sebesar 1,98313238. Hal ini menunjukkan bahwa variabel zakat mengindikasikan hasil yang cukup baik karena standar deviasi yang mencerminkan dari data variabel tersebut cukup rendah yaitu lebih besar dari nilai *mean*.

Pada ICSR (X2) yang memiliki nilai minimum 0,2630 yang dimiliki oleh PT Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967, nilai maksimum sebesar 0,78947 yang dimiliki oleh PT Bank Muamalat dan PT Bank Mandiri Syariah dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,6132472 dan standar deviasi sebesar 0,13601943. Hal ini menunjukkan bahwa variabel ICSR mengindikasikan hasil yang cukup baik karena standar deviasi yang mencerminkan penyimpangan dari data variabel tersebut cukup rendah karena lebih kecil dari nilai *mean*.

Pada variabel reputasi (Y1) memiliki nilai minimum 0,2941, yang dimiliki oleh Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967, dengan nilai maksimum sebesar 0,88235 yang dimiliki oleh PT Bank Mandiri Syariah, dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,6968314 dan standar deviasi sebesar 0,14475688. Hal ini menunjukkan bahwa variabel reputasi mengindikasikan hasil yang kurang baik karena standar deviasi yang mencerminkan penyimpangan dari data variabel tersebut rendah karena lebih besar dari nilai *mean*.

Pada variabel kinerja perusahaan (Y2) memiliki nilai minimum sebesar 0,00174 yang dimiliki oleh PT. Bank Panin Syariah, dengan nilai maksimum sebesar 0,2879 yang dimiliki Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967, dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,0843235 dan standar deviasi sebesar 0,08286852. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kinerja perusahaan mengindikasikan hasil yang cukup baik karena standar deviasi yang mencerminkan penyimpangan dari data variabel tersebut rendah karena lebih kecil dari nilai *mean*.

4.1.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.1.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data memiliki tujuan untuk menguji variabel dependen dan independen dalam persamaan regresi bahwa keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Hasil uji normalitas menggunakan *kolmogorov-smirnov* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3**Uji Normalitas Data Reputasi (Y1) (*Kolmogorov Smirnov*)****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardize d Residual
N		26
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,08469225
Most Extreme Differences	Absolute	,132
	Positive	,114
	Negative	-,132
Test Statistic		,132
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Dependent Variable: Reputasi

Tabel 4.4**Uji Normalitas Data Kinerja Perusahaan (Y2) *Kolmogorov Smirnov*****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardize d Residual
N		26
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,06608992
Most Extreme Differences	Absolute	,121
	Positive	,102
	Negative	-,121
Test Statistic		,121
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Dependent Variable: Reputasi

Apabila pada hasil uji *kolmogorov smirnov* , nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ berarti hipotesis nol (H_0) ditolak atau variabel tidak berdistribusi secara normal, sedangkan apabila nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)* lebih besar dari $\alpha = 0,05$ berarti hipotesis nol (H_0) diterima atau variabel data berdistribusi normal. (Ghozali (2016, p. 31)

Pada tabel 4.3 nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* hasil dari uji *kolmogrov smirnov* adalah 0,200 lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel data tersebut terdistribusi secara normal. Pada tabel 4.4 nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* hasil dari uji *kolmogrov smirnov* adalah 0,200 lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel data tersebut terdistribusi secara normal.

4.1.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.5 Uji Heteroskedastisitas Reputasi (Y1) (Uji Gletjer)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,152	,038		4,010	,001
	Zakat	-,003	,004	-,146	-,760	,455
	ICSR	-,127	,062	-,392	-2,040	,053

a. Dependent Variable: Absres_Y1

Tabel 4.6 Uji Heteroskedastisitas Kinerja Perusahaan (Y2) (Uji Gletjer)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,297	,116		2,563	,031
	Zakat	,021	,086	,091	,243	,814
	ICSR	-,327	,258	-,475	-1,266	,237

a. Dependent Variable: Absres_Y2

Sumber : Data sekunder diolah tahun 2017 (SPSS V 22)

Dalam penelitian ini untuk menguji ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas, peneliti menggunakan uji gletjer dimana model regresi yang baik adalah yang tidak mengandung heteroskedastisitas atau mempunyai varians yang homogen. Berdasarkan Tabel 4.5 dan 4.6 dapat dilihat bahwa tingkat signifikansi nilai

tersebut berada diatas 5% atau 0,05 dengan demikian dapat disimpulkan model regresi yang ada bebas heteroskedastisitas.

4.1.3.3. Uji Multikolinieritas

Tabel 4.7 Uji Multikolinieritas Reputasi (Y1)

Coefficients^a			
		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Zakat	,937	1,068
	ICSR	,937	1,068

a. Dependent Variable: Reputasi

Tabel 4.8 Uji Multikolinieritas Kinerja Perusahaan (Y2)

Coefficients^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Zakat	,937	1,068
	ICSR	,937	1,068

a. Dependent Variable: Kinerja Perusahaan

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Berdasarkan tabel 4.5 seluruh variabel memiliki nilai tolerance lebih dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10 yang berarti bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada model regresi.

4.1.3.4. Uji Autokorelasi

Masalah autokorelasi biasanya terjadi karena penelitian memiliki data yang terkait dengan unsure waktu (times series). Data pada periode ini memiliki unsur waktu karena didapatkan antara tahun 2014-2015, sehingga perlu mengetahui apakah

model regresi akan terganggu oleh autokorelasi atau tidak. Criteria yang digunakan adalah apabila harga Dw diantara Du sampai dengan $(4-Du)$.

Tabel 4.9 Analisis Autokorelasi (Y1)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,811 ^a	,658	,628	,08829777	2,027

a. Dependent Variable: Reputasi

Tabel 4.10 Analisis Autokorelasi (Y1)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,603 ^a	,364	,309	,06890351	2,428

a. Dependent Variable: Kinerja Perusahaan

Pada penelitian ini memiliki 2 variabel bebas dan 2 variabel terikat, atas dasar hal tersebut maka dapat diketahui Du yang diperoleh dari tabel Durbin Watson sebesar 1,5528.

Dik : $n = 26$

$K = 2 - 1 = 1$

Rumus: $du < dw < 4 - du$

$Dw = 1,5528$

Jadi, Nilai Y1 (reputasi) $= 1,5528 < 2,027 < 4 - 1,5528$

$1,5528 < 2,027 < 2,4472$

Nilai Y2 (kinerja perusahaan) $= 1,5528 < 2,428 < 4 - 1,5528$

$1,5528 < 2,428 < 2,4472$

Hasil diatas menunjukkan bahwa berdasarkan tabel model summary data tidak autokorelasi, Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada model regres. (Ghozali,2011)

4.1.4 Analisis Data

4.1.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan $\alpha=5\%$. Hasil pengujian disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.11 Analisis Regresi Linier Berganda (Y1)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,216	,082		2,637	,015
	Zakat	,019	,009	,267	2,119	,045
	ICSR	,746	,134	,701	5,564	,000

a. Dependent Variable: Reputasi

Tabel 4.12 Analisis Regresi Linier Berganda (Y2)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,307	,064		4,785	,000
	Zakat	-,002	,007	-,052	-,304	,764
	ICSR	-,358	,105	-,588	-3,422	,002

a. Dependent Variable: Kinerja Perusahaan

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel reputasi dan kinerja perusahaan dipengaruhi oleh zakat dan ICSR dengan persamaan matematis sebagai berikut :

$$Y_1 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y_1 = 0,216 + 0,019 + 0,746 + e$$

$$Y_2 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y_2 = 0,307 + (-0,002) + (-0,358) + e$$

Persamaan tersebut menunjukkan angka variabel zakat (X1) dan ICSR (X2), Adapun interpretasi dari persamaan tersebut adalah :

1. Konstanta (= 0,216) menyatakan bahwa jika variabel independen dianggap konstan, maka rata-rata reputasi sebesar 0,216
2. Konstanta (= 0,307) menyatakan bahwa jika variabel independen dianggap konstan, maka rata-rata kinerja perusahaan sebesar 0,307
3. Koefisien variabel zakat (X1) pada variabel reputasi (Y1) yaitu sebesar 0,019 menyatakan bahwa setiap kenaikan zakat 1% maka variabel reputasi akan naik sebesar 0,019 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
4. Koefisien variabel zakat (X1) pada variabel kinerja perusahaan (Y2) yaitu sebesar -0,002 menyatakan bahwa setiap kenaikan zakat 1% maka variabel reputasi akan turun sebesar -0,002 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
5. Koefisien variabel ICSR (X2) pada variabel reputasi (Y1) yaitu sebesar 0,746 menyatakan bahwa setiap kenaikan *leverage* 1% maka variabel reputasi akan naik sebesar 0,746 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
6. Koefisien variabel ICSR (X2) pada variabel kinerja perusahaan (Y2) yaitu sebesar -0,358 menyatakan bahwa setiap kenaikan *leverage* 1% maka variabel kinerja perusahaan akan turun sebesar -0,358 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

4.1 Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji Kelayakan Model (Uji F) pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap semua variabel dependen. Jika nilai signifikansi uji F lebih kecil

dari 0,05 berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila sebaliknya nilai signifikansi uji F lebih besar dari 0,05 berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel independen dan variabel dependen. (Ghozali, 2016, p. 99) Berikut adalah hasil Uji F yang telah diolah :

Tabel 4.13 Uji Kelayakan Model (Uji F) (Y1)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,345	2	,172	22,096	,000 ^b
	Residual	,179	23	,008		
	Total	,524	25			

a. Dependent Variable: Reputasi

Tabel 4.12 Uji Kelayakan Model (Uji F) (Y2)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,062	2	,031	6,580	,005 ^b
	Residual	,109	23	,005		
	Total	,172	25			

a. Dependent Variable: Kinerja Perusahaan

Dari hasil perhitungan variabel reputasi dapat dilihat bahwa nilai signifikansi adalah sebesar 0,000 dan nilai F hitung sebesar 22,096. Dasar pengambilan keputusan adalah tingkat signifikansinya sebesar 5% atau 0,05. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara zakat dan icsr terhadap reputasi secara simultan.

Dari hasil perhitungan variabel reputasi dapat dilihat bahwa nilai signifikansi adalah sebesar 0,005 dan nilai F hitung sebesar 6,580. Dasar pengambilan keputusan adalah tingkat signifikansinya sebesar 5% atau 0,05. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara zakat dan icsr terhadap reputasi secara simultan.

4.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.13 Uji Koefisien Determinasi (R^2) (Y1)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,811 ^a	,658	,628	,08829777

a. Dependent Variable: Reputasi

Tabel 4.13 Uji Koefisien Determinasi (R^2) (Y2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,603 ^a	,364	,309	,06890351

a. Dependent Variable: Kinerja Perusahaan

Sumber : Data sekunder diolah tahun 2017 (SPSS V 22)

Koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. (Gozali 2016, p. 98).

Dari tabel variabel dependen reputasi diatas dapat dijelaskan bahwa nilai R sebesar 0,811 artinya korelasi antara variabel independen (zakat dan ICSR) terhadap reputasi sebesar 0,811 atau 81,1%. Hal ini berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen kuat, karena berada diatas 0,5 (>5%). Adjusted R^2 (R Square) yaitu menunjukkan koefisien determinasi. Nilai R Square sebesar 0,658, artinya 65,8% variabel reputasi dapat dijelaskan oleh variabel independen zakat dan ICSR. Sedangkan sisanya sebesar

($100\% - 65,8\% = 34,2\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

Dari tabel variabel dependen kinerja perusahaan diatas dapat dijelaskan bahwa nilai R sebesar 0,603 artinya korelasi antara variabel independen (zakat dan ICSR) terhadap reputasi sebesar 0,603 atau 60,3%. Hal ini berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen kuat, karena berada diatas 0,5 ($>5\%$). Adjusted R2 (R Square) yaitu menunjukkan koefisien determinasi. Nilai R Square sebesar 0,364, artinya 36,4% variabel reputasi dapat dijelaskan oleh variabel independen zakat dan ICSR. Sedangkan sisanya sebesar ($100\% - 36,4\% = 63,6\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

4.3 Uji Hipotesis (Uji t)

Uji Hipotesis (Uji t) menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Jika nilai signifikansi uji t lebih kecil dari 0,05 berarti terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Apabila sebaliknya nilai signifikansi uji t lebih besar dari 0,05 berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. (Ghozali, 2016:99)

Berikut adalah hasil uji t yang telah diolah :

Tabel 4.14 Uji Hipotesis(Uji t) (Y1)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,216	,082		2,637	,015
Zakat	,019	,009	,267	2,119	,045
ICSR	,746	,134	,701	5,564	,000

a. Dependent Variable: Reputasi

Tabel 4.15 Uji Hipotesis(Uji t) (Y2)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,307	,064		4,785	,000
Zakat	-,002	,007	-,052	-,304	,764
ICSR	-,358	,105	-,588	-3,422	,002

a. Dependent Variable: Kinerja Perusahaan

Sumber : Data sekunder diolah tahun 2017 (SPSS V 22)

Dari hasil uji hipotesis variabel dependen reputasi dapat dilihat bahwa dari 2 variabel independen yaitu zakat dan ICSR yang mempunyai nilai signifikansi kurang dari 0.05. Dimana zakat memiliki nilai signfikan 0,045 ($0,045 < 0,05$) dan variabel ICSR memiliki nilai signifikansi 0,000 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian zakat dan ICSR memiliki pengaruh terhadap reputasi.

Sedangkan variabel dependen kinerja perusahaan dapat dilihat bahwa dari 2 variabel independen yaitu zakat dan ICSR, variabel zakat yang mempunyai nilai signifikansi lebih dari 0.05. Dimana zakat memiliki nilai signifikansi 0,764 ($0,764 > 0,05$) dan ICSR memiliki nilai signifikansi 0,002 ($0,002 < 0,05$). Dengan demikian zakat tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan sedangkan untuk ICSR memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan.

Hasil Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil output pada tabel diatas, dapat dianalisa pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Uji Hipotesis Pertama (H1) : Pengaruh Zakat Terhadap Reputasi

Berdasarkan hasil pengujian terhadap uji t tabel 4.14, kompensasi bonus memiliki nilai signifikansi sebesar 0,045, yakni lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Zakat berpengaruh terhadap reputasi pada taraf signifikansi 5% dan hipotesis pertama diterima.

2. Hasil Uji Hipotesis Dua (H2) : Pengaruh ICSR Terhadap Reputasi

Berdasarkan hasil pengujian terhadap uji t pada tabel 4.14, dapat diketahui bahwa variabel ICSR (X2) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000, dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Artinya pada tarif signifikan 5% ICSR berpengaruh terhadap Reputasi atau dengan kata lain hipotesis 2 (H2) diterima.

3. Hasil Uji Hipotesis Tiga (H3) : Pengaruh Zakat Terhadap Kinerja perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian terhadap uji t pada tabel 4.15, dapat diketahui bahwa variabel zakat (X1) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,764, dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Artinya pada tarif signifikan 5% zakat tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan atau dengan kata lain hipotesis 3 (H3) ditolak.

4. Hasil Uji Hipotesis Empat (H4) : Pengaruh ICSR Terhadap Kinerja perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian terhadap uji t pada tabel 4.15, dapat diketahui bahwa variabel risiko litigasi (X4) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,002, dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Artinya pada tarif signifikan 5% risiko ICSR berpengaruh terhadap kinerja perusahaan atau dengan kata lain hipotesis 4 (H4) diterima.

Tabel 4.15
Hasil Penelitian

Hipotesis Penelitian	Hasil Uji
H ₁ = Zakat berpengaruh terhadap Reputasi	H _a diterima
H ₂ = ICSR berpengaruh terhadap Reputasi	H _a diterima
H ₃ = Zakat tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan	H _a ditolak
H ₄ = ICSR berpengaruh terhadap Kinerja perusahaan	H _a diterima

4.4 Pembahasan

Penelitian ini menguji pengaruh antara variabel zakat dan ICSR terhadap reputasi dan kinerja perusahaan pada perusahaan asuransi syariah dan perbankan syariah pada tahun 2014-2015.

4.4.1 Pengaruh Zakat terhadap Reputasi

Hipotesis pertama menyatakan bahwa zakat berpengaruh terhadap reputasi, maka hipotesis pertama ditolak, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan $0,045 < 0,05$. Perusahaan yang membayar zakat akan dinilai oleh stakeholder sebagai perusahaan yang memiliki reputasi yang baik, dikarenakan perusahaan tersebut dinilai sebagai perusahaan syariah yang menunaikan kewajiban membayar zakatnya dan patuh terhadap hukum agamanya.

Hasil ini juga mendukung sharia enterprise theory menegaskan Allah sebagai pusat, karena Allah sebagai Pencipta dan Pemilik seluruh alam semesta serta sumber daya. Dengan membuktikan akan pemenuhan kinerja lingkungan baik karena sumber daya yang dimiliki perusahaan inilah, yang merupakan amanah dari Allah membuktikan kepatuhan stakeholder untuk mempertanggungjawabkan kepada Allah sebagai stakeholder tertinggi. Zakat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan, hal ini mendukung penelitian (Ichwan et al, 2016).

4.4.2. Pengaruh ICSR terhadap Reputasi

Hipotesis kedua menyatakan bahwa ICSR berpengaruh terhadap reputasi. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa ICSR berpengaruh terhadap reputasi maka hipotesis kedua diterima, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga tingkat ICSR yang tinggi akan mempengaruhi reputasi karena dengan adanya ICSR maka mempengaruhi reputasi perusahaan karena dinilai sebagai perusahaan yang memiliki kepedulian terhadap lingkungannya.

Teori legitimasi merupakan teori yang menjelaskan mengenai hubungan antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan menjalankan kegiatan perusahaan dan menggunakan sumber ekonomi yang ada. Teori ini menggambarkan hubungan yang terjadi antara perusahaan dan masyarakat sebagai “kontrak sosial”.

Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan menggunakan laporan tahunan untuk menggambarkan kesan tanggung jawab lingkungan, sehingga mereka diterima oleh masyarakat. (Ghozali dan Chairi ,2007)

ICSR berpengaruh terhadap reputasi. Hal ini konsisten dengan penelitian (Arshad, 2012).

4.4.3 Pengaruh Zakat terhadap Kinerja Perusahaan

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa zakat tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan zakat tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan maka hipotesis ketiga ditolak, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan $0,764 > 0,05$. perusahaan yang membayar zakat akan mengurangi laba bersih yang diterima oleh perusahaan sehingga semakin tinggi zakat yang dibayarkan oleh perusahaan maka laba untuk ekuitas perusahaan semakin berkurang dan dapat mengurangi kinerja perusahaan asuransi dan perbankan syariah.

4.4.4 Pengaruh ICSR terhadap Kinerja Perusahaan

Hipotesis keempat menyatakan bahwa ICSR berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan ICSR berpengaruh terhadap kinerja perusahaan maka hipotesis keempat diterima, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan $0,002 < 0,05$ sehingga ICSR yang dimiliki perusahaan asuransi syariah berdampak terhadap tinggi atau rendahnya kinerja perusahaan yang dilakukan didalam perusahaan asuransi syariah.

Hasil penelitian ini mendukung teori legitimasi yang menyatakan bahwa ICSR sebagai sistem pelaporan yang dilakukan oleh perusahaan dalam pengungkapan tanggungjawab sosial secara islami. Serta mendukung shariah enterprise theory yang menegaskan bahwa Allah sebagai pusat, bahwa ICSR menjadi perhatian para stakeholder perusahaan dalam mendorong meningkatkan pengungkapan tanggungjawab sosial secara islami yang dilakukan perusahaan sebagai suatu kepatuhan atas amanah yang diberikan Allah.

Keberhasilan yang dilakukan oleh Perusahaan dalam menjalankan strategi marketing dalam rangka meningkatkan animo masyarakat untuk menginvestasikan dananya di asuransi syariah dan perbankan syariah. CSR dinilai sebagai bentuk aplikasi strategi yang tepat akan membuat sebuah perusahaan mampu untuk mengungguli para pesaingnya. CSR pun bisa dijadikan sebagai alat bukti keseriusan dan kepedulian perusahaan terhadap kondisi internal dan eksternal perusahaan tersebut. CSR sangat berkontribusi terhadap keberlanjutan sebuah bisnis. Ketahanan financial bisa dikatakan sebagai promosi sesaat. Sedangkan CSR merupakan strategi investasi yang mengidentifikasi target investasi, yaitu peningkatan secara financial, dan permasalahan lingkungan, social, dan governance. CSR merupakan prioritas investasi jangka panjang untuk bisa berimbas pada kinerja perusahaan. (Hafidza,2011)

ICSR berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, hal ini konsisten oleh penelitian (Wardani, 2015).