

Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure* Terhadap Reputasi Dan Kinerja Keuangan Perusahaan

Nolita Yeni Siregar^{1*)}; Attya Rahmanisa²⁾

^{1*)} nolita.yenisiregar@darmajaya.ac.id, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

²⁾ attya.rahmanisa@gmail.com, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

^{*)} Correspondence Author

Article Info:

Keywords:

Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure;
Corporate Reputation;
Financial Performance;
ROA;
ROE.

Article History:

Received : 2019-04-05
Revised : 2019-04-10
Accepted : 2019-06-18

Article Doi:

Doi:<http://dx.doi.org/10.22441/jies.v8i2.8166>

Abstract

This study examines the effect of Islamic corporate social responsibility on the company's reputation and financial performance. In this study the independent variables were tested, namely the Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure and the dependent variable of corporate reputation and financial performance which were proxied to ROA and ROE. The population in this study are companies registered in the Jakarta Islamic Index in 2014-2016. The sampling technique used was purposive sampling, so that a sample of 18 companies could be obtained. This research was conducted in 2014-2016, so the amount of data in this study was 54 data. The analytical method used is the MANOVA TEST with the SPSS V.20 tool. The results of the study prove that the Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure influences the company's reputation and ROE. While the Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure does not have a significant effect on ROA.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris pengaruh *islamic corporate social responsibility* terhadap reputasi dan kinerja keuangan perusahaan. Dalam penelitian ini variabel independen yang diuji, yaitu *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure* serta variabel dependen reputasi perusahaan dan kinerja keuangan yang diproksikan menjadi *ROA* dan *ROE*. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* tahun 2014-2016. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*, sehingga dapat diperoleh sampel sebanyak 18 perusahaan. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2014-2016, sehingga jumlah data dalam penelitian ini sebanyak 54 data. Metode analisis yang digunakan adalah UJI MANOVA dengan alat SPSS V.20. Hasil penelitian membuktikan bahwa *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure* berpengaruh terhadap reputasi perusahaan dan *ROE*. Sedangkan *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure* tidak berpengaruh signifikan terhadap *ROA*.

Kata Kunci: *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure, Reputasi Perusahaan, Kinerja Keuangan, ROA dan ROE*

PENDAHULUAN

Menjadi perusahaan yang dapat beroperasi secara berkelanjutan tidaklah mudah. Perusahaan harus dapat menarik perhatian dan kepercayaan dari pihak stakeholder. Pihak stakeholder sendiri terdiri dari beberapa pihak, salah satunya masyarakat dan investor. Kedua pihak ini merupakan pihak yang sangat penting dan berhubungan secara langsung dengan kegiatan perusahaan. Menurut teori legitimasi, perusahaan dianjurkan untuk memperhatikan nilai-nilai dan norma dalam berperilaku bisnis. Artinya perusahaan bergerak tidak hanya untuk memperoleh keuntungan bagi perusahaan saja namun harus dengan selaras dengan diterimanya perusahaan di tengah masyarakat. Selain berperan menjadi konsumen masyarakat yang hidup disekitar perusahaan juga perlu mendapatkan perhatian dari perusahaan. Mengingat perusahaan pastinya dalam kegiatan beroperasi akan menimbulkan dampak terhadap lingkungan dan social di sekitar perusahaan. Pandangan serta penilaian dari masyarakat terhadap perusahaan dianggap

penting demi keberlangsungan perusahaan. Perusahaan yang peduli terhadap social dan lingkungan dianggap memiliki reputasi yang baik dimata masyarakat.

Corporate Social Responsibility (CSR) menggambarkan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari suatu kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan masyarakat secara keseluruhan. (Guthrie dan Mathews, 1985). Tanggung jawab sosial tersebut dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan yang berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah. Saat ini tren CSR tidak hanya dilakukan oleh perusahaan konvensional saja, tetapi sudah diterapkan oleh perusahaan yang beroperasi dalam prinsip Islam (syariah). Perkembangan bisnis syariah di Indonesia dibuktikan dengan semakin banyaknya perbankan syariah, bahkan hampir semua bank nasional saat ini memiliki unit usaha syariah. Dibukanya unit usaha syariah tersebut didukung dari banyak pihak yang saat ini mulai tertarik pada produk berlandaskan syariah. Ketertarikan tersebut dibuktikan dengan perkembangan syariah bukan hanya perusahaan atau entitas keuangan saja tetapi juga non keuangan, seperti asuransi, toko, perhotelan, butik, pegadaian syariah, bahkan syariah mulai masuk dalam korporasi. Hal ini dibuktikan dengan korporasi yang berprinsip syariah yaitu dengan diluncurkannya indeks saham yang dibuat berdasarkan syariah islam. Produk tersebut adalah Jakarta Islamic Indeks (JII), dengan indeks ini diharapkan menjadi tolak ukur kinerja saham-saham yang berbasis syariah serta lebih mengembangkan pasar modal syariah. (Widowati, dkk. 2016)

Islam memberikan konsep hidup yang lengkap, mengarahkan setiap fase kehidupan manusia termasuk spiritualitas, bisnis, dan keadilan dalam kehidupan social. Sedangkan syariah merupakan sistem etika dan nilai-nilai yang mencakup semua aspek kehidupan manusia meliputi personal, sosial, politik, ekonomi dan intelektual serta mekanisme yang penting untuk menyesuaikan diri dengan perubahan. Berkaitan dengan hal tersebut, merupakan hal yang wajar jika penerapan hukum syariah menjadi dasar pendirian berbagai perusahaan (Wardani, 2015). Seiring dengan banyaknya perusahaan syariah yang bermunculan maka solusi untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial entitas Islam yaitu *Islamic corporate social responsibility*. *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure (ICSR)* merupakan salah satu bentuk kontribusi yang wajib bagi perusahaan syariah. *ICSR* adalah wujud nyata dari penerapan CSR yang dilakukan perusahaan-perusahaan syariah di Indonesia. Salah satu rerangka atau framework untuk menjelaskan *ICSR* adalah menggunakan 46 item yang merupakan tolak ukur pelaksanaan kinerja social perbankan syariah yang berisi kompilasi item-item standar yang ditetapkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions*). Empat puluh enam item tersebut dikelompokkan dalam enam katagori, antara lain: *finance and investment, product and service theme, employee theme, society theme, environment, dan corporate governance* (Widowati, et.al., 2016).

BEI telah memperkenalkan *Jakarta Islamic Index* yang diluncurkan pada tanggal 3 Juli 2000. JII merupakan indeks saham yang dibuat berdasarkan saham syariah inslam. JII mengacu pada 30 saham yang sektor usahanya memenuhi prinsip Syariah Islam. Saham-saham anggota JII tersebut dinilai memenuhi syarat yang ditetapkan oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI (Widowati, 2016). Beberapa penelitian terdahulu telah dilakukan oleh Wardani (2015), Widowati (2016), Putri (2014) untuk mengetahui pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap Reputasi, dan Kinerja Keuangan. Hasil pengujian membuktikan bahwa variabel *Islamic Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif secara signifikan terhadap reputasi perusahaan perbankan syariah di Indonesia, sedangkan variabel *Islamic Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap ROA. Dan variabel pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* berpengaruh positif secara signifikan terhadap ROE. Dengan demikian maka penelitian ini bertujuan untuk

membuktikan secara empiris pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap reputasi dan kinerja perusahaan.

KAJIAN PUSTAKA

Teori Stakeholder

Teori stakeholder mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Ghozali & Chariri, 2007). Seperti halnya pemegang saham yang mempunyai hak terhadap tindakan-tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, *stakeholder* juga mempunyai hak terhadap perusahaan. *Stakeholder* pada dasarnya dapat mengendalikan atau memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan. Oleh karena itu *power stakeholder* ditentukan oleh besar kecilnya *power* yang dimiliki *stakeholder* atas sumber tersebut *Power* tersebut dapat berupa kemampuan untuk membatasi pemakaian sumber ekonomi yang terbatas (modal dan tenaga kerja), akses terhadap media yang berpengaruh, kemampuan untuk mengatur perusahaan, atau kemampuan untuk mempengaruhi konsumsi atas barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan (Kusumadilaga, 2010).

Corporate Social Responsibility

Awal mula munculnya konsep CSR adalah adanya ketidakpercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Perusahaan yang dimaksud disini tidak terbatas pada Perseroan Terbatas, tetapi setiap kegiatan usaha yang ada, baik berbadan hukum maupun tidak berbadan hukum. Seiring dengan perkembangan zaman, masyarakat semakin sadar akan perlindungan atas hak-hak mereka. Masyarakat menuntut perusahaan untuk lebih peduli dengan masalah-masalah yang terjadi dalam komunitas mereka (Widjaja & Pratama, 2008). Corporate Social Responsibility (CSR) adalah proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi suatu perusahaan terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Arifin & Wardani, 2016). Corporate social responsibility merupakan pengungkapan sukarela yang bisa diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunannya. Namun pengungkapan CSR menjadi wajib setelah diterbitkannya UU PT No.40 Tahun 2007 pasal 74 ayat 1 yang berisi “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”.

Islamic Corporate Social Responsibility

Islamic Corporate Social Responsibility adalah bentuk yang menunjukkan bahwa CSR tidak hanya dilakukan oleh perusahaan konvensional saja akan tetapi perusahaan yang berbasis syariah pun melaksanakan dan mengimplementasikan konsep CSR sesuai dengan perspektif islam. Salah satu kerangka atau framework untuk menjelaskan *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure* adalah menggunakan 46 item yang merupakan tolak ukur pelaksanaan kinerja social perbankan syariah yang berisi kompilasi item-item standar yang ditetapkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions*). Empat puluh enam item tersebut dikelompokkan dalam enam kategori, antara lain: finance and investment, product and service theme, employee theme, society theme, environment, dan corporate governance (Widowati, et.al., 2016). Studi empiris yang dilakukan oleh Reskino (2016), Arifin & Wardani (2016), Arshad, et al. (2012) membuktikan bahwa Islamic corporate social responsibility berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan.

Reputasi Perusahaan

Reputasi perusahaan adalah hasil evaluasi (penilaian) yang menggambarkan citra perusahaan menurut masyarakat, (Wardani, 2015). Reputasi adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas. Setiap perusahaan mempunyai reputasi sebanyak jumlah orang yang memandangnya. Berbagai reputasi perusahaan datang dari pelanggan perusahaan, pelanggan potensial, bankir, staf perusahaan, pesaing, distributor, pemasok, asosiasi dagang, dan gerakan pelanggan di sektor perdagangan yang mempunyai pandangan terhadap perusahaan (Ardianto & Sumirat, 2004).

Kinerja Keuangan

Pengertian kinerja menurut (Sudiyatno, 2010) adalah merupakan kata benda yang artinya: 1. Sesuatu yang dicapai, 2. Prestasi yang diperlihatkan, 3. Kemampuan kerja (peralatan), sedangkan penilaian kinerja adalah penentuan secara periodik efektifitas operasional suatu organisasi, bagian organisasi dan karyawannya berdasarkan sasaran, standar dan kriteria yang ditetapkan sebelumnya. Kinerja sendiri dinilai berdasarkan bagaimana cara pihak perusahaan dalam menjalankan aktivitas perusahaan. Maka pengertian kinerja keuangan adalah penentuan ukuran-ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan dalam segi keuangan yaitu laba. Rasio profitabilitas adalah rasio yang menunjukkan besarnya kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Bagi investor jangka panjang, rasio profitabilitas dapat digunakan untuk melihat keuntungan yang benar-benar akan diterima dalam bentuk dividen (Wardani, 2015). *Return on Asset (ROA)* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan membandingkannya dengan aset. Dengan kata lain *ROA* menjadi suatu informasi kepada investor tentang seberapa besar laba yang dihasilkan dari modal yang telah ditanamkan. (Husnan, 2013). *Return on Equity (ROE)* hal yang dapat digambarkan dalam rasio ini terdapat tiga pokok, yaitu; (a) *profitability*, (b) *assets management*, dan (c) *financial leverage*. *ROE* adalah ratio yang membandingkan laba bersih setelah pajak dengan ekuitas. Pemilihan *proxy ROA* dan *ROE* dilakukan karena dianggap dapat mencerminkan kemampuan atau kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba (Indrawan, 2011).

Hipotesis

Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap Reputasi Perusahaan

Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan menggunakan laporan tahunan mereka untuk menggambarkan kesan tanggung jawab lingkungan, sehingga mereka diterima oleh masyarakat. Dengan adanya penerimaan dari masyarakat tersebut diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan (Widiawati et.al., 2013). Dengan adanya *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure* yang diterapkan oleh perusahaan-perusahaan syariah akan meningkatkan reputasi atau citra perusahaan dimata masyarakat. Pada penelitian sebelumnya oleh Wardani (2016) menghasilkan bahwa *ICSRD* mempengaruhi reputasi perusahaan di mata masyarakat. Dengan dilaksanakannya kegiatan yang bersifat social dan lingkungan masyarakat akan merasa lebih dekat dengan perusahaan sehingga pihak stakeholder akan lebih percaya terhadap perusahaan tersebut. Dari teori dan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya maka hipotesis maka disimpulkan bahwa *ICSRD* berpengaruh terhadap reputasi perusahaan

Ha₁ : Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure berpengaruh terhadap reputasi perusahaan

Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap Kinerja Keuangan

Tanggung jawab sosial merujuk pada kewajiban-kewajiban sebuah perusahaan untuk melindungi dan memberi kontribusi kepada masyarakat dimana perusahaan itu berada dalam hal ini *stakeholder*. *CSR* telah menjadi *driver* penting dalam mempengaruhi opini para pemangku kepentingan mengenai pemenuhan kewajiban perusahaan. Teori *stakeholder* mengemukakan bahwa ketika perusahaan bertemu dengan berbagai macam harapan para *stakeholder* mereka akan lebih mampu menciptakan kinerja perusahaan yang luar biasa (Wardani,2016). 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 (Widiawati.dkk,2013). Penelitian yang dilakukan oleh Putri (2014) menggunakan *ICSRD* sebagai variabel independen dan Kinerja keuangan sebagai variabel dependen. Kinerja keuangan memiliki hubungan signifikan dengan ROA dan ROE. Penelitian tersebut dilakukan oleh delapan perbankan syariah. Dari teori dan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya maka hipotesis maka disimpulkan bahwa *ICSRD* berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

***Ha₂ : Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure* berpengaruh terhadap kinerja keuangan**

METODE

Data dan Sampel Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data diperoleh dari sumber yang menerbitkan dan bersifat siap pakai. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini mereview data keuangan dan laporan *ICSR* dari perusahaan yang tercatat pada Jakarta Islamic Index (JII) periode tahun 2014 sampai dengan 2016. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang tercatat di Jakarta Islamic Index (JII). Untuk menentukan sampel digunakan metode *purposive sampling*. Adapun criteria dalam pemilihan sampel ini adalah: (1) Perusahaan yang tercatat di Jakarta Islamic Index (JII) dari tahun 2014-2016; (2) Perusahaan tersebut mengungkapkan laporan CSR dalam laporan tahunan yang dapat diakses melalui website Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id); (3) Tahun pengamatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pada tahun 2014-2016.

Operasional Variabel

Variable dependen dalam penelitian ini adalah reputasi perusahaan dan kinerja keuangan. Reputasi Perusahaan dalam penelitian ini menggunakan penghitungan reputasi perusahaan dengan *ICSR Index Reputation score* menggunakan *GRI G4* dengan total 35 item yang merupakan item untuk pengungkapan standar umum wajib, diperoleh dari website www.globalreporting.org. (Wardani,2016). adalah sebagai berikut:

$$\sum_{i=1}^{mj} \frac{dj}{N}$$

Sedangkan Kinerja Keuangan merefleksikan keuntungan bisnis dan efisiensi perusahaan dalam pemanfaatan total assets dan equitas. Kinerja keuangan diukur dengan *Return on total assets* (ROA) dan *Return On Equity* ROE . (Chariri,2008)

$$ROA = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{total asset}} \times 100\%$$

$$ROA = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{total equity}} \times 100\%$$

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure (ICSRD)*. *ICSRD* diukur dengan menggunakan index pengungkapan sosial yang merupakan variabel *dummy*. Rumus perhitungan pengungkapan *ICSR* adalah sebagai berikut:

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

Dimana:

ICSRD Ij : *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j.

Nj : jumlah *item* untuk perusahaan j, nj =46

Xij : 1 = jika *item* i diungkapkan; 0 = jika *item* i tidak diungkapkan. Sehingga 0 = I j = 1.

Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan teknik perhitungan statistik. Analisis dalam penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi perangkat computer berupa *SPSS (Statistical Product and Service Solutions)*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas data, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokolerasi. Alat Analisis data yang terdiri yaitu *Multivariate Analysis of Variance (MANOVA)* dengan uji *Test of Between Subjects Effects*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Statistic deskriptif dilakukan dengan tujuan untuk mengenali pola sejumlah data, merangkum informasi dalam data, dan menyajikan informasi tersebut dalam bentuk yang diinginkan. Berdasarkan olah data menggunakan SPSS V.20, 2018 hasil statistic deskriptif yang meliputi nilai minimum, nilai maximum, nilai rata-rata (mean), dan nilai standar deviasi dari jumlah 18 perusahaan pada *Jakarta Islamic Index* dengan 54 sampel penelitian selama periode pengamatan 2014-2016. Pada variabel dependen reputasi perusahaan yang menunjukkan mean sebesar 0,1721604, dengan nilai minimum sebesar 0,00000, nilai maximum sebesar 0,53846 dan standar deviasi dengan nilai sebesar 0,14118058. Pada variabel dependen *Return on Assets* yang menunjukkan mean sebesar 10,2911, dengan nilai minimum sebesar 0,00, nilai maximum sebesar 43,90 dan standar deviasi dengan nilai sebesar 8,81040. Karena standar deviasi memiliki nilai yang lebih kecil dari pada mean yaitu $8,81040 < 10,2911$ maka data dapat dikatakan baik. Pada variabel dependen *Return on Equity* yang menunjukkan mean sebesar 20,7472, dengan nilai minimum sebesar 0,00, nilai maximum sebesar 134,5 dan standar deviasi dengan nilai sebesar 27,60601. Pada variabel independen *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure* yang menunjukkan mean sebesar 0,5135845 dengan nilai minimum 0,18605, nilai maximum sebesar 0,67442 dan nilai standar deviasi sebesar 0,10461413.

Uji Normalitas Data

Uji normalitas dalam sebuah model digunakan untuk menguji apakah variabel independen dan variabel dependen mempunyai distribusi normal atau tidak. Hasil uji normalitas dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan bahwa variabel reputasi perusahaan berdasarkan *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure* dari *Kolmogorov-Smirnov*

sebesar 0,846. *Return On Assets* berdasarkan *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure* dari *Kolmogorov-swirnov* sebesar 0,094. Untuk variabel *Return On Equity* berdasarkan *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure* dari *Kolmogorov-Swirnov* sebesar 0,064. Dari hasil tersebut terlihat bahwa nilai signifikan dengan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Swirnov* (K-S) untuk semua variabel lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut terdistribusi secara normal dan penelitian dapat dilanjutkan.

Uji General Linier Model

Uji general linier model adalah uji prasyarat untuk melihat apakah matriks varian-kovarian dari dependent variabel sama untuk grup-grup yang ada (*independent*). Uji General Linier Model menggunakan uji *Box's Test*. Uji *Box's Test* merupakan kehomogenan matriks varians-kovarians secara multivariat dan juga merupakan uji normalitas multivariat yaitu pengujian kesamaan varians-kovarians pada kedua variabel terikat secara bersama-sama. Statistik uji yang digunakan untuk mengetahui kehomogenan matriks varian-kovarians dalam analisis multivariat adalah uji statistik *Box-s M*. Dari hasil pengujian dapat kita ketahui bahwa nilai signifikan dari *Box-M* adalah sebesar 0,071. Dimana nilai ini menyatakan bahwa sig lebih besar dari 0,05 yang berarti bahwa pengujian dapat dilanjutkan.

Uji Homogenitas Varians

Suatu model MANOVA dianggap layak untuk dianalisis apabila memenuhi asumsi dasar yaitu varian yang sama atau homogenitas varians. Dalam penelitian ini uji homogenitas varian di deteksi dengan menggunakan uji statistik *Levene's Test*. Hasil uji homogenitas varians dengan menggunakan *Levene's Test* yang dipaparkan pada table 4.5 diatas menunjukkan bahwa variabel reputasi perusahaan nilai dari *Asymp. Sig.* 0,000, untuk *Return On Assets* nilai dari *Asymp. Sig.* 0,891 sedangkan untuk *Return On Equity* nilai dari *Asymp. Sig.* 0,527. Dari hasil tersebut terlihat bahwa nilai signifikan dengan uji statistik *Levene's Test* untuk variabel reputasi lebih kecil dari 0,05. Yang artinya variabel reputasi tersebut menyalahi asumsi dasar karena nilai signifikannya lebih kecil dari 0,05. Untuk variabel *Return on Assets* dan *Return on Equity* lebih besar dari 0,05. Yang artinya variabel reputasi tersebut menyalahi asumsi dasar karena nilai signifikannya lebih besar dari 0,05. Namun karena nilai reputasi perusahaan *F test Robust* maka analisis dapat dilanjutkan.

Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini digunakan alat analisis yaitu *Multivariate Analysis of Variance* (MANOVA) dengan uji *Test of Between Subjects Effects*. Teknik ini bermanfaat untuk menganalisis variabel dependen lebih dari dua yang berskala interval atau rasio. Dengan menggunakan tingkat *Asymp. Sig.* 0,05. Jika hasil uji *Test of Between Subjects Effects* yang didapat signifikan kurang dari yang ditetapkan ($\alpha=5\%$) maka variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil dari uji *Test of Between Subjects Effects*.

Hasil uji hipotesis dengan menggunakan *Test of Between Subjects Effects* yang dipaparkan pada tabl diatas menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap variabel reputasi perusahaan sebesar 0,019 dengan nilai R Squared sebesar 31,5%, untuk nilai signifikan variabel *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap variabel *Return on Assets* sebesar 0,015 dengan nilai R Squared sebesar 33,3% sedangkan, nilai signifikan variabel *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap variabel *Return on Equity* sebesar 0,013 dengan nilai R Squared sebesar 34%. Reputasi perusahaan serta proksi kinerja perusahaan yang diukur dengan *Return on Assets* dan *Return on Equity* berdasarkan table diatas diperoleh hasil yang dapat

terlihat bahwa nilai signifikan dengan uji *Test of Between Subjects Effects* untuk variabel *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap variabel reputasi perusahaan, *Return on Assets* dan *Return on Equity* lebih kecil dari 0,05 dan nilai R Squared cukup tinggi pengaruhnya terhadap variabel reputasi, *Return on Assets* dan *Return on Equity* yang berarti bahwa *Islamic Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap reputasi perusahaan dan kinerja perusahaan.

Tabel 1. Hasil Uji Manova

Tests of Between-Subjects Effects							
Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
Corrected Model	Lg_y1	4.896 ^a	19	.258	2.261	.019	
	ROA	2309.997 ^b	19	121.579	2.365	.015	
	Lg_y3	3.122 ^c	19	.164	2.411	.013	
Intercept	Lg_y1	32.470	1	32.470	284.880	.000	
	ROA	3912.705	1	3912.705	76.126	.000	
	Lg_y3	49.173	1	49.173	721.461	.000	
x1	Lg_y1	4.896	19	.258	2.261	.019	
	ROA	2309.997	19	121.579	2.365	.015	
	Lg_y3	3.122	19	.164	2.411	.013	
Error	Lg_y1	3.761	33	.114			
	ROA	1696.126	33	51.398			
	Lg_y3	2.249	33	.068			
Total	Lg_y1	44.933	53				
	ROA	9833.005	53				
	Lg_y3	78.051	53				
Corrected Total	Lg_y1	8.657	52				
	ROA	4006.124	52				
	Lg_y3	5.371	52				

a. R Squared = .566 (Adjusted R Squared = .315)

b. R Squared = .577 (Adjusted R Squared = .333)

c. R Squared = .581 (Adjusted R Squared = .340)

Sumber : Data diolah SPSS V.20,2018

Pembahasan

Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap reputasi perusahaan

Hipotesis pertama dalam penelitian ini mengatakan bahwa *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure* berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Reputasi perusahaan diukur *Test of Between Subjects Effects* dengan *ICSRD Index Reputation Score*. Hasil olah data sebagaimana tercantum pada tabel menunjukkan bahwa tingkat signifikan sebesar 0,019. Sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini di terima. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure* berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Hal ini mendukung penelitian sebelumnya yang telah dilakukan yaitu Reskino (2016), Arifin dan wardani (2016) dan Arshad, et al (2012) yang membuktikan bahwa *ICSRD* mempengaruhi reputasi perusahaan di mata masyarakat. Dengan dilaksanakannya kegiatan yang bersifat social dan lingkungan masyarakat akan merasa lebih dekat dengan perusahaan sehingga pihak stakeholder akan lebih percaya terhadap perusahaan tersebut. Hasil penelitian ini juga diperkuat berdasarkan landasan teori diatas yang menyatakan bahwa teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan menggunakan laporan tahunan mereka untuk menggambarkan kesan tanggung jawab lingkungan, sehingga mereka diterima oleh masyarakat. Dengan adanya

penerimaan dari masyarakat tersebut diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan (Widiawati et.al.,2013).

Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure berpengaruh terhadap Kinerja perusahaan

Hipotesis kedua dalam penelitian ini mengatakan bahwa *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Dimana kinerja perusahaan diukur dengan proksi *Return on Assets* dan *Return on Equity*. Hasil olah data sebagaimana tercantum pada tabel *Test of Between Subjects Effects* menunjukkan bahwa tingkat signifikan pada *Return on Assets* sebesar 0,050 dan *Return on Equity* sebesar 0,017. Sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini di terima. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Hasil ini didukung oleh landasan teori diatas yang menyatakan bahwa Tanggung jawab sosial merujuk pada kewajiban-kewajiban sebuah perusahaan untuk melindungi dan memberi kontribusi kepada masyarakat dimana perusahaan itu berada dalam hal ini *stakeholder*. *CSR* telah menjadi *driver* penting dalam mempengaruhi opini para pemangku kepentingan mengenai pemenuhan kewajiban perusahaan. Teori *stakeholder* mengemukakan bahwa ketika perusahaan bertemu dengan berbagai macam harapan para *stakeholder* mereka akan lebih mampu menciptakan kinerja perusahaan yang luar biasa (Wardani,2016). Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kurniasari dan Fauzizah (2017) yang membuktikan ICSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang diukur oleh ROA dan ROE. 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 (Widiawati.dkk,2013). Seperti dalam penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Putri (2014) yang menggunakan *ICSRD* sebagai variabel independen dan Kinerja keuangan sebagai variabel dependen. Kinerja keuangan memiliki hubungan signifikan dengan ROA dan ROE. Penelitian tersebut dilakukan oleh delapan perbankan syariah.

PENUTUP

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure* berpengaruh terhadap reputasi perusahaan dan kinerja perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index*. Variabel independent yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure*, sedangkan untuk variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah reputasi perusahaan dan kinerja perusahaan yang diprosikan menjadi *Return on Asset* dan *Return on Equity*. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan statistic deskriptif, uji normalitas data, uji homogenitas varian dengan menggunakan MANOVA, serta pengujian hipotesis dengan tingkat kepercayaan 95%. Berdasarkan pada hasil analisis data dan pengujian hipotesis, maka diperoleh hasil penelitian ini membuktikan bahwa *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure* berpengaruh terhadap reputasi perusahaan kinerja perusahaan yang diprosikan sebagai *Return on Assets* dan *Return on Equity*.

Keterbatasan

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan. Adapun beberapa keterbatasan yang dapat di temukan antara lain: (1) Jumlah sample yang di gunakan relatif sedikit, yaitu

hanya 18 perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* dengan total sampel 54 observasi. Dikarenakan ketidakkonsistenan perusahaan tercatat sebagai perusahaan JII tiap periodenya; (2) Tahun penelitian yang relatif pendek dikarenakan keterbatasan waktu peneliti (3) Penentuan indicator dari kategori pengungkapan yang memungkinkan setiap peneliti memiliki perbedaan.

Saran

Dari kesimpulan dan keterbatasan yang telah dikemukakan, maka penulis menyarankan untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan sampel yang lebih besar sehingga hasil yang diperoleh lebih mewakili, diharapkan dapat menggunakan variabel lain untuk menemukan model baru standar pengungkapan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E., & Soemirat, S. (2004). *Dasar-Dasar Public Relations, Cetakan Ketiga*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Arifin, J., & Wardani, E. A. (2016). Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure, Reputasi dan Kinerja keuangan: Studi pada bank syariah di Indonesia. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 20(1), 38–46. <https://doi.org/10.20885/jaai.vol20.iss1.art4>.
- Arshad, R., Othman, S., & Othman, R. (2012). Islamic Corporate Social Responsibility, Corporate Reputation and Performance. *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering*, 6(4), 643–647.
- Chariri, C. (2012). Analisis Pengaruh Islamic Corporate Governance terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi kasus pada Bank Syariah di Asia). *Diponegoro Journal of Accounting*.
- Fatimatuzzahroh, I. N. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). In *Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro*.
- Ghozali, I., & Chariri, A. (2007). *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Global Reporting Initiative. (2015). *GRI Sustainability Reporting Guidelines G4*.
- Guthrie, J., & Mathews, M. R. (1985). Corporate Social Accounting in Australasia. In L. E. Preston (Ed.), *Research in Corporate Social Performance and Policy*, 7, 251-227. United States: JAI Press.
- Husnan, A., & Pamudji, S. (2013). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR Disclosure) terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Diponegoro Journal of Accounting*, 2(2), 1–8. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>.
- Indrawan, D. C. (2011). *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Perusahaan*. Universitas Diponegoro.
- Kusumadilaga, R. (2010). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variable Moderating. In *Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro*. http://eprints.undip.ac.id/22572/1/SKRIPSI_Rimba_Kusumadilaga.PDF.
- Nisa, F. N., & Kurniasari, D. (2017). Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure terhadap Reputasi dan Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 8(2), 33–55.
- Putri, D. R. R. (2014). Hubungan antara CSR dan Kinerja Keuangan Indutri Keuangan Syari'ah di Indonesia. In *Undergraduate thesis*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Reskino. (2016). Zakat and Islamic Corporate Social Responsibility: Do These the Performance of Shariah Banks? *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 1(2), 161–184.
- Wardani, E. A. (2015). Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure terhadap Reputasi Perusahaan dan Kinerja Keuangan Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi 18*. Medan: IAI.

- Widjaja, G., & Pratama, Y. A. (2008). *Risiko Hukum dan Bisnis Perusahaan Tanpa CSR*. Jakarta: PT. Percetakan Penebar Swadaya.
- Widowati, A. I., Surjawati, S., Oktoriza, L. A., & TL, D. I. (2016). Praktik Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure (Studi Kasus terhadap perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Indeks). *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 18(2), 207–213. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v18i2.570>.